

مداقه‌ای در مباحث تئوری طراحی گرافیک

نگاهی به کتاب طراحی گرافیک چیست؟

● مهدی حق‌شناس

طراح، نویسنده و منتقد / mehdihaghshenas@hotmail.com

چکیده

از سال‌های آغازین دهه هشتاد در ایران، می‌توان برخی کتاب‌ها را -هرچند اندک و هرچند دارای نقد- که به مباحث تئوری طراحی گرافیک پرداخته‌اند سراغ گرفت. اما در چند سال اخیر توجه به این موضوع از سوی تعدادی از مترجمان، طراحان، و اساتید دانشگاه شکل جدی‌تری گرفته است. پژوهش حاضر ضمن بررسی و ارائه شرحی مختصر از محتوای کتابی ترجمه در این زمینه، نگاهی از سر نقد به مطالب آن داشته و کوشش می‌کند تا برخی ویژگی‌ها و کاستی‌های آن را از منظر پژوهشی و چالش‌های مباحث تئوری، مورد ارزیابی قرار دهد. نتایج حاصل گویای آن است که موضوعات مورد گزینش، دسته‌بندی مباحث، انتخاب نمونه‌های موفق از تصاویر آثار طراحان و توصیف و تحلیل آنها از ویژگی‌های کتاب در توضیح طراحی گرافیک و تفسیر مسائل تئوری آن است؛ در عین حال، وجود مشکلات پژوهشی و کلی‌گویی در بیان مباحث را می‌توان از مهم‌ترین ضعف‌های کتاب حاضر برشمرد.

کلیدواژه

طراحی گرافیک، تئوری طراحی، چالش‌های هنرپژوهی در ایران، کوئنتین نیوارک

مقدمه

کتابی که در این مقاله به بررسی آن پرداخته‌ام، از معدود کتاب‌های ترجمه است که در سال‌های اخیر درباره تئوری طراحی گرافیک، در ایران منتشر شده



■ نیوآرک، کوئنتین. طراحی گرافیک

چیست؟ برگردان مرجان زاهدی.

تهران: مشکی، ۱۳۹۴. قطع وزیری.

مصور. رنگی. ۱۷۲ صفحه.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۸۷۶۵-۶۲-۵

فصلنامه نقدکتاب



سال دوم، شماره ۷
پاییز ۱۳۹۴

۲۱۰



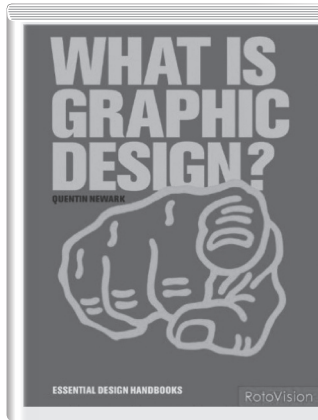
کوئنتین نیوآرک

است. گرچه برخی مطالب این کتاب نیازمند نقادی درونی است و یا ضعف‌هایی پژوهشی در آن به چشم می‌خورد اما به همان ترتیب، مجموعه بحث‌های آن در بستری گسترده از نمونه‌های موفق آثار طراحی - مجموعه‌ای قابل توجه که از تمیز گرفته تا تبلیغات چاپی، تیتراژ فیلم و علائم محیطی را شامل می‌شود - نکات آموزنده و باارزشی را ارائه کرده است؛ و البته به این همه باید ترجمه قابل قبول و علمی مترجم را نیز افزود.

در بررسی اغلب کتاب‌های طراحی گرافیک در ایران، عدم وجود مباحث نظری و تحلیل‌های تئوری پیش‌رفته، نقدهایی را - در سال‌های اخیر - با خود به همراه داشته است. این نقدها از سویی با توجه به نبود دانش نظری و به تعبیری عمل بدون پشتوانه علمی، قابل تأمل و به‌جا هستند و از سوی دیگر به دلیل نادیده‌گرفتن ویژگی گردآوری، ثبت و انتشار آثار طراحی که در جای خود اسنادی ضروری و کارآمد در روند مباحث تئوری است، افراطی و همراه با سوگیری می‌باشند.

اگر دقیق بنگریم میان مباحث عملی و تئوری طراحی گرافیک، خط فاصلی نیست. طراحان، خواه ناخواه با تئوری سروکار دارند زیرا روند طراحی هر اثر بنا به ضرورت با مطالعه و جست‌وجو آمیخته است. «یک تئوری مجموعه‌ای از ایده‌ها است: خوانشی خاص از تاریخ، گمانه‌زنی، قضاوت‌های ارزشی و ایده‌هایی توأمان درباره‌ی آینده. همه ما بر اساس مجموعه‌ای از ایده‌ها عمل می‌کنیم که پی و پشتوانه‌ای است برای آن‌چه انجام می‌دهیم. معمولاً آن را تئوری نمی‌نامیم» (نیوآرک، ۱۳۹۴، ۸۱) اما در واقع گونه‌ای تئوری است.

در کنار این دیدگاه، از جانب دیگر نیز بایستی به مسأله حاضر نگریست و از اهمیت نقدهای وارد به کتاب‌های منتشر شده در ایران مبنی بر این‌که صرفاً آلبوم‌هایی تصویری هستند - حتی اگر تئوری را در معنای یادشده در بالا در خود



■ Newark, Quentin. *What is Graphic Design?* Rockport Publishers, 2007.
ISBN: 8-187-036-294-978

داشته باشند - کم نکرد. فقدان ادبیات نظری و تئوری جدا از درک و دریافت‌های فردی، خلاء اساسی کتاب‌ها و پیش از آن، طراحی گرافیک معاصر ایران است که برای رفع آن پژوهش‌هایی جدی لازم است. پژوهش‌هایی فراتر از کتاب: طراحی گرافیک چیست؟ که امید است دریچه‌ای به این چشم‌انداز باشد.

۱- طراحی گرافیک چیست؟

۱-۱- موضوع کتاب: موضوع کتاب به طور صریحی در عنوان آن دیده می‌شود. انتخاب عنوان WHAT IS GRAPHIC DESIGN در کنار مواردی نظیر GRAPHIC DESIGN یا AN INTRODUCTION TO GRAPHIC DESIGN بیان می‌دارد که مؤلف به همان میزان که سعی دارد بگوید طراحی گرافیک چیست، تلاشی برای توضیح و تفسیر این مطلب دارد که چه چیزی طراحی گرافیک نیست و لذا رویکرد چالشی او به موضوع از ابتدا مشخص است.

۱-۲- هدف کتاب: هدف کتاب بحث درباره طراحی گرافیک (نک: ص ۱۲) به مثابه امری مهم در زندگی انسان است. چرا که «طراحی گرافیک، جامع‌ترین هنر در میان هنرهاست. تمام ابعاد زندگی ما را در بر گرفته است...» (ص ۱۳). از این رهگذر، کتاب سعی دارد به ارایه «نکاتی که اشاراتی به یک تعریف (definition) دارند» (ص ۱۹) بپردازد. همچنین نویسنده اهداف حرفه‌ای و قابل تأمل دیگری نیز دارد. او می‌نویسد: «... تاریخ و تئوری طراحی به واقع تازه آغاز گشته است، آن‌ها کودک هستند و زمانی خواهد رسید که تاریخ و تئوری طراحی بتوانند به تحلیل‌های تئوری پیش‌رفته، هم‌تراز حوزه‌هایی همچون هنر و معماری، دست یابد. اما اگر طراحی به میزان سال‌های اخیر به گسترش و توسعه خود ادامه دهد و تلاش ما برای توضیح طراحی تا آن جا ادامه پیدا کند که درک ما از آن به

عنوان یک پدیده فرهنگی عمیق سازد، شاید [ارنست] گمبریش بعدی، طراحی گرافیک را مشابه دیگر هنرها محترم بشمارد» (ص. ۵۶). بنابراین، او سعی می‌کند تئوری را محترم بشمارد و در اهمیت آن بحث کند: «ما گرایش داریم که تئوری را پدیده‌ای سراپا متعلق به و شکل گرفته در یک کتاب بدانیم، اما تمام طراحی‌ها پایه‌ای تئوریک دارند، حتی اگر توسط طراحی خلق شده باشد که هرگز کتابی نخوانده است» (ص. ۸۱). در مجموع، پرداختن به مباحث تئوری و آرایه نظریه هدف نهایی کتاب است.



۳-۱- **مطالب کتاب:** بر اساس فهرست کتاب (ص. ۱۰ و ۹)، مطالب آن به دو بخش (part) جامع و مفصل تقسیم شده‌اند. بخش اول (issues) به مباحث تئوری و نظریه در طراحی گرافیک پرداخته است. در سرآغاز این بخش، جمله‌ای از اُسکار وایلد Oscar Wilde آمده که می‌گوید «حرف زدن درباره چیزی بسیار دشوارتر از انجام دادن آن است» (ص. ۱۲) و پس از آن، مطالب این بخش شروع می‌شود. بخش دوم (Anatomy) به توضیح و تشریح مفاهیم رایج در طراحی گرافیک اختصاص یافته است.

۴-۱- **بحث‌ها و جدل‌های کتاب:** همان‌طور که گفته شد، بخش اول کتاب به طرح مباحث نظری اختصاص یافته است. یک نگاه کلی به مطالب این فصل مشخص می‌سازد که مباحث آن -اغلب- مرتبط با یکدیگر طرح شده‌اند و نویسنده کوشش کرده تا به زعم خویش مهم‌ترین چالش‌های نظری برای تحقق یافتن هدف کتاب را مورد بررسی قرار دهد. در ادامه، نگاهی از سر نقد به مطالب این فصل داشته، ویژگی‌ها و کاستی‌های آن‌ها را مورد غور قرار می‌دهیم.

۴-۱-۱- کؤنتین نیوآرک بحث خود را در ذیل عنوان «طراحی گرافیک چیست؟» (ص. ۱۵-۱۳) با این جمله آغاز می‌کند که «طراحی گرافیک، جامع‌ترین هنر در میان هنرهاست» (ص. ۱۳). او شواهدش را برای اثبات اعتبار این تز، بلافاصله می‌آورد و می‌نویسد «تمام ابعاد زندگی ما را در بر گرفته است، توضیح می‌دهد، تزیین می‌کند، هویت می‌بخشد...». نیوآرک، ادامه مطلب را با این موضوع بحث برانگیز بی‌می‌گیرد که: «طراحی گرافیک فقط یک پدیده مدرن یا وابسته به سرمایه‌داری نیست» (ص. ۱۳). البته در این عبارت، بایستی به کاربرد واژه «فقط» توجه داشت، زیرا نویسنده بر آن است که مدرنیته، تنها موجب گسترش طراحی شده است و اصل این پدیده، مربوط به پیش از مدرنیته و

نظام سرمایه‌داری است. خود او توضیح می‌دهد: «خیابان‌های پُر از تابلوها، علامت‌ها، برجسب‌های قیمت، اعلان‌های حراج، اعلامیه‌ها و اخبار رسمی، برای مصری‌های باستان، ایتالیایی‌های سده‌های میانه یا مردم اتحاد جماهیر شوروی هم به همان اندازه آشنا بوده است». از آنجا که این موضوع بحثی است که در دوران اخیر به چالش بسیاری کشیده شده، لذا نیازمند منبع و ارجاع به بررسی‌های تاریخ‌پژوهی است و نمی‌توان به استنباط شخصی نویسنده اکتفا نمود. بنابراین به نظر می‌رسد، لازم است کاربرد این اصطلاح (طراحی گرافیک) در مورد آثاری متعلق به دوران پیشامدرن را از اطلاق خاص آن به پدیده‌ای در دوران مدرن متمایز کنیم. قابل ذکر است که تاریخ‌نگاری همچون جیمز کرایک و بروس برتون (Craig and Barton, ۱۹۸۷)، ریچارد هولیس (هولیس، ۱۳۸۱) و برخی دیگر، سیر این روند را با واژه‌هایی همچون هنرهای گرافیک (Graphic Arts) و طراحی گرافیک تفکیک کرده و مورد بحث قرار داده‌اند.

در ادامه، نویسنده به درستی بر اهمیت طراحی گرافیک تأکید می‌ورزد و می‌نویسد: «تصور کنید اگر طراحی گرافیک یک شبه ممنوع یا ناپدید شده بود، دیگر هیچ کلام مکتوب، روزنامه، مجله، اینترنت و علمی وجود نداشت...» (ص. ۱۴). او دفاع نهایی خود را از این بحث به این صورت پایان می‌برد: «طراحی گرافیک نه تنها امر بیهوده‌ای نیست، بلکه کاربردها و اهدافی دارد که برای جهان مدرن ما - تمدن - بسیار سازنده هستند تا آنجا که مارشال مک‌لوهان از ما به عنوان انسان تاپیوگرافیک یاد می‌کند» (همان).

۱-۴-۲- در پیوند با مطالب پیشین، بحث دیگری با عنوان «کارکرد در برابر زیبایی‌شناختی» (ص. ۱۸-۱۶) مطرح می‌شود. نیوآرک می‌نویسد: در این دو واژه «با بنیادی‌ترین تنش موجود در طراحی روبه‌رویم. یک موضع می‌گوید طراحی در اصل یک فعالیت کاربردی است که در درجه نخست به سفارش‌دهنده نیاز دارد. دیدگاه مقابل، طراحی را بسیار بااهمیت‌تر از آن می‌داند که با چنین عباراتی بیان شود و عنوان می‌کند که باید به شیوه‌هایی مورد استفاده قرار گیرد که بر توان بیان‌گرش تأکید ورزد و آن را جست‌وجو کند: کارکرد در مقابل امکان زیبایی‌شناسانه. این دو طرز فکر، هم در عرصه طراحی گرافیک و هم در عرصه هر فردِ طراح گرافیک، همواره با یک‌دیگر در اصطکاک هستند. طراحان گرافیک پیوسته با این دو الگو در کشاکش هستند: الگوی طراح هنرمند و الگوی طراح صنعت‌گر (ص. ۱۷)... این دو الگو نمایان‌گر دو قطب‌اند که طراح گرافیک باید جایگاه خود را میان آن دو انتخاب کند» (ص. ۱۸). نگاه غیر جزمی نویسنده قابل

تأمل است. او به نفع یک الگو، دیگری را نفی نمی‌کند بلکه بر اهمیت مؤثر هر دو تأکید می‌ورزد. این موضع احتمالاً به منزلهٔ واکنشی علیه رویکرد اثبات‌گرا (positivism) مبتنی بر این فرض است که واقعیت اجتماعی به وسیلهٔ افراد مختلفی ساخته می‌شود که در آن مشارکت دارند.

۱-۴-۳- موضوع قابل توجه دیگری که نویسنده در ذیل عنوان «تعاریف» (ص. ۲۲-۱۹) به آن می‌پردازد طرح این بحث است که «بخش زیادی از وقت یک طراح صرف آماده‌سازی مواد برای تولید می‌شود و در این جا یک تمایز بسیار مهم نهفته است. آیا طراحی گرافیک محصول نهایی است یا فرایندی است که به تولید می‌انجامد؟ یکی تمام‌شده است و ایستا و دیگری سرشار از شک، امید، انتخاب، امکان و عمل است» (ص. ۲۰). در برابر این پرسش، خود نویسنده ابتدا موضع‌های متفاوتی دارد، در جایی می‌نویسد: «یکی از شیوه‌های نگرستن به طراحی، دیدن آن نه به عنوان یک محصول نهایی، که به عنوان یک فرایند است» (ص. ۲۳) و در جای دیگری می‌آورد: «طراحی، ساختاربخشی ماده‌ای است که خریداری، لمس و طلبیده می‌شود. طراحی، محصول است» (ص. ۳۸). با این همه، به نظر می‌رسد ناگزیر است که یکی از این ابعاد را بپذیرد و دیگری را وا نهد؛ چرا که این موضوع بنیان بسیاری از استدلال‌های او را در سرتاسر کتاب تشکیل می‌دهد. لذا می‌نویسد: «طراحی فرایند خلق کردن است» (ص. ۸۴)؛ یا «طراحی فرایندی از ساختن است» (ص. ۱۳۲). حتی هنگامی که توضیح می‌دهد: «طراحی در اساس یک فعالیت عملی است، ساختن محصول» (ص. ۸۰) بر بُعد «ساختن» یا به عبارتی بر یک روند تأکید می‌ورزد که پویا و زنده است و در مقابل تقلیل طراحی به مثابه یک کالا قرار دارد.

۱-۴-۴- نویسنده در ذیل عنوان «طراح گرافیک چیست؟» (ص. ۲۷-۲۳)، با الهام از ارنست گمبریخ، اصالت را به طراحان گرافیک می‌دهد و نه به طراحی گرافیک. او می‌پرسد: «چه چیزی یک طراح گرافیک را تعریف می‌کند؟ ... چه تصمیم‌هایی روش‌های کاری طراحی را تعیین می‌کنند؟ گمان من بر این است که دو فعالیت بنیادین در شیوهٔ کاری تمام طراحان گرافیک می‌توان یافت. اولی را «قابل فهم بودن» می‌نامم. هیچ طراحی، هر قدر هم مخالف، هرگز نگفته است، «می‌خواهم این را بیش از آن چه لازم است پیچیده سازم» یا «می‌خواهم هیچ‌کس از این سر در نیاورد» (ص. ۲۳) و مورد دوم را «ایجاد تفاوت» می‌نامم. هر محصول، شرکت یا رویدادی می‌خواهد میان هزاران هم‌نوع، یگانه، قابل تشخیص و برجسته باشد... بنابراین طراح گرافیک کسی است که همواره



به ماده خود معنا می‌بخشد و آن را از طریق فرم‌ها و رمزگان‌های زبان دیداری، همنشین اندیشه می‌سازد» (ص. ۲۴). به بحث اندیشمندانه و ظریف نویسنده می‌توان افزود که بنیاد دو فعالیت نامبرده را گرایشی تشکیل می‌دهد که عبارت است از: «میل به بیان‌کردن و ایجاد تعامل» در طراحی گرافیک، که شاید لازم بود تا پیش از این دو، مورد بحث قرار گیرد، زیرا نمی‌توان قبل از پرداختن به ریشه، از ساقه سخن گفت.



۱-۴-۵- نویسنده در بحثی با عنوان «معضلی سبک» (ص. ۳۰-۲۸) و «سبک، به مثابه سیاست» (ص. ۳۳-۳۱) با آنکه به موارد قابل توجهی می‌پردازد -در پایان همین قسمت صحبت خواهد شد- اما در برخی موارد دچار اشتباهاتی نیز شده است. نخست در تعریف سبک (style) می‌نویسد: «سبک در طراحی گرافیک همان اجزای کلی (overall effect) است، ترکیب تمامی گزینه‌ها برای انتخاب تایپ‌فیس، به‌کارگیری فضا، رنگ و غیره. بهترین اصطلاح "mise-en-page" است^۲ که به «جاگذاری چیزها روی صفحه» ترجمه می‌شود» (ص. ۲۸). در این تعریف، او به جای پرداختن به خصوصیت‌های متمایزکننده دیداری و ویژگی‌های قابل تأمل در فرم آثار (Heller and Chwast, ۲۰۰۱)، «سیاق اجرای اثر» و «نحوه سازمان‌بندی آن» را مورد تأکید قرار می‌دهد که موجب شده تعریف او از سبک با تکنیک (technique) اشتباه شود (پاکباز، ۱۳۸۵، ۲۹۸). به عبارت دیگر، تعریف او متوجه مناسبت میان عوامل است^۳ و نه خود عوامل و عناصر تشکیل‌دهنده آن. البته این مطلب که سعی می‌کند سبک را در طراحی گرافیک تعریف کند قابل توجه است^۴ اما احتمالاً به این جهت از عوامل اصلی بحث دور شده که بیش از اندازه به تفاوت‌های میان طراحی گرافیک و هنرهای دیگر توجه داشته است.^۵ نکتهٔ چالش‌برانگیز دیگر در گفتار نیوآرک شامل مورد ذیل است: «از آن جا که سبک‌های مختلف را می‌توان برای یک محتوای یک‌سان به کار گرفت، بنابراین سبک می‌تواند از محتوا متمایز باشد» (ص. ۳۰). آیا واقعاً می‌توان سبک آرنوؤ (Art Nouveau) را برای محتوای سرخوردگی‌های ناشی از جنگ جهانی اول به کار برد؟ یا در یک مقایسهٔ دیگر، آیا عناصر بی‌معنی و اتفاقی آثار گرافیک دادا (Dada) (مگز، ۱۳۸۴، ۲۸۷) با منطق‌گریزی و قاعده‌گریزی اش، قابل مقایسه با سنت‌های سبک گوتیک (Gothic)، با «به‌کارگیری یک تایپ‌فیس متحدالشکل معقول که بر روی گرید قرار گرفته... از رسم زمانه پیروی می‌کند و به هیچ‌وجه حس زیبایی‌شناسی خاصی از خود نشان نمی‌دهد» (نیوآرک، ۱۳۹۴، ۲۶) هستند؟ نویسنده ادامه می‌دهد: «جست‌وجو برای سبک است که به نظر می‌رسد معنایی دارد و به نظر می‌رسد بر ارزشی واقعی دلالت می‌کند» (ص. ۳۰). چه‌طور

می‌توان هدفی را بی‌معنا و بیک معضل معرفی کرد، اما جست‌وجوی رسیدن به آن هدف را دارای معنا و ارزش واقعی دانست؟

بحث نیوارک دربارهٔ سبک، مشکلات دیگری نیز دارد. به عنوان مثال، در بحث او هیچ نشانی از فرهنگ و جامعه نیست؛ یا اشاره‌ای — ایجاد تمایزی — به سبک‌های تثبیت‌شده که طراحان از آن پیروی می‌کنند و سبک شخصی که خاص یک طراح است نمی‌شود؛ همچنین با اینکه او به این نکته توجه داشته است که در طول تاریخ طراحی گرافیک، طراحان به شیوه‌های متفاوت به مقولهٔ سبک نگریسته‌اند (نک: ص. ۳۰ و ۳۱) اما باز دچار سوگیری شده، ماهیت و ویژگی‌های این تفاوت را نادیده می‌گیرد به طوری که از آن به عنوان «بیهودگی تلاش برای مقیدکردن تاریخ و محدودکردن بیان انسانی به یک فرم خاص» (ص. ۳۰) یاد می‌کند و از سوی دیگر خود بر آن است تا «بنانهادن یک استاندارد جهانی همگانی و پایه‌ای» (ص. ۳۲) را محتملاً تحت تأثیر نظریه جهانی‌سازی حمایت نماید.

علی‌رغم این موارد، بحث نیوارک از ویژگی‌های قابل توجهی نیز برخوردار است. گرچه او در کل بحث خود سبک را نفی کرده است اما به درستی از زوال هموارهٔ سرزندگی و اعتبار تعریف‌ها و تلاش‌هایی یاد می‌کند (ص. ۳۱) که به جای پرداختن به امور اساسی‌تر و ضروری‌تر، خود را در چارچوب‌های تنگ حبس کرده‌اند (ص. ۳۲). او دو نقل قول انتقادی و قابل تأمل از رودی وندرلنس Rudy Vanderlans و همچنین مایکل بیروت را در لابه‌لای نوشته‌هایش می‌آورد که بر اهمیت مسئولیت اجتماعی طراحان تأکید کرده‌اند. «مشکل پیش روی طراحی این است که کم‌وبیش جرأت می‌کند تا از آن چه واقعاً در حال رخ دادن است چشم‌پوشی کند، چشم‌پوشی بر مشارکت‌اش در جرم، بر شکست آشکارش در رویارو شدن با مسئولیت‌هایش و این استدلال که طراحی ممکن است چیزی بیش از خدمت‌گذاری برای مصالح تجاری باشد» (وِندرلنس) (ص. ۳۲). مجموع بحث نویسنده می‌افزاید: گرچه طراحی خدمت‌گزاری برای محتواست، اما آنچه که با آن روبه‌روست متأسفانه محتوایی اندک شامل شرکت‌های غیر اخلاقی (ص. ۱۳)، مصالح تجاری (ص. ۳۲)، سیاست (همان) و غیره است.

۱-۴-۶- «آیا طراحی گرافیک همان تبلیغات (Advertising) است؟» (ص. ۴۲-۳۴). نویسنده با بررسی آرای برخی نویسندگان و منتقدان نظیر دیوید استوارت David Stewart، استیون هلر Steven Heller، و ریک پوینر Rick Poyner که وجه تمایزی میان این دو نمی‌بینند یا بر آنند که این دو به طور تنگاتنگی در هم تنیده‌اند، می‌نویسد: «تمایزهایی وجود دارد که دو رشته را از یک‌دیگر مجزا می‌کنند، در غیر این صورت

ما دو اصطلاح نداشتیم که فرهنگ‌های لغات و کاربران و اداره مالیات آن‌ها را به رسمیت بشناسند» (ص. ۳۶). او به آرایه‌ی یک جور فرمول برای تمایز میان طراحی گرافیک و تبلیغات پرداخته و آن را در چهار مورد «فرم» (Form)، ماده (Material)، زمان (Time)، و پیام (Message)» (ص. ۳۸) دسته‌بندی کرده است. اما در این قسمت متوجه یک برخورد غیرکارشناسانه پژوهشی در نحوه استفاده از داده‌های تحقیق می‌شویم و آن اینکه نیوارک مصاحبه‌اش با پل بلفورد (Poul Belford) (ص. ۴۲-۳۹) پیرامون موضوع تبلیغات را به صورت مستقیم آورده است. در فضای تحقیق کیفی بایستی داده‌های به دست آمده از مصاحبه با افراد صاحب نظر، تجزیه و تحلیل شده و در پژوهش مطرح شوند نه اینکه متن اصلی یا اصطلاحاً خام مصاحبه عیناً نقل شود. کتاب حاضر یک کتاب گفت‌وگو با کارشناس یا کارشناسان یک رشته و یا یک نشریه نیست که بتوان متن یک مصاحبه را عیناً برای خوانندگان مطرح کرد.

۷-۴-۱- «آیا طراحی همان هنر است؟» (ص. ۴۷-۴۳)؛ نویسنده در اینجا نیز می‌گوید: «برای ادغام هنر و طراحی، نخست باید دو موجود مجزا وجود داشته باشد» (ص. ۴۳). لذا این دو در ابتدا مجزا هستند. اما «هم منتقدان و هم طراحان، آگاهانه و بسیار، مرز میان دسته‌بندی‌ها را مخدوش کرده‌اند، به این منظور که طراحان نیز به همان درجه از آزادی خودبیان‌گری و شاید مرتبه‌ای ملازم آن دست یابند که هنرمندان از آن لذت می‌برند» (ص. ۴۳). او طراحی را با عواملی هم‌چون «مقصود و منظور» مرتبط می‌داند که در فرستادن پیام واضح کارآمد است اما هنر، دلالت‌کننده، شراکت‌پذیر و درگیرکننده است و از ابهام لذت می‌برد (ص. ۴۴). با این حال در برابر این پرسش که «آیا طراحی، مانند بهترین اثر هنری، می‌تواند قدرت‌مند، پیچیده، برانگیزنده و بادوام باشد؟» می‌نویسد: «پاسخ به این پرسش یک بله خالی از ابهام و خدشه‌ناپذیر است» (همان). در واقع نویسنده معتقد است که طراحی می‌تواند همان کارمایه و کارکرد هنر را داشته باشد؛ نه اینکه طراحی، هنر باشد.

۸-۴-۱- نویسنده در بحث «طراحی چگونه متحول می‌شود؟» (ص. ۵۶-۴۸) می‌پرسد: «اما چه چیز تحول را به پیش می‌راند؟» او سه گزاره را برای پاسخ به این پرسش مطرح می‌کند: «نیروهای فیزیکی و مکانیکی و تکنولوژی» (ص. ۴۸)، «تجارت» (ص. ۵۴) و «استانداردسازی» (همان). «گرچه این نیروها، ماده مورد استفاده طراحی را تغییر و تحول دادند، اما در سطحی دیگر -تلفیق بهینه کیفیت‌های زیبایی‌شناسانه و کاربردپذیری- مشکلات همانی هستند

که همیشه بوده‌اند» (ص. ۵۶). در واقع، مشکلاتی که طراحی با آن روبه‌روست همانند هنر، هر زمان و هر کجا یکسان است.

۱-۴-۹- در ذیل عنوان «تغییر جهان» (ص. ۶۳-۵۷)، نویسنده موضوعی را به بحث می‌گذارد که پیش‌تر با مخاطب کتاب مطرح کرده بود (نک: ص. ۳۲). سابقه این بحث که در غرب به دهه ۱۹۵۰ میلادی می‌رسد و چون چشمه‌ای کوچک گاه و بی‌گاه از دل خاک سر برمی‌آورد، تأکید بر مسئولیت اجتماعی طراحان گرافیک در برابر جامعه‌ای مصرفی و انباشته از کالاهای بی‌فایده و مبتذل است که نظام سرمایه‌داری با به خدمت‌گرفتن طراحی رقم زده است.^۷ نیوآرک اما علی‌رغم موافقت ضمنی، نگاهی از سر نقد دارد و گاه آنها را افراطی و حتی حقه‌بازانه می‌داند، او معتقد است «طراحی گرافیک می‌تواند با امکانات نسبتاً اندک فیزیکی و مالی انجام شود، اما رساندنش به دست مردم نیازمند سرمایه‌ای قابل توجه است» (ص. ۵۹). بر همین اساس استدلال می‌کند «این وضعیتی غیرعادی است، چرا که روی این مجلات^۸ قیمت درج شده است و برای جلب پشتیبانی تجاری ما با یک دیگر رقابت می‌کنند» (ص. ۶۲). پیشنهاد نیوآرک این است که «گرچه طراح نمی‌تواند صاف و ساده اختیار را در دست بگیرد^۹ و بنا به میل خودش ماده را تغییر دهد، اما می‌تواند این پیام‌های تجاری یا سازمانی را با ملاحظات سیاسی و پیچیده‌گی اجتماعی مهم‌تری درآمیزد و این به طور حتم همان جایی است که آینده [ی طراحی گرافیک] قرار می‌گیرد (ص. ۵۹). به تعبیری او وجهی دمکراسی رادیکال را راه‌حل مسأله فوق می‌داند.

۱-۴-۱۰- بالاخره از ورای بحث‌ها و جدل‌های کتاب درباره تئوری طراحی گرافیک، نویسنده به قدر اشاره‌ای به آبخور اصلی این مباحث می‌پردازد. او در ذیل عنوان «زبان دیداری» (ص. ۷۵-۶۴)، به پساساختارگرایی اشاره می‌کند و اذعان می‌دارد که طراحی در دهه گذشته^{۱۰} با آن دست‌وپنجه نرم کرده است (ص. ۶۴). نیوآرک معتقد است در حوزه طراحی گرافیک، ایده‌های نخستین پساساختارگرایی^{۱۱} - به عنوان واکنشی در برابر ساختارگرایی - هنوز آن‌طور که باید درک نشده‌اند و اطلاق آن به گروهی از آثار علی‌رغم وجود ارتباطی واقعی، یا یورش به استفاده افراطی از تئوری ادبی، پی‌آمدهای قابل توجهی را در بر نداشته است. بحث نیوآرک بیشتر ناظر بر پرسش‌هایی قابل تأمل است، گرچه این پرسش‌ها در تاریخ غرب از سابقه‌ای برخوردارند و در هر دوره به نحوی آن را تبیین کرده‌اند. او در مواجهه با آرای ژاک دریدا Jacques Derrida، از نقش نوآوری (originality) در طراحی می‌پرسد و از این رهگذر نظریات میشل فوکو در مقاله «مؤلف چیست؟» و تئوری هنرمند-قهرمان در جنبش رمانتیسیسم را مورد بازنگری قرار می‌دهد



(ص. ۶۵). زمینه‌ای که طراحی در آن ساخته می‌شود، چه‌گونه آفریدن معنا، چه‌گونه رابطه طراحی با طراحی‌های پیشین، با سنت، و نقش واقعی طراحان (ص. ۶۶) پرسش‌هایی هستند که نیوآرک مخاطبان کتاب را به بازاندیشی درباره آنها فرا می‌خواند.

۱-۴-۱۱- در پیوند با بخش قبلی و در بخشی با عنوان «قانون» (ص. ۷۸-۷۶)، بحثی پیش کشیده می‌شود که نویسنده می‌کوشد پیرامون برخی پرسش‌های مطرح شده در بخش قبلی، تأملات خویش را مطرح نماید. نخست از هنرمند و رابطه‌اش با هنرمندان و آثار پیشین می‌گوید و سپس به بحث از هنرمند-قهرمان بازمی‌گردد. او که پیشتر به‌کارگیری مفاهیمی چون نبوغ و خلاقیت را چه از سوی نویسندگان هنری و چه از سوی خود طراحان، به‌طور ضمنی رد کرده بود^{۱۲} (نک: ص. ۶۸)، در اینجا به نقل از مارتا اسکات فورد می‌نویسد: «یک قانون، قهرمان‌ها را می‌آفریند... هنگام انتخاب یک طراح یا اثر ممکن است چشم خود را بر گستره‌ای از ارتباط، بیان، مفاهیم، تکنیک‌ها و قالب‌هایی ببندیم که گنجینه تاریخ طراحی را می‌سازند... این غیرمنصفانه، مضر و کوتاه‌بینانه است» (ص. ۷۶ و ۷۸).

پیکان نقد نیوآرک به سوی طراحان است، او به قوانینی -اغلب نانوشته- که طراحان وضع می‌کنند اشاره دارد که طی آن به دنبال اثر قوی هستند و به این طریق، چشم‌اندازهای دیدن تلاش همگی طراحان گرافیک و مشارکت‌کنندگان این حوزه را مختل می‌سازند.

۱-۴-۱۲- فصل اول کتاب، با «سخن آخر» (ص. ۸۲-۷۹) پایان می‌یابد. نیوآرک ابتدا از اهمیت تجربه اصل طراحی^{۱۳} صحبت می‌کند^{۱۴} و می‌پرسد: وقتی به کتاب یا مجله‌ای درباره طراحی نگاه می‌کنیم، در واقع به چه چیز نگاه می‌کنیم؟ اثری که از یک سواز چارچوب خود جدا شده، تغییر اندازه پیدا کرده، کیفیات فیزیکی خود را از دست داده؛ و از سوی دیگر ما هیچ نمی‌دانیم این اثر چگونه دریافت شده، شرایط انجام آن و وضعیت پذیرش آن چه بوده و این که عملکرد خوبی داشته یا خیر (ص. ۷۹). باید دقت داشت که نویسنده با ارایه مجدد (بازانتشار) و تجربه آثار طراحی در نمونه‌های غیر اصلی آن از طریق رسانه‌ها دچار چالش نیست^{۱۵} بلکه بحث اصلی او نبود استانداردها برای ارایه تصویری کامل از آنهاست (ص. ۸۰). نیوآرک در اهمیت تماس با اصل طراحی، از شبیه‌سازی یا بازنمایی^{۱۶} استاندارد اثر بحث می‌کند و عواملی نظیر: الف) استفاده از عکس اثر و نه نسخه الکترونیک آن، ب) داشتن اطلاعاتی دقیق و جامع را برای درک واقعی از یک اثر طراحی مؤثر می‌داند. اما بحث نیوآرک علی‌رغم ویژگی‌های قابل تأمل آن، با نارسایی‌هایی نیز همراه است:

۱-۴-۱۲-۱- او به شکل تماس با نسخه اصلی طراحی توجهی ندارد. توضیح این مطلب نیازمند توجه به دو عامل است: الف) یکی از تفاوت‌های بارز آثار گرافیک در مقایسه با دیگر هنرهای دیداری - به طور مثال یک اثر نقاشی بردیوار یک موزه یا هر مکان دیگر- در این است که وقتی از اصل اثر صحبت می‌شود، با یک نسخه روبه‌رو نیستیم تا با ارایه یک فایل فشرده (zip) از اندازه واقعی آن یا ارایه عکسی از نحوه نمایش آن بر روی دیوار، بتوان مشکل بازانتشار آن را در یک وبسایت یا مجله برطرف ساخت. اصل طراحی، شامل همه نمونه‌هایی است که تکثیر و منتشر شده‌اند. بنابراین، تجربه اصلی طراحی، در واقع تجربه شکل تماس با این نمونه‌ها خواهد بود و از آنجا که «تفاوت در شکل تماس، دلالت‌های پیام را دگرگون می‌کند» (احمدی، ۱۳۸۵، ۴۵۲)، ارایه یک عکس از اثر به همراه اطلاعاتی دقیق و جامع، باز هم قادر به نمایش درک و دریافت‌های واقعی آن نخواهد بود. به عبارت دیگر، گرچه نیوارک سعی کرده است از «تصویری بسیار کوچک با عنوانی در زیر آن» (ص. ۷۹) فراتر رود اما راه حل او نیز با درجه معینی از انتزاع همراه است. ب) مکان مندی آثار گرافیک یکی دیگر از ویژگی‌های آنهاست که طراحی «= یک شیء فیزیکی واقعی» (ص. ۷۹) را معنا می‌بخشد. به طور مثال وقتی نیوارک به یک پوستر اشاره می‌کند درباره نادرستی بازانتشار آن می‌نویسد: «نه در اندازه‌ای نزدیک به ابعاد واقعی اش و نه هرگز بر روی دیوار» (ص. ۸۰). در مقابل باید پرسیده شود: کدام دیوار؟ در کدام نقطه شهر؟ در چه زمانی از شبانه روز و غیره. بدیهی است که مکان مندی طراحی موجب می‌شود که «یافت، تاروپود و تمامی رنگ و بوی» (ص. ۷۹) اثر در کنار عواملی نظیر نوروسایه و تأثیرات دیگر محیط، نمایش واقعی خود را پیدا کنند.



۱-۴-۱۲-۲- به نظر می‌رسد نویسنده در بحث خود، از دریافت مخاطبان از طراحی در نتیجه شکل ارایه اثر غفلت ورزیده است. آن چه که برای این مطلب صحه می‌گذارد این است که بحث او از اهمیت تجربه «اصل طراحی» (ص. ۷۹)، در نهایت به فراهم آوردن اطلاعاتی استاندارد برای «تاریخ و نقد طراحی گرافیک» (ص. ۸۰) فرو کاسته می‌شود؛ یعنی دریافت طراحان و منتقدان از طراحی و نه دریافت مخاطبان واقعی آن اثر.

بحث دیگری که نیوارک در «سخن آخر» دنبال می‌کند، مربوط به اهمیت تئوری است که در مقدمه مقاله حاضر و در بیان هدف کتاب به آن اشاره کردیم. توجه به نکات تأمل برانگیز و حتی پرسش‌های نیوارک، برای جامعه طراحان - به خصوص در کشور ما- ضروری است. او بحث خود را از پرسش‌های دیرینه و جدال برانگیزی که تئوری را بی‌اهمیت می‌خوانند آغاز کرده (ص. ۸۰) و در نهایت با پرسشی درباره

خود طراحان به پایان می‌برد (ص. ۸۲) و به درستی بر ماهیت غیر قابل تفکیک دو مقوله نظری و عملی طراحی گرافیک تأکید می‌ورزد.

۱-۵- تعریف مفاهیم در کتاب: مطالب بخش دوم کتاب شامل موارد ذیل است: آناتومی (ص. ۸۵ و ۸۴). الفبا (ص. ۸۷ و ۸۶)، مُدول‌ها (ص. ۸۹ و ۸۸)، تایپ‌فیس‌ها (ص. ۹۲-۹۰)، حروف دیجیتال (ص. ۹۵-۹۳)، نشانه‌های نوشتاری کامل (ص. ۹۷ و ۹۶)، زبان‌ها (ص. ۹۹ و ۹۸). تایپوگرافی (ص. ۱۰۱ و ۱۰۰)، گرید (ص. ۱۰۳ و ۱۰۲)، سلسله‌مراتب (ص. ۱۰۵ و ۱۰۴)، قوانین و دیگر تمهیدها (ص. ۱۰۷ و ۱۰۶). تصویرها (ص. ۱۰۹ و ۱۰۸)، تصویرگری (ص. ۱۱۳-۱۱۰)، عکاسی (ص. ۱۱۵ و ۱۱۴)، کاربرد عکاسی (ص. ۱۲۲-۱۱۶)، کلمه و تصویر (ص. ۱۳۱-۱۲۳). ابزار (ص. ۱۳۳ و ۱۳۲)، مداد (ص. ۱۳۵ و ۱۳۴)، مواد و مصالح (ص. ۱۳۷ و ۱۳۶)، کاغذ (ص. ۱۳۹ و ۱۳۸)، رایانه (ص. ۱۴۱ و ۱۴۰). قواعد (ص. ۱۴۳ و ۱۴۲)، نشانه‌ها (ص. ۱۴۷-۱۴۴)، هویت (ص. ۱۴۹ و ۱۴۸)، تبلیغات چاپی (ص. ۱۵۱ و ۱۵۰)، اطلاعات چاپی (ص. ۱۵۳ و ۱۵۲)، بسته‌بندی (ص. ۱۵۵ و ۱۵۴)، کتاب‌ها (ص. ۱۵۷ و ۱۵۶)، مجلات (ص. ۱۶۳-۱۵۸)، غرفه‌های نمایش‌گاهی (ص. ۱۶۵ و ۱۶۴)، تابلوها (ص. ۱۶۷ و ۱۶۶)، وب و فیلم (ص. ۱۷۱-۱۶۸).

نویسنده در این بخش، به تشریح برخی مفاهیم، اصول، و شاخه‌های فعالیت طراحی گرافیک می‌پردازد. دسته‌بندی برخی مباحث (نک: صص. ۱۰۷-۸۶)، مطرح‌کردن یک پرسش انتقادی (نک: ص. ۹۸)، یک دیدگاه استنتاجی (نک: پایان ص. ۱۰۰)، ادعایی قابل توجه (نک: ص. ۱۲۴)، دیدگاه تجدیدنظر طلب (نک: ص. ۱۴۲)، استنباط در دسته‌بندی روش‌های موجود (نک: ص. ۱۵۲) و مواردی مشابه آن، به همراه تصاویر متنوع و موفقی از آثار گرافیک همراه با توصیف و تحلیل‌های جالب توجه از نکات قوت این بخش است؛ اما متأسفانه این موارد، کوتاه، پراکنده، غیر قابل تکیه و ناکافی هستند. به طوری که پس از مطالعه، چند چالش مهم در این بخش و در ارتباط با کل کتاب دیده می‌شود: نخست باید پرسیده شود چرا توضیح مفاهیم، پس از یک بحث و جدل طولانی دربارهٔ مسائل تئوری موضوع، ارائه شده است؟ بهتر نبود نویسنده ابتدا راجع به مثلاً «تایپ‌فیس» به یک آرای مشترک با خواننده می‌رسید و سپس دربارهٔ آن در جای جای کتاب بحث می‌کرد (نک: صص. ۲۹، ۳۲، ۵۴، ۸۵ و غیره). دوم این که مطالب این بخش، بیشتر جنبهٔ مروری و گزارش دارد که به صورت کلی‌گویی ارائه شده‌اند. گاه مشخص نیست که هدف از این گریزهای کوتاه، مرور تاریخی (نک: ص. ۸۶)، تکرار بعضی مسائل بدیهی، توصیف ستایش‌گرانه (نک: ص. ۱۳۲)، نقد بی‌مناسبت - اگر چنان چه هدف، توصیف و تحلیل یک

آناتومی است - (نک: ص. ۱۵۸)، و دسته‌بندی بی‌اساس و بی‌مرجع (نک: ص. ۱۶۶) چیست؟ بازخوانی دوباره آرای صاحب‌نظران که گاه بدون دنبال‌کردن هدفی مشخص (نک: ص. ۱۲۴)، در کنار هم کلاژ شده‌اند (نک: ص. ۱۵۶) نیز بحث دیگری است. در مرتبه سوم این پرسش مطرح است که معیار انتخاب مطالب بخش دوم چه بوده است؟ زیرا جای خالی مطالب بسیاری دیده می‌شود که از آنها صحبتی به میان نیامده است و در مقابل، برخی مطالب با تفکیک ریزتری مورد اشاره قرار گرفته‌اند؛ نظیر: «سلسله‌مراتب» در کنار «قوانین و دیگر تمهیدها»، «عکاسی» به همراه «کاربرد عکاسی»، «ابزارها» در کنار «مداد»، «مواد و مصالح»، «کاغذ» و «رایانه» که می‌توانستند در یکدیگر ادغام شوند و تحت یک عنوان درآیند.



۲- نکاتی درباره ترجمه کتاب:

برگردانِ مرجان زاهدی از کتاب طراحی گرافیک چیست؟ در نهایت وضوح و روانی صورت گرفته و ایشان تلاش کرده‌اند تا ترجمه متن اصلی به زبان مقصد، کاملاً علمی و دقیق صورت گیرد. اما در روند مطالعه کتاب به مواردی برمی‌خوریم که گویا از قلم افتاده یا مورد اغماض قرار گرفته‌اند و شایسته است تا در چاپ‌های بعدی، بازبینی و اصلاح شوند. بدیهی است که اشاره به این موارد به هیچ روی ارزش‌های ترجمه ایشان نمی‌کاهد.

۲-۱- در ترجمه عبارت «حتا واژه تایپ‌فیس (typeface)، در فرهنگ واژگان تایپ، بر چهره‌ای اشاره دارد که ارائه می‌شود تا با مرکب چاپ شود» (ص. ۸۸)؛ به نظر می‌رسد تأثیر بحث مؤلف در جملات پیش از این و تأکید بر ماهیت فیزیکی تایپ، موجب اشتباه مترجم شده است. زیرا عبارت حاضر در جمله آخر به تعریف فونت (font) و شکل فیزیکی آن نزدیک شده (Ambrose and Harris, ۲۰۰۹, ۳۵)؛ برای توضیح تایپ‌فیس، ترجمه صحیح بایستی به این صورت می‌آمد: «حتا واژه تایپ‌فیس، در فرهنگ واژگان تایپ، بر چهره‌ای اشاره دارد که با مرکب چاپ ارائه می‌شود».

۲-۲- دقت در عبارت «حالت مدولی بخشی از یک فرایند است که از زمان‌های دور، حتا زمانی که حروف هنوز دست‌نویس بودند، بخشی از ساخت‌بندیِ موزون حروف چاپی بوده است» (ص. ۸۸)، بدون رجوع به متن اصلی نیز ایجاد چالش می‌کند. ترجمه اشتباه یک یا دو واژه موجب نادیده‌گرفتن سیر تاریخی بحث و ایجاد خدشه در کل عبارت شده است. در این جمله، به جای ترکیب

«دست‌نویس بودند»، «با دست‌رسامی می‌شده‌اند» و به جای «حروف چاپی» بایستی از «فرم حروف» استفاده می‌شد.

۲-۳- در عبارت: «جوامع منزوی بسیاری در جهان هستند که به مهارت طراحان تایپ نیاز دارند و توان پیوستن به دنیای مدرن را ندارند مگر زمانی که حروف الفبا، و طبعاً زبان‌شان، [دیگر نه به صورت متصل، بلکه] جدا جدا و رقمی نوشته شود» (ص. ۹۸)، مقصود مؤلف فرایند تبدیل اطلاعات به قالب دیجیتال (digital format) بوده است. اما برداشت مترجم و افزودن توضیح تکمیلی ایشان، موجب شده که خواننده کتاب تصور نماید دیدگاه مؤلف متضمن وجهی تبعیض و پیش‌داوری نسبت به فرهنگ‌های غیر غربی - چیزی که ژاک دریدا از آن با نام قوم‌مداری (ethnocentrism) اروپایی یاد نموده و نقد کرده - است. به هر صورت، قسمت پایانی این عبارت، کافی بود تا «به صورت رقمی (digitized) درآید» ترجمه می‌شد.

۲-۴- استفاده از یای نکره (یک) در ترجمه «پرتره یک نویسنده» (ص. ۱۱۰) که اشاره به نویسنده‌ای نوعی دارد، احتمالاً به دلیل بی‌اطلاعی از اختصاص داشتن تصویر مورد بحث به کوئنتین نیوارک بوده است. ترجمه صحیح «پرتره نویسنده کتاب» موجب آشناسدن خوانندگان با نویسنده کتاب می‌شود.

۲-۵- ترجمه کلمه Signs به «تابلوها» (ص. ۱۶۶)، تمامی ابعاد آن را در بر نمی‌گیرد. استفاده از «علامت‌ها» یا «علائم» صحیح‌تر و مصطلح‌تر است. باید توجه داشت که خود تابلو یک گونه از خانواده بزرگ علائم است.

۲-۶- مواردی نیز وجود دارند که به اشتباهات رخ داده در ارجاعات درون‌متنی، توضیحات پانویس‌ها و نظایر آن مربوط هستند و در اینجا به چند نمونه اشاره می‌شود:

۲-۶-۱- در ارجاع کتاب «شمایل‌های طراحی گرافیک» آمده است که به صفحه ۵۴ نگاه کنید (ص. ۶۹)، در حالی که صفحه صحیح، ۷۳ است. یا در ارجاع «سازماندهی محتوا» به صفحات ۱۰۰ و ۱۲۸ اشاره شده است (ص. ۱۶۴) در صورتی که صفحات ۱۲۳ و ۱۵۲ صحیح هستند.

۲-۶-۲- اسامی کارترین مک‌کوی و مدرسه کرنبروک در صفحه ۱۰۰ کتاب آمده و پانویس (ص. ۱۰۱) شده‌اند در حالی که هر دو پیش‌تر در صفحات ۵۹ و ۶۶ پانویس

شده بودند. اصولاً نیز معیار آوردن پانویس، بر اولین باری است که یک کلمه در متن می‌آید و بعد از آن نیازی به تکرار نیست زیرا موجب اطناب ملال‌آورد در روند مطالعه می‌شود. به همین ترتیب، تکرار در شرح اصطلاح «متن بسته و متن گشوده» در صفحات ۶۷ و سپس ۱۰۱ بی‌مورد است. مگر آنکه مترجم تشخیص دهد با توجه به متن مورد ترجمه، باید از منابع دیگری با دیدگاه‌هایی متفاوت به توضیح دوباره موضوع پرداخت؛ حال آنکه در اینجا هر دو توضیح یکی بوده و از یک منبع نیز هستند. حتی چنانچه لزومی بر مرور دوباره این توضیح حس شود - مثلاً برای خواننده‌ای که خواندن را از میانه کتاب آغاز کرده است - می‌توان به نمونه قبلی ارجاع داد نه اینکه یک پاراگراف نسبتاً طولانی را دوباره عیناً تکرار کرد.



۲-۶-۳- نحوه آوردن پانویس‌های متن، شرح تصاویر و یادداشت‌های مترجم، به دلیل استفاده نکردن از علامت‌های متمایز (مثلاً عددی و حروفی)، ایجاد سردرگمی می‌کند. برای نمونه چنانچه به بخش «طراحی چگونه متحول می‌شود؟» (صص. ۴۸-۵۶) نگاه کنیم این موضوع را درمی‌یابیم.

۲-۶-۴- گاه یک نام با دو املائی متفاوت آمده است نظیر: «مایکل بیروت» (ص. ۳۲) و «میشل بیرات» (ص. ۷۸) که هر دو ترجمه‌ای از Michael Bierut هستند.

۲-۶-۵- متأسفانه مترجم در شرح توضیحات پانویس‌ها، منابعی که از آنها بهره برده را قید نکرده‌اند. به جز دو مورد (صص. ۶۷ و ۱۰۱)، بقیه توضیحات که متنوع و تخصصی نیز هستند، بدون منبع آمده‌اند (صص. ۱۸، ۳۲، ۴۲، ۴۶، ۴۸، ۵۹، ۶۶، ۶۷، ۸۶، ۹۰، ۹۱، ۹۵، ۱۱۱، ۱۵۲، ۱۵۸، ۱۶۷).

۲-۷- در ترجمه کتاب حاضر، دو بخش و به عبارتی نیمی از کتاب حذف شده است. به طور دقیق بخش‌های اصلی کتاب عبارت بوده‌اند از: (Issues, ۶-۶۱)، (Anatomy, ۶۲-۱۴۷)، (Portfolios, ۱۴۸-۲۴۹) و (Etcetera, ۲۵۰-۲۵۶). گرچه بخش‌های هر کتابی از برنامه و هدفی برخوردارند؛ یا در بعضی موارد، این حذف ایجاد خلل کرده است (نظیر هنگامی که نویسنده با تأکید می‌گوید: «و در این کتاب کوچکی ساتو» (ص. ۱۱۰) اما هیچ نشانی نمی‌توان در متن ترجمه یافت زیرا در بخش سوم متن اصلی، از این طراح و آثارش صحبت شده؛ اما باز هم نظر مترجم که گاه با مشورت ناشر صورت می‌گیرد در این باره قابل احترام و توجه است. احتمالاً برای این کار دلیلی وجود داشته است اما بی‌مناسبت نبود تا در یادداشتی با عنوان مقدمه مترجم یا سخن ناشر این موضوع را با خوانندگان نیز مطرح می‌کردند.

۸-۲- موجب تعجب است که چند تصویر و شرح آنها به کتاب اضافه شده است! تصویری از یک سکه دوره هخامنشی (ص. ۴۸) و تایپ فیس میترا (ص. ۹۵). آیا نویسنده در روند نگارش کتاب، این موارد را انتخاب کرده است؟ خیر. بنابراین چنین برخوردی موجب تحریف محتوای کتاب می‌شود و گونه‌ای منفی از انتقال فرهنگی (cultural transmission) محسوب می‌گردد. اگر ما برآنیم که مطلبی را با خواننده مطرح سازیم^{۱۲} جای آن در متن اصلی کتاب نیست بلکه می‌توان در پانویس یا در بخشی با عنوان ضمیمه در پایان کتاب به این موضوع اشاره کرد. در ادامه همین بحث، البته ذکر این مطلب لازم است که این موضوع را نباید با توجه مترجم در مواردی نظیر: افزودن دو ردیف ترجمه به یک جدول (ص. ۸۷) یا آوردن دو نمونه قلم متفاوت در موقعیتی مشابه متن اصلی کتاب (ص. ۹۲) اشتباه گرفت. در این موارد، برخورد مترجم صحیح و بیانگر دقت و کوشش او در ترجمه کتاب برای فرهنگی دیگر است.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهاد

مقاله حاضر به بررسی و نقد کتاب طراحی گرافیک چیست؟ نوشته کونتین نیوارک پرداخته است. جزئیات مباحث کتاب، در مقاله مورد واکاوی قرار گرفته، از ویژگی‌ها و کاستی‌های آنها بحث شده است و کلیات آن در این شرح مختصر بیان می‌شود که: الف) طراحی گرافیک چیست؟ کتابی قابل توجه در حوزه تئوری طراحی گرافیک و شناساندن برخی ابعاد نظری آن است و باید اذعان داشت که نویسنده تا حدود زیادی به هدف کتاب دست یافته است. یکی از نکات مثبت کتاب حاضر در این است که طراحی گرافیک را فراتر از طراحی آثار چاپی مورد بررسی قرار داده و از ابعاد دیگر آن -گرچه اندک و گذرا- یعنی طراحی آثار متحرک (سکانسی) و طراحی آثار محیطی نیز یاد کرده است. مجموعه آثار که به انتخاب نویسنده فراهم آمده، نمونه‌های موفق و متنوعی از طراحی را شامل می‌شود و تجزیه و تحلیل آنها همگام با مباحث کتاب، به عمق بحث‌ها افزوده است. ب) در بیان نکات ضعف کتاب نیز اشاره به این مورد لازم است که نویسنده، در بحث‌ها گاه دچار سوگیری شده است در حالی که علمی‌تر بود تا به دور از هرگونه قطعیت‌نگری، ابعاد موضوع را بررسی و تحلیل می‌کرد. به هر ترتیب، با آنکه رهیافت پژوهشی نویسنده در کتاب حاضر با مشکلاتی روبه‌رو است و روش او علمی نیست، اما چشم‌انداز قابل تأملی از مسائل را ارائه می‌دهد که گامی است در روند رشد «نهال» تئوری طراحی.

در چکیده و مقدمه مقاله حاضر به برخی مسائل نظری طراحی گرافیک در ایران اشاره شد؛ نویسنده این سطور قبلاً نیز در همین فصلنامه و در مقاله

«آموزه‌های هنرپژوهی» به بیان برخی چالش‌های هنرپژوهی و راه‌کارهای حل آن پرداخته است. طریق صحیح آن است که هدف از نقد و بررسی کتاب‌ها ایجاد پلی میان کتاب و مخاطبان و در پی آن، ارتقای سطح کیفی جامعه در موضوع مورد بحث باشد. لذا در اینجا به منظور مرتفع‌ساختن برخی مشکلات فعلی پژوهش و مباحث نظری طراحی گرافیک در جامعه ما پیشنهاد می‌شود:

۱. به ترجمه و تألیف کتاب‌هایی که به مبانی پارادایمی روش و رویکردهای تحقیق می‌پردازند و به‌طور خاص به طراحی گرافیک اختصاص دارند، توجه بیشتری شود. این کتاب‌ها یکی از نیازهای اساسی دانشجویان و فعالان رشته گرافیک است تا بتوانند با ابعاد روش‌شناسانه تحقیق و چگونگی راهبرد مباحث نظری آشنا شوند. تاکنون کتاب‌های مفیدی نظیر: «روش‌شناسی هنر» نوشته لوری آدامز و «راهنمای تحقیق و نگارش در هنر» نوشته سیلوان بارنت در ایران ترجمه و منتشر شده است اما این موارد اصلاً کافی نیست و نیاز به کتاب‌های دیگر و به عبارتی تخصصی‌تر دیده می‌شود؛ کتاب‌هایی نظیر:

“Visual Research; An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design” by: Ian Noble and Russell Bestley. “Introduction to Graphic Design Methodologies and Processes: Understanding Theory and Application”. by: John Bowers. “Design Research; Investigation for successful creative solutions” by: Neil Leonard and Gavin Ambrose.

۲. به مباحث و رویکردهای میان‌رشته‌ای در پژوهش‌های علمی اهمیت بیشتری داده شود. مطالعات میان‌رشته‌ای یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین راه‌های توسعه اندیشه‌های نظری - در معنای گسترده آن - در رشته‌های مختلف است. آنچه که طراحی گرافیک را به فراسوی مرزهای پیشین خود در سال‌های اخیر برده است، نه نوجویی صرف گروهی از طراحان، بلکه اندیشه و کار میان‌رشته‌ای آنها بوده است که کرانه‌های آن از علوم تا هنرها و دیگر زمینه‌های انسانی و اجتماعی گسترده شده است؛ و این همان جایی است که آینده تئوری طراحی گرافیک قرار می‌گیرد.

پی‌نوشت‌ها:

۱. یادآور مقاله مشهوری از میشل فوکو با عنوان «مؤلف چیست؟».
۲. این اصطلاح فرانسوی، تا حدود زیادی معادل واژه انگلیسی layout در طراحی گرافیک می‌باشد که در ایران «صفحه‌آرایی» ترجمه شده است.
۳. کارکرد سبک (ص. ۲۸) را با هدف گرید (ص. ۱۰۲) از منظر نویسنده مقایسه کنید!
۴. پیش از این، استیون هلرو و سیمور چوآست در کتاب‌های ذیل به بحث از سبک در طراحی گرافیک پرداخته‌اند: (Graphic Style From Victorian to Post)



(Graphic Style From Victorian to Digital, 2001), (Graphic Style From Victorian to New Century, 2011), (Graphic Style Lab: Develop Your Own Style with 50 Hands-On Exercises, 2015).

۵. این تفاوت‌ها - در بحث از سبک - به طور خلاصه شامل انتخاب موضوع، آفریدن محتوا، و به‌کارگیری مواد و ابزار می‌شود که دو مورد اول، عمدتاً در اختیار طراح گرافیک نیست و عامل سوم به دلیل استفاده از روند تولید و تکثیر با کمک تکنولوژی، به ندرت جنبه شخصی پیدا می‌کند. بنابراین طراحان اغلب به خصوصیت‌های متمایزکننده دیداری و ویژگی‌های قابل تأمل در فرم آثارشان تأکید می‌ورزند.

۶. سبکی که به قول فیلیپ بی. مگن: «در خاکستر جنگ جهانی اول از بین رفت» (۲۵۰، ۱۳۸۴).

۷. در بخشی از بیانیه «نخستین چیزها، نخست» نوشته کین گارلند که نیوارک از آن به عنوان پاسخی معتدل و ملایم یاد می‌کند (ص. ۵۹) آمده است: «ما از لغو تبلیغات پرفشار برای جلب نظر مصرف‌کننده حمایت نمی‌کنیم؛ این امکان پذیر نیست. ما خواهان حذف هیچ‌یک از چیزهای خوش‌آیند زندگی هم نیستیم. ما واژگون‌سازی اولویت‌ها را پیشنهاد می‌کنیم» (ص. ۶۰).

۸. مقصود او مجلاتی است که با فرهنگ تجاری هم‌چون پدیده‌ای از لحاظ فکری مخرب برخورد می‌کنند (ص. ۶۲).

۹. به دلیل وابستگی طراحی به سرمایه.

۱۰. چاپ نخست کتاب نیوارک مربوط به سال ۲۰۰۲ میلادی است.

۱۱. گرچه نویسنده از ژاک دریدا فیلسوف الجزایری-فرانسوی یاد کرده است و تنها در دو کلمه «همتابیان نظریه‌پردازش» (ص. ۶۴) به دیگر اندیشمندان این حوزه اشاره دارد اما قابل ذکر است که پس‌اساختارگرایی نه تنها ساخت‌گشایی دریدا، بلکه نظریه گفتمان میشل فوکو، پست‌مدرنیسم فرانسوا لیوتار، واقعیت مجازی ژان بودریار و اندیشه‌های فمینیست ژولیا کریستوا را هم دربر می‌گیرد (ضمیران، ۱۳۹۳).

۱۲. سابقه این نقد به نظریات والتر بنیامین برمی‌گردد، نک: (ضمیران، ۱۳۹۳: ۲۹۰).

۱۳. با Artwork اشتباه نشود.

۱۴. اهمیت تماس با اثر هنری، ریشه‌های بحثی را تشکیل می‌دهد که اندیشمندان مختلفی آن را ژرف‌ساخت آموزه‌های خود قرار داده‌اند. نظریه گوتولد لسینگ Gotthold Lessing درباره اینکه هر هنری می‌باید به رسانه خاص خود مجهز باشد، نظریه والتر بنیامین در «اثر هنری در دوران تکثیر مکانیکی» و بالاخره ارجاع به شکل تماس با آثار در آرای مارشال مک‌لوهان مواردی از این بحث‌اند (احمدی، ۱۳۸۵).

۱۵. خود او بیش تر، بهترین امید به منظور رسیدن به شناختی گسترده از طراحان گرافیک را در «انتشار، معرفی و نمایش پهناورترین گستره ممکن از آثار گذشته بر روی وب»، عنوان کرده است (ص. ۷۸).

۱۶. سابقه این بحث به واژه یونانی می‌مسیس (mimesis) بازمی‌گردد که از آموزه‌های مسلط در گستره هنر بوده است. از نگاه تاریخ، این واژه فراز و نشیب‌های گوناگونی را طی نموده و در هر دوره و عهده‌ی از ادوار تاریخ غرب، بار معناشناختی خاصی را به دوش کشیده است (ضیمران، ۱۳۹۳، ۱۰۱).

۱۷. محتملاً این نکته، سکه دست‌ساز یونانی که نویسنده به عنوان نخستین طراحی گرافیک از آن یاد می‌کند مربوط به ۴۵۰ سال پیش از میلاد مسیح است و حال آنکه سکه دوره هخامنشی مربوط به ۴۸۵ تا ۴۶۵ پیش از میلاد است.



منابع و مأخذ

- احمدی، بابک. حقیقت و زیبایی. چاپ دوازدهم. تهران: مرکز، ۱۳۸۵.
- پاکباز، رویین. دایره‌المعارف هنر. چاپ پنجم. تهران: فرهنگ معاصر، ۱۳۸۵.
- ضیمران، محمد. مبانی فلسفی نقد و نظر در هنر. تهران: نقش جهان، ۱۳۹۳.
- مگز، فیلیپ بی. تاریخ طراحی گرافیک. ترجمه ناهید اعظم فراست و غلامحسین فتح‌اله نوری. تهران: سمت، ۱۳۸۴.
- نیوآرک، کوئنتین. طراحی گرافیک چیست؟. برگردان مرجان زاهدی. تهران: مشکی، ۱۳۹۴.
- هولیس، ریچارد. تاریخچه‌ای از طراحی گرافیک. ترجمه سیما مشتاقی. تهران: سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۸۱.
- Ambrose, Gavin and Harris, Paul. *The Fundamentals of Graphic Design*. United Kingdom: AVA Publishing, 2009.
- Craig, James and Barton, Bruce. *Thirty Centuries of Graphic Design*. New York: Watson-Guption, 1987.
- Heller, Steven and Chwast, Seymour. *Graphic Style: From Victorian to Digital*. New York: Harry N. Abrams, 2001.
- Newark, Quentin. *What is graphic design?*. United Kingdom: RotoVision, 2002.