



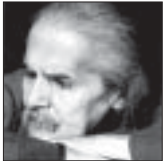
رسانه و سینما

دو سال است که پناهی نیست ...

۱۶

۵۰ آلبومی که موسیقی را متحول کردند

۱۷



ادبیات و کتاب

نقدی بر کتاب آن مادیان سرخ یال ...

۱۸

صدای رازهای شب

۱۹



حکمت و اندیشه

نقدی بر مصاحبه مصطفی ملکیان ...

۲۰

من غلام قرم

۲۱



تاریخ

اشغال ایران توسط منافقین

۲۲



تکه‌های تجسمی

از تاتو تا توتِم

ایرج اسماعیل پورقوچانی

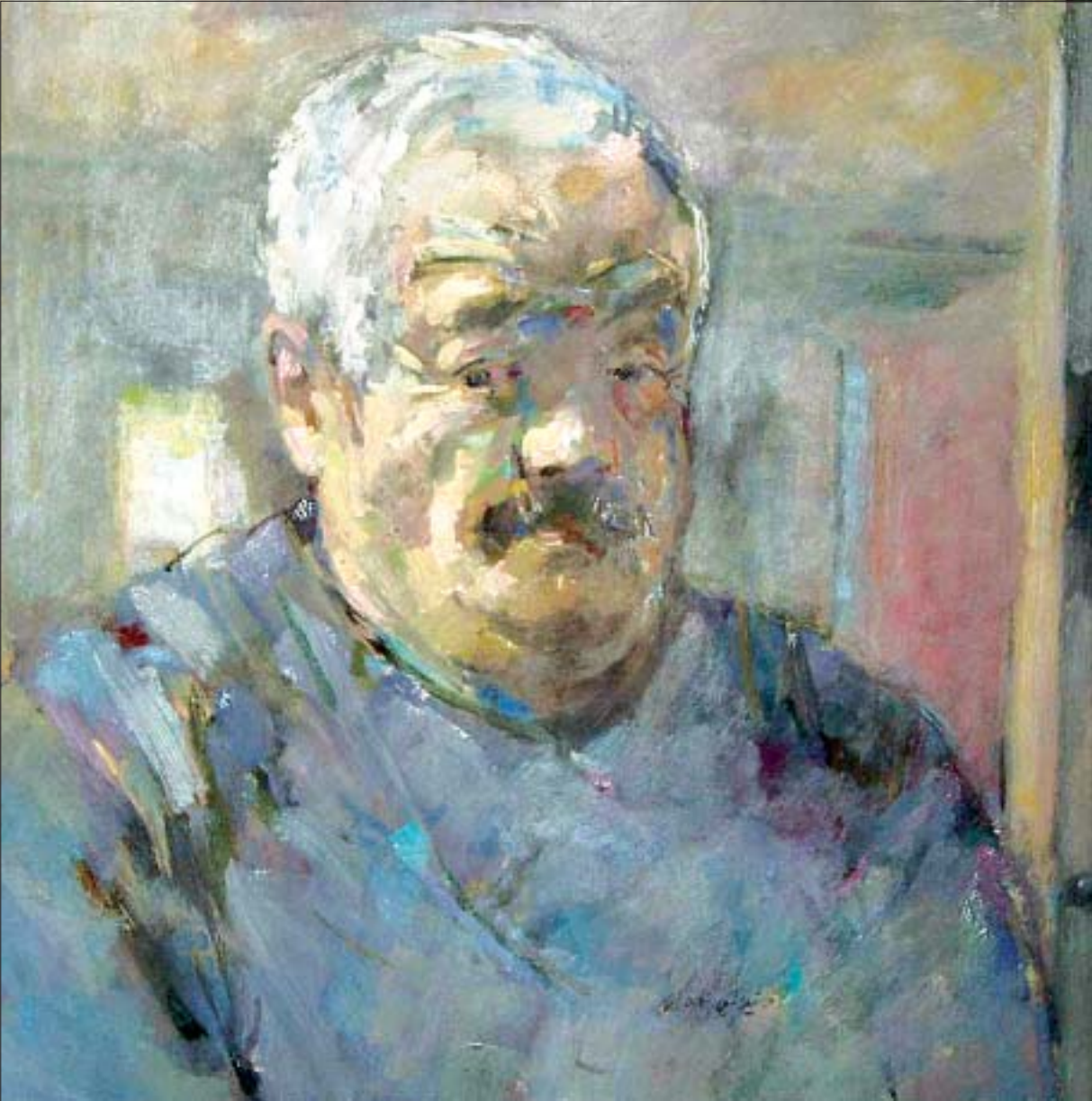
در پس غالب بحث‌های ظاهراً علمی که در باب نسبت‌های بدن صورت می‌گیرد، از نسبت‌های طلایی در هنرهای تجسمی گرفته تا اندام‌های مثالبی که تمامی تمرینات ورزشی را برای رسیدن به خود سامان می‌دهند، نوعی غلبه فرهنگی پنهان است: یکی از مثال‌های بدن می‌خواهد خود را به جای تمامی تمثیل‌های گذشته غالب کند تا مثلاً سینه ستبر و میان باریک آتشیل را به جای تن و بدن نسبتاً چاق رستم بنشانند. آوردن مثال‌هایی از این دست به‌رغم حجم بالای داشته‌ها و شنیده‌ها، در انبان ذهن هر خواننده، باز هم به کار می‌آید تا هوش عاطفی ما را در مواجهه با «دیگری» ورزش دهد. در هر حال این مقوله که ما از بدو تولد، با بدن خود چه می‌کنیم یک مقوله فرهنگی تمام‌عیار است: یا با شکم‌های بودایی، سرور زیستن را در آسانی تن بازتولید می‌کنیم یا با ورز دادنش، توانایی انسان را در تغییر هر چیز، از جمله بدن خود، ارج می‌نهم. چنین نسبی‌اندیشی ما را یاری می‌دهد تا دریابیم که در فرهنگی که اندام آتشیل، ایده‌آل و غایتی مردانه به‌شمار می‌رود، جدای از میان‌باریکی و سینه‌ستبری این خود بدن انسانی است که به گونه موجودیتی بهشتی ستایش و تقدیس می‌شود، ستایشی که امروزه خود را در انواع(Frei Korpe Kulture) FKK یا فرهنگ بدن آزاد به نمایش می‌گذارد در حالی که فی‌المثل درنزد ژاپنی‌ها بدن برهنه به دلیل آنکه وجهی مشترک با حیوان را به جلوی چشم آدمیان می‌آورد، همواره مورد اکراه بوده است و لذا برای پوشیدن این «صور قبیح» سر تا سر تن از سر تا پا (به جز بر روی سینه و شکم) تاتو می‌شد. تاتوی ژاپنی یا ایروزومی irezumi، پوست را مبدل به لباس می‌کند تا از وقاحت تن بکاهد و به همین دلیل، در سنت نقاشی‌های «وقاحت‌نگارانه» ژاپنی این بدن برهنه نیست که دیده می‌شود بلکه انبوهی از نشانه‌ها و حالات انسانی است که روی آنها را می‌پوشانند تا بیشتر اشاره باشند به یک عمل تا دو اندام. در اینجا به عنوان جمله‌معرضه باید گفت که چنین امری برای ما ایرانی‌ها نیز درست در همان جایی که به جای کلمهPomography عبارت وقاحت‌نگاری را نشانده‌ایم صحت خود را به اثبات می‌رساند. چون پورنو بیشتر برانگیختن را معنا می‌دهد تا وقاحت را. ایروزومی، امروزه بیشتر در نزد پهلوانان و دار و دسته‌های مافیایی ژاپنی انجام می‌شود تا بر نوعی هویت مردانه از نوع جاهل‌مآبانه‌اش تاکید بگذارد مانند



یاکوزاها (گانگسترهای ژاپنی که منشاء آن، فروشنده‌گان دوره و دره و قماربازان است، خود کلمه یاکوزا نیز برگرفته از یک اصطلاح در تافودا، بازی ورق ژاپنی است) انجام یک ایروزومی کامل، ماه‌ها به طول می‌انجامد تا علاوه بر صرف هزینه‌ای بالا، نشانگر توانایی فرد در تاب آوردن دردی طولانی برای رسم انواع بی‌شماری از یال و دم و اشکم باشد اما ایروزومی در گذشته بیابگر طبقه نیز بوده است تا همچون رایتی طبقه فرد را از معیر نقوش و علائم اعلام کند. یکی از

متداول‌ترین نقوش، ماهی یا فلس است. سوای این نظریه کارکردگرایانه که این نقوش را وابسته به معیشت ماهی‌گیری ژاپنیان می‌داند و تاتو کردن نقش ماهی را، راه‌حلی برای قوت قلب یافتن غواصان در زیر آب، می‌توانیم در اینجا ردی از توتیمسم را جست‌وجو کرده و تا آنجا پیش برویم که اعلام داریم: صاحبان ایروزومی، تظاهر به ماهی نمی‌کردند، آنها ماهی بودند با همان بی‌فلسی‌های یک ماهی روی شکم. جدای از تاتوهای یادشده که در پی شخصیت بخشیدن به بدن هستند نوعی ظریف‌تر از تاتو در میان ژاپنیان وجود دارد که با رنگ سفید انجام می‌گیرد و و تنها در مواقع هیجان‌زدگی که پوست گل می‌اندازد خود را نمایان می‌سازد. در حالی که این نوع از تاتو حداکثر بهره‌برداری را از یکسانی رنگ و رنگدانه‌های پوستی می‌برد، این یکسانی در نزد سیاهپوستان، سنت تاتو را به کلی بی‌فایده کرده است و جای خود را به خراش‌دهی با Scarification سپرده است. انواع مختلفی از خراش‌ها با الگوهای بصری نسبتاً پیچیده که بر صورت پسران و دختران نوبالغ انجام می‌شود: نوعی مراسم گذار که جایگاه و منزلت جدید اجتماعی آنان را به آنها پوست زدمی‌کند.

بنابراین بسیاری از تاتوها دخلی به توتیمسم ندارند، حتی در بسیاری از آنها خبری از الهمان‌های نباتی و حیوانی نیست و تنها برای نزدیک کردن تن به یک آرمان جنسیتی یا تاکید گذاشتن بر برخی از ویژگی‌ها، مانند تقارن بدن و درشت‌نمایی چشم‌ها و حذف سایر خصوصیات ناخوشایند مانند بینی و دهان انجام می‌گیرند و شاید در این روزگار زودگذر بیشتر برای به نمایش گذاشتن یک استثنا یعنی عشقی ماندگار درست به ماندگاری خود تاتو بر پوست.



پرتابل‌های قباد شیوا اثر فریدند شیوا. نگارن کالری

سفارش دهندگان و روسای روابط عمومی همایش و جلسه بگذارید. طبعاً وقتی سفارش دهندگان آگاه وجود داشته باشند؛ گرافیک خوب هم به وجود می‌آید. یک راهکار دیگر هم فرهنگ‌سازی است مثلاً چاپ انبوه کتاب، نه برای طراحان بلکه برای کارفرمایان.

■ **مراکز دولتی** که اتفاقاً بزرگ‌ترین سفارش‌دهندگان هم هستند این راه را اشتباه می‌روند. مثلاً وزارتخانه‌هایی با حجم بالای نشر، در حالی که می‌توانند متولی یک فرهنگ صحیح در گرافیک باشند، ضعیف عمل کرده‌اند.

دقیقاً همین‌طور است. به عنوان مثال در همین وزارتخانه‌ها و مراکز دولتی برای انتخاب طراح گرافیک به همان صورت عمل می‌شود که مثلاً برای خرید یک صندلی، یعنی استفاده از سیستم استعلام گرفتن. در این فضا چطور توقع دارید یک گرافیک خوب جریان پیدا کند؟

■ **متأسفانه باید قبول کنیم** که خود طراحان گرافیک ایرانی هم راه را چندان درست نرفته‌اند و به جای اینکه بر محور توانایی‌های طراحان حرکت کنند، اسیر باندبازی گروه‌های معدود و مشخصی از طراحان شده‌اند. این گروه‌ها با نفوذ در فضای مسابقات، بی‌پال‌ها و از همه مهمتر؛ فضاهای آموزشی، توانسته‌اند نوع خاص تفکرشان را به خصوص میان جوان‌ترها تعمیم دهند و در این قحطی سرمشق‌ها، تبدیل به الگو شوند.

من همیشه در نسل‌بندی‌ها خودم را جزء نسل دوم گرافیست‌ها قرار داده‌ام. نسل اولی بوده که من و هم‌دوره‌ای‌هایم از آنان آموزش دیده‌ایم. اشخاصی مثل مهندس هوشنگ کاظمی و جوادی‌پور. مثلاً همین مهندس کاظمی کسی بود که گرافیک را در دانشگاه‌های اروپا آموخت و بعدها پس از آنکه «مدرسه هنرهای تزئینی» را راه‌اندازی کرد، واحد گرافیک را برای اولین بار به صورت آکادمیک تدریس کرد. این نسل کارش را درست انجام داد. اما نسل دوم چه کرد؟ نسل من که گرافیک ایرانی را در نوع درستش دیده بود تمام معیارها را کنار گذاشت و گرافیک غربی را در دانشگاه‌ها باب کرد. این کاری بود که نسل اولی‌ها با آنکه تنها آیشخویشان هنر اروپا بودند انجام ندادند. تاثیر این روند اشتباه تا امروز هم برجای مانده است. در حال حاضر هم به قول شما عده خاصی هستند که در دانشکده‌ها به جای تدریس «هنر»، «تخریب هنر» را تدریس می‌کنند. وقتی کنترلی هم وجود نداشته باشد همین می‌شود که یک تفکر خاص، درست یا غلط، دامنگیر طیف عظیمی از طراحان جوان و حتی باتجربه می‌شود.

■ **و آخرین سخن** اینکه می‌خواهیم **نظر شما** را راجع به در طراحی جلد کتاب، وجود تعداد زیاد سفارش، رقابت، حضور سفارش دهندگان آگاه و اعتماد آنها به طراحان موجب رشد کیفی جلد کتاب را فراهم کرده است. ما در زمینه طراحی آرم، لوگو و حتی پوستر هم شاهد حرکات خوبی هستیم. اما با تمام این اوصاف، متأسفانه کیفیت آثار به تناسب تعداد متخصصانی که وجود دارند همچتین طیف بزرگ دانشجویانی که وارد فضای حرفه‌ای می‌شوند، پیش نرفته است که امیدوارم روند رو به رشد طراحی گرافیک در ایران سرعت بیشتری بگیرد.

با آن را ندارد چون از نقطه نظر فرهنگی آثاری غریبه با مردمند. ایران تنها کشوری است که «گرافیک تک‌نسخه‌ای» در آن به وجود آمده است. کشوری که هنرمندان برای هنرمندان کار می‌کنند نه برای مخاطب. ■ **علت** به وجود آمدن این گرافیک تک‌نسخه‌ای را کجا باید جست‌وجو کرد؟

گرافیک هر کشوری فرآیند سه عامل است: مشتری آگاه، طراح آگاه و مخاطب آگاه. پس هر جای دنیا که گرافیک خوبی وجود دارد هر سه این عوامل در نهایت قدرت وجود دارند. من فکر می‌کنم در کشور ما باید علت اصلی را در ضلع اول این مثلث، یعنی سفارش‌دهندگان جست‌وجو کرد. وقتی که مشتریان ما متوجه پتانسیل یک طرح خوب در جهت اهداف خود نیستند، وقتی که طراح گرافیک در دریافت دستمزد خود به عنوان ضعیف‌ترین شخص در روند طراحی تا چاپ مورد اجحاف قرار می‌گیرد، لاجرم طراح که ایده و انرژی را در خود نهفته دارد چون سفارش مناسبی دریافت نمی‌کند، به سمت تولید آثار شخصی و تک‌نسخه‌ای خواهد رفت.

■ **متأسفانه در ایران رابطه** سفارش‌دهنده و طراح اشتباه تعریف شده است. یعنی کارفرما تبدیل به طراح و طراح بدل به یک اجراکار می‌شود. آیا تا به حال راهکاری برای این معضل به ذهنتان رسیده است؟

من بارها در انجمن طراحان گرافیک ایران پیشنهاد دادم به جای دور هم جمع کردن طراحان، باید برای

من قبل از اینکه کتاب پوسترهایم را چاپ کنم آن را برای چند گرافیست مطرح دنیا ارسال کردم تا نظرشان را جویا شوم. اغلب آنها از اینکه من در کشوری با چنین سرمایه بصری غنی زندگی می‌کنم به من و گرافیست‌های ایرانی غبطه می‌خوردند. اما هنرمند ایرانی متوجه میراث خود نیست. به عنوان مثال در گوشه‌ای از دنیا سلیقه‌ای به اسم «مینی‌مالیسم» به وجود می‌آید و طولی نمی‌کشد که در دنیوار شهرهای ما پر از پوسترهای مینی‌مالیستی می‌شود. تا وقتی که این روند ادامه داشته باشد، انتظار رشد گرافیک ایرانی در سطح جهان توقع زیادی است.

■ **اما خیلی‌ها در رد همین سخن شما** حضور گرافیست‌های ایرانی در نمایشگاه‌های جهانی و گاه کسب جوایز مختلف توسط آنان را دل بر موفقیت گرافیک ایرانی می‌دانند.

ببینید، من منکر حرکت‌های خوب نیستم. اما باید یادآوری کنم این حضور دلیل موفقیت گرافیک ایران نیست. مثلاً دانشجوی سال اول و دوم گرافیک به مدد اطلاع‌رسانی اینترنت اثرش را برای بی‌پال‌های مختلف ارسال می‌کند. اتفاقاً خیلی از این کارها هم پذیرفته می‌شود. بسیاری از این آثار از نقطه‌نظر حضور فانتزی خطوط ایرانی و حروف فارسی برای مخاطبان خارجی جالب به نظر می‌رسند در حالی که هیچ کس متوجه کیفیت بد اطلاع‌رسانی آنها نیست و چنانکه همین پوسترها در ایران به نمایش درآیند کسی حتی توانایی ارتباط دنیا شناخته می‌شود؟

گرافیک در دنیا حرفه صدها هزار طراح است که هر کدام نیاز اجتماعی، فرهنگی یا اقتصادی بخشی از جوامع را برطرف می‌کنند. اینها همه کسانی هستند که فنون و ابزار گرافیک را می‌شناسند اما هیچ‌کدام ادعای هنرمند بودن ندارند. میلیون‌ها مجله و کتاب در دنیا تولید می‌شود که همه آنها توسط گرافیست‌ها طراحی شده‌اند اما ما هیچ‌کدام از آنها را نمی‌شناسیم و حتی امضایی هم کنارشان وجود ندارد. با این وجود در هر کشوری معدودی پیدا می‌شوند که ذاتاً هنرمند هستند و در ضمن کاری که انجام می‌دهند خواستار این هستند که اندیشه، نگاه و حضور خودشان هم منتقل بشود. اینها همان «گرافیست‌های مولف» هستند و شمه کار همین هنرمندان است که معرف جامعه، فرهنگ و جغرافیای آنان است. با وجود اینکه در ایران هم تعداد کثیری از افراد مشغول کار گرافیک هستند اما تعداد گرافیست‌های مولف انگشت‌شمار است پس ما هنوز به آن شکل تولیدی نداشته‌ایم که صددرصد از آن خودمان باشد و معرف گرافیک ایرانی.

■ **اما از طرف یک سری از گرافیست‌ها** کوشش‌هایی برای نیل به این هدف صورت گرفته است.

بله! اما اینها صرفاً کوشش‌های شخصی هستند. و ما فاقد برنامه‌ریزی آموزشی در نیل به این مقصود هستیم. ■ **نکرمی‌کنم** بضاعت هنرهای بصری ایرانی بیش از این باشد که مسیر طراحی گرافیک ما در راه خود دچار فقر تصویری شود. پس مشکل بحران هویت گرافیک ایران و اینکه بعد از حدود هفت دهه تلاش هنرمندان هنوز گرافیک ایرانی در دنیا رونقی نگرفته است از کجا نشات می‌گیرد؟

مصرفی نیاز ارتباطی و رسانه‌ای دارد. این لایه معمولاً

تاریخ مصرف دارد و اما در لایه‌های ایده، تالیفی و هنری، هر اثر گرافیکی، فرهنگ‌ساز و نماینده تمدن بصری هر جامعه است. این لایه‌ها حتی بعد از پایان تاریخ مصرف آن، معیارهایی ماندنی و پایا خواهند شد. یکی از این معیارها بداعت در بیان و حضور شخصیت، نگاه و اندیشه در بستر جغرافیایی و فرهنگی هنرمند در هر اثر اوست. من یک ایرانی‌ام، شاید حضور و جاری بودن فرهنگ و لحن ایرانی در بیان هر کارم موجب این انتخاب شده باشد.

■ **لحن ایرانی یعنی چه؟** این که هنرمند عناصر و موتیف‌های ایرانی را وارد کار کند، کارش **لحن ایرانی** پیدا خواهد کرد یا به‌دست آوردن این هویت راهی دیگر را طلب می‌کند؟

ببینید من خودم در اوایل کار، فکر می‌کردم اگر بتوانم کارهایی شبیه گرافیست‌های مطرح یا جریان‌های معتبر گرافیکی دنیا انجام دهم یک گرافیست واقعی خواهم بود. اما بعد از مدتی احساس کردم راه را اشتباه رفته‌ام و دریافتم که اگر یک هنرمند تحت تاثیر هیچ‌جا نباشد و تنها از خودش و فرهنگش تاثیر بگیرد شخصیت بیانی او، خود به خود پیدا می‌شود. در نتیجه از یک تاریخی عمداً تصمیم گرفتم که از هیچ «ایسم» غربی و شرقی تاثیر نپذیرم. وقتی شما در طول مسیر آفرینش اثر هنری تنها و تنها از خودت تاثیر بگیری مسلماً هویت، فرهنگ جغرافیایی و بافت اجتماعی شما وارد کارتان خواهد شد و رنگ تفکر شما، رنگ اثرتان می‌شود.

■ **در دنیای گرافیک، کشورهای صاحب نامی** هستند که هر کدام به لحاظ مشخصه‌های خاص بصری خود شناخته شده و قابل تمیزند. مثلاً شما وقتی یک پوستر با حضور قاطع تصویرسازی می‌بینید ذهنتان آن را به گرافیک لهستان نسبت می‌دهد یا با دیدن گرافیکی منظم با حضور کلمات و هندسه دقیق، گرافیک سوئیس را به یاد می‌آورید. آیا می‌توان گفت گرافیک ایران هم با مشخصه‌ای خاص در دنیا شناخته می‌شود؟

گرافیک در دنیا حرفه صدها هزار طراح است که هر کدام نیاز اجتماعی، فرهنگی یا اقتصادی بخشی از جوامع را برطرف می‌کنند. اینها همه کسانی هستند که فنون و ابزار گرافیک را می‌شناسند اما هیچ‌کدام ادعای هنرمند بودن ندارند. میلیون‌ها مجله و کتاب در دنیا تولید می‌شود که همه آنها توسط گرافیست‌ها طراحی شده‌اند اما ما هیچ‌کدام از آنها را نمی‌شناسیم و حتی امضایی هم کنارشان وجود ندارد. با این وجود در هر کشوری معدودی پیدا می‌شوند که ذاتاً هنرمند هستند و در ضمن کاری که انجام می‌دهند خواستار این هستند که اندیشه، نگاه و حضور خودشان هم منتقل بشود. اینها همان «گرافیست‌های مولف» هستند و شمه کار همین هنرمندان است که معرف جامعه، فرهنگ و جغرافیای آنان است. با وجود اینکه در ایران هم تعداد کثیری از افراد مشغول کار گرافیک هستند اما تعداد گرافیست‌های مولف انگشت‌شمار است پس ما هنوز به آن شکل تولیدی نداشته‌ایم که صددرصد از آن خودمان باشد و معرف گرافیک ایرانی.

■ **اما از طرف یک سری از گرافیست‌ها** کوشش‌هایی برای نیل به این هدف صورت گرفته است.

بله! اما اینها صرفاً کوشش‌های شخصی هستند. و ما فاقد برنامه‌ریزی آموزشی در نیل به این مقصود هستیم. ■ **نکرمی‌کنم** بضاعت هنرهای بصری ایرانی بیش از این باشد که مسیر طراحی گرافیک ما در راه خود دچار فقر تصویری شود. پس مشکل بحران هویت گرافیک ایران و اینکه بعد از حدود هفت دهه تلاش هنرمندان هنوز گرافیک ایرانی در دنیا رونقی نگرفته است از کجا نشات می‌گیرد؟

■ **از AGI به عنوان** معتبرترین انجمن طراحان گرافیک جهان بگویید.

AGIمخففAlliance Graphic Internationalبه معنی جامعه بین‌المللی طراحان گرافیک، در سال ۱۹۵۱ در پاریس پایه‌گذاری و پس از آن در سال ۱۹۶۹ مجمع به سوئیس منتقل شد و تاکنون سیصدنفر موفق شده‌اند به عضویت این مرکز درآیند.

■ **دلیل تشکیل چنین انجمنی چه بود؟**

گرافیک به عنوان یک ابزار تاثیر گذار ارتباطی در دنیای مدرن ثابت کرده است که تاثیرش بر فرهنگ مردم بسیار بیش از تاثیری است که قرار است در جایگاه اصلی خود به عنوان یک رسانه برجای بگذارد. پس به جرات می‌توان گفت که گرافیک جزء شاکله‌های تمدن بصری جوامع در قرن حاضر است. AGI با نگاه به این مسئله تمرکز خود را روی وجه فرهنگ‌سازی این هنر معطوف کرد. در واقع نوآوری و تاثیرگذاری بر جوامع از نظر AGI مسئله‌ای مهم‌تر از هر چیز دیگر در هنر گرافیک قلمداد شد. پس با این نیت شروع به جذب طراحانی کرد که علاوه بر انجام کار سفارش دهنده به ماحصل تلاش خود به عنوان یک «اثر هنری» اهمیت می‌دادند. اثری که انعکاسی از تفکر و تمدن عصرشان است.

■ **نکرمی‌کنم** فضای گرافیک آن روزهای کشورهای اروپایی بسیار شبیه فضای امروز ما در این عرصه بود. نزول گرافیک تا حد یک استفاده کاملاً کاربردی و وفور آثار به اصطلاح بازاری همین‌طور فعالیت اشخاصی که صرفاً اجراکار گرافیک بودند تا هنرمند گرافیست.

همین‌طور است. و دقیقاً به همان دلیلی که اشاره کردید AGI سعی در تقویت و گردآوری و معرفی هنرمندانی کرد که جنبه زیباشناختی و هنری آثارشان وجه تمایزی با سایر تولیدات آن روزها داشت. در راستای همین سیاست طراحانی که به لحاظ هنری جزء شاخص‌ترین و تاثیرگذارترین‌ها در جوامع جهانی بودند در لیست اعضای این انجمن قرار گرفتند.

■ **اقدام AGI برای چاپ سری** دوازده جلدی کتب منتخب آثار اساتید گرافیک جهان به چه منظوری بوده و آیا این اولین حرکت از این دست در انجمن به حساب می‌آید؟ تا آنجا که اطلاع دارم در ابتدای تاسیس AGI تنها یک کتاب به صورت کاتالوگ از اعضای این انجمن توسط انتشارات Phaidon منتشر شده که در هر صفحه آن یکی از طراحان و چند نمونه کار او معرفی شده است. قرار است کتابی با همین ساختار تا سال ۲۰۰۷ هم توسط انتشارات «تایم‌زاند هودسن» از تمام اعضا چاپ شود. اما این اولین بار است که دوازده کتاب مستقل از دوازده طراح منتخب AGI منتشر شده است.

■ **آیا این کتاب در داخل کشور هم** منتشر شده است؟ به دلیل اینکه یک ناشر چینی امتیاز چاپ این سری را داشته، کتاب‌ها به دو زبان انگلیسی و چینی پخش بین‌المللی شده‌اند. طبیعی است که واردکنندگان عمومی کتاب، باید این دوره دوازده جلدی را به عنوان یک مجموعه برگزیده وارد و در اختیار علاقه‌مندان قرار دهند.

■ **قباد شیوا** از معدود طراحان ایرانی است که در آثارش می‌توان رد پای فضاها، رنگ‌ها، نقش‌مایه‌ها و هنر ایرانی را تعقیب کرد. در کنار همه این عناصر ترکیب‌بندی‌ها و ساختار مدرنی که بر آثار او حاکم است لحن ایرانی کارهایش را به زبانی امروzin قابل تامل می‌کند. فکر می‌کنید این خصوصیت آثاران چقدر به انتخاب شما از طرف AGI به عنوان یکی از آن دوازده نفر تاثیر گذاشته است؟

گرافیک اگر هنر است باید هنری تاثیرگذار باشد. یک اثر گرافیکی فرآیند لایه‌های متفاوتی است. در لایه