

«گرافیک» ارائه‌ی راه حل مناسب بصری برای تسهیل در ارتباطات مورد نیاز جامعه است. واژه‌ی گرافیک به معنای «ترسیم» و «نگارشی» است؛ یعنی هنری که «ترسیم کردن» و «نگاشتن»، پایه‌های اصلی آن به شمار می‌روند.

تا زمان انقلاب صنعتی، یعنی قرن نوزدهم میلادی، طراحی گرافیک به صورتی که امروز شناخته شده است، وجود نداشت. در این دوره با پیشرفت فنون چاپ و کاغذسازی، امکان استفاده از تزئینات و تصاویر بدیع همراه با متن نوشته شده به وجود آمد و هنرمندان توانستند نتایج درخشانی در کار خود به دست آورند.

مهمترین عنصر در چاپ، «خط» (Line) است و عناصر بصری دیگر، مانند سایه روشن، بافت، حجم، رنگ و... عناصر ثانویه هستند. طراح گرافیک باید در تمام مراحل کارش، از آغاز طرح‌های اولیه و کوچک تا طرح نهایی، محدودیت‌ها و قابلیت‌های چاپ را در نظر داشته باشد و کاملاً از آن‌ها آگاهی داشته باشد.

گرافیک حیطة‌ای از هنرهای تجسمی است که کاربردهای متنوع و گسترده‌ای دارد. طراحی گرافیک (Graphic Design)، به کارگیری تکنیک‌های مختلف خلق آثار دوبعدی روی سطوح مختلف، نظیر کاغذ، دیوار، بوم، فلز، چوب، پارچه، پلاستیک، صفحه‌ی مانیتور، سنگ و... است که در جهت رساندن پیامی خاص به بیننده انجام می‌پذیرد.

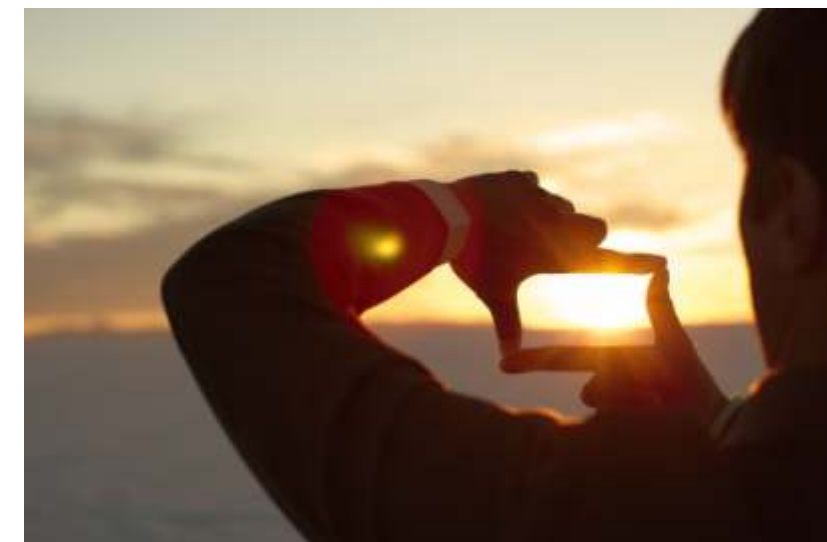
به طور کلی هنر گرافیک را در دو مقطع تاریخی قبل از اختراع صنعت چاپ و بعد از آن می‌توان بررسی کرد. صنعت چاپ اهمیت ویژه‌ای در هنر گرافیک دارد. مهم‌ترین کاربردهای گرافیک قبل از صنعت چاپ در خطاطی، کنده‌کاری، کتاب آرایی و... بود، اما هنر گرافیک نوین شاخه‌های متعدد و متنوعی دارد؛ از یک طرف به عرصه‌ی تبلیغات فرهنگی و تجاری، شامل اعلانات دیواری (پوستر)، تبلیغات محیطی (بیلورد)، راهنماها (بروشور و کاتالوگ)، صفحه‌آرایی مطبوعات، طراحی انواع نشان‌ها، بسته‌بندی، تصویرگری و... و از طرف دیگر به عرصه‌هایی مثل سینما، تلویزیون و کامپیوتر گسترده شده است.

رشته‌های تخصصی طراحی گرافیک عبارتند از: صفحه‌آرایی، طراحی هرگونه نشانه و اوراق اداری و انتشاراتی، طراحی بسته‌بندی، طراحی پوستر، طراحی تبلیغاتی (آگهی چاپی، بیلورد، انواع تابلوهای تبلیغی و...) طراحی حروف و تصویرگری.

کادربندی Framing

کادربندی، زمینه را جدا می‌کند، به دید جهت می‌دهد و با پوشاندن دیدهای نامناسب یا ناخواسته آنها را طبقه‌بندی می‌کند.

سقف‌های کوتاه ساختمان‌ها، منازل و چایخانه‌های ژاپنی، دید را به سمت پایین سوق می‌دهند و حالتی از تواضع را ایجاد می‌کنند، درحالی که پنجره‌های وسیع، چشم‌اندازهای بیرون را کادربندی می‌کنند و حسی از قدرت را انتقال می‌دهند.



سازهی مدرج یا گرید Grid

«گرید» ابزاری است که توسط طراحان گرافیک به طور اعم، عکاسان و طراحان صنعتی، برای رفع مشکلات طراحی در سطح یا فضا مورد استفاده قرار می‌گیرد.

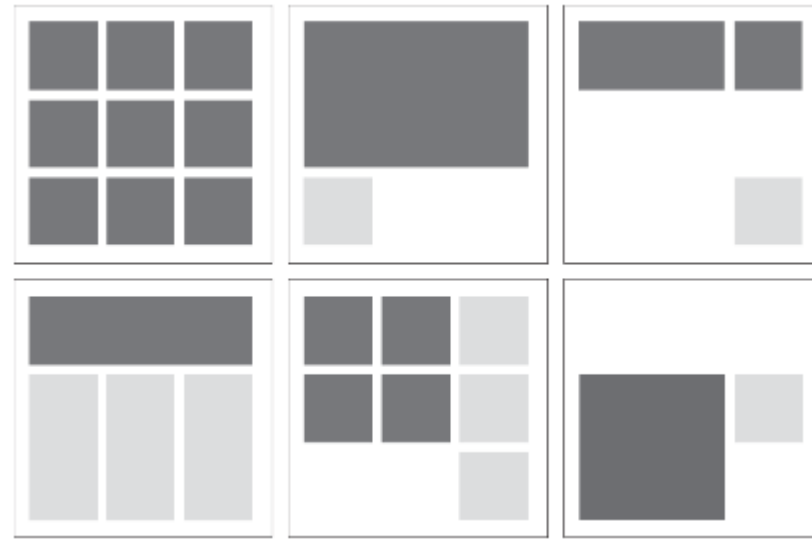
طراحان گرافیک و طراحان تایپوگرافی از گرید به عنوان یک سیستم برای طراحی روزنامه‌ها، مجلات، بروشورها، کاتالوگ‌ها و طراحی تبلیغاتی استفاده می‌کنند و طراحان صنعتی آن را برای نمایش نقشه‌ی کار و نقاط دید آن به کار می‌برند. طراحان با استفاده از گرید در ساماندهی وجوه کار و درک فضاها، می‌توانند متون، عکس‌ها و طرح‌هایشان را با معیارهای عقلانی و منطقی تطبیق دهند.

همان‌طور که سیستم‌های منظم طبیعت، رشد و ساختار موجودات جاندار و بی‌جان را رهبری می‌کنند، فعالیت‌های انسان نیز از ابتدایی‌ترین دوره‌ها بر اساس نیاز به نظم معین شده است.

فیثاغورث بر این باور بود که «اعداد ساده» و رابطه‌ی آنها با یکدیگر و «اعداد ساده‌ی ژئومتریک» که بر «اندازه‌ها» دلالت می‌کنند، رازهای درونی طبیعت به شمار می‌روند. وی متوجه شد که «هارمونی فواصل موسیقایی» متکی بر فاصله‌ی عددی ساده، میان سیم‌های چنگ یا سوراخ‌های فلوت است.

یونانی‌ها کاشف نسبت‌های معروف «تقسیمات طلایی» بودند و نشان دادند که این تناسب در ساختار بدن انسان رعایت شده است و از آن پس نقاشان، معماران و پیکتراشان کارهای خود را بر چنین قانونی پایه‌گذاری کردند.

لوکوربوزیه می‌گفت: «نظم، کلید حقیقی زندگی است». وی در کتاب مدولار (The Modular) نوشته است: «آثار ایرانیان، معابد هندوها و کلیساهای جامع گوتیک، بر اساس اندازه‌هایی بسیار دقیق ساخته شده‌اند و یک سیستم ساماندهی شده برای کوچک‌ترین جزئیات در آنها به کار رفته است». وی در این کتاب، مقیاسه‌ایی را مورد مطالعه قرار داده است که بر اساس تناسب بدن انسان و ریاضی به وجود آمده‌اند. حتی آثار بدوی (Primitive) در همه‌ی دوره‌ها و در میان مللی مانند کلدانی‌ها، مصری‌ها، یونانی‌ها و... ابتدا اندازه‌گیری و سپس



ساخته شده‌اند. آگاهی بیشتر از محاسبات دقیق در «اندازه‌ها» و مقیاسه‌ای آثار هنری، اعم از موسیقی، معماری، نقاشی و گرافیک ما را با فلسفه‌ی گرید یا سازهی مدرج آشنا می‌کند. استفاده از سازهی مدرج به عنوان سیستمی نظم‌دهنده، بیان یک طرز تفکر و رفتار ذهنی است و تا حدی نشان‌دهنده‌ی تفکر و اندیشه‌ای است که طراح برای ایجاد اثری ساختارمند و سازگار با حال و آینده، در ذهن می‌پروراند و در اثرش به کار می‌برد. این کار در حقیقت بیان یک خصلت و ویژگی حرفه‌ای و بی‌نقص است؛ کار هر طراح متخصص رسانه‌ای، باید قابل فهم، بی‌غرضانه، با معنی و با کیفیت زیبایی‌شناسانه‌ی یک تفکر ریاضی باشد؛ اثری ساختارمند که قابلیت بررسی، تجزیه و دوباره‌سازی را داشته باشد. چنین اثری ذاتقه و فهم عمومی جامعه را در هر موردی، مانند درک صحیح از فرم، رنگ و تناسبات را تحت تأثیر مثبت خود قرار می‌دهد. بی‌شک اثری که قانون‌مند و تحت هماهنگی کامل خلق شده باشد، درست، قابل فهم و یکپارچه است. اهمیت گرید به این دلیل است که به طور پنهانی در چیدمان عناصر مختلف نوشتاری و تصویری در صفحه و ارتباط پیچیده میان این چیدمان تأثیر بنیادین دارد و طراح را از غلتیدن در چیدمانی احساسی و مبتنی بر احساس لحظه‌ای باز می‌دارد، زیرا استقرار عناصر صفحه باید هم ارتباطی روشن با مخاطبان برقرار کند و هم از نظر بصری و معنایی با محتویات صفحه همخوانی داشته باشد.

۱۱۱ سروش

لوگوتایپ Logo Type

لوگوتایپ از دو بخش Logo به معنای «نشانه» و Type به معنای «حرف و نوشته» ساخته می‌شود که معادل فارسی آن «نشانه‌نویسه» است. لوگوتایپ‌ها از جمله نشانه‌ها یا آرم‌هایی هستند که از نام کامل یک مؤسسه یا شرکت ساخته می‌شوند. لوگوتایپ‌ها به مرور زمان و بر حسب سلیقه و شیوه‌ی تفکر مؤسسات و شرکت‌ها یک «فرهنگ بصری» در

میان اجتماع خلق می‌کنند؛ از این رو در طراحی آنها باید نهایت دقت را به کار گرفت و کار را به طراحان متخصص و با دانش سپرد. آنچه «نام» یک شرکت را به یک «نشانه» تبدیل می‌کند و آن «نشانه» را در انبوه نشانه‌ها، به نشانه‌ای ممتاز و به‌یادماندنی تبدیل می‌کند، عامل «طراحی» است، زیرا طراحی سلیقه‌ی حاکم بر زمانه را نشان می‌دهد.

ویژگی‌های لوگوتایپ

مهم‌ترین ویژگی‌های لوگوتایپ عبارتند از:

۱. خوانایی؛ لوگوتایپ باید آسان، سریع و بدون مکث و تعلل خوانده شود و دیگران هنگام خواندن آن دچار تردید و سوءبرداشت‌های مختلف نشوند.

۲. همخوانی با محتوای فعالیت مؤسسه یا شرکت؛ کوشش برای همخوانی «شکل» لوگوتایپ و نوع فعالیت شرکت، نباید به ایجاد راه‌حل‌های من‌درآوردی و نتایج پیچیده و غیرقابل فهم بیانجامد. در طراحی گرافیک به طور عام و طراحی لوگوتایپ به طور خاص، باید به یاد داشت که هر اثر گرافیکی موظف به ایجاد سهولت در رابطه با مخاطب است.

۳. زیبایی؛ بدیهی است که هر اثر گرافیکی باید زیبا باشد، اما دلیل اینکه در بیان ویژگی‌های لوگوتایپ، «خوانایی» اصل نخست به شمار می‌رود، این است که اگر یک لوگوتایپ زیبا به آسانی خوانده نشود، کاربردی ندارد؛ بنابراین در طراحی و پردازش لوگوتایپ، زیبایی باید در استخدام خوانایی باشد.

۴. قابلیت یادآوری مجدد؛ بیننده باید بتواند لوگوتایپ را روی کاغذ رسم کند، بدون اینکه در مقابل چشم او باشد. در مورد موسیقی فیلم هم چنین عقیده‌ای وجود دارد و مخاطب باید بتواند بعد از دیدن فیلم، موسیقی فیلم را با سوت بزند.

۵. پرهیز از پیچیدگی؛ لوگوتایپ نباید حالت گنگ، معماگونه و پیچیده داشته باشد تا بیننده دچار دقت زیاد و سردرگمی نشود. چنین لوگوتایپ‌هایی نقش اصلی خود را که ایجاد ارتباطی تصویری و جذاب است، نمی‌توانند ایفا کنند.

۶. رعایت محاسبات فنی؛ جزئیات لوگوتایپ باید به گونه‌ای اجرا شود که اگر آن را بر صفحه‌ی یک ساعت مچی نیز حک کنند، دچار خدشه نشود و از بین نرود. همچنین اگر این طرح را روی یک بیلبورد و حتی یک دیوار بلند اجرا کنند، نباید دچار اعوجاج شود و حالتی مهیب و

غیر عادی به خود بگیرد. پیش‌بینی این نکات در هنگام طراحی لوگوتایپ بر اساس منطق ریاضی پایه‌ریزی می‌شود؛ یعنی نسبت‌ها، فواصل، ضخامت‌ها و فضاها‌ی پر و خالی را در قالب «گرید» به طور دقیق می‌سنجند. یک لوگوتایپ موفق از ترکیب دو عامل مهم، یعنی خلاقیت و شور هنرمندانه و کنترل و محاسبه، زاده می‌شود.

unicef

تبارشناسی لوگوتایپ‌ها

لوگوتایپ‌ها از عناصر نوشتاری به دست می‌آیند و عناصر نوشتاری یا از خوشنویسی حاصل می‌شوند یا از منطق تایپ و حروفچینی و یا از حال و هوای دست‌نویسه. ریشه و تبار لوگوتایپ‌ها به شرح زیر است:

۱) لوگوتایپ‌های «تایپوگرافیک» (Typographic) که بر مبنای منطق تایپ ساخته می‌شوند؛

۲) لوگوتایپ‌های «کالیگرافیک» (Calligraphic) که از خوشنویسی مایه می‌گیرند؛

۳) لوگوتایپ‌های «دستنویسه‌انه» (Handlettering) که با حال و هوای دست‌نویسه طراحی می‌شوند؛

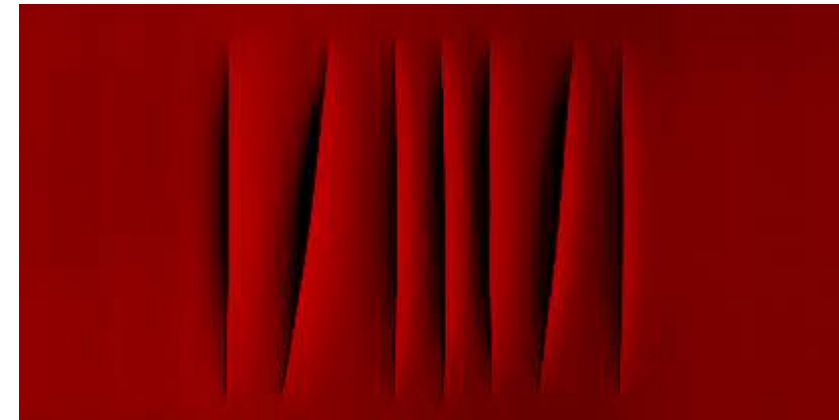
۴) لوگوتایپ‌های مبتنی بر هماهنگی «شکل» و «معنا» که با سه نوع دیگر متفاوت هستند و ریشه در «طراحی گرافیک» و ابداع شخصی دارند.

«مینی‌مالیسم» یک مکتب هنری است که آثار خود را بر پایه سادگی بیان و روش‌های ساده و خالی از پیچیدگی معمول فلسفی یا شبه فلسفی بنیان گذاشته است. ساده‌گرایی را می‌توان زاینده‌ی هنرمندان روس دوره‌ی پس از انقلاب اکتبر روسیه دانست که ساختارگرا بودند و به خلاصه‌نمایی و اشکال هندسی گرایش داشتند؛ مانند مالویچ با اثر «سفید روی سفید».

تجربیات هنرمندان روسیه در دهه‌ی ۱۹۵۰ و ۶۰ بر هنرمندان اروپا و آمریکا و به نوع دیگری بر کارهای میناکاری روی مس رابرت ریمن و آثار آگنس مارتین که ترکیب شیارهای نامحسوس روی زمینه‌ی تکرنگ بودند، تأثیر گذاشت. ساده‌گرایی در ایالات متحده به سرعت تبدیل به یک جنبش هنری تازه شد که بیشتر با خلق آثار سه‌بعدی (به جای دوبعدی) همراه بود. آثار حجمی ریچارد سرا مرحله‌ای سنتی از ساده‌گرایی در آمریکا بود و به کارهای دیوید اسمیت نزدیک بود. قطعات حجمی او حالتی پویا و ناپایدار داشتند. حجم‌هایی که برای فضای بیرون ساخت، به ویژه «طاق نوسان»، تأثیر حسی و روانی تهدیدکننده‌ای داشتند و برای مدت‌ها باعث بحث‌های فراوان شدند. جریان اصلی جنبش ساده‌گرایی آمریکایی در آثار تونی اسمیت، دانالد جاد، کارل آندره، دن فلاوین، رابرت موریس، سول لوییت و جان مک کراکن وجود دارد.

مینیمالیسم در شکل‌های مختلفی از طراحی و هنر، به‌ویژه در هنرهای تجسمی و موسیقی، استفاده می‌شود. مینی‌مالیسم پس از جنگ جهانی دوم، در هنر غرب به وجود آمد و بیشتر توسط هنرمندان هنرهای تجسمی آمریکایی در اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰ میلادی، گسترش یافت. ساده‌گرایان معتقدند که با زدودن حضور فریبنده‌ی ترکیب‌بندی و کاربرد موارد ساده و اغلب صنعتی که به شکلی هندسی و بسیار ساده شده قرار گرفته باشند، می‌توان به کیفیت ناب رنگ، فرم، فضا و ماده دست یافت. از میان هنرمندان این سبک می‌توان به دیوید اسمیت، دونالد جاد، ارنست تروا، سول لوییت، کارل آندره، دن فلاوین، رابرت ریمن، رونالد بلادن و ریچارد سرا اشاره کرد. آثار هنرمندان مینی‌مالیست گاهی کاملاً تصادفی پدید می‌آمد و گاهی زاده‌ی شکل‌های هندسی ساده و مکرر بود. ساده‌گرایی

نمونه‌ای از ایجاز و سادگی را در خود دارد و بیانگر این سخن رابرت براونینگ است که: Less is more (کمتر، بیشتر است).



اثر لوچیو فونتانا

مینی‌مالیسم در لوگوتایپ

ایده‌ی طراحی لوگوهای مینی‌مال از هنر مینی‌مال گرفته شده است که شامل کاستن اجزای طراحی به کمترین و ساده‌ترین شکل بیانی آن است. امروزه به مینی‌مالیسم در طراحی لوگو که از طرف بسیاری از طراحان به عنوان گرایشی محبوب و خلاقانه مورد ستایش قرار گرفته است، بسیار توجه می‌شود. طراحان از هر نسلی شعار «سادگی بهتر است» را دستمایه‌ی طراحی خود کرده‌اند. اجازه دهید لحظه‌ای صادقانه فکر کنیم؛ آیا این واقعاً بهتر است یا اینکه فقط تلاش می‌کنیم از وقت گذاشتن برای طراحی بگریزیم؟

قبل از هر نتیجه‌گیری عجولانه‌ای، بگذارید روشن کنیم که هدف، کم‌ارزش نشان دادن مینی‌مالیسم نیست. آنچه در زمینه‌ی طراحی لوگو باید پرسید این است که آیا واقعاً استفاده از این سادگی بر اساس نیاز و با تفکر انتخاب شده است یا اینکه از کار فرار می‌کنیم؟

هدف واقعی استفاده از مینی‌مالیسم در طراحی لوگو این است که پیام شرکت مورد نظر را با حداقل عناصر طراحی به نمایش بگذاریم. یک نمونه‌ی معروف از این نوع، اشتباه بزرگی بود که شرکت گپ (GAP) انجام داد و تصمیم به طراحی مجدد لوگوی محصولاتش گرفت. گپ می‌خواست لوگو را ساده کند، اما موفق نشد با لوگوی جدید مشتریاناش را تحت تأثیر قرار دهد و مجبور شد لوگوی قبلی را استفاده کند.

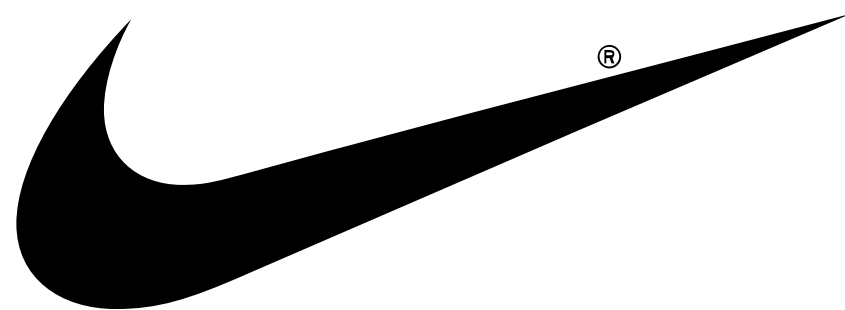
لوگوهای مینی‌مال؛ یک نمونه‌ی معروف

برای درک عمیق این که چگونه مینی‌مالیسم در یک لوگو عمل می‌کند، یکی از معروف‌ترین لوگوها را بررسی می‌کنیم.

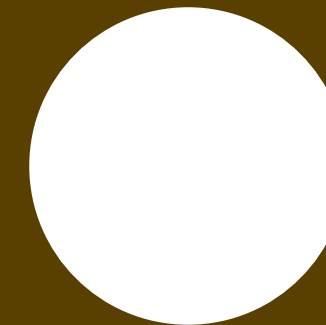
لوگوی مشهور و ماندگار نایک (Nike) که به انگلیسی به آن نایکی می‌گویند، با آن قوس معروفش، مثال بی‌نقصی

از به‌کارگیری مینی‌مالیسم در طراحی لوگو است که خیلی ساده و مرتبط با موضوع طراحی شده است. علامت نایک

کاملاً نمایانگر فرهنگ و نحوه‌ی عملکرد آن شرکت است. فرم این لوگو نشان نایک، الهه‌ی پیروزی یونان است.



گاهی طراحان لوگو برای فرار از تلاش و سخت‌کوشی از مینی‌مالیسم استفاده می‌کنند؛ به بیان دیگر، آنها زیر بار کار کردن برای یک پروژه طراحی لوگو نمی‌روند. در برخی موارد هم طراحان یک طراحی نیمه‌کاره لوگو را به عنوان لوگوی مینی‌مال ارائه می‌کنند که بسیار نامطلوب است.



نقطه - Point

«نقطه» بر وحدت، مبدأ و مرکز دلالت دارد و نشان دهنده‌ی تجلی و ظهور است؛ از این رو در برخی «ماندالا»ها، مرکز عیناً نشان داده نمی‌شود و باید آن را با بصیرت درونی تصور کرد.

به سادگی می‌توان تصور کرد که در صورت تکرار و انباشتگی نقاط، چه توفانی روی سطح گسترش پیدا می‌کند؛ حتی اگر نقطه‌ها هم‌اندازه باشند. اگر روی سطح، نقاطی نابرابر ریخته شود، شدت توفان همچنان بیشتر می‌شود. در طبیعت هم که ترکیبی پیچیده از عناصر ساده است، تجمع نقاط به فراوانی دیده می‌شود. عالم را می‌توان مثل یک کمپوزیسیون بزرگ در نظر گرفت که در داخل خود احاطه شده است و از کمپوزیسیون‌های کوچکتری تشکیل می‌شود که خود مستقل هستند و از درون احاطه شده‌اند. این دنیا به نوعی از نقاط تشکیل شده است؛ اگر غنچه‌ی گل شقایق را باز کنیم، نقطه‌ای دایره‌ای شکل و بسیار نرم و زیبا خواهیم دید و هزاران نقطه‌ی سرد (آبی و خاکستری) که از یک کمپوزیسیون خاص اطاعت می‌کنند و در خود نیروی ساکن و مخفی تولید مثل را نگهداری می‌کنند.

علاوه بر گرافیک، نقاشی و تندیس‌سازی، در هنرهای دیگر نیز کاربرد نقطه دیده می‌شود. هنرمندان در همه‌ی رشته‌ها به اهمیت و قدرت ذاتی

نقطه پی می‌برند. در باله‌ی کلاسیک هم نقطه (Point) وجود دارد. بالرین (رقاص) هنگام دویدن سریع روی نوک پاها، نقاطی را روی صحنه‌ی نمایش بر جا می‌گذارد، هنگام پرش نقاط خاصی را در فضا جهت‌یابی می‌کند و به سمت آن‌ها می‌پرد و در زمان برگشت نیز روی نقاط مشخصی فرود می‌آید.

در موسیقی، علاوه بر «طبل»، با ادوات موسیقی دیگر، مانند پیانو نیز می‌توان نقطه را تولید کرد. نقطه نزد موسیقی‌دانان و نوازندگان از قدرت خاصی برخوردار است و می‌تواند اندازه‌ای بی‌نهایت به خود بگیرد. هنگامی که نقطه در وسط یک مربع قرار می‌گیرد، به یک «تک‌صدایی» در گستره‌ی سطح تبدیل می‌شود.

از دیدگاه «فیزیک / ریاضی»، نقطه موجودی موهوم با ابعاد فیزیکی صفر است که نه درازا دارد، نه پهنا، نه ژرفا و نه بلندا، اما به طور قراردادی به وسیله‌ی لکه‌ی بسیار کوچکی که به زحمت می‌توان دید ترسیم می‌شود. در حرفه ما و در کارگاه تخصصی آنت همیشه این نکته را به خاطر داریم که در ساختن یک تندیس باید از قدرت بصری نقطه، خط، سطح و حجم، بهترین و خلاقانه‌ترین نتیجه را برای یک سفارش حرفه‌ای به دست آوریم.



Virgin

هویت سازمانی / شرکتی

Identity / Corporate

به ویژگی‌های رفتاری یک شرکت که بیانگر کیفیت یا سطح خدمات، ماهیت مبتکرانه یا رهیافت آن در تجارت است، هویت سازمانی می‌گویند. ایجاد چنین تصویری در اذهان عمومی، بر عهده‌ی روابط عمومی شرکت یا سازمان است.

هویت‌سازی برای «نام تجاری» (Branding) عبارت است از نحوه‌ی بیان و حضور آن در بازار که باید برای کسب هویتی منحصر به فرد به کار رود. اگر یک سازمان یا شرکت، طیف مکملی از خدمات یا کالاهای همگن را عرضه کند، استفاده از یک برند «دربرگیرنده» و «یکپارچه»

برایش مناسب است، اما اگر خدمات یا محصولات ارائه شده بسیار متفاوت با یکدیگر باشند، به کار بردن یک برند «واحد» نادرست خواهد بود. در چنین حالتی نام تجاری یا «برند چندگانه» انتخاب مناسب‌تری است. با این همه، برخی نام‌های تجاری، مانند Virgin، موفق شده‌اند یک نام تجاری در برگیرنده ایجاد کنند که دامنه‌ای از محصولات متفاوت، مانند خدمات مالی، خطوط هوایی و نوشیدنی‌های غیرالکلی را با موفقیت بسیار تداعی می‌کند. این کار با انتخاب دقیق گروه‌های فرآورده‌ای انجام می‌شود که در نظر مصرف‌کنندگان جزء، ویژگی‌های مشترکی دارند.



یادمان Monument

به مجسمه، تندیس، اثر نقاشی یا معماری که برای بزرگداشت و نگهداشت خاطره‌ی شخص، مقام، واقعه‌ی تاریخی، علمی، هنری و اجتماعی ساخته شود، «یادمان» می‌گویند. در معنای وسیع‌تر، یادمان هرگونه یادبودی است که مدرک و شاهدهی از گذشته داشته باشد.

تندیس، مجسمه و پیکره Sculpture

تندیس یا مجسمه‌سازی هنری است که در آن هنرمند از مواد مختلف برای ساختن مجسمه‌ای استفاده می‌کند. تندیس یا مجسمه نباید با هیچ سطح یا تکیه‌گاهی تماس داشته باشد و باید به گونه‌ای ساخته شود که بتوان دورتادورش چرخید و از هر زاویه نگاهش کرد.

مجسمه‌ساز، پیکره‌تراش، تندیس‌ساز Sculptor

به کسی که حرفه‌اش تندیس‌سازی باشد، هنرمند تندیس‌ساز می‌گویند.

حجم Volume

«حجم» مهم‌ترین عنصر مجسمه‌سازی است که در سه معنای زیر به کار می‌رود:

۱. توده‌ای فشرده و جسمی با وزن قابل تشخیص که در سه بعد، لمس‌شدنی است (آثار میکل‌آنژ یا آثار آگوست رودن)؛
 ۲. حجم منفی، حفره و حجم میان‌تهی که فقط از لحاظ بصری قابل درک است (آثار هنری مور)؛
 ۳. حجمی که از حرکت نقطه‌ها (اجسام ریز)، خطوط یا سطوح (اجسام درشت) ایجاد می‌شود (آثار الکساندر کالدر)
- در هر حال، حجم شکلی سه‌بعدی است که فضا را اشغال می‌کند، اما روی سطح کاغذ فقط می‌توان توهمی از حجم را ایجاد کرد.



اسامبلاژ / جفت و جور کاری

Assemblage

«اسامبلاژ» روشی برای ساختن آثار سه بعدی، از طریق اتصال اشیای متفرقه به یکدیگر است. برای این کار، گاهی از قراضه‌های صنعتی استفاده می‌شود؛ مانند آثار ژازه تباتبایی در ایران و آثار چمبرلین در اروپا. پابلو پیکاسو از اتصال زین و فرمان دوچرخه یک سر گاو درست کرد که در هنر مدرن بسیار مشهور است. کلمه‌ی اسامبلاژ فرانسوی است، اما در همه‌ی دنیا برای این نوع تندیس‌ها به کار می‌رود. تکنیک اسامبلاژ در مجسمه‌سازی با تکنیک «کلاژ» در نقاشی قابل مقایسه است.

کلاژ Collage

روشی در تولید آثار تجسمی است که از به هم چسباندن و مرتبط ساختن تکه‌های کاغذ، بریده روزنامه‌ها، مقوا و عکس بر روی یک سطح به وجود می‌آید که در ابتدا به آن «پایه‌کوله» (Paper Coller) یا «کاغذ چسبانی» می‌گفتند. این روش توسط ژرژ براک و پابلو پیکاسو در دوران ابداع سبک کوبیسم به عنوان یک فرم هنری به وجود آمد و در مسیر تکامل خود با افزودن بافت‌ها و اشیای مختلف نام آن به کلاژ معروف شد. این اسم از کلمه فرانسوی Coller (کوله) به معنای چسباندن برگرفته شده است.

ابعاد: 80 × 30 cm | جنس: آهن | تاریخ ساخت: 1386



فضا Space

«فضا» هم به فضای مسطح (دو بعدی) در تصاویر گرافیکی می‌گویند و هم به فضای سه بعدی تندیس. به عالم طبیعت نیز فضا گفته می‌شود.

فضای مثبت Positive Space

در ترکیب بندی هنری به فضایی که با شکل یا موضوع اشغال شده باشد «فضای مثبت» و به عکس آن «فضای منفی» می‌گویند. ارزش فضای منفی در تندیس سازی قرن بیستم کاملاً شناخته شد که به آن Space Art نیز می‌گویند؛ یعنی هنرمندان در تندیس‌های مدرن و معماری مدرن به ارزش زیبایی شناسی فضای منفی پی بردند.

ابعاد: 30 × 40 cm | جنس: آهن | تاریخ ساخت: 1387

هنرهای تجسمی / حجم پذیر، شکل پذیر

Plastic Art

به هنرهایی مانند مجسمه‌سازی، نقاشی و معماری که در آن‌ها شکل‌سازی و حجم‌پردازی مطرح باشد، هنرهای تجسمی می‌گویند. **گچ قالب‌گیری / گچ پاریسی Plaster of Paris**؛ «گچ پاریسی» در پیکره‌سازی به کار می‌رود و در ایران به «گچ دندان‌پزشکی» یا «ژپس» معروف است.

پلاستیکام / خمیر مجسمه‌سازی Plasticum؛ «پلاستیکام» نام تجاری خمیر مجسمه‌سازی است که سال‌هاست در ایران کسی آن را به این نام نمی‌شناسد. نام‌های تجاری دیگر، مانند پلاستیلینا و پلاستیسین نیز در گذشته رایج بوده‌اند.

پلاستیسیته Plasticity

به ایجاد فضای سه‌بعدی در نقاشی و به طور کلی، هر نوع شکل‌پذیری و حجم‌نمایی «پلاستیسیته» می‌گویند؛ مانند آثار بیت موندریان. هرچند این اصطلاح در انگلیسی پلاستیسیته خوانده می‌شود، اما لفظ فرانسوی و هلندی آن، یعنی پلاستیسیته در دنیا مشهور است.

پلاک، لوح منقوش یا تزئینی

Plaque

به صفحه‌ی فلزی، چوبی یا ... که رویش حکاکی، نقاشی یا تزئینات شده باشد، لوح می‌گویند.

پتینه، زنگار Patina

تعریف قدیمی پتینه؛ «پتینه» بافت، رنگ و جرمی است که بر اثر گذشت زمان، با اکسیده شدن و تأثیر عوامل طبیعی به صورت تغییر رنگ (تخریب جنس) و ایجاد زنگار روی ساخته‌های مسی یا مفرغی ایجاد می‌شود؛ به عبارت دیگر نوعی رسوب رنگی سبز و قهوه‌ای (اُخرایی) است که در اثر اکسیده شدن ایجاد می‌شود، برای نمونه زنگار مفرغ سبز و زنگار آهن اُخرایی است.

تعریف جدید پتینه؛ هر جسمی که بتوان با ایجاد بافت و بکارگیری رنگ، ظاهری کهنه، فرسوده یا اکسیده در آن ایجاد کرد، «پتینه‌کاری» نامیده می‌شود. پتینه هنر نشان دادن کهنگی، خوردگی و پوسیدگی در اشیای ساخته شده، مانند تندیس، قاب عکس، ظروف، کوزه و حتی فرم‌های مدرن است.



ابعاد : 70 × 20 cm | ۲۰۰۰ | تاریخ ساخت : 1389

ماکت نمونه‌ای سه‌بعدی از طرح نهایی است که با مقیاسی مشخص از آن تهیه می‌شود. ماکت مکانیزم‌های عملکردی ندارد و برای ساخت آن می‌توان از انواع مواد و متریال استفاده کرد.



پنجاهمین سالگرد شرکت تهران بوستن | ابعاد: ۷/۵ × ۷/۵ × ۲۱ | جنس: ترکیب مواد - شیشه - چوب | تاریخ ساخت: ۹۲ - ۱۳۹۱

Pictogram/Pictograph

«پیکتوگراف» نشانه‌ای تصویری است که بازنمایی ساده‌ای از یک شی یا فعالیت خاص است. تصاویر کوچک و بزرگی که به دست انسان‌های نخستین پدید آمدند و نماد اشیای موجود در دنیای آنها هستند، نمونه‌هایی از «پیکتوگراف» یا «تصویرنگار» به شمار می‌روند. پیکتوگراف، نشانه‌ای است که انسان، حیوان، گیاه یا شیء را نمایش می‌دهد و تجسمی است از تصویر ذهنی از موضوعی که می‌توانست یادآور بیان یک کلمه باشد. در روزگاران قدیم هدف از خلق پیکتوگراف‌ها فقط ایجاد تصاویر زیبا نبود، بلکه به احتمال زیاد، کارکردی عملی، مذهبی، جادویی یا نمادین داشته‌اند و به همین دلیل آنها را نخستین شکل ارتباط بصری می‌دانند. سال‌ها است که وجه تمایز میان نمادها و نشانه‌های انسان بدوی و انسان امروزی مورد تردید جدی قرار گرفته است. روانشناسی جدید معتقد است که ذهن بشری تاریخ خاص خود را دارد؛ بدین معنا که ممکن است یک انسان در زمانه‌ی ما در سطح «خودآگاه» و در رویارویی با نمادهای کهن نتواند ارتباط لازم و کافی را برقرار کند، یعنی هرچند خودآگاه ما از «کهن‌الگو»ها (Architype) دور شده باشد و از وجود آنها بی‌خبر باشد، ناخودآگاه ما در برابر حضور آنها با شکل‌های نمادین‌شان واکنش نشان می‌دهد. کارل گوستاو یونگ در این باره به «ناخودآگاه جمعی»، یعنی بخشی از روان که میراث مشترک بشریت است، توجه می‌کند. شباهت‌های موجود میان اسطوره‌های قدیم و وقایعی که در خواب‌های انسان امروزی بروز می‌کنند، نه تصادفی هستند و نه بی‌اهمیت، زیرا ناخودآگاه انسان امروزی توانایی آفریدن نمادهایی را دارد که در قدیم در آیین‌ها و باورهای انسان بدوی نمود پیدا می‌کردند. یونگ می‌گوید: ما بیش از آنچه می‌پنداریم، به پیام‌های این نمادها وابسته هستیم و رفتار و کردارمان بسیار تحت تأثیر آنها است. انسان امروزی هنوز هم به عوامل ژرف و ناشناخته‌ی روانی پاسخ می‌دهد، به طوری که هرچه بیشتر در تاریخ نمادگرایی و نقشی که نمادها در زندگی مردم ایفا کرده‌اند موشکافی کنیم، بیشتر مطمئن می‌شویم که نمادها در طی اعصار در حال بازآفرینی هستند.

تاریخ نمادگرایی نشان می‌دهد که هر چیزی می‌تواند معنای نمادین پیدا

کند؛ مانند اشیای طبیعی (Natural) چون سنگ‌ها، گیاهان، حیوانات، خورشید، ماه، باد، آب، آتش و... یا آنچه دست‌ساز انسان (Man made) است، مانند خانه، پنجره، پلکان، آینه، چتر، چراغ، عصا، قلم و... یا اشکال تجریدی (Abstract)، مانند اعداد، مثلث، دایره، مربع و... در حقیقت تمامی جهان یک نماد بالقوه است. انسان با گرایش طبیعی که به آفرینش نمادها دارد، به طور ناخودآگاه اشیا یا اشکال را تغییر می‌دهد تا حالتی هنرمندانه به خود بگیرند. یکی از مشهورترین آنها «ماندالا» است که در زبان سانسکریت به معنی دایره است. ماندالاها، دایره‌هایی نمادین برای تمرکز برخویشتن و جست‌وجو در درون انسان هستند. ماندالا، نماد تمامیت و نظم است و ویژگی آن سازماندهی و تنظیم مجدد وضعیت‌های آشفته‌ی روان انسان است. در جهان امروز، پیکتوگرام‌ها معمولاً برای بیان تصویری ساده و روان به کار می‌روند. این مفاهیم می‌توانند هشداردهنده یا راهنما باشند؛ به عبارت دیگر با استفاده از این نمادهای تصویری می‌توانیم به یک ارتباط تصویری دست یابیم. معمولاً این نوع نشانه‌ها برای آسان شدن ارتباط در یک محیط به کار می‌روند؛ مانند علائم و نشانه‌های موجود در فرودگاه‌ها، ترمینال‌ها، ایستگاه‌های راه‌آهن، فروشگاه‌ها، بیمارستان‌ها، مترو، پارک، باغ وحش، مهدکودک یا تصاویر بعضی از تابلوهای راهنمایی و رانندگی، مثل محل عبور بچه‌ها، ورود کامیون ممنوع، محل ریزش کوه، جاده لغزنده است و... در طراحی این نشانه‌ها معمولاً تصاویر ساده شده‌اند و ممکن است بخش یا بخش‌هایی از عناصر اضافه حذف شوند، ولی نباید به گویایی تصویر صدمه وارد شود؛ یعنی بیننده به محض دیدن نشانه باید به راحتی به مفهوم آن برسد. از آنجا که در یک محیط، تعدادی از پیکتوگرام‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند، باید طراحی به صورتی انجام بگیرد که هم مفاهیم مورد نیاز بیان شود و هم در کل یک پیوستگی و همگونی شکلی با هم داشته باشند. پیکتوگرام از پیچیدگی کمتری نسبت به آرم برخوردار است. پیکتوگرام نباید گنگ و پیچیده باشد، چون کارایی خود را از دست می‌دهد. پیکتوگرام‌ها در اصل جزو گرافیک محیطی محسوب می‌شوند. این تصاویر ساده‌ترین راه برای برقراری ارتباط بین تمام افراد یک جامعه، با هر سطح سواد و فرهنگ و حتی زبان یا نژاد است. پیکتوگرام‌ها طوری طراحی می‌شوند که در قالب خاصی محدود نشوند؛ یعنی برای افراد خاص یا افکار خاص طراحی نمی‌شوند.

Images / تصاویر





جشنواره فیلم شهر | ابعاد: ۳۱/۵ × ۶/۵ × ۱۱ cm | جنس: آلیاژ برنج - پایه سنگ | تاریخ ساخت: ۱۳۹۰



آزاد | ارتفاع: 40 cm | جنس: آلیاژ برنج - آبکاری نیکل | تاریخ ساخت: ۱۳۸۳



ششمین جشنواره بین المللی پویانمایی تهران | ابعاد: $15 \times 12/5 \times 12/5$ cm | جنس: گوی شیشه‌ای - آلیاژ برنج | تاریخ ساخت: ۱۳۸۷



ابعاد: 25×25 cm | جنس: آلیاژ برنج - سنگ | تاریخ ساخت: ۱۳۸۴



مجموع فولاد گیلان | ابعاد: ۱۱/۵ × ۲۴ × ۱۲ cm | جنس: آلیاژ برنج باروکش آب طلا، پایه چوب | طراح: بهزاد سلیمانی | تاریخ ساخت: ۸۶ - ۱۳۸۵



بانک ملت (مشتری مهمان) | ابعاد: ۲۴ × ۷ × ۹ cm | جنس: آلیاژ برنج | طراح: علی نانگر | تاریخ ساخت: ۱۳۹۱



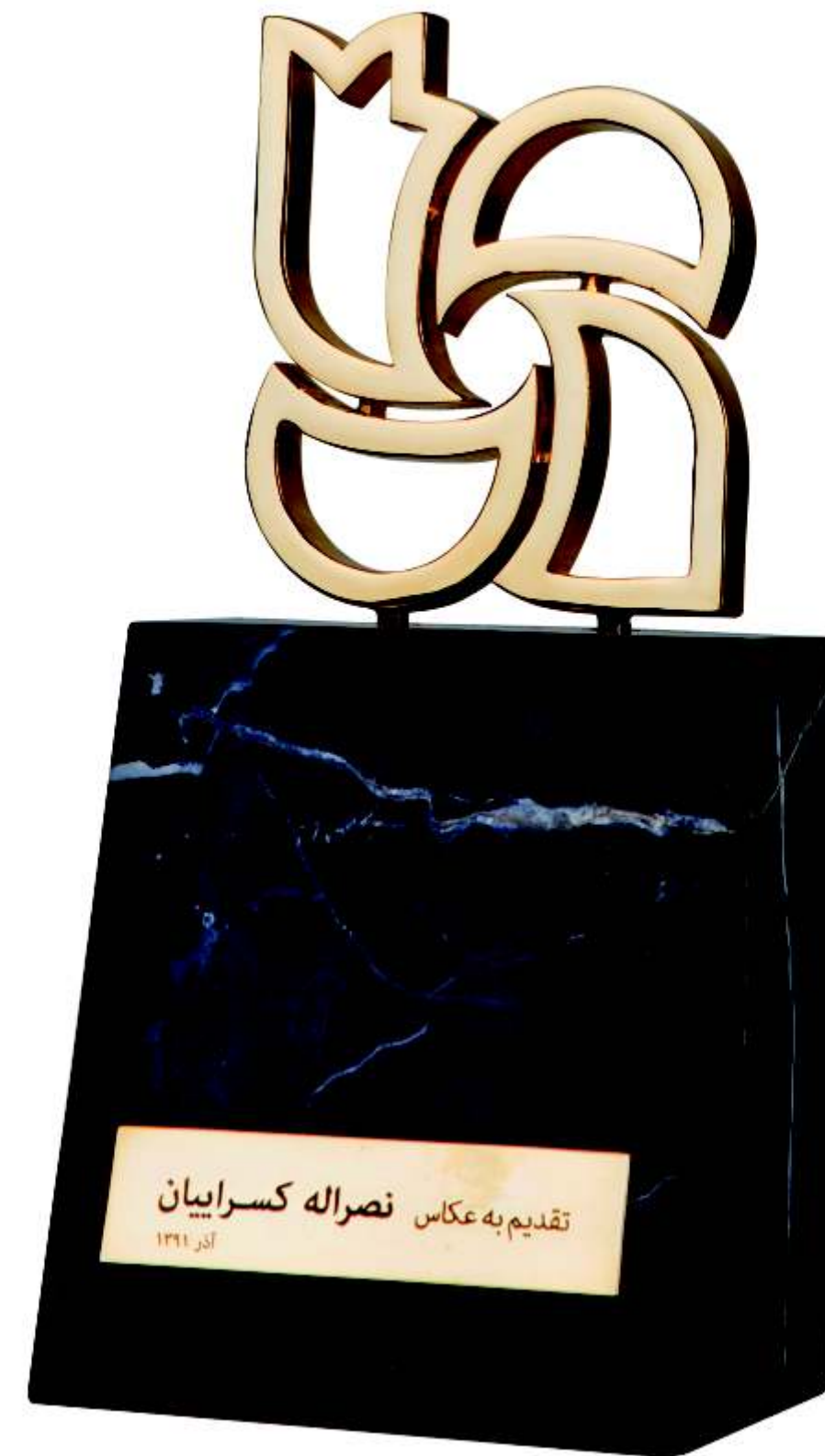
نخستین جشنواره زنان فیلم‌ساز | ابعاد: $12 \times 10.5 \times 10.5$ cm | جنس: آلیاژ برنج | طراح: بابک فروتنی | تاریخ ساخت: دی ماه ۱۳۸۴



کاسترول | ابعاد: $17.5 \times 9 \times 10$ cm | جنس: سنگ ابسیدیان (ارمنستان) - پایه و باکس پلکسی‌گلاس و پلاک برنجی با روکش آب طلا | تاریخ ساخت: ۸۸ - ۱۳۸۷



روزنامه آریک | ابعاد: ۱۵ x ۱۵ x ۲۱ cm | جنس: آلیاژ برنج | طراح: آرمن سغیوسیان | تاریخ ساخت: ۱۳۷۸



انجمن عکاسان ایران | ابعاد: ۲۲ x ۷ x ۱۰ cm | جنس: آلیاژ برنج با پوشش آب طلا و پایه سنگ | طراح: ابراهیم حقیقی | تاریخ ساخت: ۱۳۷۲



گلدان الفبا | ابعاد: ۲۸ × ۳۹ × ۱۲ cm | جنس: پلکسی گلاس | تاریخ ساخت: ۱۳۸۷



فستیوال کارتون | ابعاد: ۲۵/۵ × ۵/۷ × ۵/۷ cm | جنس: آلیاژ برنج - پایه چوب | روش ساخت: فرایند ریخته‌گری | تاریخ ساخت: ۱۳۸۹



مونوگرام:
هر آرم یا نشانه‌ای
که از حروف اول نام
شخص یا موسسه
ساخته شود.

جامعه مهندسان مشاور ایران | ابعاد: ۲۸ × ۱۰/۵ × ۱۰/۵ cm | جنس: آلیاژ برنج - پلکسی‌گلاس | طراح لوگو: استاد مرتضی ممیز | طراح تندیس: لاله سلطان محمدی | تاریخ ساخت: ۱۳۹۲



ابعاد: ۲۸ × ۸ × ۸ cm | جنس: ترکیب آلیاژ مس و برنج - پایه چوب | تاریخ ساخت: ۱۳۸۷



اسارت | ابعاد: ۱۲ × ۶ × ۳۰ cm | جنس: آلیاژ برنج | تاریخ ساخت: ۱۳۸۸



بوف | ابعاد: ۲۸ × ۹ × ۹ cm | جنس: سنگ - آلیاژ برنج | تاریخ ساخت: ۱۳۸۷

ضمیمه Supplement

مفاهیم، واژگان و اصطلاحات هنرهای ملی و سنتی

اسلیمی: «اسلیمی» نوعی نقش و نگار مرکب از خط‌های منحنی مارییچ با شاخه‌های کوتاه و برگ و گل است که در کتیبه‌ها و بعضی کارهای نقاشی، کاشی‌کاری و گچ بری رسم می‌شوند.

اسلیمی از جمله طرح‌های اساسی و قراردادی هنرهای تزئینی ایران است که از پیچ و خم‌های پیاپی از نقش‌های گل و بوته و خط‌های منحنی مارییچ تشکیل شده است.

اسلیمی ماری (بر اساس خزیدن مار طرح‌ریزی شده است)، اسلیمی بندرومی، اسلیمی سروی و اسلیمی خطایی از جمله انواع اسلیمی به شمار می‌روند. اسلیمی ماری نوعی نقش اسلیمی است که دو سرش به دو طرف امتداد دارد، بخش میانی با گره کوچکی تزئین می‌شود و طرح آن به گونه‌ای است که حرکت خزشی مار را تداعی می‌کند.

با اینکه شاخه‌های کوتاه برگ و گل از ساقه‌های مارییچی اسلیمی منشعب می‌شوند، کسانی بوده‌اند که میان طرح اسلیمی و شکل خمیده‌ی خرطوم فیل نوعی مشابهت پیدا کنند. برخی از نقاشان قدیم، شاید به دلیل شباهت طرح‌های اسلیمی با حروف « کوفی درهم»، می‌گفتند که واضح اسلیمی حضرت علی (ع) بوده است و گفته‌اند که نقش اسلیمی از «خط کوفی» استخراج شده و لفظ «اسلیمی» را همان «اسلامی» دانسته‌اند (در مقابل طرح «ختایی» که با مغول از چین به ایران آمده بود). حقیقت این است که این طرح از ابتکارات هنرمندان عصر اشکانی و ساسانی است و نوعی اقتباس از پیچ‌وتاب‌های درخت «مو» به شمار می‌آید که نمونه‌های بارز آن در آثار سیمین ساسانی دیده می‌شود. نقشمایه‌ی اسلیمی کم‌کم گسترش یافت و از آن اشکال گوناگونی ساخته شد.امروزه بیش از پنجاه شکل اسلیمی وجود دارد.

تشعیر: علت نامگذاری این هنر به تشعیر این است که خطوط تشکیل‌دهنده‌ی نازک و پیچیده دارد و مثل شعر ظریف و باریک‌بین است.

هنر تشعیرسازی معمولاً به دو گونه‌ی تشعیر مطلا و تشعیر الوان انجام می‌شود.در تشعیرسازی معمولاً از یک یا دو رنگ استفاده می‌شود و به ندرت سه رنگ به کار می‌رود. از آنجا که تشعیر به دلیل محدودیت رنگی در پلان دوم قرار دارد، یعنی از لحاظ بصری یک پرده عقب‌تر از تصویر اصلی است و به شکوه آن لطمه‌ای نمی‌زند، در حواشی و دور تا دور مینیاتورها از آن استفاده می‌کنند تا با این تشریفات به مینیاتور رسمیت بیشتری ببخشند؛ به عبارت دیگر تشعیر نوعی تزئین نسخ یا مرقات خطی است که با یک یا دو و حتی سه رنگ طلایی انجام می‌شود. در تشعیر از خطوط نرم و خیالی استفاده می‌کنند و معمولاً سرشار از تصاویر رؤیایی پرندگان، گل‌ها، بوته‌ها، درختان و چهارپایان است.

تذهیب: «تذهیب» در لغت به معنی زراندود کردن، زر گرفتن، زرکاری و طلاکاری است و در اصطلاح به هنر تزئین و نقش و نگار دادن اوراق کتاب‌های خطی با آب زر و لاجورد می‌گویند.

در تذهیب هنرمند با استفاده از طلا و رنگ‌های «جسمی» و «روحی» اوراق کتب یا مرقات را تزئین می‌کند.

ترنج: «ترنج» نوعی نقش و نگار است که از ترکیب گل و برگ و طرح‌های اسلیمی ساخته می‌شود و بیشتر در وسط نقش‌های قالی وقالیچه، پرده‌ی قلمکار، کاشی و تذهیب‌کاری قرار می‌گیرد.گاهی در چهار گوشه‌ی ترنج طرح‌های سه‌گوشه به شکل لچک ساخته می‌شود که به آن «لچک ترنج» می‌گویند.

خاتم‌سازی: خاتم ترکیبی است از چندضلعی‌های منظم با تعداد اضلاع متفاوت که با استفاده از مواد اولیه‌ی گوناگون در رنگ‌های مختلف ساخته می‌شود. مرکز اصلی این حرفه شیراز است. در خاتم‌سازی قطعات کوچک عاج به کار می‌رود. نقشه‌ی خاتم مانند قالی و قالیچه است. در خاتم‌کاری بیشتر گل‌های کوچک و ستاره‌های درخشانی دیده می‌شود که از مواد مختلف فراهم شده‌اند.

ختایی: «ختایی» از طرح‌های اساسی و قراردادی هنرهای تزئینی ایران است که از نقوش شاخه‌ها، برگ‌ها،گل‌ها، بوته‌ها و غنچه‌ها تشکیل شده است و به هر گردش موزون آن یک «بند» می‌گویند. ختایی، ظاهراً با مغول‌ها از چین به ایران آمده است و آن را خطایی نیز می‌نویسند.

خوشنویسی/کالیگرافی: Calligraphy

«کالیگرافی» از واژه‌های یونانی Kalli و Graphos تشکیل شده است. حرفه‌ی خوشنویسی نیازمند درک عمیق از شیوه‌ی نوشتن رسمی و ملاحظه‌ی دقیق مواد و ابزارهای سنتی است. خوشنویسی در معنای خاص، هنر زیبا نوشتن است.این اصطلاح را در مورد نوشتن آزاد با قلم‌مو یا قلم به کار می‌برند؛ بنابراین خوشنویسی از حروف‌نویسی (به صورت کتیبه) و طراحی حروف متمایز است.

اگرچه از دیرباز در اروپا دولت و کلیسا به زیبانویسی توجه می‌کردند (کتیبه‌های رومی و برخی نسخه‌های خطی انجیل) و خوشنویسی یک هنر فرعی و وابسته به کتابخانه‌ها و محافل طلاب بود، در خاور دور در رده‌ی هنرهای زیبا جای داشت.خوشنویسی در دنیای اسلام نیز از والاترین هنرها به شمار می‌آمد، به همین دلیل به دست چینیان و مسلمانان تکامل پیدا کرد.

خوشنویس از طریق مهارت دستش مطرح می‌شود. می‌گویند عبدالرشید دیلمی (خوشنویس) سه ماه در خانه نشست و هزار و پانصد صفحه را به تمرین سیاه کرد و دست آخر به ابوتراب خطاط گفت: «به فریادم برس که قواعد خط از یادم برفت». بیشتر مطالبی که با خط خوشنویس نوشته می‌شود، در اصل متعلق به دیگران است، بنابراین خوشنویس وسیله‌ی انتقال فرهنگ به شمار می‌رود؛ برای مثال خطاطان تا دوره‌ی قاجار تنها وسیله‌ی انتقال فرهنگ بودند.

در کتاب‌آرایی قدیم، خوش‌نویس موضوع و اندازه و جای تصاویر را در صفحات کتاب تعیین می‌کرد؛ مانند کار مدیر هنری در نشر معاصر. شغل اصلی خوشنویسان یا «قطعه نویسی» برای «مرقات» (آلبوم‌ها) بوده است یا کتابت نسخه‌های خطی. قطعه‌نویسی امر موظفی نبود و بیشتر برای هنرنمایی انجام می‌شد، اما کتابت در تداوم وظیفه‌ی نشر علم و حکمت انجام می‌شد که وظیفه‌ی اصلی کاتب و نیاز مردم بوده است. بعدها که حروفچینی گارسه‌ای جای خوشنویسی برای کتابت را گرفت و خوشنویسی به قطعه‌نویسی و سفارش‌های محدود منحصر شد، پدیده‌ای جدید در کار برخی خوشنویسان رخ داد که به «چاپی‌نویسی» معروف است؛ به این صورت که خطاط به رقابت با حروفچینی برخاست و برای روزنامه‌های چاپ سنگی خطاطی کرد. میرزا رضا مشهورترین چاپی‌نویس مطبوعات اولیه‌ی ما بود.

خوشنویسی ما بیشتر رو به بالا و کمتر رو به پایین است. قاعده و قالب خوشنویسی ما، مثل خط لاتین در یک قالب مستطیلی نمی‌گنجد.

ریتون : Rhyton

«ریتون» به جام‌ها و مجسمه‌های باستانی «انسان/حیوان» گفته می‌شود که از گل ساخته شده‌اند. ساختن ظرف‌هایی به شکل شاخ، سر یا بدن حیوانات از جنس سفال، نقره یا طلا، در شرق باستان، کِرت (یونان) و ایران باستان بسیار رایج بوده است. ساغرهای زرین دوره‌ی هخامنشی از جمله ریتون‌های شناخته شده‌ی تاریخی هستند.

گل و بته: گل و بته، اصطلاحی است برای توصیف طرح‌های متشکل از نقوش گیاهی که در تذهیب، کاشی‌کاری، قالی‌بافی و هنرهای سنتی دیگر استفاده می‌شوند. از میان متداول‌ترین انواع گل و بته می‌توان به اسلیمی، ختایی و ترنج اشاره کرد. در دوران قاجار، الگوهای گل و بته‌ی اروپایی مانند پیچک فرنگی، طرح چدنی، گل‌سرخ لندنی و … نیز رایج شدند. بعدها هنرمندانی چون میرزا آقا امامی (نگارگر ۱۳۲۵–۱۲۶۱ش.، نخستین کسی که شیوه‌ی رضا عباسی را از نو رایج کرد و متخصص مرمت نقاشی‌های دوره‌ی صفویان) و عیسی بهادری (نگارگر، طراح قالی و کاشی ۱۳۶۵–۱۲۸۴ش.، شاگرد کمال‌الملک و مؤسس هنرستان اصفهان) در احیای طرح‌های سنتی، به ویژه در کاشی‌کاری و قالی‌بافی کوشیدند.

گَلیم: گَلیم، فرش بدون پرز با نخ پشمی یا پنبه‌ای است که به عنوان زیرانداز، دیوارپوش، چادر عشایر، پرده، رختخواب پیچ، سجاده، خورجین، جوال، جُل اسب و … به کار می‌رود.

گَلیم یکی از قدیمی‌ترین زیراندازهایی است که قرن‌ها پیش از قالی و احتمالاً همزمان با بافت پارچه در خاور زمین پدید آمد. هنوز به درستی معلوم نیست که چه کسانی و در چه تاریخی، نخستین بار موفق به بافت گَلیم شدند، ولی آثار به دست آمده از کاوش‌های باستان‌شناسی، نشان‌دهنده‌ی بافت گَلیم در میان اقوام آسیای مرکزی است که به پرورش گوسفند اشتغال داشتند. از آنجا که بافت گَلیم به مراتب ساده‌تر از قالی است، می‌توان تاریخ گَلیم‌بافی را بسیار قدیمی‌تر از قالی‌بافی تخمین زد (بافت قالی در ایران تقریباً به سه هزار و پانصد سال پیش می‌رسد).

انواع گَلیم: گَلیم در سه نوع زیر بافته می‌شود:

۱. گَلیم‌های ساده‌باف دورو؛

۲. گَلیم‌های یکرو که انواع آن در مناطق مختلف «وَرَنی» و «شیریکی پیچ» نامیده می‌شود. این نوع گَلیم بدون پرز و یکرو است و «سوماک» هم خوانده می‌شود؛

۳. گَلیم‌های برجسته که بافت زمینه ساده است، ولی طرح اصلی مثل قالی پرزدار است.

گَلیم معمولاً به صورت دو رویه بافته می‌شود و هر دو روی آن پودرو است؛ بنابراین از هر دو طرف گَلیم می‌توان استفاده کرد. پودهای رنگی را از زیر و روی چله عبور می‌دهند و در پایان کار، چله دیده نمی‌شود، بلکه نخ‌های رنگی ایجادکننده‌ی نقوش دیده می‌شوند. برخلاف قالی که پودها در نقش آن سهمی ندارند و پرزها عامل آن هستند، در گَلیم پودها نقش را ایجاد می‌کنند.

گُوِه: «گوه» قطعه چوب گونیا شکلی است که برای استحکام بیشتر، در دو طرف دار قالی به کار می‌رود.

لچک: در قالی‌بافی به نقشی که در چهار گوشه‌ی فرش استفاده می‌شود، «لچک» می‌گویند.

گره‌سازی /گره‌بندی : Fretwork

به روش سازماندهی نقوش هندسی به طوری که طرحی در هم بافته و موزون به دست آید، «گره‌سازی» می‌گویند. گره‌سازی در هنر اسلامی کاربرد بسیار داشته است و نمونه‌های آن را در انواع هنرهای تزئینی و صنایع دستی می‌توان دید.

گلابتون: به گل‌های برجسته‌ای که با رشته‌های نقره یا طلا روی پارچه می‌دوزند، «گلابتون» می‌گویند. در اصل گلابتون‌دوزی با استفاده از نخ ابریشمی انجام می‌شود که بر گرد آن رشته‌های نازکی از نقره‌ی آمیخته با طلا باشد.