



کانون بُعدوم با سال‌ها تجربه و استفاده از طراحان گرافیک متخصص آماده اجرای تمام پروژه‌های طراحی گرافیک تجاری می‌باشد. برخی از نمونه کارهای این کانون را می‌توانید در گالری تصاویر همین وب سایت مشاهده فرمایید.

اجرای پروژه‌های طراحی گرافیک اعم از آرم، نشانه (لوگو)، کاتالوگ، بروشور، فولدر، بیلبرد، پوستر، ست اداری، دفترچه راهنما، بسته بندی، صفحات وب، مجله، روزنامه، کتاب، پیکتوگرام، کاراکتر، کارت ویزیت، بنر، فلکس، ونیل و ...

واژه گرافیک از واژه یونانی **graphein** گرفته شده که به معنای حک کردن، کشیدن و نوشتن است. در گذشته واژه گرافیک به طور کلی نقاشی و رسم را شامل می شد اما امروزه این واژه عمدتاً به تکنیک های تکثیر و نسخه برداری و بعضی از شیوه های چاپ که در کنار رسم، نقاشی، مجسمه سازی، حکاکی بر روی چوب و فلز زنی شاخه مستقلی از هنر را تشکیل می دهند، اطلاق می شود.

مفهوم امروزی گرافیک، به تدریج پس از انقلاب صنعتی شکل گرفته است. طراحی آرم و پوستر، تبلیغ مجله ای و روزنامه ای، بروشور و کاتالوگ، بسته بندی زیبا و چشم نواز برای تولیدات مختلف، کارت های ویزیت و اوراق اداری همه بر اثر نیاز به فروش محصول تولید شده توسط ماشین که نسبت به دوران قبل از انقلاب صنعتی، مقدار آن بسیار فزونی یافت.

واضح است که در حیطه ی هنر، دستیابی به تعاریف بسیار دقیق که در شرایط و زمان های مختلف صادق باشند، میسر نیست و تلاش برای رسیدن به آن هم معنی ندارد. در سال ۱۳۵۴، سندیگای طراحان گرافیکی که تازه در ایران تأسیس شده بود، گرافیک را چنین تعریف کرد: «**یک اثر گرافیک، پیامی است تصویری که نیت تکثیر در ذات آن باشد**». در این تعریف «تکثیر»، محور اصلی بود و شاید برای آن سال ها به عنوان ویژگی مهم گرافیک، تأکید مناسبی بود.

دو دهه ی بعد، در میزگردی با حضور برخی از اساتید گرافیک ایران، تعریف کوتاه «زبان بصری جهان بدون مرز» برای گرافیک پیشنهاد شد. و تعریفی که اکنون انجمن صنفی طراحان گرافیک پیشنهاد می کنند چنین است: «ارائه راه حل مناسب بصری برای تسهیل در ارتباطات مورد نیاز جامعه».

ارتباط گرافیک و تبلیغات

در اوایل قرن ۱۹ مخترعی به نام آلوییز سفنلدر لیتوگرافی یا چاپ سنگی را به فهرست شیوه های گوناگون چاپ اضافه کرد سری گرافی یا چاپ از طریق سیلک اسکرین امکانات پیشرفته تری را عرضه داشت. از آن پس تکنیک افست دستی و تکنیک های چندان پیچیده افق تازه ای را پیش روی هنرمندان این رشته گشود. آثار چاپی که با مدد جستن از تمامی این فرایندهای گرافیکی ارائه می شوند شکلی از هنرهای زیبا هستند که ساختار دویبعدی دارند و به جهت این که اصل آن طرح اولیه و یا نسخه چاپ نیست و بلکه یک صفحه یا توده برجسته است که در چاپ مورد استفاده قرار می گیرد. با رسم و نقاشی تفاوت



دارند. از دیدگاه جامعه‌شناسی این تکنیک گرافیکی سبب می‌شود تا افراد بیشتری بتوانند به آن اثر دست یا بند. از این رو گرافیک حرکت مرئی ساختن و یا مرئی شدن آثار فرهنگی و هنری را در قرن ۱۵ فراهم ساخت.

با وجود آن که آثار گرافیکی با این مفهوم خاص می‌توانستند صرفاً حامل پیام‌های هنری و با همان موضوعات و سبک‌های به کار گرفته شده در رسم و نقاشی باشند اما در حقیقت به گونه‌ای منحصر به فرد و غیر منتظره، پیام رسان مفاهیم سیاسی، مذهبی و اقتصادی یا به بیانی مفاهیم غیر هنری شدند. آن دسته از آثار گرافیکی که ماهیت اطلاع‌رسانی داشته باشند، خواه از ارزش هنری برخوردار باشند یا نباشند، در مقوله‌ی هنر کاربردی یا هنر مأموریت داده شده می‌گنجد. این امر در خلال سال‌های گذشته، پیشرفت سریعی داشته است و آن چیزی شده است که ما امروز آن را به عنوان هنر تجاری یا طرح گرافیکی می‌شناسیم.

یکی از شگرد‌های هنر گرافیک برای ارائه این اهداف عملی، ترکیب دقیق و ماهرانه تصویر و نوشته است. پیام‌های کلامی و تصویری در نمونه‌های در حال تغییر تحت تاثیر متقابل و مکمل یکدیگرند. چگونگی این تأثیر و تأثر به ماهیت کار و شناخت هدف سبک مورد استفاده در زمان مورد نظر و همچنین سبک هنرمند برای بیان مفهوم دیدگاه‌ها و خواسته‌های مخاطبین بستگی دارد. این جا دو حالت وجود دارد، یک اثری که پیام‌اش را تنها از طریق کلام (ارتباط کلامی) بیان می‌دارد، و حالت دومی، اثری که پیام‌اش را تنها از طریق تصویر (ارتباط تصویری) عرضه می‌دارد. به بیانی دیگر طراح گرافیکی، در حالت اول بدون تصویر و در حالت دوم بدون نوشته است. اگر چه ترکیب طبیعی تصویر و نوشته نشان می‌دهد که طراح گرافیکی از دو سیستم ارتباطی کاملاً متفاوت با یکدیگر، برخوردار است اما نوشته یا کلام به عنوان جایگاه یا محل واژه‌ها و تصویر به عنوان یک اثر خطی، صریح و چند رنگ و یا گاهی نیز تفسیر سه بعدی اشیاء و مفاهیم انتزاعی مطرح می‌باشند، از این رو، طرح گرافیکی نقش عمده خود را در تاریخ پدیده خط و نگارش نشان می‌دهد، همان گونه که در پدیده هنر نیز چنین نقشی دارد.

هنر گرافیک با قالبی تصویری مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تبلیغات با بهره‌گیری ۱۰۰٪ از این هنر مهر تأییدی بر این ارتباط متقابل می‌گذارد. صورت‌های بزرگ و کوچک تصویری به انواع و اشکال متفاوت، اعم از آگهی‌های چاپی در روزنامه‌ها، مجلات، بیلبوردهای بزرگ، بدنه‌ی وسایل حمل و نقل، پوسترها و غیره همگی حکایت از ارتباط گرافیک و تبلیغات دارند. آثار تبلیغاتی با تصاویر و شعارهای تحریک و ترغیب‌کننده خود از طراحی گرافیک برخوردارند. قوه‌ی خلاقیت و سواد تصویری هنرمند گرافیکست همراه با نظریات متخصصین علم تبلیغات در یکدیگر ادغام شده و اثری به وجود می‌آورد که وظیفه مهمی چون تأثیرگذاری و تغییر نحوه نگرش و تصمیم‌گیری بر مخاطب را بر عهده دارد. می‌توان گفت که هر دو مورد، گرافیک و علم تبلیغات به تنهایی قادر به حرکت تبلیغاتی و تأثیرگذار نخواهند بود. این جا منظور تنها زیبایی اثر از نظر مبانی نمی‌باشد. اثر تبلیغاتی با مخاطبین گوناگون سر و کار دارد. بنابراین باید نیازهای آنان را بشناسد و به فرهنگ و تفکر مردم نزدیک باشد. با در کنار هم قرار گرفتن این دو، قادر به حرکتی نوین و تأثیرگذار خواهد بود.

هنر گرافیک از این جهت فرهنگ ساز است که در جامعه تأثیرگذاری‌اش بسیار بیشتر از هنرهای دیگر است. حتی هنرهای دیگر را کم و بیش عرضه می‌کند و معمولاً، مخاطب طالب دیدار است و برای دیدن یا شنیدن مراجعه می‌کند و این هنر گرافیک است که هنرش در سر راه دیدارکنندگان قرار می‌گیرد و مشاهده کارش را تحمیل می‌کند.

منبع (<http://www.candoartco.com>)