

هنر گرافیک، (ارتباط تصویری) ریشه های بسیار عمیقی در گذشته دارد. می توان گفت زمانی که انسان نخستین برای پیداکردن احتیاجات غذایی خود به شکار می رفت و رد پای شکار را دنبال می کرد. به کمک یک نشانه گرافیک جستجوی خود را ادامه می داد. سرگذشت این هنر با تصاویر ما قبل تاریخی که بر تکه های استخوان، کنده کاری یا بر دیوار غارها نقاشی شده اند آغاز می شود.

این تصاویر، از نخستین کوشش های انسان برای انتقال بصری پیام حکایت دارد که همان جوهره ی طراحی گرافیک است.

کارکرد این تصاویر که در ردیف نخستین عوامل ارتباط بصری انسان بوده است، غالباً کاربردی - مذهبی، جادویی یا نمادین بوده است و بسیار بعید به نظر می رسد که هدف اولیه انسان از بوجود آوردن آنها، خلق "اشیای زیبا" بوده باشد. به همین سبب می توان آن ها را نخستین شکل ارتباط بصری به شمار می رود.

نمایشی ترین نمونه های این تصاویر را می توان بر دیوار و سقف نمادهای لاسکو در جنوب فرانسه، آلتامیرا در شمال اسپانیا و میر کلاس در لرستان ایران مشاهده کرد. این تصاویر، نماد اشیای موجود در دنیای انسان های نخستین بوده است.

حدود ده هزار سال پیش از میلاد، در دوره نوسنگی به تدریج دگرگونی های اجتماعی مهمی صورت گرفت. انسان کشاورزی را آموخته بود و میتوانست در مزارع سکنا گزیند. به همین سبب نیازی به مهاجرت و دنبال کردن گله های بزرگ برای تأمین احتیاجات خود نداشت. جوامع کشاورزی شکل گرفت و کشاورزی راهی جدید برای بقای انسان شد. کاشت دانه های گیاهی و اهلی کردن حیوانات، تولید غذا را افزایش داد و همین علت موجب بوجود آمدن داد و ستد و مبادله محصولات مازاد کشاورزی با جوامع همسایه شد. پیچیده تر شدن جوامع انسانی، نیازهای جدیدی بوجود آورد و حرفه های تخصصی گسترش یافت. سفالگری برای پخت غذا و ذخیره کردن آن، فلزکاری برای ساختن ابزارهای کارآمد و بافندگی و رنگرزی برای تأمین لباس و پوشاک.

گسترش کشاورزی، تولید و داد و ستد و نظم اجتماعی تازه ای را در پی داشت. نقاشی های غارها در عصر پارینه سنگی و تزیینات هندسی ظریفی که بر روی ابزار، سلاح ها و ظروف دوره ی نوسنگی دیده می شود، گویای آن است که انسان های نخستین به یقین از ادراک زیبایی و ذوق طراحی برخوردار بوده اند. با رشد فرهنگ و گسترش داد و ستد، نیاز به نوشتن افزایش یافت. حدود نه هزار سال پیش از میلاد نخستین نظام عملی ثبت و در واقع شکل ابتدایی زبان نوشتار در بین النهرین شکل گرفت. این نظام، بر پایه بهره گیری از نشانه ها و علامت هایی سفالی استوار بود که به صورت مجموعه ای از اشکال ساده همچون صفحات گرد، کره ها و مخروط ها قالب ریزی شده بودند و هر یک معرف حیوان، گیاه یا شی ای متفاوت شمرده می شدند. با این نشانه ها محاسبه ی اموال و دارایی ها و شرکت در داد و

سند میسر شد. این شیوه ثبت، برگرفته از کاربرد اولیه نشانه هایی بود که چوپانان به کمک آنها شمار رمه های خود را به ثبت می رساندند. زبان نوشتار را نخستین بار سومری ها پدید آوردند. به عقیده مورخان، این زبان، مشکل توسعه یافته ای از کاربرد علائم سفالین، برای ثبت املاک و کنترل کالا بوده است. سومریان به زودی پی بردند که طراحی ساده ترین خط ها نیز برای ثبت، بسیار کند است و به جای آن می توان شکل های انتزاعی تصاویر را با فشار استیلوس^۱ در گل رس مرطوب خلق کرد. رسم کردن این علائم جدید، سریع تر از کشیدن تصاویر خطی قدیمی بود. این علائم را که امروزه خط میخی می نامیم، موجب پیدایش نخستین زبان نوشتاری براساس علائم انتزاعی شدند. علائم خط میخی برای نگارش زبان های باستانی همچون اکدی، ایلامی و هیتی سازگار شدند. با زوال این تمدن ها، کاربرد علائم میخی نیز به تدریج رنگ باختند و در آغاز دوره مسیحی، خط میخی بطور کامل فراموش شد.

نخستین تصاویر بازمانده از انسان، موسوم به تصویر نگارها، نشانه هایی معرف اشیاء اند. با پیچیده تر شدن جامعه انسانی، ارتباط بصری نیز پیچیده تر شد. تصویر نگارها رفته رفته معانی گسترده تری یافتند و دیگر منحصر به نمایش اشیاء و وسایل نبودند. بلکه بیانگر ملاحظات پیچیده تری چون اعمال و اندیشه ها نیز بودند (تصویر صفحه ۱۶)

به عنوان مثال دیگر نیاز نبود طرح ساده شده خورشید تنها نمایانگر خورشید باشد، بلکه می توانست معنای روز یا زمان را نیز در برگیرد. به همین سان، نشانه ی پا نیز می توانست معنای ایستادن یا راه رفتن بدهد. ما اکنون این قبیل تصویر نگاره ها را که معانی گسترده تری دارند، اندیشه نگاره میخوانیم. زیرا اعمال و اندیشه ها را بیان می کنند. زبان چینی نمونه ای از زبان نوشتاری جدیدی است که در وهله ی نخست اندیشه نگارانه است. این تحول، در ارتباط بصری از تصویر نگار، به اندیشه نگارها، نشانه ی گامی مهم در تکامل زبان نوشتار به شمار می آید.

* مصر

نخستین نوشته مصری، متعلق به حذف ۳۰۰۰ سال پیش از میلاد، نوعی تصویر نوشته است که از علائم تصویر نگار و اندیشه نگار توأمان بهره می گیرد. این شکل نگارش "هیروگلیف" نامیده می شود که به زبان یونانی به معنای "کنده کاری مقدس" معنی می دهد. بطور مثال در این شیوه نگارش، علامت مخصوص جغد می توانست خود جغد (تصویر نگار) یا خصوصیات تداعی شده با جغد، نظیر خرد (اندیشه نگار) را بیان دارد.

هیروگلیف ها از نظر شکل و فرم کاملاً بی پیرایه بودند و با تزئین معابر، مقابر و بناهای یادبود کاملاً تناسب داشتند. هیروگلیف ها همچنین به صورت کنده کاری شده بر سنگ، نقاشی شده بر گچ، بریده شده بر چوب و نوشته شده با قلم مو و قلم بر پایه رس یافته شده اند. زیبایی شناسی، نقش عمده ای در نگارش هیروگلیف داشت. زیبایی به اندازه وضوح حائز اهمیت بود.

^۱ وسیله ای که با فشار آن بر گل رس تصاویری گوه مانند پدید می آید. Stylis

برای رسیدن به این مقصود، کاتبان از نخستین سال های کودکی، تعلیمات طاقت فرسایی را پشت سر می نهادند. آنها نخست خواندن صدها متن هیروگلیف را فرا می گرفتند و سپس برای ارائه موزون و آراسته کار خود، مهارت لازم را کسب می کردند. هیروگلیف ها پاسخگوی ثبت و دیگر مقاصد تجاری نبودند و بسیار پیچیده بوده و مناسب برای تند نویسی با قلم نی یا قلم مو بر پاپیروس نبودند. بعدها برای حل این مسئله، خط دیگری به نام "هیراتیک" بوجود آمد. هیراتیک حدود ۲۰۰۰ سال پیش از میلاد مسیح به تکامل رسیده و نسخه ساده شده و کلی هیروگلیف بود و تبدیل به خط اصلی تجارت، قانون و علم شد. با گذشت زمان و کسب مهارت های نوشتاری (تصویر ۲) از سوی مردم، سبک هیراتیک نیز جوابگوی نیازهای نوشتاری روزمره نبود. به همین سبب حدود ۵۰۰ سال پیش از میلاد، سبک نوشتاری جدیدی موسوم به "دموتیک" کاربرد یافت.

* فنیقی ها که تجاری موفق بودند، به نظام نوشتاری کارآمدی برای ثبت نیاز داشتند و برای این منظور، ایده ی به کار گیری علائمی را که معرف صدای هجاها باشند از سوی سومریان و مصری ها برگرفتند و آن را یک گام فراتر بردند. (تصویر ص ۳)

* یونانی ها الفبای فنیقی را نزدیک به ۸۰۰ سال پیش از میلاد در دوران توسعه تجارت تعدیل کردند. آنان علاوه بر شکل حروف، اسامی الفبای فنیقی را نیز برگرفتند. نخستین نمونه شناخته شده نگارش یونانی براساس الفبای فنیقی روی یک گلدان دیپیلون متعلق به حدود ۷۰۰ سال پیش از میلاد پیدا شده است. یونانی ها اصلاحات مهمی در شکل حروف و اسامی الفبای فنیقی بوجود آوردند. از آن جا که در زبان گفتاری یونانی بر حروف صدا دار تکیه می شده، آنان برای پنج مورد از این حروف یعنی A, E, I, O, U علائم دیگری در نظر گرفتند. آنان با این کار، الفبایی متشکل از بیست و پنج حرف پدید آوردند که پاسخگوی همه حروف مهم زبانشان بود. افزودن علائمی برای حروف صدا دار و بی صدا، گام نهایی در آفرینش الفبای آوایی بود. یونانی ها جهت نگارش راست به چپ فنیقی ها را نیز برگرفتند.

در سال ۴۰۲ پیش از میلاد، آتن به طور رسمی الفبای "ایونی" را برگزید.

* رومی ها اندکی پس از سال ۷۰۰ پیش از میلاد، الفبای آوایی یونانی ها را برگرفتند. از آن جا که رومی ها به زبان لاتینی، زبانی متفاوت با یونانی سخن می گفتند. نیاز به انطباق این الفبا با زبان خود داشتند.

رومی ها با حروف یونانی الفبایی بیست و سه حرفی پدید آوردند که پاسخگوی نگارش لاتین باشد.

قرون وسطا

در اوایل قرون وسطا، کشیشان و راهبان که خود را وارثان فرهنگ و سنت امپراتوری روم می دانستند، از طریق شبکه کلیساها و دیرهای خود، مسیحیت را نشر دادند و زبان لاتین و بقایای دانش کلاسیک را زنده نگه داشتند. در آغاز رایج ترین سبک نوشتار، حروف بزرگ چهارگوش رومی بود. اما به تدریج این خطوط موجب تکامل خطوط محلی دیگری شدند. فراوانی این خط های محلی، مکاتبه را مشکل می ساخت. پس از سال ۸۰۰ میلادی، امپراتور شارلمانی، توجه خود را به وحدت قلمروهای خود معطوف کرد. یکی از راه های انسجام بخشیدن به این امپراتوری تازه

شکل گرفته، اتخاذ سبک نوشتار رسمی واحد برای کل امپراتوری بود. خط جدیدی که امروزه به کارولنژی موسوم است، دستاورد این یکسان سازی بود. همراه فروپاشی امپراتوری شارلمانی، موجی از سبک های نوشتاری جدید بوجود آمدند. در این دوره گرایش به شکل حروف باریکتر پدید آمد که موجب می شد مطالب بیشتری در فضایی یکسان به نگارش درآید و در مصرف پوست های کمیاب و گران قیمت گوساله و بره صرفه جویی شود. اوج قرون وسطا یا دوره رومانسک (رومیایی) تقریباً سال ۱۰۰۰ تا ۱۲۰۰ میلادی را در برمی گیرد. دلیل این نامگذاری، معماری یادمانی این دوره است که تصور می شود به سبک رومی تعلق دارد. در دوره رومانسک شکل های گرد و باز حروف کوچک کارولنژی فشرده تر و زاویه دارتر شد. این موضوع به ویژه درباره شمال اروپا مصداق داشت. فضای بین حروف، کلمات و سطرها نیز کاهش یافت به طوری که صفحه کاغذ تیره تر و متراکم تر به نظر می رسید (تصویر ۴)

در مقابل، حروف نمایشی، سرفصل تزئینی تر و گل و گیاه در آن ها بیش تر و گاه حیوانات عجیب نیز در آن جای داده می شدند. در دوره رومانسک، شاهد افزایش تعداد کلیساها و دیدها و در نتیجه افزایش دست نوشته ها هستیم. راهب ها در اتاق های نسخه نویسی به کار می پرداختند و برای دو بازار عمده، کتاب تهیه می کردند. دست نوشته های مجلل برای اشراف و پادشاه و کتاب های الهیات و ادعیه برای روحانیون. در دوران افزایش تقاضا برای دست نوشته ها، کاتبان غیر روحانی نیز فرصت را غنیمت شمرده و کارگاه هایی در نزدیکی دانشگاه ها و مراکز تجاری دایر کردند. این کاتبان حرفه ای در پایان این دوره با استادکاران هم سنخ خود، اتحادیه هایی دایر کردند و عنوان های نامتعارفی همچون تذهیب گر، تذهیب گر حروف سرفصل و طراح نقوش گیاهی را برای خود برگزیدند. کار این کاتبان، بیش تر مشتمل بر نگارش اسناد حقوقی، کتاب های درسی و حتی نگارش برخی ادعیه برای تجار، وکلا و اشراف بود. کارگاه های آنان به صورت تشکیلاتی خانوادگی اداره می شد و همسران، پسران و دختران در اداره آن مشارکت داشتند.

شیوه کار این استادکاران، بسیار شبیه به کار طراحان آزاد گرافیک امروز بود که یا به صورت کارمندی و یا به صورت قراردادی، دستمزد دریافت می کردند.

* اواخر قرون وسطا

اواخر قرون وسطا یا دوره گوتیک، حدود مشخصی ندارد. دوره گوتیک افزون بر کلیساهای جامع عظیم و شکوهمند و دست نویس های تذهیب کاری شده ی خود، دوره ستیز و تلاش نیز بود. جمعیت اروپا که در دوره ی اوج قرون وسطا رو به فزونی نهاده بود، در این دوره تثبیت شد. جنگ ها، با ابداع باروت مهلك تر شد و شوالیه های زره پوش مهجور ماندند. با گسترش شهرها، تجار و استادکاران، قدرت اقتصادی کسب کردند و میل به دست گیری قدرت سیاسی افزایش یافت و در این زمینه نیز موفقیت هایی به دست آمد. نظام فئودالی رو به نابودی رفت و غیر دینی کردن آموزش، همچنان ادامه یافت. در مناطق دیگر جهان، مغول ها به سرکردگی چنگیزخان، قسمت

های زیادی از خاک چین را در سال ۱۲۱۵ میلادی به تصرف درآوردند. مارکوپولو نیز در سال ۱۲۷۱ میلادی از طریق جاده ابریشم به هندوستان و چین سفر کرد. در اوایل دوره گوتیک، شکل حروف باریک تر و زاویه دارتر شد. این خط کتاب نویسی متراکم و فشرده به "تکستورا"^۲ موسوم شد که امروزه آن را گوتیک یا انگلیسی کهن می خوانند. از معایب تکستورا این بود که خواندن سطرهای بلند را با مشکل مواجه می ساخت و صفحه بسیار فشرده و متراکم می شود. شاید به همین دلیل بود که بسیاری از کتاب های این دوره به شیوه ای دو ستونی طراحی می شدند. ستون باریک، نه تنها به خوانایی مطلب کمک می کرد، که از نظر زیبایی شناسی نیز با عمود بودن شدید هنر گوتیک همخوانی داشت.

دست نویس های گوتیک همچنان با حروف نمایشی سرفصل تزیین می شدند و کناره ها و حواشی صفحات نیز با طرح ساقه های مو، گیاهان ناآشنا، جانوران عجیب و انسان ها آذین می شدند. در این تصویر سازی ها آدم ها دیگر کشیده قامت نبودند و حرکت محسوسی به سوی طبیعت گرایی بر این تصاویر مشاهده می شد. این گرایش، بر طراحی اولین پنجره های شیشه نگاره و کلیسا و کلیساهای جامع، تاثیر شدیدی گذاشت (تصویر ۵)

***اوایل رنسانس ۱۳۰۰ تا ۱۴۰۰ م**

گروهی از پژوهشگران، موسوم به اومانسیت ها (انسان گرایان) آغاز گر این شیوه جدید بودند. این گروه بر خلاف روحانیون قرون وسطا، فاقد پای بندی های مذهبی بودند. آنان خود را در مطالعه آثار کلاسیک یونان و روم غرقه ساختند تا قابلیت اندیشیدن و نوشتن، همانند قدما را کسب کنند. پژوهش ها و مطالعات اومانسیت ها برای دانش و معرفت و تکوین نفس خود بود. آنان که آموزگاران دانشگاه ها و مدارس غیر دینی بودند، به اشاعه ی روح اومانسیتی یاری رساندند و راهگشای رنسانس یا باززایی و شکوفایی ادبیات، هنر و علم شدند. در همین سده، طاعون که "مرگ سیاه" خوانده می شد، اروپا را به نابودی کشاند و در فاصله سال های ۱۳۴۷ تا ۱۳۷۷ م، تقریباً بیش از چهل درصد از جمعیت اروپا یعنی حدود بیست و پنج میلیون نفر جان باختند. اوج مبارزات پاپ های اروپایی برای حاکمیت بر کلیسا نیز که به دوران تفرقه (۱۳۷۸ - ۱۴۱۷) موسوم است، در همین دوران است. طراحان گرافیک، حق بزرگی برگردن اومانسیت ها دارند. زیرا خالق خطی بودند که الگوی حروف کوچک قرار گرفت. این خط، حاصل اشتیاق اومانسیت ها با یافتن نسخه برداری از دست نویس های کهن نویسندگان کلاسیک محبوب خود بود. اومانسیت ها مجذوب دست خط واضح و گشاده ی این دست نویس ها شدند و گمان کردند که این نسخه ها در دوره دوم نوشته شده اند. اما واقعیت آن بود که دست نویس های مورد ستایش آنان، بیشتر به دوره کارولنژی متعلق بودند و خط این طراحان که آن را اومانسیتی می خوانیم، برگرفته از خط کارولنژی بود. در همین دوران، خط سریع و روان تری موسوم به

شکسته اومانیستی نیز برای انجام امور نگارشی روزمره به تکامل رسید که به سرعت جای خود را به شیوه گوتیک موسوم به "روتوندا" داد.

در نهایت، چنانچه خواهیم دید، این دو خط اومانیستی برای نخستین حروف چاپی واقعی روس و ایتالیک الگو واقع شدند. در فرانسه و اروپای شمالی که همچنان سبک اواخر گوتیک غالب بود، هنر تذهیب سازی دست نوشته ها به اوج خود رسید. در این نواحی، حامیان ثروتمند، کتب مذهبی و ادعیه سفارش می دادند و هنرمندان بزرگ با رنگ ساده تخم مرغی، گواش و شکل اولیه ای از رنگ و روغن بر روی آن کار می کردند. تصویر سازی ها دیگر در حاشیه نبودند، بلکه اغلب، کل صفحات را اشغال می کردند و با همان وقت و حوصله ی نقاشی های پشت محراب کار می شدند. از مشهورترین این آثار، می توان به "ارزشمند ترین ساعات" تصویر ۶ که به سفارش "دوک دوباری" برادر "شارل پنجم" پادشاه فرانسه کار شد اشاره کرد. این کتاب، بیش از آنکه متنی برای مطالعه باشد، اثری هنری و وسیله ای برای تحقیق در امور مذهبی بوده است. در عصری که معدودی از افراد توانایی خرید دست نویس های تذهیب شده را داشتند تقاضا برای تصاویر ارزان قیمت چون یادگاری های قدیسان افزایش یافت و در پاسخ به این تقاضا، چاپ چوبی رواج پیدا کرد. ماشین چاپ چوبی درکنار افزایش تولید کاغذ و ابداع مرکب های روغنی، زمینه را برای تجربیات گوتنبرگ در سده ی بعد فراهم کرد (تصویر ۷)

مهم ترین رخدادی که در این سده تاثیر چشمگیری بر مسیر تاریخ گذاشت، اختراع چاپ با استفاده از قطعات منگی و حروف چاپی قالب ریزی شده گوتنبرگ بود. چاپ گوتنبرگ موفقیتی چشمگیر به دست آورد. تقریباً در پایان این سده، بیش از یک هزار کارگاه چاپ در بیش از دویست مرکز دایر شد و حدود ۴۰/۰۰۰ عنوان یا ۱۰ تا ۲۰ میلیون کتاب به چاپ رسید. این رقم بسیار بیش از تعداد کل کتاب های تهیه شده پیش از دوره گوتنبرگ است.

در سال های ۱۶۰۰ م تعصب مذهبی و سانسور دولتی، نقش عمده ای در تعیین جایگاهی ایفا کرد که چاپ باید در آن رونق می گرفت یا رو به ضعف می نهاد. در حالی که انگلستان در تکاپوی صنعت چاپ قابل رشدی در این سده بود، هلند به قدرت غالب چاپ مبدل شد. دستگاه چاپ به زودی به سرزمین های دور دست آمریکا هم برده شد و با استقبال بسیاری روبرو شد.

* روزنامه های اولیه

نخستین روزنامه دنیا که انتشار منظم داشت (Avisa Relation oder Zeitung) بود که در ۱۵ ژانویه سال ۱۹۰۶ م، یوهان کارلوس، اهل استراسبورگ آن را منتشر کرد. این روزنامه که در دو سوی یک برگ چاپ می شد، همانند خبر نامه هایی بود که پاره ای اوقات برای گزارش رویدادهای خاص به چاپ می رسید. این روزنامه به سرعت رقیب هایی پیدا کرد. فعال ترین مرکز انتشار روزنامه، هلند بود. اولین روزنامه هلندی Courante Uyt Italian, Duystlandt در سال ۱۶۱۸ م، بنیان نهاده شد و به مدت چهل سال منتشر می شد. اهمیت هلند به خاطر موقعیت دریانوردی آن بود که به اخبار بین المللی دسترسی داشت و از قید سانسور نیز آزاد

بود. هلند نه تنها روزنامه هایی به زبان هلندی، بلکه به زبان انگلیسی، فرانسه و آلمانی نیز چاپ می کرد.

نخستین روزنامه آمریکایی "Public Accurenses boath Foreign & Domestic" این روزنامه را که در سال ۱۹۶۰ بنجامین هریس اهل بوستون چاپ کرد، پس از یک چاپ شماره غیر قانونی اعلام شد و انتشار آن به تعلیق درآمد. این روزنامه در قطع کوچک و در چهار صفحه منتشر می شد که صفحه سوم آن سفید گذاشته شده بود تا خریدار در صورت تمایل، اخبار یا تفسیرهایی را پیش از رد و بدل کردن روزنامه بر آن بیافزاید، اولین روزنامه موفق آمریکایی، بوستون نیولتر بود (Boston News Letter) اولین روزنامه انگلیسی (Daily Kurant) که لاندون الیزابت مالت آن را منتشر کرد، در سال ۱۷۰۲ م به چاپ رسید. در سال های ۱۷۰۰ م فن چاپ در سراسر اروپا به صنعت عمده ای تبدیل شد. همراه با افزایش تقاضا برای موضوعات چاپی و ازدیاد عامه ی کتابخوان نکته سنج تر، چاپگران و ناشران، نیاز به حروف چاپی، کاغذ و کارچاپی بهتر را به خوبی درک کردند.

در سال های ۱۸۰۰ م علم و فناوری به هنرهای گرافیک راه یافت و در همه زمینه ها از جمله چاپ، کاغذ سازی و حروفچینی تغییرات بنیادین و دامنه داری ایجاد کرد. ظهور مطبوعات عامه پسند به پیدایش صنعت جدیدی به نام تبلیغات تجاری کمک کرد که با خود نیاز به حروف چاپی جدید، ایده های طراحی و چاپ سریع را به ارمغان آورد. با انتشار روزنامه ها و مجلات عامه پسند، تصویر سازی حرفه ای نیز پدید آمد. این دوره، با جنبش هنرها و پیشه ها که سردمدار مبارزه با چاپ بی کیفیت و وفور طرح های معمولی حروف بود به پایان رسید.

* پیدایش طراحی حروف تبلیغاتی

با پیشروی سده بیستم، انتشار کتاب، برتری خود را بر چاپ روزنامه ها، مجلات، کاتالوگ ها، کتابچه های تبلیغاتی و دیگر موارد تبلیغی از دست داد. با این دگرگونی، تقاضا برای حروف چاپی ای به میان آمد که توجه خوانندگان را جلب کند و سبب فروش محصولات و خدمات شود. در آن زمان بیش تر حروف چاپی موجود، حروف کتابی ای بودند که بزرگترین اندازه آنها به ارتفاع یک اینچ بود.

این حروف، درست بر خلاف آنچه که در آن زمان از آنها انتظار می رفت، غیر نمایشی و بی جان بودند. آگهی دهندگان، خواهان حروفی بودند که جدید، بزرگ و چشمگیر باشد. بدین سبب، طراحان حروف در این زمینه به فعالیت پرداختند و مجموعه ای از بکرترین حروفی را خلق کردند که تا آن زمان مشاهده شده بود. این مجموعه حروف چاپی، طیفی از حروف فشرده و باز و ساده و پیچیده را دربر می گرفت.

در سال ۱۸۵۰ م. حروفی طراحی شدند که خطوط محیطی درونی در زمینه مشکی، مزین، سه بعدی و سایه افتاده داشتند یا از اشکال طبیعی نظیر گلها، گیاهان و حتی کنده های چوب، الهام گرفته بودند. برخی از این شکل های حروف، چنان تغییر شکل پذیرفته بودند که به مرز ناخوانایی رسیده بودند و برخی دیگر، بسیار موفق از کار درآمدند و کاربرد آنها تا امروز نیز ادامه

دارد. بیش تر حروف چاپی تزئینی، تنها از حروف بزرگ تشکیل می شوند، این نوع حروف، تنها برای اهداف نمایشی استفاده می شوند و به ندرت از چند کلمه فراتر می روند.

* حروف چوبی

با رشد تبلیغات تجاری، تقاضا برای اندازه های حروف بزرگتر و بزرگتر نیز به میان آمد. متأسفانه افزایش بیش از اندازه حروف، مشکل وزن را پدید می آورد. از آن جا که جنس حروف از سرب تشکیل می شد، هر چه اندازه حروف چاپی بزرگتر می شد، بر سنگینی آن ها نیز افزوده می شد.

برای رفع این مشکل "داریوس والز" امریکایی، روشی کارآمد را برای تهیه حروف چاپی در سال ۱۸۲۷ م. ارائه کرد. ساخت حروف چوبی، همه محدودیت های فیزیکی اندازه های حروف چاپ را از میان برد. چیزی نگذشت که حروف نمایشی چوبی، برای هر کاری از اعلان های دستی تا پوسترهای سیرک، مورد استفاده قرار گرفت.

* عکاسی و چاپ

اختراع عکاسی در سال های ۱۸۳۰ به همت نیسفورنی ئیس و لوئی داگز در فرانسه و ویلیام هنری فاکس تالبوت در انگلستان، موجب تغییرات چشمگیری در نحوه چاپ تصاویر شد. در سال های بعد، یکی از اولین کاربردهای عکاسی در هنرهای گرافیک، کمک به تولید کنندگان گراوورهای چوبی بود و این همان هدف اولیه ای بود که نی ئیس در آزمایشات خود دنبال می کرد.

سطح چوب، با مواد حساس به نور، آغشته می شد و نگاتیو شیشه ای که تصویری از کلیشه حروف چاپی بود، بر روی آن نوردهی می شد. پس از ظهور تصویر، گراوور ساز، اطراف کلیشه را می برید.

دومین دستاورد این زمینه را "رز ژوزف له مرسیه" چاپ گر فرانسوی در زمینه ی انطباق عکاسی ها لیتو گرافی (موسم به فتولیتوگرافی) در سال ۱۸۵۲ م پدید آورد. در این روش، نگاتیو شیشه ای روی سنگ لیتو گراف، نوردهی، ظاهر و آماده چاپ می شد.

در سال ۱۸۷۰ م، لوح های مسی و روئین پس از حساس شدن و نوردادن، در تحت اسید فرو برده می شدند. در نتیجه، بخش های غیر ضروری فلز چاپ، خورده می شد و تصویری برآمده باقی می ماند که به شیوه حروف (لترپرس) قابل چاپ بود. این فرآیند که به گراوور سازی نوری موسوم بود، در نهایت نیاز به گراوور سازی دستی را از میان برد. اولین کاربرد موفق گراوور سازی نوری، منحصر

به هنر ساده خط بود. تنها در سال ۱۸۸۲ م. بود که فردی آلمانی به نام "گئورگ میز نباخ" فرآیند نیم

سایه را به تحول رساند. با این روش، هنر رنگ سایه پیوسته، امکان نمود یافت.

این فرآیند را در سال ۱۸۸۵ م. فردی امریکایی به نام "فردریک ایوز" بهبود بخشید. "ایوز" ترام ۴۵ درجه را ساخت که تا امروز نیز کاربرد دارد.

در سال ۱۸۷۹ م.، "کارل کلیچ" اهل چکسلواکی توانست عکاسی را با چاپ گود انطباق دهد.

*** لیتوگرافی و کرومولیتوگرافی**

فرآیند لیتوگرافی که در سال ۱۷۹۸ م آلویس سنه فلدر " اهل باواریا آن را به ثبت رساند، در سده نوزدهم به کمال رسید. در سال های آغاز سده نوزدهم، لیتوگرافی با آثار هنرمندانی چون " دلاکروآ" و " دومیه " رواج یافت . چاپگران ، این فرآیند را برای تهیه چاپ های سیاه و سفید از نقشه ها ، برگه های نت و تصویر سازی ها جذاب یافتند . این چاپ ها، سپس تاسیس به شکل منفرد یا به صورت کتاب های صحافی شده ای فروخته می شدند که متن آنها به روش چاپ شده بود.

هر چند چاپ برجسته، فرآیندی انتخابی برای چاپ متن و گراور سازی های چوبی سیاه و سفید بود، اما گرایش شدید به آن ، زمانی حاصل شد که این فرآیند در چاپ های بیش از یک رنگ نیز وارد شد.

از سوی دیگر، لیتوگرافی به دلیل انطباق و تفکیک های رنگ خود ، که با سهولت نسبی و هزینه اندک انجام می شد ، مطلوب واقع گردید . در میانه سده نوزدهم، لیتوگرافی رنگی یا کرومولیتوگرافی با چاپ های لوکس و مجلل که در تهیه آن ها تا سی و دو نوع رنگ با رنگ ها و رنگیزه های مختلف به کاررفته بود، بی نهایت رواج یافت. شاید چشمگیرترین نمونه های کرومولیتوگرافی ، پوسترهای تبلیغاتی یک و دو ورقی باشد که در نیمه دوم سده نوزدهم از سنگ های بزرگ لیتوگراف چاپ شدند. از جمله معروف ترین طراحان پوستر " ژول شده" " اوژن گراسه" ، " توفیل استیلن" ، " آلفونس موشا" و "هانری دوتولوزلوترک" هنرمندان فرانسوی بودند. در انگلستان " ویلیام نیکلسون" و "جمیزپراید" با نام مستعار "برادران بگشتاف" در این زمینه مشغول به کار بودند. طراحان برجسته امریکایی این دوره ، " لوئیس رید" ، "ادوارد پنفلد" ، " ویل برادلی" ، " مکسفیلد پریش" و " اتل رید" بودند .

*** گرافیک در قرن بیستم**

گرچه دو دهه نخست سده بیستم دوران خلاقیت بی سابقه هنرهای زیبا بود، اما این خلاقیت تأثیر آتی بسیار کمی بر طراحی گرافیک گذارد . این مورد ، به ویژه درباره ایالات متحده صدق می کرد که طراحان آن قبل از هر چیز به بهبود طراحی کتاب و خلق حروف چاپی بهتر پرداختند . این طراحان کوشش های " ویلیام موریس " و پیروان امریکایی او را ادامه دادند .

*** طراحی گرافیک در آلمان**

پیش در آمد مکتب باهاوس در آلمان، " دوچرور کباند" بود که در سال ۱۹۰۷ از سوی برخی منتقدان طراحی ، معماری و نمایندگان صنعت بنیان گذاشته شد. نویسنده برجسته این مکتب که نوشته هایش در زمینه طراحی به شدت تحت تأثیر جنبش هنرها و پیشه های انگلیس بود ، " هرمان موتسیوس" بود . هدف " دوچرور و رکباند" نزدیک کردن هر چه بیشتر هنرها، حرفه ها و صنعت به یکدیگر برای تولید محصولات خوش طرح و کاربردی تر بود. از جمله اعضای اولیه " و رکباند" ، " پته پتیرپرنس" و " والتر گروپیوس" بودند. گروپیوس بعدها در سال ۱۹۱۹ م. مدرسه "باهاوس" را تأسیس کرد و اصول " دوچرور و رکباند" را به عمل درآورد.

"برنس" فعالیت خود را با طراحی به سبک "آرنوو" آغاز کرد. نخستین مسئولیت او مدیریت طراحی شرکت آ.ا.گ (A.E.G)، عظیم ترین تولید کننده لوازم برقی آلمان بود. او کار خود را با طراحی گرافیک آغاز کرد و بعد به طراحی محصولات پرداخت که همین امر او را در ردیف نخستین طراحان صنعتی قرار می دهد. "برنس" سپس سمت معمار شرکت آ.ا.گ را گرفت و مسئول طراحی بسیاری از ساختمان های این شرکت شد. برخی از معماران برجسته این سده، نخستین بار در دفتر کار او آموزش معماری دیدند که از جمله آنها "گروپیوس"، "لودویک مسین فن دروهه" و "لوکوربوزیه" بودند.

* طراحی گرافیک در اتریش

سهم عمده اتریش در هنرهای گرافیک، آثاری است که طراحان جدایی طلب وین آفریدند. این مورد را می توان در پوسترهایی نمایشگاه های جدایی طلبان و در مجله آنها "ور ساکروم" (بهار مقدس) مشاهده کرد که از سال ۱۸۹۸ تا ۱۹۰۳ م. انتشار یافت. ورساکروم، نشریه ای خوش چاپ بود که به آثار گرافیک تجربی امکان ظهور می داد. این مجله در پی وحدت گرافیک و پیوند میان همه عناصر آن از جمله تبلیغات تجاری بود.

نخستین پوسترهایی جدایی طلبان، حاکی از تأثیر پذیری شدید "آرنوو" بود و پوسترهایی بعدی آنان تأثیر مکتب گلاسکو و خصوصیات نظیر هنری بودن، حروف سازی دستی و زمینه های رنگی تخت را نشان می داد.

* طراحی گرافیک در انگلستان

چاپخانه کلمسکات متعلق به ویلیام موریس، علاقه به چاپ هنری را موجب شد و طراحان دیگر را برانگیخت تا چاپخانه هایی خصوصی برای خود دایر کنند. این چاپخانه ها گرچه کوچک و دارای تولید محدود بودند، اما به دلیل تأکید داشتن بر حروف چاپی هنری، کاغذ مرغوب و کار چاپی عالی، بر ناشران و چاپ گران تجاری تأثیر گذاردند. از جمله معروف ترین چاپخانه های خصوصی، داووز، آشنندان، واله و اراگنی بودند. یکی از طراحان مهم حروف چاپی انگلستان، ادوارد جانستون استاد خوشنویس و حروف ساز بود. جانستون به نظر می آید به خاطر نخستین حروف چاپی مدرنی مشهور است که در سال ۱۹۱۶ برای راه آهن زیر زمینی لندن طراحی کرد. این حروف تا امروز نیز کاربرد دارند. جانسون، افزون بر این، معلمی تأثیر گذار بود که دو طراح حروف چاپی و خوش نویس معروف انگلیسی "اریک گیل" و "آلفرد فایرنیک" از شاگردان اویند. جانستون همچنین مولف کتاب پرفروش نگارش، تذهیب و حروف سازی بود که در سال ۱۹۰۶ م نگاشته شد و هنوز هم تجدید چاپ می شود.

* در آغاز سده بیستم شرکت حروف ریزان امریکا تولید و توزیع حروف فلزی ریخته شده یا دستی را تا حد زیادی در دست داشت. "موریس فولرینتون" طراحی اصلی این شرکت، مسئول تهیه فهرست بلند بالایی از کتاب های عامه پسند و حروف چاپی نمایشی بود. از جمله معروف ترین این حروف، می توان به "آلترنیت گوتیک"، "برادوی"، "ای. تی. اف. بلمر"، "کلیرفیس"، "کلویسترسبک قدیم"، "فراکلین گوتیک ای. تی. اف"، "گارامون هوبو"، "نیوزگوتیک" و

استیمای " اشاره کرد. تقریباً در همین زمان ، تحولي در ليتوگرافي(چاپ سنگي) صورت گرفت که تأثیری عمیق و دامنه دار بر کل صنعت چاپ گذارد.

در سال ۱۹۰۵ م. " ایرارابل" امریکایی ، چاپ ليتو گرافي جديدي را آزمایش کرد که در آن به جای سنگ مسطح ، لایه نازکی از فلز روی را جایگزین کرده بود که به دور استوانه ای پیچیده می شد. به جای آنکه تصویر مستقیم بر کاغذ چاپ شود. ابتدا بر استوانه ای با پوشش لاستیکی انتقال می یافت و سپس تصویر بر استوانه سومی که کاغذ را نگه می داشت ، چاپ یا افست می شد.

از جمله مزایای عمده ليتو گرافي افست ، تهیه آسان تر و سرعت افزون تر بود، با این حال نیم سده دیگر لازم بود تا چاپ ليتو گرافي ، جایگزین چاپ حروفی در فرآیند عمده چاپ شود.

* میانه دو جنگ

برای برخی از طراحان ، دوره میان دو جنگ ، معرف هیجان و چالش و برای برخی دیگر معرف از خود بیگانگی و برآشفستگی به دلیل فقدان ارزش های طراحی سنتی بود. در این دوره، جنبش های هنری سرعت سرسام آوری گرفتند و طراحان بی پروا تر ، با جذب ایده هایی جدید، به اجرای آن در محل های ممکن پرداختند.

در دهه بیست و سی ، مجلات خانوادگی از قبیل "Saturday Evening Post" و "Kalizer" به نمایشگاه آثار برترین تصویر سازان امریکا تبدیل شدند. از جمله مردم پسندترین این تصویر سازان ، "هاروارد چند لرکریستی" ، "جی . سی. لیندکر" ، جمیز مونتگومری فلاک " ، " جان هلد" ، " نورمن راکول" و "تی. ام . کلد لند" بودند . این دوره همچنین معرفي مجلات مبتکرانه بسیاری را شاهد بود . در سال ۱۹۲۳ م. " هنری لوس" و "بریتون هدن" که به تازگی از دانشگاه ییل فارغ التحصیل شده بودند ، مجله تایم ، اولین هفته نامه خبری را عرضه کردند.

به زودی مجله نیوزویک و مجلات تقلیدی دیگری در گوشه و کنار جهان الگویی تایم را دنبال کردند . مجلات موفق دیگری که " لوس " بنیان گذاشت ، مجله " فورچون" در سال ۱۹۳۰ و هفته نامه قطع بزرگ عکاسی لایف در سال ۱۹۳۶ بود.

* جنگ جهانی دوم

سالهای پس از جنگ ، شاهد رشد چشمگیر خلاقیت در هنرهای گرافیک بود. این زمان، دوران خوشبینی و نوجویی شمرده می شد ، به طوری که بیشتر طراحان ، راه حل های سنتی را کنار نهادند و به ایده های طراحی گرافیک جدید روی آوردند . این رویکرد جدید، با پذیرش رو به رشد هنر مدرن از سوی مردم تقویت شد و به نوبه خود تهور ناشران و آگهی دهندگان را موجب شد. فضای جدید در انقلاب واقعی طراحی گرافیک بین المللی به ویژه در امریکا و سوئیس ، دو کشور مصون از اثرات تخریبی جنگ نقش داشت .

* دوره میان سال های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ در هنرهای گرافیک ، همچون هنرهای زیبا ، دوره نوآوری و تجربه گری بود. در این دوره ، ایده ها و تصاویر به شکلی آزادانه بین هنرهای زیبا و گرافیک در تبادل بود. " راشنبرگ " ، " وارهل " ، " لیختنشتاین " و " روز نکیست" ، تصاویر و تکنیک های

خود را از دنیای تجاری بر می گرفتند و طراحان نیز به گونه ای پیوسته از هنرهای زیبا الهام می پذیرفتند.

* دهه هشتاد ، استمرار انقلاب فناوریانه را در هنرهای گرافیک به منزله صنعت ، شاهد بود و روش های کارا و سریع تری را در طراحی ، حروف چینی و چاپ پدید آورد. تردیدی نیست که طراحی گرافیک چه در کاربردهای محیطی و چه بروی کاغذ ، با کوله باری از فناوری پا به عرصه عصر دیجیتال گذشت . در آینده ، هر چه بیشتر به سوی طراحی به کمک کامپیوتر پیش رویم، نقش مداد و کاغذ، کم رنگ تر می شود.

طراحان در پایانه های ساخت تصویر به کار می پردازند و تمام نیاز خود را از انتخاب حروف تا تصویر سازی ها، تنها با فشار يك دکمه از بانک اطلاعات مرکزی دریافت می کنند . تصاویر را پس از انتخاب می توان طرح و تعدیل ، سایه نمایی ، دستکاری و تصحیح رنگ کرد یا تغییرات دیگری بر رویشان اعمال کرد، اما قابلیت و توانایی های طراحی تنها به تخیل انسان منجر می شود . پس از تأیید کار ، طراح می تواند تنها با فشار يك دکمه ، طرح خود را به شکل الکترونیکی ذخیره کند و با کمک ماهواره به هر نقطه از جهان ارسال کند تا به چاپ برسد. چاپ و تصویر سازی، دیگر به لوح های فلزی و مرکب زنی نیازی ندارد و شکل ظریفی از تصویر سازی الکترونیکی و فناوری لیزری است. آیا مجموع این ابداعات و نوآوری های فناوریانه قادرند نقش طراح را تغییر دهند؟ مسلماً خیر، با وجود پیدایش سیستم های ظریف و پیچیده امروزی ، نقش طراح ، همچنان ارتباط بصری است . در حالی که تصاویر می توانند تا جای ممکن گوناگون و متنوع باشند. حروف همچنان باید خوانا به نظر رسند.

اگر گذشته را چراغ راه آینده بدانیم ، می پذیریم که فناوری جایگزین طراح گرافیک نمی شود. طراحان به فراگیری مهارت های جدید ادامه می دهند و خود را با یکایک تغییرات فناوری منطبق می سازند. در واقع فرصت های دیگری بیش از پیش، برای طراحان فراهم می شود.

طراحی گرافیک به عنوان يك حرفه، از نیمه سده بیستم مطرح شد . تا آن زمان، تبلیغات و مجریان آن از هنرمندان تجاری (Commercial Artists) استفاده می کردند . این هنرمندان متخصص شامل این افراد بودند : هنرمندان صفحه بند ، طراحان حروف چاپی که طرح تفضیلی متن و عنوان را برای حروفچینی می ساختند ، تصویر گران همه کاره ای که طراحی نمودارهای مکانیکی تا طراحی مد را انجام می دادند. رتوش کاران ، هنرمندان حروف و بقیه کسانی که طرح های نهایی را برای تولید آماده می ساختند ، بسیاری از هنرمندان تجاری (مانند طراحان پوستر)، بسیاری از این مهارت ها با هم ادغام شد. حوزه عمل طراحی گرافیک از ابتدا با کار آژانس های تبلیغاتی و استودیوها نقطه اشتراک هایی داشته است و اکنون علاوه بر زمینه تبلیغات ، در طراحی مجلات ، روزنامه ها و رسانه های تصویری دیگر نیز کاربرد دارد.

تا اواخر سده نوزدهم، آثار گرافیکی صرفاً سیاه و سفید بودند و روی کاغذ چاپ می شدند. اما امروزه روش های ارائه آثار گرافیک از دامنه و تنوع بسیار زیادی برخوردار شده است.

ادامه دارد....

فهرست منابع:

- ۱- تاریخچه ای از طراحی گرافیک ، ریچارد مولیس، ترجمه سیما مشتاقی ، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ، تهران، ۱۳۸۱
- ۲- سی قرن طراحی گرافیک ، باشگاهی به تاریخ چاپ ، جمیزکرایگ وبروس برتون، ملک محسن قادری سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران ۱۳۸۲.

مزگان اصلانی - برگرفته از کتاب : Creativity For graphic designer

مدیر هنری و خلاقیت (بخش ۱)

همه موفقیت و خلاقیت هر طرح ، بستگی به شفافیت تعریف پیام ، و توجه خاص به موضوع اصلی است. اگر شما زمان کافی را برای تحلیل و جستجو ، شفاف سازی و تحقیق در مورد پیام یا موضوع صرف کنید . ایده بدون تلاش به وجود خواهد آمد.

”زمانی که یک روش و تدبیر ایجاد می شود ایده مربوطه، در پی آن است “ Ralf

روند خلاقیت پیچیده است و عوامل زیادی بر موفقیت یا شکست آن تأثیر دارد . مشتری ها توسط دغدغه و نگرانی ها و عوامل سیاست های درونی تحت فشار قرار می گیرند. طراحان روش و تکنیک ایجاد می کنند و مدیریت روند کار و کنترل تأثیر گذاری آن و آگاه سازی تمام افراد تیم در مورد اهداف پروژه میزان خطای راه های خلاقانه را کاهش می دهد.
کنترل روند خلاقیت:

اکثر مردم تصور می کنند تولید کار ابتکاری تنها وابسته به توانایی خلاقانه تفکر است اما در این صورت ما باید خیلی خوش شانس باشیم . طراحانی که در ایجاد کار ابتکاری موفق هستند ، استادانه بر روند خلاقیت کنترل دارند . آنها با مشتری ها پی کار می کنند که مطمئن هستند ابهامی در مسیر موضوعات آنها به ذهن آنها می رسد.

همیشه مردم شرایط شان را مرهون موفقیتشان می دانند، من به شرایط اعتقادی ندارم ، چرا که مردم موفق و هوشیار هم آنانی هستند که شرایطی را جستجو می کنند که می خواهند ، اگر آن ها را پیدا نکنند آنها را می سازند.

طراحان خلاق در روش ساده با دیدن مشتری درک تصوراتشان ، پذیرفتن آن الهام ، تهیه فضا و اجراء موفق ایده را مهیا می کنند.

برای انجام این مرحله : باید بدانید که مشتری های شما چه کسانی هستند، و نیاز آنها را درک کنید، رابطه خودتان و ایده تان را با آنها نزدیک کنید و در نتیجه انتظارات آنها را به خوبی بسنجید و برآورده کنید کلید ساخت این رابطه ” مدیریت این انتظارات ” می باشد.

۱- شناختن اینکه مشتری چه کسی است:

تصور متعارف، یک مشتری را به عنوان شخصی معرفی می کند که صورتحساب را پرداخت کند و چیزی از خلاقیت و اینکه این خلاقیت چگونه به وجود می آید نمی داند. با این تعریف از مشتری صدمه زیادی به تیم خلاق وارد می آید. مشتری بودن فراتر از این ها است و یک مشتری فقط یک بررسی کننده شبیه ماشین نیست او یک انسان است و او باید تصمیم گیری می کند . بد یا خوب ، معقول یا غیر معقول مشتری ها تصمیم گیری می کنند، ارزیابی می کنند. قضاوت می کنند و در نهایت می پذیرند و تصویب می کنند.

تحت این تعریف ، شخصی که هر روزه در مورد پروژه با او هم صحبت می شود می تواند مشتری نباشد و شاید این شخص به عنوان مدیر از طرف شخصی باشد که تصمیم گیری نهایی را انجام می دهد.

مشتری واقعی ، تصمیم گیرنده ، مافوق شما در قرارداد و سازماندهی رهبری است و این خیلی مهم است بنابراین شما احتیاج دارید که بدانید ، یا روشی را پیدا کنید تا هر چه بیشتر به تصمیم گیرنده نهایی نزدیک شوید . هر چه فاصله شما با شخص تصمیم گیرنده بیشتر باشد از نظر فیزیکی احساسی و موقعیتی - کار شما سخت تر خواهد بود و در نهایت راه کار مورد استفاده با خلاقیت کمتری همراه است .

اگر ذهن شما خالی باشد همیشه آمادگی دریافت هر چیزی را دارید . در ذهن یک مبتدی فرصت های بسیار زیادی موجود است در حالی که در ذهن یک حرفه ای فرصت ها محدود هستند.

اندیشه با ذهن باز:

برای یک طراح ، نویسنده هیچ چیز سهمگین تر از یک جای خالی روی کاغذ سفید نیست . این ترس از واقعیتی سرچشمه می گیرد که پرکردن این فضای خالی کار ماست . البته پر کردن فضا کافی نیست بلکه این فضا به همراه اطلاعاتی که تأثیر گذار هستند و فضای خاصی دارند و با ابتکار همراه هستند هر چند سخت باید پر شوند و این غیر ممکن نیست. به محض اینکه یک نشانه تصویری و یا کلمه ای روی آن صفحه سفید پدیدار شود، روند خلاقیت آغاز می شود. هر تصویری می تواند روی آن تکه کاغذ ترسیم شود و ذهن شما از طریق مختلف تحت تأثیر این تصویر قرار می گیرد در قدم بعدی می توانید کلمه زمان را هم به آن اضافه کنید بدین ترتیب مغز با ادغام این دو فاکتور با یکدیگر پیام های آنها را با هم ترکیب می کند . چند لحظه به این دو فاکتور خیره شوید در نتیجه ایده های بیشتر از تصاویر و پیام های دیگری نیز شروع به شکل گرفتن می کنند . کلید خلاقیت یک ایده ارزشمند این است که از نقطه صفر آغاز کنید- یک ذهن کاملاً باز و بدون هیچ گونه ذهنیت قبلی - در مرحله بعد شما چارچوب ها را معین می کنید مواردی را که می توانید و یا مواردی که موظف هستید - پارامترها را وارد کرده و با موانع روبرو می شوید. بدین ترتیب حوزه موارد ممکن و محدودیت ها مشخص می شود. همین موارد برای مشتریان شما و مصرف کنندگان آنها صدق می کند . اگر آنها با ذهنی باز بتوانند ایده ها و طرح شما را بپذیرند می توانید از طریق خلاقیت به موفقیت برسید. به همین دلیل است که شما باید بتوانید نیاز مشتریان و موارد مورد نظر آنها را درک کنید و این موارد را مستقیماً بدون پیش داوری و با ذهنی باز به مخاطب انتقال دهید. شما صفحه خالی دارید که می توانید روی آن رها و دل‌های آمیخته با خلاقیت را ارائه دهید از سوی دیگر بی ملاحظه گی و عدم توجه شما به مورد درخواستی مشتری فوراً به عنوان بی علاقه گی شما به کار تعبیر می شود نادرست است که بعضی از این درخواست ها ممکن است هیچ ربطی به موضوع اصلی نداشته باشد اما لازم است که شما به آنها گوش دهید . اگر مشتریان احساس کنند که شما موارد درخواستی که برای آنها مهم است را نادیده می گیرید بعدها ممکن است با راه حل های خلاقانه شما مخالفت

کنند . به عنوان يك طرح شغل شما این است تا ذهن مشتریان خود را باز کنید تا بینندگان کار شما به این نتیجه برسند که مواردی ممکن است و وجود دارد که حتی تصویرش را نمی کردند.

- ۱-Darios Wells
- ۲-Joseph Nisephor Niepse
- ۳-Luis Jaques Mande Daguer
- ۴- W.H.FOX Talbot

- ۱- Karl Kich
- ۲-Alois sene felder
- ۳-Eugen Delacroix
- ۴- Honore Daumier
- ۵-Jules Cheret
- ۶- Eugene Grasset
- ۷-Theophile Steilen
- ۸-Alphonse Mucha
- ۹-Henri Toulouse Lautrec
- ۱۰-William Nicholson
- ۱۱-James Pryde
- ۱۲-Beggarsaffs
- ۱۳-Louis Rhead
- ۱۴-Edward Phead
- ۱۵- Will Bradley
- ۱۶-Maxfield Parish
- ۱۷-Ethel Reed

- ۱-William Morris
- ۲- Bauhaus
- ۳-peter Behrens
- ۴-Walter
- ۵-Art Nosin Von Der Ruhe
- ۶-Ludvig Mosin Von Der Ruhe
- ۷-Le Corbusier
- ۸-Ver Sacrum

- ۱-Glasgow
- ۲-Calmecat
- ۳-Daws
- ۴-Ashendan
- ۵-Vzlle
- ۶-Arragti
- ۷-Edward Johnston
- ۸-Eric Gill
- ۹-Alfred fiernic

۱۰-Mauris fuller Benton

۱-Ira Rabel

۲-Henry Luss

۳-Briton Heden

۴-Yale

۵-Furtun

۱-Robert Raushenberg

۲-Andy Warhol

۳-Roy Lichtenstein

۴-James Rosen quist