

## بررسی رویکر بازتاب از رویکردهای جامعه‌شناسی هنر در آثار گرافیک بیژن صیفوری از طراحان نسل پنج گرافیک ایران

و ترکیب این موارد است که در آثار آن‌ها به بیان هویت ملی و زبانی بین‌المللی می‌پردازد. به جرات می‌توان گفت که تفکر ایرانی و هویت ایرانی در بین آثار آن‌ها جاری است.

بیژن صیفوری از جمله نمایندگان این نسل است که آثارش در ایران و جهان شناخته شده است. آنچه آثار وی را از دیگر هنرمندان متمایز می‌کند، نگاه موشکافانه‌ی عناصر ایرانی و استفاده از تایپوگرافی فارسی و ایرانی است. بازتاب تفکر ایران و هویت ایرانی را می‌توان در بیشتر آثار گرافیک این طراح

آثار طراحان گرافیک نسل پنجم گرافیک ایران شامل آثار افرادی است که در بخشی از تاریخ معاصر ایران در دهه‌ی ۷۰ شمسی کار خود را آغاز کردند. آغاز هر شیوه و سیاق در ابتدا با موافقت و مخالفت‌هایی روبروست و این نسل از گرافیک ایران نیز با فراز و نشیب‌هایی همراه بود اما خیلی زود به خود استحکام داد. استحکام و قدرت این دوره از هنرمندان قدرتی از جنس هویت ایرانی بود.

این نسل در حالی پا به عرصه نهاد که با کامپیوتر و استفاده از تکنولوژی روز دنیا برخوردار بود و به راحتی توانست جلوتر از نسل‌های پیشین خود برود و با گرافیک دیگر نقاط جهان ارتباط برقرار کند.

طراحی گرافیک این آثار دارای خصوصیتی چون جسارت و نیروی جوان، درک غنی از فرهنگ گذشته

دید. او در آثارش به همان میزان واقعیت این نسل را به

نمایش می‌گذارد و آنچه را که جاری است بازتاب می‌دهد. گویا زمان آن رسیده که هویت ایرانی در آثار گرافیک نیز مطرح شود. این هویت و فکر ایرانی به خوبی در آثار بیژن صیفوری دیت به جلوه‌گری می‌زند. در این نوشتار به بررسی آثار بیژن صیفوری و بازتاب تفکر ایرانی در آثار وی خواهیم پرداخت. این نوشتار به صورت تحقیقات میدانی و تحلیل آثار تهیه شده است.

واژگان کلیدی:

گرافیک - بازتاب - جامعه‌شناسی  
- بیژن صیفوری - طراح - نسل پنچ  
- ایران

مقدمه:

در این مقاله با تمرکز بر جامعه‌شناسی هنر می‌باشد. در جامعه‌شناسی هنر ابتدا تحلیل اثر برای یافتن معانی آشکار و پنهان آن و در مرحله‌ی بعد ربط دادن این معانی به ساخت جامعه‌ی معاصر اثر می‌پردازد. قطعا آثار گرافیک از این حوزه جدا نیست. جامعه‌شناسان هنر به دو رویکرد کلی توجه دارند که رویکردهای بازتاب و شکل‌دهی است. در رویکرد بازتاب به تاثیر جامعه بر هنر توجه می‌شود و علاقمندان به آن معتقدند، هنر بازتاب وقایعی است که در یک جامعه رخ می‌دهد. [ ۱ ]

## طرح مسئله

شناخت محتوای اثر هنری و جوهر اجتماعی آن از اهداف اصلی جامعه‌شناسی هنر می‌باشد. در این راستا جامعه‌شناسی تلاش می‌کند که روابطی را که هنر را با جامعه و مظاهر گوناگون زندگی اجتماعی پیوند می‌دهند با روش علمی مورد بررسی قرار دهد. از آنجا که هنر، محصول شناخت حسی و بیان عاطفی و تکامل یافته واقعیت است، و علم اساسا شناخت ادراکی واقعیت و بیان آگاهانه و دقیق آن است. گرافیک و آثار گرافیکی در کلیه‌ی جوامع چهره‌ای اجتماعی دارند و در بطن زندگی مردم جاری هستند. گرافیک مخاطب دارد و مخاطبان آن اقشار مختلف جامعه می‌باشد. گاه مخاطبان گرافیک در خارج از مرزهای یک سرزمین نیز می‌باشد. در گرافیک و این آثار ارتباط مهمترین حرف است. ارتباطات به موازات تحولات اقتصادی و اجتماعی دو قرن اخیر و همگام با پیشرفت‌های هنرهای تجسمی قدم برداشته است. [ ۲ ] بازتاب هر اثر یا یک شیوه هنری در یک فرایند ارتباطی شرکت دارد و از رویکردهای بسیار مهمی است که می‌توان آن را در مطالعات جامعه‌شناسی هنر مطرح کرد. اهمیت و ضرورت طرح جامعه‌شناسی، شناخت علمی جامعه، مطالعه حیات اجتماعی و بررسی قوانین حاکم بر زندگانی جامعه است دانش‌نویسیاد جامعه‌شناسی هنر نیز، به عنوان شاخه‌ای از جامعه‌شناسی، با استفاده از دست

بسته بندی شده ، ارائه می دهد  
گرافیک وظیفه ی انتقال را  
برعهده دارد. [ ۲ ]  
جامعه شناسی رشته ای نسبتاً جوان  
است و تحول آن در اندکی بیش از  
یکصد سال بسیار سریع بوده است .  
این پدیده در مورد جامعه شناسی  
هنر به مراتب چشمگیرتر است . در  
این میان جامعه شناسی گرافیک آن  
هم با رویکرد بازتاب که در این  
نوشتار به آن پرداخته شده است  
بسیار نوپاست و در اولین  
گامهای رشد خود به سر می برد و  
یا شاید بتوان گفت که در ایران  
هنوز قدمی در این راستا به طور  
جدی و پژوهشی برداشته نشده است  
.

#### اهداف

پژوهش زیر ابتدا به تعاریفی از  
جامعه شناسی و رویکرد های  
بازتاب و عملکرد میر پردازد و  
سپس با در نظر گرفتن رویکرد  
بازتاب به بررسی اجمالی آثار  
بیژن صیفوری می پردازد . بیژن  
صیفوری یکی از پرچمداران نسل  
پنج گرافیک ایران است که در  
آثارش نوعی هویت ایرانی نمایان  
است . در این نوشتار ابتدا  
مروری بر شکل گیری یا بیوگرافی  
بیژن صیفوری همراه می شویم و  
سپس به تعامل رویکر بازتاب از  
رویکردهای جامعه شناسی هنر و  
آثار گرافیک وی خواهیم پرداخت .

به همین دلیل در ایران منابع  
زیادی برای

مطالعه آن موجود نیست . این در  
حالی است که در سالهای اخیر با

آوردهای دیگر دانش های اجتماعی  
، روابط متقابل هنر و مظاهر  
مختلف زندگی اجتماعی را موضوع  
مطالعه خود قرار می دهد ، و به  
هنگام بررسی در زمینه خاص نقاشی  
، به تحلیل اثر هنری و جوهر  
اجتماعی آن تاکید می نماید .  
مسئله برای شناخت علمی « هنر در  
پیوند با جامعه و تکامل اجتماعی  
» با توجه به گستردگی موضوع ،  
جامعه شناسی هنر ناگزیر است که  
از سویی به ژرفکاوای در هنر ، در  
اساس زیبایی ها و واقعیت های  
درون و برون هنر و بیان عاطفی  
آن پردازد ، و از سوی دیگر ،  
جامعه و مظاهر گوناگون زندگی  
اجتماعی را با دیدگان همه سو  
نگر جامعه شناسی زیر نظر داشته  
باشد ؛ و بالاتر از اینها ،  
روابطی را که آن هنر را با این  
مظاهر حیات اجتماعی به هم می  
پیوندند ، به وجهی علمی بشناسد  
و بشناساند . از آنجا که گرافیک  
هنری است که از اساس با  
جامعه در ارتباط است و یا از  
اجتماع بر می خیزد . جامعه  
شناسی و بررسی رویکرد های  
اجتماعی در آن دارای اهمیت است  
. گرافیک در زمره ی هنر های  
ارتباطی است .  
گرافیک عاملی است که مفاهیم گنگ  
را سهل الوصول و عامه فهم می  
کند و در نهایت به صورت  
کانالیزه و

#### مقاله

جامعه شناسی هنر و مسائل مربوط  
به این حوزه نسبت به دیگر شاخه  
های جامعه شناسی جدیدتر می باشد .  
ضمن اینکه بحث جدیدی نیز در رشته  
ی هنر یا به عبارتی در زمره ی  
مطالعات بین رشته ای می باشد .

توسعه و گسترش این حوزه از جامعه شناسی مباحث

بسیار زیادی مطرح شده است. اگر چه این مطالعات در حوزه ی سینمانیز بیشتر می باشد.

در تعریفی کلی از جامعه شناسی هنر می توان گفت که : جامعه شناسی هنر را می توان دانشی «دوزیستی» متشکل از دو رکن هنر و جامعه شناسی دانست. بدین گئنه که ر دو در زمره ی علوم انسانی قرار دارند. زیباشناسان و فیلسوفان هنر کوشیده اند هنر را از زوایای سه گانه هنر، هنرمند و مخاطب بنگرند و با صورتبندی تعاریفی عمدتاً ذات شناسانه، پرسش کلی چیستی هنر را پاسخ گویند.

جامعه شناسی علمی کمیت گراست که به مطالعه اجتماع و نظام های انسانی، روابط افراد با یکدیگر و با جامعه، نهادها و ساختارهای اجتماعی می پردازد این مهم را نباید فراموش کرد که در این حوزه . توجه به موضوع ارتباطات انسانی و چگونگی انتقال و خلق معنی در بستر اجتماع بسیار نقش دارد . جامعه شناسان همواره به دنبال درک این بودند که جامعه چگونه عمل می کند تا ابعاد وجوه آن را مشخص سازند و آن گاه به بخش های بزرگ و شکاف های کوچک آن که به دقت مرزبندی شده اند ، بنگرند . [ ۳

[ اس . بکر ، هاوارد . ص ۱۰۰ . ( ۱۳۸۷ )

در حیطه ی هنر درک و رفتار جامعه شناسان و جامعه شناسی چگونه است ؟ آیا انواع هنرها در حیطه های مختلف مطالعاتی جامعه شناسان قرار می گیرد . در راستای مطالعات جامعه شناختی می توان طیف وسیعی از جامعه ی هنرمند و هنرمندان ، بستر کار و اندیشه و مخاطبان آن ها پرداخت. به عنوان مثال مخاطبان هنر خود در زمره ی گروه های اجتماعی جای دارند و می تواند بحث زیادی را شامل شود . انواع هنرها می توانند در این وادی قرلر گیرند و بر روی آن ها مطالعاتی صورت گیرد . ضمن مطالعه به علت های مختلف اجتماعی و انسانی آن ها نیز پرداخته شود . در این میان تکلیف برخی از هنرها با دیگر هنرها

جداگانه است . برخی از هنرها در زمره ی هنرهایی هستند که با مخاطب عام بیشتر ارتباط دارند . به عنوان مثال هنر نقاشی می تواند فقط در یک گالری به نمایش گذاشته شود ولی نقاشی دیواری نوعی از نقاشی است که با مردم و اجتماع - آن هم در تمامی ساعات از شبانه روز - ارتباط دارد .

این مهم در هنر هایی که دارای مخاطب هایی به جز مخاطبان همیشگی هنر هستند به خوبی جاری است .

در اینجا مطالعه ی رابطه ی میان هنر و جامعه از طریق تحلیل آثار

است یا هنر بواسطه ی جامعه مشروط شده یا تعیین می یابد. [ ۴ ]

رویکرد بازتاب یک رویکرد جدید نیست بلکه از قدیم پس از شکل گیری اثر هنری وجود داشته. شاید بتوان گفت که ساده ترین نوع نگاه یا تفکر به هنر نوع اثر است .

### رویکرد بازتاب و آثار گرافیک

گرافیک در زمره ی هنرهای بصری یا تجسمی قرار دارد . این گروه از هنرها در زمره ی هنرهایی هستند که با حس بینایی مخاطب در ارتباط هستند . اما باید گفت که گرافیک در زمره ی هنرهای کاربردی جای دارند و ارسال پیام در آن نقش مهمی دارد.

می توان گفت : هنرهای گرافیک شامل انواع هنرهای بصری دو بعدی برای مقاصد بازنمایی ، تزیین ، چاپ و نگارش ، و نیز فنون مرتبط با آن ها . امروزه کاربرد این اصطلاح به روش های مختلف چاپ دستی ، طراحی و تصویرگری محدود شده است . [ ۵ ]

مفهوم امروزی گرافیک پس از انقلاب صنعتی بوجود آمده است . کلیه ی شاخه های گرافیک از جمله طراحی آرم ، پوستر ، تبلیغات مجله ، طراحی روی جلد ها و... که بیشتر برای معرفی و فروش محصول می باشد و با چاپ و تکثیر در ارتباط است ، را شامل می شود .

مد نظر است و هنر مورد نظر گرافیک می باشد . این نکته نباید فراموش شود که گرافیک در زمره ی هنر هایی است که برای مخاطب و سفارش دهنده شکل می گیرد و اساس آن بر همین اصل ( مشتری ) استوار است . این رابطه می تواند از جانب هنر به سوی جامعه ، یا برعکس باشد .

در این رابطه ، جامعه شناسان هنر اغلب به دو رویکرد عمده گرایش دارند که عبارتند از : رویکرد بازتاب و رویکرد شکل دهی [ ۶ ]

در بیشتر آثار هنری بویژه اثری که طیف وسیعی از مخاطب را در بر می گیرد ، این دو رویکرد را می توان یافت .

در رویکرد بازتاب به تاثیر جامعه بر هنر توجه می شود و علاقمندان به آن معتقدند ، هنر بازتاب وقایعی است که در یک جامعه رخ می دهد. نقطه ی مقال آن ، رویکرد شکل دهی است که ردپای تاثیر هنر را بر جوامع جست وجو می کند. [ ۶ ]

در این نوشتار آنچه مد نظر است رویکرد بازتاب است . همان رویکردی که نشان دهنده ی اثر و اهداف خالق آن است . این رویکرد را چون اینه می دانند . این مهم نباید فراموش شود که در

بازتاب آثار هنری بخشی از واقعیت ها گزارش می یابد.

رویکرد بازتاب در جامعه شناسی هنر مشتمل بر حوزه های گسترده از تحقیقات ، مبنی بر این عقیده مشترک هستند که هنر آینه جامعه

سال ۱۳۵۴، سندیکای طراحان گرافیکی که تازه در ایران تاسیس 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، تاکید مناسبی بود. دو دهه ی بعد، در میز گردی 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 ی راه حل مناسب بصری برای تسهیل در ارتباطات مورد نیاز جامعه" [۶].

آنچه از تعریف گرافیک بر می آید این است که نوعی فرایند هنری و بصری در برقراری ارتباط پیش می آید و به گرافیک ارتباط تصویری نیز گفته می شود. هدفی خاص که از پی عناصر و کیفیت های بصری شکل می گیرد. در این راستا طراح گرافیک کسی است که بر مبنای هنر های بصری تسلط دارد و برای ارسال پیام و مفهوم اثر به مخاطب بتواند مفهوم را به درستی درک و ارسال کند. طراح گرافیک باید بر ادبیات، علوم اجتماعی، مردم شناسی و بسیاری از حوزه های اندیشه ای دوران خودش مسلط باشد. طراح گرافیک به بواسطه ی شکل دهی یک اثر اجتماعی به بدنه ی اجتماع متصل می شود. (البته این در مورد طراحان گرافیکی است که در بازار حرفه ای کار حضور دارند و کار انجام می دهند)

گرافیک در ایران پیشینه ی زیادی دارد. اما گرافیک کاربردی و مرتبط با بازار و مشتریانش امروزه نسل پنجم خود را طی می کند. نسل پنچ گرافیک امروز، نسلی متفاوت از نسل های قبلی

است. این نسل زبان ثصری امروز است با نوع بیان امروز. این نسل نتیجه ی نسل های زیربنایی گرافیک ایران است، که پایه هایش بر اساس سال ها تلاش و زحمت و گرافیک سنتی ایران است. این نسل نگاهی به تلاش های هنرمندانی داشته و دارد که به ظرافت از هنرهای دیگر استفاده کرده است.

این نسل با نسل های پیشین خود تفاوت هایی دارد. این نسل با در اختیار داشتن شبکه ارتباطی وسیعی بنام اینترنت خیلی زودتر و راحت تر از نسل های قبل از خود با گرافیک جهان ارتباط برقرار کرد و این از دلایل عمده تفاوت کار این نسل با نسل های پیشین است. [۷]

این در حالی است که طراحان این نسل دست به تجربیاتی جسورانه در ایجاد آثار متفاوتی زدند و به دلیل تعامل با هنر دیگر کشورها و غرب باید به گونه ای از رویکرد می رسیدند که در آن به نمودی ایرانی برسند.

یکی از افراد این نسل و طراحان نامدار این گروه "بیژن صیغوری" است. آثار او و هم نسلانش در آثار خود به بیانی کاملاً ایرانی

پرداخته و به تایپوگرافی بسیار اهمیت دادند.

## • آشنایی با بیژن صیفوری<sup>۱</sup>

او متولد ۱۶ اردیبهشت ۱۳۴۷ کردستان است. کودکی و نوجوانی اش، در میانه‌ی انقلاب و جنگ، در شهرهای مرزی غرب ایران می‌گذرد. اولین کارهای او در ده‌سالگی، هم‌زمان با انقلاب ۱۳۵۷ در نشریات آن دوران به‌چاپ می‌رسند و در نوجوانی اولین پوستره‌های خود را با استنسیل می‌سازد و بر دیوارهای شهر سنندج می‌آویزد. او پس از قبولی با رتبه‌ی اول در کنکور و ورود به دانشکده‌ی هنرهای زیبای دانشگاه تهران، از ۱۳۶۷ در استودیوی شخصی‌اش در تهران به کار حرفه‌ای می‌پردازد.

بیژن صیفوری را در طراحی گرافیک با نوآوری‌ها و سبک ویژه‌اش در تایپوگرافی ایرانی می‌شناسند. پرداختن به حروف به عنوان موضوع اصلی کار و نگاه بیان‌گرا و مفهومی در دیزاین، شخصیت کاری او را متمایز می‌کند. صیفوری مدیریت هنری و طراحی گرافیک برای صدها پروژه‌ی فرهنگی-هنری و ده‌ها ناشر و مجله را در کارنامه‌ی خود دارد. او در ادامه‌ی فعالیت‌های خود، در سال ۱۳۸۰، رنگ پنجم را با دوستانش پایه‌گذاری می‌کند، و در سال ۱۳۸۳

به پیشنهاد مرتضی ممیز، سرپرستی کمیته فرهنگی انجمن طراحان گرافیک ایران را می‌پذیرد. بیژن در سال ۱۳۸۵، برای پروژه‌ی Remastered، به همراه ۵۵ هنرمند از سراسر جهان برای بازآفرینی شاهکارهای هنری به سانفرانسیسکو دعوت می‌شود، و از ۱۳۸۹ عضو شورای سردبیری مجله‌ی انجمن طراحان ایتالیا AIAP است. او به‌تازگی MeFoundation، بنیادی برای دیزاین را در میلان ایتالیا پایه‌گذاری و مدیریت هنری کرده است، و داور مسابقه و نمایشگاه جهانی پوستر Mut Zur Wut در آلمان بوده است.



تصویر ۱- طراحی امضا هنرمند (بیژن صیفوری)

تصویر ۲- طراحی پوستر اثر بیژن صیفوری

بیژن صیفوری از اوایل سال ۱۳۹۰، کاستی همگانی (General Defection) را رونمایی می‌کند. مجموعه‌ای که رکورد برترین فروش در نمایشگاه عکاسی معاصر جهان، حراج بونامز ۲۰۱۱ را

۱ - مطالب این قسمت اطلاعات شخصی هنرمند، در کتاب‌ها و سایت‌های متفاوت برگرفته شده است.

با سالها تجربه در دیزاین،  
بیژن صیفوری از  
تأثیرگذارترین هنرمندان  
دیداری ایران در رشته‌های  
طراحی‌گرافیک و عکاسی است. او  
همچنین با نمایشگاه‌گردانی،  
نویسنده‌گی، پژوهش، و شرکت در  
رویدادها و نمایشگاه‌های  
گوناگون بین‌المللی، نقش  
فعالی در ارایه‌ی هنرهای  
دیداری ایران داشته است.  
آثار بیژن در نمایشگاه‌ها،  
موزه‌ها، گالری‌ها، مجموعه‌ها،  
وبسایت‌ها، کتاب‌ها و مجلات  
گوناگونی در ایران و جهان  
ارایه شده است. از جمله در:  
آلمان، فرانسه، لهستان، چین،  
روسیه، چک، ایتالیا،  
اوکراین، ژاپن، هند، قطر،  
هنگ‌کنگ، اسلواکی، امارات،  
تایوان، امریکا،

قبرس، سویس، هلند،  
افغانستان، بلژیک، پاکستان،  
پرو، مکزیک، ترکیه، و  
کانادا.

**بازتاب نوعی هویت ایرانی در آثار  
بیژن صیفوری و طراحان گرافیک نسل  
پنج ایران**

از آن خود می‌کند، و در  
نمایشگاه‌ها و حراجی‌های  
دیگری همچون کریستیز، آرت  
دوبی، حراج تهران و پاریس  
فوتو ۲۰۱۴ عرضه می‌شود.  
مجموعه آثاری مفهومی،  
برگرفته از ادبیات عرفانی  
ایران و در جهان اندیشگی  
مولوی، که به‌گفته‌ی منتقدین  
اروپایی، بازیابی هنر گرافیک  
در جهان تکنولوژیکِ امروز  
است.

بیژن صیفوری از ۱۳۸۰ در  
دانشکده‌ی هنرهای زیبای  
دانشگاه تهران، دانشگاه هنر  
شیراز، تبریز، دانشگاه سوره  
تهران، و دانشگاه هنر تهران  
به دانشجویان کارشناسی و  
کارشناسی‌ارشد درس داده است.  
او همچنین کارگاه‌های ویژه‌ای  
را برای پروژه‌های مفهومی و  
طراحی‌گرافیک، در استودیوی  
شخصی‌اش و در شهرهای گوناگون  
ایران و جهان برگزار کرده.  
از سویی دیگر، بیش از ده  
عنوان کتاب و کاتالوگ، حاصل  
تلاش

هنرمند در گستره‌ی هنرهای  
دیداری و دیزاین است. او  
همچنین به عنوان استاد  
راهنما و مشاور، پژوهش‌های  
شاگردانش را در مقطع  
کارشناسی‌ارشد و در رشته‌های  
دیزاین و هنر رسانه‌های نو  
راهبری کرده است.



بیژن صیفوری مدیر هنری، طراح گرافیک و تایپوگرافر ایرانی، از آغازگران سبک طراحی گرافیک ایرانی است. همانطور که گفته شد، او را در زمره ی آغازگران سبک طراحی گرافیک ایرانی می دانند. او از نام‌های آشنا در برگزاری بسیاری از نمایشگاه‌ها و وقایع ملی و بین‌المللی است و معرف گرافیک ایرانی به جهان است. او در مصاحبه ای با مجله ی رنگ مگزین در سایت این نشریه در رابطه با چیزهایی که او ازش تاثیر گرفته و روی کارهایش موثر بوده می گوید: "یکی از منابعی که بسیار روی کارم موثر بوده متون عرفانی و فکری کهن ایرانی است. تا جایی که شالوده‌ی کارهایم را بر آن پی‌نهادم" او همچنین در مورد شیوه ی کاریش می گوید: "من از نسلی هستم که کار را با کاغذ و قیچی و چسب آغاز کردند. بنابراین معلوم است که چه تفاوتی در تکنولوژی از آن زمان تاکنون ایجاد شده. ولی به راحتی بگویم که این تغییر برای من تغییری دلپذیر بوده، چون از اولین کسانی بودم که با ابزار دیجیتال شروع به کار کردم. برای جوانترها جالب است که بگویم اوایل نرم افزارهایی که الان اسمی دارند به حدی ضعیف بودند که گاهی با همان سیستم دستی کار کردن راحت‌تر بود! یادم نمی‌رود که با ورود هر ورژن از نرم افزارها و اضافه شدن قابلیت‌های جدید به آنها چه شاد می‌شدیم. به هر حال چیزی که مهم است این است که طراحی گرافیک هنری تکنولوژیک است و

وابستگی هوشمند به تکنولوژی چیزی است که در آن ناگزیر است. اما مرعوب شدن و تحت سلطه‌ی امکانات آماده‌ی دیجیتال بودن چیزی نیست که بتوان آن را برخورد خلاقه با ابزار نامید. ارتباط خلاقه با ابزار اما چیزی است که کار طراح را به‌روز می‌کند. و از اینها برتر زبان دیجیتال را شناختن و مهارت در هماهنگ شدن با آن است." [ ۸ ]

در راستای این موارد می توان به این مهم رسید که طراحان این دوره به دلیل تعاملات جهان یه الگوهای ایرانی پرداخته اند بویژه پرچمداران این نسل که شامل افرادی چون رضا عابدینی، بین صیفوری، علیرضا مصطفی زاده و... می باشند. ( تصویر )



تصویر ۳- گرافیک نسل پنج - بیژن صیفوری

فارسی) همان عاملی است که چهره ای ایرانی به آثار می دهد و ما را با این مهم روبرو می کند که می توان از عناصر اصلی و



زیربنایی ایرانی، که یکی از آن ها خط، خوشنویسی یا تایپوگرافی ایرانی است در ارائه ی آثار استفاده کرد.

تصویر ۴- گرافیک نسل پنچ - رضا عابدینی

بیژن صیفوری معتقد است که :  
گرافیک ایرانی ای که من می شناسم و کار می کنم، قبل از هر چیز ویژگی اش را مدیون درک موقعیت خود در جهان است. شناخت و درک و گسترش و به روز کردن زیبایی شناسی ایرانی راه ساده ای نیست که بتوان برایش فرمول نوشت. اما شاید کار نسل های بعدی به گونه ای روشن تر ولی سخت تر شده باشد. چرا که اگر چه از بازیافت زبان دیداری گرافیک ایرانی زمان زیادی نمی گذرد، اما راهی آغاز شده که ادامه ی آن با حفظ اصالت و در عین حال تازگی، کاری است که به همان انرژی آغاز راه نیاز دارد. می خواهم بگویم که پیروی از مدی که با این راه آغاز شده چیزی نیست که مدت زیادی جذاب بماند. همین حالا هم در میان طراحان ایرانی کسانی که می توان به درستی تولید کننده ی گرافیک ایرانی خواند بسیار کم اند. اینجا باید بگویم که ملاک من ارزشی که غربی ها می گذارند نیست. [۸]

بازتاب آثار این نسل به نوعی حرکت اجتماعی اشاره دارد و اینکه بازتاب می تواند جامعه در هنر امری پیچیده و چند بعدی است. اینکه هویت ایرانی و انگاره های

ایرانی بودن و ایران نکته مهم و جاری در آثار بیژن صیفوری است. اینکه گرافیک و آثار آن ها و او در بر دارنده ی نوعی هویت ایرانی است و این همان چیزی است که مخاطبان این آثار در ابتدای مواجهه با آثار او کاملاً آن را دیده و درک می کنند. ضمن اینکه این آثار در پس زبان بصری دارای معنا و مفهوم خود می باشد و بی ارتباط با عناصری نیستند که از آن ها استفاده شده اند.

به عبارتی شکل هنر متأثر از قواعد زیباشناختی است، در حالیکه، محتوای آن از جامعه نشات گرفته است. این محتواها ارزش ها و اعتقادات و به طور کلی ایدئولوژی یا ایدئولوژی های موجود در جامعه را شامل می شود [۹].

پس از ۴ نسل گرافیک در ایران و آثاری که برای مخاطبان خودش در زمان خودش مفهوم و بازتاب داشت. وجود طیفی از آثار که از خطوط ایرانی استفاده کرده است (همان تایپوگرافی

ایرانی و فارسی در آثار این هنرمند به عنوان نماینده ی بزرگ این نسل به قدری قوی و مشهود است که به سبک ایرانی از آن یاد می شود و تا آنجا پیش می رود که با نصب پوستری با خط نستعلیق بر دیوار یک نمایشگاه خارجی بر مخاطبانش مشخص است که این اثر یک اثر از یک هنرمند ایرانی است .

در اینجا باید به بازتاب آثاری که مربوط به دوره ای خاص یا

با توجه به این نظریه و صورت کلی آثار این هنرمند ، چه چیزی به جز هویت و بستر فرهنگ ایرانی را می توان در بازتاب آثار وی دید .

او به دلیل تعلق خاطری که به خط و خوشنویسی ایرانی دارد از آن برای بیان در آثارش استفاده می کند .

اساسا خوشنویسی ایرانی بویژه نستعلیق حاصل تفکر و تلاش هنرمندان ایرانی در زمانی بوده که نوعی هویت و خط ایرانی پدید آورده اند . پس همان مطالعه و شناخت از هنر و ادبیات کهن می تواند ذهن را به سمتی تربیت کند که از آن ها برای بیانی جدید استفاده کند .

او در یکی از مصاحبه هایش می گوید :  
از نظر من تایپوگرافی ایرانی یعنی درک زیبایی شناسی خوشنویسی ایرانی در زمان . این زمان برای من امروز است . [ ۸ ]

جامعه ای خاص می باشد . به عنوان مثال ممکن است در طول تاریخ یک کشور شاهد پوسترهایی با تبلیغات خاص و شعار هایی خاص باشیم ( مثل دوران جنگ ) که این قطعاً به همان شرایط اجتماعی همان دوره بر می گردد . اما آثار هنرمندان این نسل بویژه بیژن صیفوری مربوط به طمانی است که بستر های فرهنگی در کشور مساعد است . نشر رونق دارد . به طراح گرافیک بها داده می شود و طراح در پی آن است که در این فضایی که می تواند از طریق سیستم های ارتباطی با دنیای هنر خارج از ایران در ارتباط باشد ، چرا از عناصر ایرانی استفاده نکند و دارای هویت و سبک نباشد .

بازتاب شرایط اجتماعی در آثار هنری ، به فراخور شرایط خاص هر جامعه یا گروه اجتماعی مرتبط تبیین شده است . [ ۹ ]

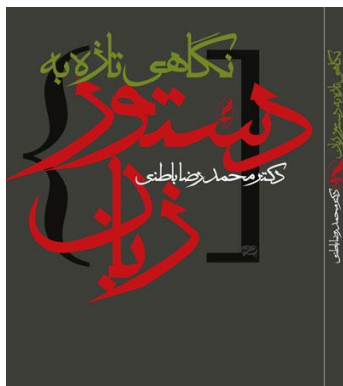
کاربرد خط و خوشنویسی با درکی درست و کاربردی درست تر در این آثار برگرفته از رویکردی است که نوع نگاه این طراحان را در گونه ای ارائه ی بین المللی نشان می دهد . عطش شدید طراحان نسل پنجم برای تصبیت خود در جامعه ملی و خصوصاً بین المللی طراحی گرافیک کتمان ناپذیر است . [ ۷ ]

در اینجا به جرات می توان جامعه شناسی را وارد حوزه ی تحلیل و نقد آثار هنری گروهی خاص انجام داد .

اینجاست که جامعه شناسی هنر علم می شود .

به این دلیل که وقتی سبک گروهی خاصی در یک دوره رایج می شود، نوعی همخوانی میان تولید و مصرف اثر هنری وجود می آید که می تواند مورد بررسی جامعه شناسی هنر قرار بگیرد . در غیر اینصورت ، اگر آن دوره وجود نداشته باشد ، ما با چیزی بنام جامعه شناسی هنر سر و کار نداریم بلکه می توانیم از روتنشناسی هنر صحبت بکنیم . آنچه توسط یک هنرمند خلق می شود ، کاملاً اختصاصی و منحصر به فرد است ولی وقتی از روانشناسی هنر صحبت کنیم آنچه توسط یک هنرمند خلق می شود ، کاملاً اختصاصی و منحصر به فرد است ولی وقتی تکرار پذیر شد- نه اینکه همان هنرمند به خاطر سبک فردی اش آثاری را بیافریند که به یکدیگر پیوستگی و شباهت داشته باشند ، بلکه سایر هنرمندان آثاری خلق کنند که به لحاظ محتوا و قالب مشابه یکدیگر باشند - در این صورت مفهوم علمی تکرار پذیری محقق می شود . بنابر این جامعه شناسی هنر هنگامی به عنوان یک علم مطرح می شود که سبک گروهی را که به دوره ای خاص مربوط است ، بررسی کند ]

[۹



تصویر ۵- طراحی روی جلد با استفاده از تایپوگرافی اثر بیژن صیفوری

تصویر ۶ - طراحی روی جلد با استفاده از تایپوگرافی اثر بیژن صیفوری

بیژن صیفوری در پاسخ به این سوال که : "شما نقش عمده ای در بالابردن مقام بین المللی طراحی گرافیک ایران داشته اید. از کارهای ترویجی خود بگویید. در نشریه ی رنگ مگزین می گوید :

بیشتر این ترویج از تلاش ناخودآگاهی بوده که به عنوان یک دیزاینر مستقل به طور طبیعی در روند کاری ام داشته ام. در غیبت

فرهنگ بیشتر در محور تمرین و ممارست هنری متمرکز است ، در برداشت انگلو ساکسون مفهوم فرهنگ صبغه ی انسان شناختی دارد و شامل آداب و رسوم یا تمدن در جامعه ای مشخص است. اما اگر در

اینجا به فقط به آن چه که به معنای اخص کلمه به " هنرها " مربوط است ، می پردازیم ، یعنی تجربه های خلاقه که به این نام شناخته شده آمد و دقیقاً یکی از اهداف جامعه شناسی هنر مطالعه ی فرایندهایی است که از گذر آن ها چنین شناختی می تواند با گوناگونی هایش در زمان و مکان اجرا شود .

[ ۱۰ ]

این در حالی است که تاکید بر عناصر و عوامل فرهنگی در شکل گیری هنر ، تعامل آن با فرهنگ و جامعه شناسی وجود دارد . همانطور که تاریخ فرهنگ و فرهنگی حضور پررنگی در خاستگاه های جامعه شناسی هنر داشته است .

اینکه تا به الگوهای اصلی هر فرهنگ پی نبرده باشیم نمی توانیم در رابطه با آن به خوبی صحبت کنیم . اینکه برخی از هنرمندان در آثار خود به زیبایی و زیرکی شاخص های فرهنگی خود را نیز وارد می کنند ، به شناخت و درک بالای آن ها از فرهنگ ، تاریخ و ادبیات آن کشور دارد . کسی که نتواند با مفهوم و معنا در ادبیات کهن ایران ارتباط

نهادهایی که قاعده‌تاً باید نقش معرفی و گسترش فرهنگ و هنر کشورها را به عهده بگیرند، این تلاش و اراده‌ی فردی است که عمل می‌کند. پیش از همه علاقه‌ای که به دیدن و دیده شدن در من بوده موتور محرکه‌ای بوده که در سالهای پیش باعث کارهای نمایشگاهی و بده‌بستان‌های فرهنگی شده . چند سالی هم هست فکر می‌کنم منسجم‌تر و انتخاب‌گرانه‌تر، این ترویج و ارتباط را پی‌می‌گیرم . واقعیت این است که با شناخته شدن گرافیک ایرانی حالا دیگر ارتباطها از آن سو پی‌گیری می‌شود."

اینکه این طراح و دیگر طراحان هم نسلش ویژگی های خط ایرانی را به عنوان یکی از اصیل ترین هنرها در یافته اند و آن را به عنوان یک عنصر شناسنامه دار یا هویت در آثار خود به گونه ای بکار می برند ، که هم نوعی سبک و سیاق را بوجود می آورند که کلی است و در بخشی از تاریخ هنر و حتی اجتماعی هنر قرار می گیرد و دیگر اینکه رویکرد های شخصی و ایده آل های ذهنی شخص طراح را نیز معرفی می کند . این میسر نمی شود مگر با درک درست و صحیح از فرهنگ و اندیشه ی ایرانی . این در رابطه با تمام هنرمندانی که به هویت فرهنگی می پردازند وجود دارد .

این همان چیزی است که در بحث مطالعات جامعه شناسی هنر دیده می شود که بحث جامعه شناسی فرهنگی نیز خطاب میشود

می دانیم که واژه فرهنگ در معانی بسیار گوناگون به کار می رود ، به ویژه در به لحاظ شکافی که میان این واژه در انگلوساکسون و فرانسه وجود دارد . در برداشت فرانسوی

بگیرد پوستر ایرانی هم نمی‌تواند کار کند.



مطالعات و دیدگاه‌ها به جنبه‌های اجتماعی اثر می‌پردازد و برخی دیگر مربوط به مولف یا خالق اثر است. هنگامی که سبک گروهی خاصی در یک دوره رایج می‌شود، نوعی همخوانی میان تولید و مصرف اثر هنری وجود می‌آید که می‌تواند مورد بررسی جامعه‌شناسی هنر قرار بگیرد و جامعه‌شناسی هنر اینجاست که اهمیت پیدا می‌کند.

رابطه‌ی میان هنر و جامعه به عنوان اصولی کلی قابل تعمیم است و درک این اصول به تناسب هر جامعه و شرایط اجتماعی آن می‌تواند بسیار متفاوت باشد. این مهم نباید فراموش شود که مطالعه‌ی خصوصیات مختلف اجتماعی در آثار هنری ساخته شده در یک دوره‌ی زمانی خاص یا



توسط گروه خاصی از هنرمندان یا توسط یک هنرمند مولف در طول زندگی اش می‌تواند در بحث مطالعات اجتماعی هنر یا همان جامعه‌شناسی هنر قرار بگیرد.

فردی که مورد مطالعه قرار می‌گیرد بدون شک نماینده‌ی آن شیوه‌ی خاص است که آن شیوه در جامعه رواج یافته و بر مخاطب خودش تاثیر گذاشته است. اگر چه برخی اوقات جامعه در یک اثر یا اثر یکنفر و حتی گروه نیز دیده نمی‌شود و این دلیل نمی‌شود، که با بررسی آن‌ها به بازتاب

تصویر ۷ و ۸ - طراحی پوستر. اثر بیژن صیفوری

نتیجه‌گیری:

همانطور که مشخص است موضوع جامعه‌شناسی هنر خوانش متن و رابطه آن با جامعه است. در حوزه‌ی نقد جامعه‌شناسی هنر، بخشی از

های اجتماعی و اثر گذاری و اثر بخشی آن پی برد .

گرافیک در زمره ی آثاری قرار دارد که در بطن اجتماع قرار گرفته است و هر جا که باشد رسالتش ارسال پیام و بیان به مخاطب است . این در حالی است که در هر زمان باید از زبان و بیانی خاص برای ارتباط با مخاطب استفاده شود . در گرافیک مخاطب یا مشتری حرف اول را می زند . پس باید با نظر مخاطب همراه بود . اما نکته ی مهم در اینجا آن است که معمولا آثار یا اثری برجسته می شود که با بخت و اقبال عمومی روبرو شود . به عبارتی اگر آثاری مورد توجه قرار می گیرند ، این آثار بهتر توانسته با مردم ارتباط برقرار کند و آن فرمول همیشگی ارسال پیام به مخاطب به خوبی شکل گرفته است .

حال آنکه همین مخاطبان با جذب شدن به سمت برخی از گونه ها یا سبک ها باعث می شوند که آن شیوه در آثار دیگران تکرار شود . به همین ترتیب سبکی رایج می شود

که بازتابی است از شرایط آن دوره .

آثار گرافیک نسل پنج همانطور که بررسی شد ، متعلق به دوره ای است که طراحان جوان این دوره با استفاده از اینترنت این قدرت را

دارند که با دنیای اطراف خود ارتباط برقرار کنند . در این دوران ارتباط با دنیای خارج از ایران و بیان ایده ها بسیار راحت تر از قبل اتفاق می افتد . این ارتباط به گونه ای پیش می رود که هنرمندان و طراحان بدنبال زبانی می گردند تا پس از برقراری ارتباط جرفی متفاوت داشته باشند .

در آثار این هنرمند ، هویت و بستر فرهنگ ایرانی را می توان دید . این همان بازتاب آثاری او و دیگر طراحان همنسلش می باشد . حتی می توان گفت تاثیری که او بر دیگر هنرمندان گذاشته است . همانطور که بیان شد ، بیژن صیفوری به دلیل تعلق خاطر که به خط و خوشنویسی ایرانی دارد از آن برای بیان در آثارش استفاده می کند . اساسا خوشنویسی ایرانی بویژه نستعلیق حاصل تفکر و تلاش هنرمندان ایرانی در زمانی بوده که نوعی هویت و خط ایرانی پدید آورده اند . پس همان مطالعه و شناخت از هنر و ادبیات کهن می تواند ذهن را به سمتی تربیت کند که از آن ها برای بیانی جدید استفاده کند .

بیژن صیفوری به خوبی فرهنگ ایرانی را می شناسد و اینکه این طراح و دیگر طراحان هم نسلش ویژگی های خط ایرانی را به عنوان یکی از اصیل ترین هنرها در یافته اند و

نمود پیدا کرده است ، به خوبی دیده می شود و این آثار به عنوان آثاری که پای خود را به خارج از مرزهای ایران می گذارند برای گرافیک ایران نوعی شناسنامه یا هویت را ایجاد می کنند . هویتی ایرانی که از اصیل ترین هنر ها یعنی خط (نوشته ) به شکل تایپوگرافی ان هم در فرمی ایرانی استفاده می کند و به راحتی با مخاطب ارتباط برقرار می کند .

رویکرد بازتاب در آثار گرافیک بیژن صیفوری چیزی نیست جز هویت ایرانی که تلاش می کند آن را به مخاطبان خود انتقال دهد و در تاریخ گرافیک و مطالعات هنر ایران آن را به تثبیت برساند . به این مفهوم که بیان هویت در آثار گرافیک ایران با استفاده از خط فارسی در دوره ای خاص و با همت طراحانی شکل گرفت که نسل پنجم گرافیک ایران نامیده می شدند .

تهران . ۱۳۸۹ . چاپ هشتم .  
ص ۱۰ -

۳- اس . بکر ، هاوارد . " عکاسی و جامعه شناسی " . ترجمه : گلاره خوش گذران حقیقی . نشریه بیناب . ویژه عکاسی . حوزه هنرس . تهران . ۱۳۸۷ . ص ۱۰۰ .

۴- Alexander , Victoria , sociology of- the Arts , Blachwell Publishing 2003.P21

۵ چاکباز . رویین . دایره المعارف هنر . انتشارات فرهنگ معاصر . تهران . ۱۳۷۸ . ص ۶۵۹ .

آن را به عنوان یک عنصر شناسنامه دار یا هویت در آثار خود به گونه ای بکار می برند ، که هم نوعی سبک و سیاق را بوجود می آورند که کلی است و در بخشی از تاریخ هنر و حتی اجتماعی هنر قرار می گیرد و دیگر اینکه رویکرد های شخصی و ایده آل های ذهنی شخص طراح را نیز معرفی می کند . این میسر نمی شود مگر با درک درست و صحیح از فرهنگ و اندیشه ی ایرانی . این در رابطه با تمام هنرمندانی که به هویت فرهنگی می پردازند وجود دارد .

این همان رویکرد بازتاب است که به خوبی از آثار هنرمندان این نسل و این طراح برداشت می شود . توان و فهم جامعه از مسائل فرهنگی ، یا به عبارتی بستری مناسب که در آن هویت ایرانی

منابع :

۱- راودراد ، اعظم . " جامعه شناسی اثر هنری " ویژه نامه پژوهشنامه فرهنگستان هنر . شماره فروردین و اردی بهشت ۱۳۸۶ . فرهنگستان هنر . تهران . ص ۶۸ - 69-75 -

۲- سیموور چاوست و استیون هلر . " سبک های گرافیک " . ترجمه : لیلا کسایی . مهگان فرهنگ . نشر مارلیک .



- ۶- افشار مهاجر ، کامران .  
گرافیک تبلیغات چاپی در  
رسانه ها . انتشارات سمت .  
۱۳۸۸ . ص ۸
- ۷ سعیدی . مهدی . گرافیک نسل  
پنج . انتشارات فرهنگستان  
هنر . تهران . ۱۳۸۵ . ص ۵ .
- ۸ WWW.rangmagazine.com .
- ۹- اعتماد ، شاپور . مقاله  
"واقعیت اجتماعی اثر هنری  
" . نشریه بیناب . شماره  
۱۴ . ویژه جامعه شناسی هنر  
شهریور ۱۳۸۸ . تهران .  
ص ۷۵ .

- ۱۰

- ۱۰- هینیک ، ناتالی . جامعه  
شناسی هنر . ترجمه :  
عبدالحسین نیک گهر . نشر  
آگه . ۱۳۸۷ . تهران . ص  
۱۸

سایر منابع :

- ۱- آرنهام ، رودلف . هنر و  
ادراک بصری . ترجمه : مجید  
اخگر . نشر سازمان مطالعه و  
کتب علوم انسانی دانشگاه ( سمت )  
تهران . ۱۳۶۸ .

- ۲- ورامینی ، نیما . تفکر  
خلاق در گرافیک . نشر :  
فرهنگسرای میردشتی . تهران  
۱۳۹۰ .