

# رایانه جای مغز طراحان ما نشسته است

قباد شیوا و آسیب‌شناسی ورود رایانه در گرافیک ایران

تا پیش از این گفت‌وگو، از گفته‌های انتقادی قباد شیوا نسبت به اوضاع کنونی گرافیک کشور ارزیابی روشنی نداشتم. هنگامی که با او به گفت‌وگو نشستیم، دریافتم که حرف‌هایش از روی درد دل است نه از تیختر و استادمنشی. او جز نسلی از گرافیست‌هاست که برای به دست آوردن آنی که می‌داند، زحمت زیادی کشیده. سابقه پر حجم کارهایش، که به گفته دوست و دشمن، آثار درخشان در آن زیاد دیده می‌شود، گویای این تلاش چهار ساله است. شیوا از جمله استادانی است که از کرختی شاگردانش رنج می‌برد، و زمانی که از معدود شاگردان قابلش تعریف می‌کند، خوشحالی خودش را پنهان نمی‌کند. بی‌تکلفی، انرژی تعجب‌آور، پرکاری و چهره‌خندان شیوا در کنار آثاری ماندگار، ترکیب دلنشینی است که به سختی از خاطر می‌رود.

## سابقه

در سال‌های ۱۳۵۶ تا ۱۳۶۰ که برای رفع کمبود اطلاعات خود در زمینه هنر گرافیک در شهر نیویورک مشغول تحصیل بودم، کم‌وبیش حضور رایانه را در استودیوهای طراحی می‌دیدم. مثلاً در طبقه بالای آتلیه طراحی میلتن گلیزر اتاقی بود که در آن چند نفر تکنسین رایانه مشغول به کار بودند، بعضی از کارهایی که در استودیو طراحی می‌شد برای اجرا تحویل تکنسین‌های رایانه می‌شد تا با مشخصات تعیین شده اجرا شود، و البته با نظارت کامل طراح.

به ایران که برگشتم هنوز خبری از رایانه در حیطه گرافیک نبود، در واقع ده دوازده سالی که گذشت رایانه به آتلیه‌ها نفوذ کرد و کم‌کم فراگیر شد. ورود فناوری دیجیتال به دفتر طراحان گرافیک ایرانی و شیوه استفاده از آن، جنبه‌های مثبت و منفی داشت، این جنبه‌های منفی متأسفانه آسیب‌های فراوانی را به طراحی گرافیک ایران وارد کرد که بهتر است درباره آن تامل کرد.

## غوره نشده مویز می‌شوند

در کشورهای غربی معمولاً دانشجویان برای ده سال بعد، نسبت به زمان دانشجویی، تربیت می‌شوند. برنامه‌ریزی شده که دانشجویان از زمانی که وارد دانشگاه می‌شود سه الی چهار سال آموزش نظری و نیمه عملی ببینند، پس از آن چند سال هم در آتلیه‌های مختلف کار عملی و حرفه‌ای کنند. در این مدت از تجربیات و مهارت‌های نسل قبلی بهره می‌برد. بعد از این چند سال، که توانایی حرفه‌ای به دست می‌آورد، می‌توان به اصطلاح

خودمان با اعتماد به نفس روی پای خود بایستد و شاید آمادگی راه‌اندازی آتلیه‌ای مستقل را در خود بیابد.

پیش از هجوم رایانه به دفاتر طراحی ایران، همیشه تعداد زیادی دانشجوی و نوآمخته در این دفاتر حضور داشتند که به عنوان دستیار و یا کارآموز زیر نظر طراحان باتجربه کار می‌کردند. به این ترتیب نسل جوان پخته می‌شد، صیقل پیدا می‌کرد و مبانی طرح و کنترل کار را می‌آموخت. اما پس از ورود رایانه به آتلیه‌ها، فناوری نشررومیزی با سرعت زیاد کارهای اجرایی را بلعید، و کم‌کم حضور نوآموزان و دستیاران نیمه ماهر در آتلیه‌ها اضافی و غیراقتصادی به نظر آمد.

این چنین شد که دانشجویان و دانش‌آموخته‌ها امتیاز یادگیری و تجربه در آتلیه‌های حرفه‌ای را از دست دادند و سرگرم آموختن رایانه و به ناچار مسخ فناوری دیجیتال شدند. آموختن رایانه، آن هم به صورت خیلی سطحی، تنها راه دانشجویان برای ورود به بازار کار است. چون این‌ها بضاعت ناچیزی در طراحی دارند، خلا فکری و عدم مهارت هنری خود را زیر پوشش تظاهرات و زرق و برق رایانه پنهان می‌کنند و نوعی گرافیک بزک شده را در مملکت رواج داده و می‌دهند. می‌دانید که آثاری که در این فرآیند تولید می‌شوند فاقد هرگونه خصلت هنری هستند و به جای فرهنگ‌سازی بیشتر مخرب سلیقه بصری جامعه می‌شوند.

## مشکل دانشگاه‌ها

بله؛ ما مشکل کمبود مدرس توانای طراحی داریم، اما ریشه مشکلات عمیق‌تر از این است. در سال‌هایی که برای ورود به

در تمام دنیا،  
به خصوص در  
کشورهایی که در  
صنعت تبلیغات  
پیشگام هستند،  
تقسیم‌بندی  
معقولی وجود  
دارد؛ به این  
صورت که غالباً  
دفترهای  
تبلیغاتی کاملاً  
جدا از  
استودیوهای  
طراحی هستند.

باور کنید که تعداد خیلی اندکی از دانشجویان امروزی وقتی که وارد دانشگاه می‌شوند طراحی بلدند، اغلب در دوره دانشگاه با اتکاء به دستگاه‌های فتوکپی و مجلات خارجی و ترفندهای رایانه‌ای دانش آموخته می‌شوند. باید بگویم که این‌جا هم با جنبه منفی استفاده از رایانه روبه‌رو هستیم.

## شرکت تبلیغاتی، آتلیه طراحی

در امر تبلیغات و سازمان‌های تبلیغاتی هم کجروی‌هایی را شاهد هستیم. در تمام دنیا، به خصوص در کشورهایی که در صنعت تبلیغات پیشگام هستند، تقسیم‌بندی معقولی وجود دارد؛ به این صورت که غالباً دفترهای تبلیغاتی (Advertising Agency) کاملاً جدا از استودیوهای طراحی (Design Agency) هستند. البته کارشناس‌های مختلفی در دفترهای تبلیغاتی جمعند؛ از بازاریاب گرفته تا محقق و اقتصاددان و جامعه‌شناس و البته مدیر هنری. از آن سو در موسسه‌های طراحی، طراح‌ها و گرافیست‌ها با گرایش‌ها و مهارت‌های مختلف سرگرم کار هستند. همان‌طور که می‌دانید در یک برنامه‌ریزی تبلیغاتی از حرفه‌ها و هنرهای مختلف استفاده می‌شود؛ از جمله زبان‌شناس‌ها، موسیقی‌دان‌ها، طراح‌های گرافیک و عکاس، فیلمسازها و طراح‌های محیطی. برای اجرای هر صف‌آرایی تبلیغاتی (Campaign) حسب نیاز به این متخصص‌ها مراجعه می‌شود.

اما در ایران تنها هنر صنعت تبلیغات در اجیر کردن چند گرافیست ارزان قیمت، که حتماً دستی هم در کار رایانه داشته باشند، خلاصه می‌شود. این شرکت‌ها به برکت تصاویر و آگهی‌های فرنگی و چند بزک رایانه‌ای کار را خاتمه می‌دهند. نتیجه چیزی نیست جز کارهایی خالی از اندیشه تبلیغاتی، این کارها در اوج خود چیزی جز یک ترکیب‌بندی رنگارنگ و بی‌هویت ارایه نمی‌دهند.

باید دانست که تبلیغات فقط گرافیک نیست و هنرمند گرافیست هم تبلیغاتچی نیست. اگر تبلیغات از گرافیک بهره می‌گیرد دلیلی بر آن نیست که گرافیست‌ها تبلیغاتچی هستند. باید دانست با استخدام چند طراح نیمه‌ماهر در لوای یک مجوز کانون تبلیغات، این صنعت به جایی نمی‌رسد. شرکت‌های تبلیغاتی باید با اتکاء به گروه متخصص خود برنامه‌های تبلیغاتی را مدون کنند و در انتها آن‌چه را که با هنر گرافیک قابل اجراست توسط مدیران هنری خود به آتلیه‌های طراحی سفارش دهند، این گونه است که کار گرافیک زیر نظر طراحان قابل و توانمند به سامان می‌رسد.

## اندیشه و ابزار

نگاهی به کارها و طراحی‌های این روزها بیندازید، تقریباً همه شبیه به هم شده‌اند. یک مجله را ورق می‌زدیم، دیدیم که در پنج آگهی مختلف جلوه ابر فوتوشاپ به کار رفته است. تمهیدات بصری که در برجسب مربا به کار رفته روی بیل‌بورد



دانشگاه دقیقه شماری می‌کردیم، در آن شرایط ما عاشق هنر بودیم. از دوره دبیرستان در مورد هنر مورد علاقه خود مطالعه و کسب اطلاعات می‌کردیم. حتی از زیر سنگ هم که شده ابزار خودمان را تهیه می‌کردیم، نقاشی و طراحی می‌کردیم و حتی به شکل غیرعلمی و ناشیانه خود را درگیر هنر مورد علاقه‌مان می‌کردیم. نهایتاً آرمان ما این بود که برای تکمیل اطلاعات، و جهت دادن مهارت خود در راستای صحیح، به دانشگاه برویم؛ شور و عطش داشتیم. وقتی که در کنکور دانشگاه قبول شدیم طراحی بلد بودیم، ابزار کارمان را شناخته بودیم، با سبک‌ها آشنا بودیم و در دانشگاه آموخته‌ها مان علمی و هدفمند و پالایش می‌شد، زیرا در سطح تخصصی برایمان برنامه‌ریزی علمی شده بود. اما امروز چند دانشجوی رشته هنر می‌شناسید که سابقه عشق به رشته خود را داشته باشند؟ حسب تجربه چندین ساله بنده، و ارتباط بلندمدت با دانشجویان گرافیک، بیشتر آن‌ها هیچ اطلاعی از اصول کار ندارند و اغلب به علت قبول نشدن در رشته‌های دیگر به کنکور هنر روی آورده‌اند. سال اول در رشته مورد نظرشان قبول نشده‌اند و سال بعد، برای این‌که از آن‌ها انتظار می‌رفته که در هر صورت وارد دانشگاه شوند، کنکور هنر را انتخاب کردند. سپس با رفتن به کلاس‌های کنکور هنر و آشنایی سطحی و کلیشه‌ای در این کلاس‌ها، و با توجه به ساده بودن کنکورهای هنر نسبت به رشته‌های دیگر، به سادگی قبول شده‌اند؛ این گروه کثیر بدون هیچ‌گونه حساسیت و شور لازم برای رشته‌های هنری در کلاس‌های هنر می‌نشینند. در این شرایط شما اگر بهترین استاد را هم به تدریس بگمارید، کاری از پیش نمی‌رود و مجبورید در کلاس‌های دانشگاه اطلاعات ابتدایی را با دانشجویان مطرح کنید؛ مثلاً بگویید این مداد خشک است و این مداد چرب است!

متولد ۱۳۱۹ در همدان.  
قباد شیوا ترجیح می‌دهد خود را طراح و مدیر هنری بنامد. او لیسانس نقاشی را از دانشگاه تهران و فوق‌لیسانس رشته علوم طراحی ارتباطی را در دانشگاه پرات نیویورک گرفته است.  
شیوا علاوه بر کار حرفه‌ای طراحی، از سال ۱۳۵۴ در دانشگاه‌های تهران تدریس کرده است. او عضو مؤسسین انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران بوده و اکنون عضو منتخب انجمن بین‌المللی AGI است.  
شیوا در طول چهار دهه کار حرفه‌ای جوایز متعددی از نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی گرفته است.

می‌نشینند و خیلی از اوقات نتیجه کارهایشان با درس خوانده‌های این رشته تفاوتی ندارد. ای بسا گاهی کار غیرمتخصصین بهتر باشد، زیرا به علت ندانستن اصول علمی، جسارت‌هایی می‌کنند که شاید جالب از آب درآید! همه این‌ها به این خاطر است که ما مقهور ابزار شده‌ایم.

شما باید طراحی بدانید و بعد پشت رایانه بنشینید، نباید پشت رایانه منتظر یک اتفاق باشید. ما در این باب کسر واژگان داریم، منظوم از طراحی Design است، نه Drawing. فناوران همیشه درصدد این بوده‌اند که ابزارهایی بیافرینند تا هنرمندان توسط آن‌ها درونیات خود را بهتر انتقال دهند. ابزار در ادامه دست هنرمندان است نه جایگزین مغزشان.

### فقدان کارشناسان واقعی

از طرف دیگر تخصص واقعی در نشر دیجیتال نداریم، و اقیانوس تخصص در میان ما یک وجب عمق دارد. هنوز کسی را ندیده‌ام که حتی به فوتوشاپ واقعا مسلط باشد. تکنیسین‌های مختلفی را برانداز کرده‌ام و با وجودی که خودم مستقیماً با رایانه کار نمی‌کنم متوجه شده‌ام آن‌ها حتی با کسری از امکانات فراوانی که رایانه در اختیار طراح می‌گذارد آشنا نیستند، تسلط که جای خود دارد. گاهی کتاب‌های برنامه‌های گرافیکی را مطالعه می‌کنم و با خود می‌گویم چه امکاناتی عجیبی. اما در کارهای ایرانی هیچ نمی‌بینم که از این امکانات استفاده کنند. فقط سایه و طیف رنگ، آخر چه قدر سایه و طیف رنگ؟

راستش هیچ وقت نیازی ندیدم که با رایانه چیزی اجرا کنم، ضمن این‌ها که هیچ گاه یک معلم خوب نشر رومیزی پیدا نکردم. اما کماکان به اجرای رایانه‌ای معتقدم، برای همین سعی کردم تمام تجهیزات لازم را در آتلیه کوچکم جمع‌آوری کنم.

### پس از یک عمر

سعی دارم در کلاس‌هایم دانسته‌های اصولی را، که حاصل زندگی حرفه‌ای من هستند، منتقل کنم. افراد مختلفی در این کلاس‌ها شرکت می‌کنند. نمی‌گویم از برپایی کلاس انتفاع مالی را در نظر ندارم، چون من هم مثل دیگران معیشت دارم و باید به نوعی آن را سامان دهم. اما هدف اصلی‌ام ترسیم اندیشه طراح است و انتقال دانسته‌هایم به جوانانی که مشتاق دانستن هستند. در وضعیت کنونی، که قسمت‌هایی از آن را تعریف کردم، شاید بهتر باشد که یک نهاد دولتی متولی شود و امکان انتقال تجربیات نسل ما را به وجود بیاورد. شخصا حاضرم هر کمکی در راه تحقق این امر انجام دهم.

الان وقت بازنشستگی است، اما من از پا نمی‌افتم. به تازگی شنیده‌ام که وسیله‌ای به بازار آمده که هم نقش ماینیتور دارد و هم نقش تخته دیجیتال، این یکی از رویاهای من بوده و پی فرصتی هستم که این وسیله را آزمایش کنم. من همیشه پی تجربه‌های جدید در کار بوده‌ام.

مربوط به موتورسیکلت هم به کار می‌رود، و این منطقی نیست. علت اصلی رخ دادن این امر غیاب تفکر در کار طراحان ماست. در کشور ما پس از آمدن رایانه همه کارها شبیه هم شد، اما در کارهای خارجی سرعت بالاتر رفت و در ضمن، فانتزی هم بیشتر شد.

نسل جوان طراح گمان می‌کند که در صورتی که رایانه نباشد، گرافیک هم نیست. حتی گاهی کار را طوری اجرا می‌کنند که مشهود باشد که با رایانه اجرا شده است. تا آن‌جا که من می‌دانم در فرنگ برعکس این اتفاق افتاده، چون ابزار اجرا بسیار قدرتمند شده، طراح بیشتر خود را وقف ایده‌ها می‌کند. من نمونه کارهای فرنگی را به شاگردانم نشان می‌دهم و به آن‌ها تاکید می‌کنم که هر کاری ابتدا اتوهای دستی فراوان می‌خواهد و بعد با رایانه یا به دست تکنیسین یا شخص طراح پیاده سازی می‌شود.

من بارها در آتلیه دوستان دیده‌ام که کاربران رایانه، بی فکر کارهایی می‌کنند. هنگامی که به یک نتیجه اتفاقی می‌رسند، می‌گویند: خوب شده‌ها، ضبطش کنیم! طراح شخصیت خود را در مقابل ابزار از دست داده است. در فرنگ اسم این نوع طراحان را «عروسک خیمه‌شب بازی رایانه» گذاشته‌اند؛ و تصاویری که از این فرآیند کاری به دست می‌آید را «هرزگی تصویری» می‌نامند.

مشکل اجرا با رایانه از میان رفته، ولی در این میان از خاطر رفته که پشت کار باید فکر و اصالت باشد. خلوص و سادگی هنر شرقی در کارهای ما از میان رفته است، در حالی که این اصالت و عامل تشخیص بصری ما بود. گرافیک بازاری در همه جای دنیا پیدا می‌شود، کار مردم هم راه می‌افتد. اما گرافیک بازاری نام خود را هنرمند نمی‌گذارد و آثارش به منظور جهت‌دهی هنری و نهایتاً تاثیر بخشیدن در فرهنگ جامعه به وجود نمی‌آید.

### رایانه خوب، ابزار سالاری بد

فناوری دیجیتال بالفطره گناهی ندارد، بنده هم با رایانه مخالفی ندارم؛ تمام کارهای فعلی من، توسط دستیارانم با رایانه اجرا می‌شود. چه با رایانه مخالف باشید و چه موافق، بخش اعظمی از کارهای جهان توسط رایانه آماده‌سازی و پردازش می‌شود.

معضل ما ابزار سالاری است، پیش از رایانه هم همین طور بود، ایر برایش را فرض کنید، هنگامی که این ابزار وارد ایران شد ناگهان تمام کارها با ایر برایش انجام شد. مقصر طراحان هستند، رایانه ابزار آن‌ها نیست، بلکه جای مغز آن‌ها نشسته است، به عبارتی جای تفکرشان را گرفته. برنامه‌های رایانه اکثر طراحان را مسخ کرده است. بارها دیده‌ام هنگامی که چند طراح دور هم جمع می‌شوند هیچ‌کدام درباره ایده صحبت نمی‌کنند، صحبت‌ها بیشتر پیرامون نسخه‌های جدید برنامه‌ها و امکانات قدرتمند سخت‌افزاری است، به نظرم این جای افسوس دارد.

ابزار سالاری به فرهنگ گرافیک کشور ما لطمه زده است. در کارها تفکر کمترین رنگ را دارد؛ غیر متخصصان هم پای رایانه

**بارها در آتلیه  
دوستان دیده‌ام  
که کاربران  
رایانه، بی فکر  
کارهایی  
می‌کنند. هنگامی  
که به یک نتیجه  
اتفاقی می‌رسند،  
می‌گویند: ابزار  
خوب شد، ضبطش  
کنیم!**