



تصویر شماره ۱. تصویری از کتاب ارژنگ مانی

آموزش

دکتر کامران افشار مهاجر

عضو هیئت علمی گروه ارتباط تصویری دانشگاه هنر

حرفه‌تصویرسازی مطبوعات در ایران از آغاز تا انقلاب اسلامی



تصویر شماره ۴. تصویرگر: مرتضی ممیز

ماهرانه از صنایع‌الملک دیده می‌شد که موضوع آن‌ها تصویر رجال و اشراف و بناها و کاخ‌های معروف ایران بود.

روزنامه‌های علمی، شرف، شرافت، ادب (تصویر ۳)، طلوع، چهره‌نما، عدالت، آزاد، امید، از دیگر نشریات مصور این دوره بوده است که روزنامه‌های شرف و شرافت از نظر تصویرسازی قابل تأکید هستند.

طنز تصویری در ایران، نخستین بار در نشریهٔ ادب دیده می‌شود که در مشهد منتشر می‌شد و طراح آن، حسین موسوی، نقاشباشی آستان قدس رضوی بود و بعدها واژهٔ کاریکاتور برای این‌گونه طرح‌ها به کار رفت.

غیر از صنایع‌الملک، میرزا ابوتراب (برادر بزرگ کمال‌الملک)، میرزا موسی، مصورالملک، میرزا علی‌خان نقاشباشی ملقب به «مزمین‌الدوله»، محمد نقاش اصفهانی، میرزا حسن، میرزا جعفر، علی‌خان، محمد صانعی، محسن تاج‌بخش، نخستین تصویرگران مطبوعاتی ایران هستند.

در دوران شکل‌گیری نهضت مشروطه در ایران، نیاز به خبررسانی به عموم و تودهٔ مردم، بسیار ضروری بود و با مطبوعات چاپ سنگی که حروف درشت نستعلیق و یک یا دو ستون مطلب در هر صفحه داشتند و تیراژی محدود و اندک، این اطلاع‌رسانی، بسیار گران بود و به کندی صورت می‌گرفت؛ در نتیجه چاپ سربی که در ابتدای ورود خود به ایران در زمان شاه عباس اول در جلفای اصفهان با استقبال مواجه نشده بود، به کار گرفته شد و در تبریز و تهران و بسیاری از شهرهای بزرگ ایران، چاپخانه‌های سربی راه‌اندازی و برای حروفچینی و تکثیر روزنامه‌های متنوعی به کار گرفته شدند که امکان خبررسانی سریع و نه چندان گران برای پیروزی جنبش مشروطه‌خواهی، میسر گردد.

این روزنامه‌ها در آغاز هیچ‌گونه طرح یا تصویری نداشتند و فقط سرلوحه در صفحهٔ نخست بود و سطرهای حروفچینی شده

جدا شده است. بر همین اساس، تصویرسازی تقسیم‌بندی و انواعی مانند: طنز تصویری، تصویرسازی تبلیغاتی، تصویرسازی برای کودکان، تصویرگری آموزشی، تصویرسازی مُد، تصویرسازی آماری یا اطلاعاتی، ... علاوه بر این باید اشاره کرده که با وجود آن‌که واژهٔ «تصویرسازی»، بیشتر مصور کردن متن را تداعی می‌کند، ولی در زمینه‌های متنوعی مانند طراحی جلد کتاب و کاتالوگ و بروشور، جلد سی‌دی، طراحی تبلیغ مجله‌ای و روزنامه‌ای، طراحی بسته‌بندی، طراحی تیتراژ فیلم و تبلیغات تلویزیونی و سینمایی، طراحی پوستر و بلبورد و به‌طور کلی تبلیغات محیطی و حتی گاهی در معماری داخلی و فضاهای اماکن عمومی کاربرد دارد.

هنر مردمی، هنری نیست که مردم عوام دوست داشته باشند؛ بلکه پدیده‌ای است که برای مردم مفید باشد و در جهت رشد فکری آن‌ها گام بردارد

پیشینهٔ تصویرسازی در مطبوعات ایران

«کاغذ اخبار»، نخستین روزنامهٔ ایرانی بود که در زمان محمدشاه قاجار به کوشش میرزا صالح شیرازی که خود آن را با ترجمهٔ واژهٔ انگلیسی newspaper نام نهاده بود، منتشر شد. پس از آن روزنامهٔ «وقایع اتفاقیه» به همت و نظارت میرزا تقی‌خان امیرکبیر و تحت نظر او منتشر شد که پس از انتشار شمارهٔ ۴۷۱ در سال ۱۲۷۷ ه. ق، به روزنامهٔ دولت علیه ایران تغییر نام داد و مدیریت روزنامهٔ جدید برعهدهٔ میرزا ابوالحسن خان غفاری - عموی کمال‌الملک و ملقب به صنایع‌الملک - گذاشته شد و این نشریه را می‌توان نخستین روزنامهٔ مصور ایران به حساب آورد که در صفحهٔ اول هر شمارهٔ آن و برخی صفحات داخلی، آثاری با اجرای قوی و



تصویر شماره ۶. اثر محمد تجویدی



تصویر شماره ۵. اثر علی اکبر صادقی ▲

تصویر شماره ۷. تصویرسازی اثر محمد بهرامی ▼



در تصویرگرانی مانند لیلی تقی پور ادامه یافت. محمد بهرامی در سال ۱۳۲۵ شمسی، نخستین آتلیه خود را به نام «آرک^۱» تأسیس کرد که اساتیدی مانند: بیوک احمری، بوریس آسیریان، محمد علی زاویه، علی اصغر معصومی، مرتضی ممیز (تصویر ۴)، آیدین آغداشلو، علی اکبر صادقی (تصویر ۵)، محمد احصایی، محمد تجویدی (تصویر ۶) در این آتلیه کار کرده‌اند. دو سال بعد، نام آتلیه به آتلیه بهرامی تغییر می‌کند و پس از مدتی با ازدیاد حجم سفارشات، آتلیه به مکان دیگری منتقل می‌شود و بهرامی آتلیه جدید را «پارس» نام‌گذاری می‌کند که تصویرسازی مجلاتی مانند فردوسی و سپید و سیاه - که تا حدودی مخاطبان روشنفکر داشتند - در این آتلیه صورت می‌پذیرفت (تصویر ۷). بیوک احمدی هم در همین سال‌ها با مجلات امید ایران، باباشل، چلنگر، فردوسی، سپید و سیاه همکاری داشت و مدتی نیز با محمد بهرامی به اجرای آثار تصویرسازی اشتغال یافته بود. از دهه سی شمسی، شاخه دیگری از تصویرسازی مطبوعاتی - یعنی تصویرسازی تبلیغات مطبوعاتی - دیده می‌شد که بیشتر در حد رسامی و اجرای تصویر کالا با رنگ سیاه روی کاغذ یا مقوای گلاس به صورت خط و هاشور و تراشیدن اثر مرکب روی کاغذ و نیز استفاده از «زیپاتون^۲»، یعنی صفحات نایلونی پشت چسبدار بافت‌های آماده و خاکستری با شدت‌های مختلف، بوده است. این‌گونه تصویرسازی، پس از امکان چاپ تصاویر عکاسی شده در مطبوعات با کیفیت مناسب، به تدریج منسوخ می‌شود.

تأثیر آموزش دانشگاهی بر تصویرسازی مطبوعاتی ایران

دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران در سال ۱۳۱۹ تأسیس شد و نخستین فارغ‌التحصیلان آن در سال ۱۳۲۴ وارد بازار کار شدند یا برای ادامه تحصیل به خارج از ایران رفتند. لیلی تقی پور

سربی. ولی با ابداع کلیشه‌سازی و رواج آن در ایران، امکان ارائه طرح‌های خطی در روزنامه‌های چاپ سربی فراهم شد و البته تا مدت‌ها، امکان چاپ شیوه‌هایی مانند آب مرکب، آبرنگ، سایه‌زدن با مداد، وجود نداشته است.

تصاویر متکی به خطوط با ضخامت‌های مختلف و سطوحی که با خطوط مثبت یا منفی (سیاه یا سفید) ایجاد شده‌اند، در مطبوعات این سال‌ها دیده می‌شود. روزنامه اطلاعات که از سال ۱۳۰۵ و روزنامه کیهان که از سال ۱۳۲۱ شمسی تأسیس شدند، از دهه سی شمسی دارای این‌گونه تصویرسازی‌ها بودند که اجرای آن‌ها غالباً با قلم فلزی معروف به «قلم هاشور» صورت می‌گرفت و از قلم موهای نازک نیز استفاده می‌شد. علی مسعودی، یحیی دولتشاهی و حسینعلی مؤیدپردازی که در مدرسه صنایع مستظرفه آموزش دیده بودند، از نقاشان این شیوه هستند که روش کار آن‌ها



تصویر شماره ۸. تصویرگر: لیلی تقی‌پور

(تصویر ۸) و محمد جوادی‌پور، از نخستین فارغ‌التحصیلان هستند که به تصویرسازی مطبوعاتی پرداخته‌اند و در ارتقاء کیفیت آن مؤثر بوده‌اند.

تا این زمان یعنی حدود دههٔ سی شمسی، تصویرسازی در ایران را نمی‌توان جدا از نقاشی مورد بررسی قرار داد و در واقع نخستین تصویرسازی‌های چاپی که در کتاب‌های چاپ سنگی و در دورهٔ قاجار شکل گرفتند، ارتباط تنگاتنگی با هنر نقاشی آن زمان داشتند و اصول حاکم بر آن‌ها قابل تفکیک نبودند و با آغاز دورهٔ رئالیسم کمال‌الملک هم تصویرسازی‌هایی که برای روزنامه‌ها و مجلات انجام می‌شد، به رئالیسم گرایش پیدا کردند.

در سال ۱۳۳۹، هنرکدهٔ هنرهای تزئینی تحت نظر وزارت فرهنگ و هنر وقت با رشته‌های نقاشی تزئینی، هنرهای چاپی و نگارشی (گرافیک)، پیکره‌سازی، معماری داخلی، طراحی و چاپ پارچه، به سرپرستی هوشنگ کاظمی تأسیس شد که بعدها تبدیل به دانشکدهٔ هنرهای تزئینی می‌شود.^۳

شک نیست که فارغ‌التحصیلان این دو مرکز آموزش عالی هنر بر کیفیت تصویرسازی مطبوعاتی و به‌ویژه نزدیک شدن آن به معیارهای تصویرسازی مطبوعاتی غربی و تأثیرپذیری از هنرهای تجسمی اروپا سهم چشمگیری داشته‌اند که در دهه‌های چهل و پنجاه شمسی در تصویرسازی مطبوعاتی کاملاً محسوس است.

تصویرسازی مطبوعاتی ایران در دههٔ چهل شمسی

از هنرمندانی که بهرامی در آموزش آن‌ها سهیم بوده و مقداری از تجربیاتش را به ایشان منتقل نموده است، شاخص‌تر از همه مرتضی ممیز می‌باشد که تصویرسازی‌هایش در نشریات ایران آباد و به‌ویژه کتاب هفته (تصاویر ۱ تا ۳)، دورهٔ درخشانی در تصویرگری مطبوعاتی ایران بوده است. او غیر از کتاب هفته، در نشریات دیگر، مانند: تلاش، نگین، فرهنگ و زندگی، رودکی نیز تصویرسازی‌های ارزشمندی ارائه کرده است.

از سال‌های دههٔ چهل، طراحی و تصویرسازی مطبوعاتی به واسطهٔ تلاش هنرمندانی مانند: مرتضی ممیز، اردشیر محمص، فرشید مثقالی، نیکزاد نجومی، ...، رفته رفته شکل مستقلی از نقاشی یافت و به عنوان زبان بیانی مؤثری مورد توجه قرار گرفت.

مؤسسهٔ انتشارات فرانکلین با همکاری سازمان چاپ و تألیف کتاب‌های درسی در سال ۱۳۳۹ تعدادی از کارشناسان را برای آموزش تصویرسازی به آمریکا، انگلستان و فرانسه فرستاد؛ مانند: غلامعلی مکتبی، پرویز کلانتری و محمدزمان زمانی که آثار تصویرسازی مطبوعاتی آن‌ها در نشریات پیک در دههٔ چهل و پنجاه دیده می‌شود. در آثار تصویرسازی پرویز کلانتری، وفاداری به عناصر بومی، سادگی و واقع‌گرایی کودکانه و قدرت طراحی و اجرا محسوس است (تصویر ۹). آراپیک باغدادساریان هم از تصویرگرانی بود که در دههٔ چهل، با انتشارات فرانکلین همکاری می‌کرد و آثار ارزنده‌ای را در این زمینه خلق کرده است.

سرپرستی آتلیهٔ مجلهٔ تماشا وابسته به سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران (نام سابق صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران) را قباد شیوا برعهده داشت و همکاران تصویرگر او در این آتلیه، مهنوش مشیری، فاطمه ملک‌افضلی، فوزی تهرانی، شهرام گلپریان، علی خسروی، فریده شهبازی بودند که حاصل کار آن‌ها از نمونه‌های موفق تصویرسازی مطبوعاتی این دوران بوده است.

کیفیت تصویرسازی تبلیغاتی هم در این دهه رشد چشمگیری داشته است و تعداد شرکت‌های تبلیغاتی فزونی یافته بود و بسیاری از آن‌ها از طراحان تحصیل کرده در رشته‌های هنری استفاده می‌کردند.

تصویرسازی مطبوعاتی ایران در دههٔ پنجاه شمسی

در اوایل این دهه با گران شدن نفت در بازارهای جهانی، موقعیت اجتماعی نسبتاً مناسبی برای ایران فراهم شد که فعالیت‌های هنری و تجسمی و از جمله تصویرسازی را رونق داد. امکانات عکاسی و صنعت چاپ هم در این دهه به تکاملی نسبی رسیده بود و تعداد مجله‌ها و به‌طور کلی نشریاتی که به تصویر اهمیت می‌دادند، فزونی یافته بود.

آتلیهٔ مجلهٔ تماشا همچنان فعال بود و نشر مجلهٔ نگین که از تصویرگران ماهر و با تجربه‌ای استفاده می‌کرد، ادامه داشت

سخن آخر و نتیجه‌گیری

نکته مهمی که در حرفه تصویرگری برای مطبوعات توسط طراحان باید در نظر گرفته شود، توجه به این حقیقت است که یکی از خطرهایی که ارتباط بصری و یا به‌طور کلی هنر را تهدید می‌کند، حالت کسالت‌بار و یکنواخت است. چشم انسان در ارتباط با ذهن، ضمن علاقه به هارمونی و هماهنگی، به محرک‌ها و عوامل تهییج‌کننده نیز نیاز دارد. نکته دیگر این که منبع الهام تصویرگر، البته باید طبیعت باشد، ولی طبیعت نباید الگویی برای تقلید شود؛ تقلید محض از طبیعت، هیچگاه هنر ارزنده‌ای را به وجود نیاورده است.

هنر مردمی، هنری نیست که مردم دوست داشته باشند؛ بلکه پدیده‌ای است که برای مردم مفید باشد و در جهت رشد فکری آن‌ها گام بردارد. اگر قرار باشد که هنرمند چیزی را عرضه کند که مردم می‌پسندند و دوست دارند، پس نقش واقعی او به عنوان راهگشا و هدایت‌کننده چه می‌شود؟ نقشی که به خاطر حساسیت ویژه او و این که مسائل را به شکل خاصی مطرح می‌کند و رشد فکری مردم را بالا می‌برد، به عهده او قرار داده شده است. هنرمندی که حرفه تصویرسازی مطبوعاتی را انتخاب می‌کند، علاوه بر توجه به پیشینه ارزشمند هنر نگارگری در ایران، باید روح زمانه و تعادل بصری و نوعی رمز و راز را که برای هر اثر هنری ضرورت دارد را در تصویرسازی‌هایش در نظر داشته باشد و در حد توان خود در آثارش ارائه کند.



تصویر شماره ۹. تصویرگر: پرویز کلاتری

و تصویرسازی‌های مجله رودکی با نظارت مرتضی ممیز انجام می‌شد و روزنامه‌های جدیدی مانند رستاخیز، نسبتاً اهمیتی برای تصویرسازی قائل بودند و تعداد بیشتری از فارغ‌التحصیلان دانشکده‌های هنری وارد بازار کار حرفه‌ای شده بودند و به‌ویژه از شیوه فتومونتاژ در تصویرسازی مطبوعاتی فراوان استفاده می‌شد. در این دهه، تکنیک‌های جدیدتری در ارائه تصاویر مطبوعاتی به کار گرفته می‌شود و اهمیت استفاده از تصویر برای پیام‌رسانی نسبت به دهه‌های قبل از آن فزونی می‌یابد و علاوه بر تصویری که در رسانه‌های چاپی عرضه می‌شدند، تلویزیون تبدیل به رسانه‌ای همه‌گیر و بسیار مؤثر گردید و تا دورترین روستاها نفوذ کرد. تا قبل از این سال‌ها، تصویرسازی در بستر واژگان به حیات خود ادامه می‌داد و وابسته به متن بود، ولی به تدریج علاوه بر تصویرسازی برای مطبوعات و یا تصویرگری برای کتاب‌های کودکان، در زمینه‌های بسیار متنوعی - که غالباً ارتباطی با تبلیغات و اطلاع‌رسانی داشتند - نیاز به گونه‌ای از تصویرسازی محسوس شد و در موارد متعددی تصویرسازی در جهت رشد فکری جامعه، گام‌های مؤثری برداشت.

پی‌نوشت

1. Arc

2. Zipaton

۳. این دانشکده، پس از انقلاب فرهنگی، نخست به مجتمع دانشگاهی هنر تغییر نام داد. که مجموعه‌ای از تمام دانشکده‌های هنری تابع وزارت فرهنگ و هنر سابق یعنی دانشکده هنرهای تزئینی، دانشکده هنرهای دراماتیک، هنرستان عالی موسیقی و دانشگاه فارابی بود و سپس نام آن «دانشگاه هنر» شد که اکنون بزرگترین مرکز آموزش آکادمیک هنر در ایران است.

منابع

۱. افشار مهاجر، کامران؛ هنرمند ایرانی و مدرنیسم؛ انتشارات دانشگاه هنر، تهران؛ ۱۳۸۴.
۲. داوودی، آرمان؛ ترجمه تصویرگری؛ فصلنامه حرفه هنرمند، شماره ۳۰، پاییز ۱۳۸۸.
۳. شیوا، قباد؛ و دیگران. در چند و چون تصویرگری؛ فصلنامه حرفه هنرمند، شماره ۳۰، پاییز ۱۳۸۸.

طنز تصویری در ایران، نخستین بار در نشریه ادب دیده می‌شود که در مشهد منتشر می‌شد و طراح آن، حسین موسوی، نقاشباشی آستان قدس رضوی بود و بعدها واژه کاریکاتور برای این گونه طرح‌ها به کار رفت