

فرانسوی‌ها همیشه برای خوش استایل بودن و خوش سلیقه بودن معروف بوده‌اند. فرانسوی‌ها در هنر، طراحی لباس و لوازم لوکس همیشه سرلوحه بقیه کشورهای اروپایی بودند اما طراحی گرافیک فرانسوی زیاد شناخته شده نیست. طراحی گرافیک فرانسوی مسیر دیگری نسبت به بقیه قسمت‌های دنیا پیش گرفته است. در طراحی فرانسوی از سبک مینیمالیست که در طراحی سوئیسی و اسکاتلندی‌تأویایی دیده می‌شود خبری نیست. طراحی گرافیک فرانسوی از ترندهای تبلیغاتی بیرونی نمی‌کند و همیشه به ارزش‌های خودش پایبند است. طراحی فرانسوی بسیار هنرمندانه است و مخاطبان را از لحاظ بصری و احساسی به چالش می‌کشد. در ادامه مهم‌ترین ویژگی‌های طراحی گرافیک فرانسوی را معرفی می‌کنیم.



نقاشی

در رشته‌ی طراحی گرافیک در فرانسه همیشه اصرار زیادی وجود دارند که تمام هنرجویان بتوانند خوب نقاشی بکشند در واقع افرادی که نقاشی بلد نیستند نمی‌توانند وارد دانشگاه‌های خوب طراحی گرافیک شوند. به همین علت در طراحی گرافیک فرانسوی می‌توان اثراتی از نقاشی با مداد، خودکار، زغال و لوازم دیگر دید. این روش باعث می‌شود که نتیجه نهایی درست مثل یک اثر هنری خاص و منحصر به فرد باشد.



تصاویر

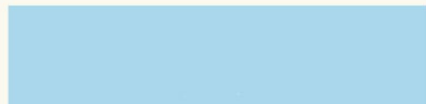
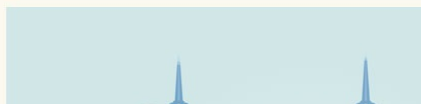
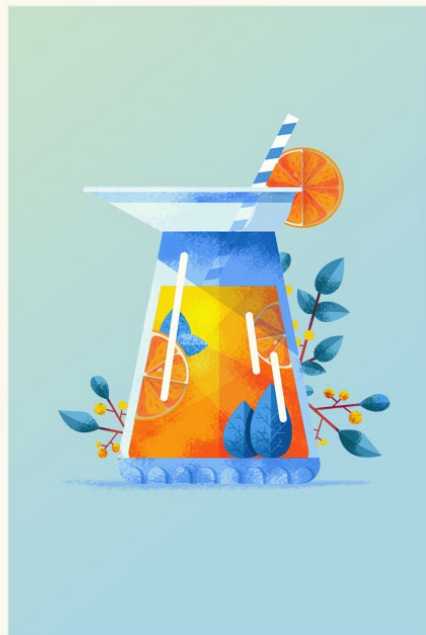
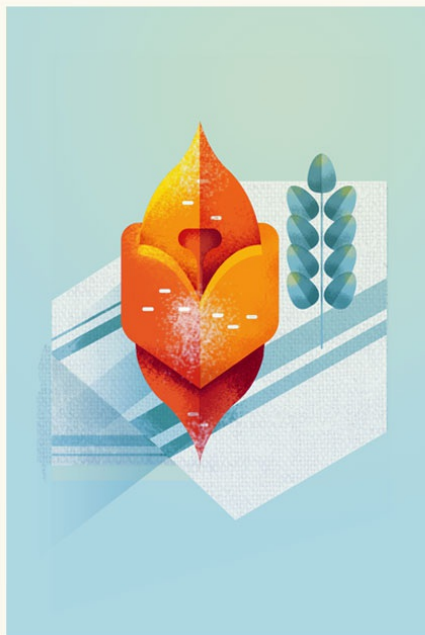
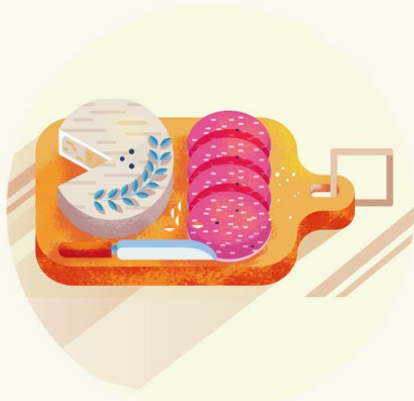
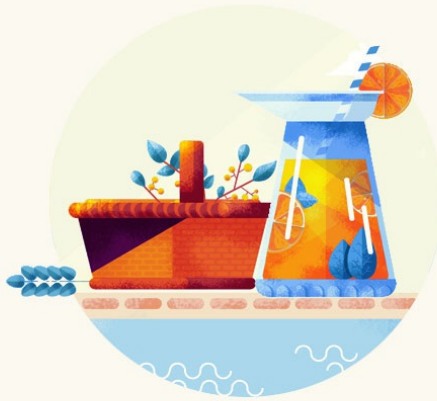
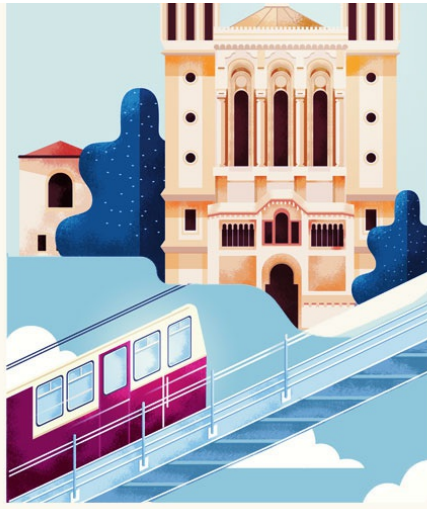
تصاویر نقش زیادی در شکل‌گیری شهرت طراحی گرافیک فرانسوی داشته‌اند مخصوصاً پوسترها و تصاویری که در دوران آرت دکو و هنر نو ساخته شدند. در طراحی گرافیک علاوه بر تصویر سازی، عکس‌ها، نقاشی‌های ساده یا رنگ آمیزی شده بیشتر از تایپوگرافی یا سمبل‌ها مرکز توجه هستند. این نوع طراحی گرافیک به ارزش هنری اثر اضافه می‌کنند و با مردم بیشتر از لحاظ احساسی و شخصی ارتباط برقرار می‌کنند.

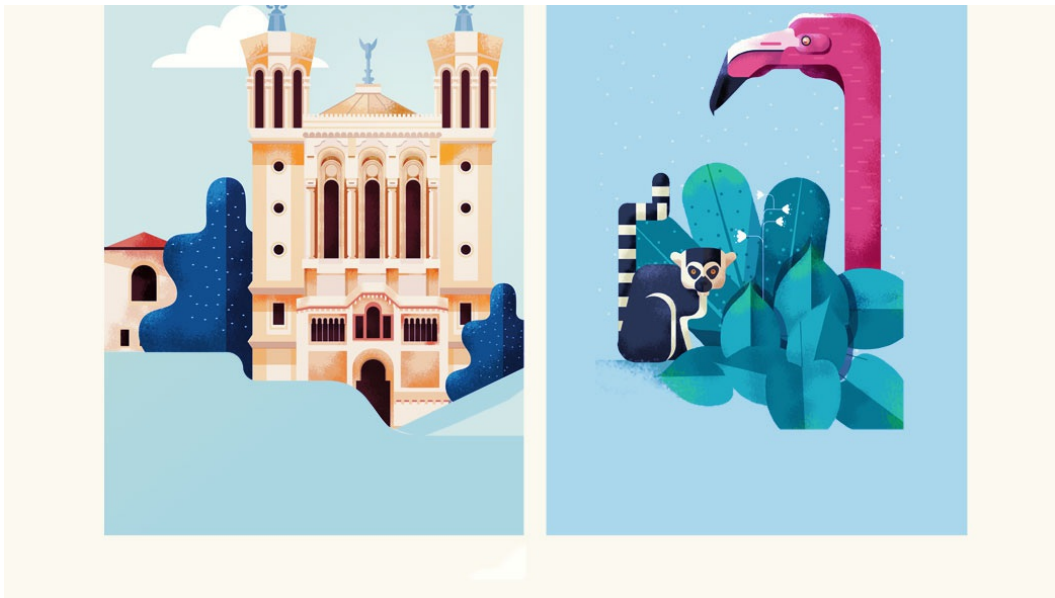


داستان‌گویی بصری

طراحی گرافیک فرانسوی معمولاً بیشتر به داستان‌گویی بصری می‌پردازد به جای اینکه پیام و مفهوم را زیرپوستی در طراحی قرار دهد. ترکیب بندی تصویری همیشه بخش بزرگی در هنر فرانسوی بوده است و آلمان‌هایی از آن در طراحی گرافیک هم دیده می‌شود. داستان‌گویی بصری مخاطبان را جذب می‌کند و ارتباط کردن با پیام طراحی را آسان‌تر می‌کند و همین‌طور باعث می‌شود بیشتر به طراحی نگاه کنند. طراحی گرافیک فرانسوی همیشه بیشتر به سمت جذب کردن مخاطب با استفاده از تصاویر متمایل است.

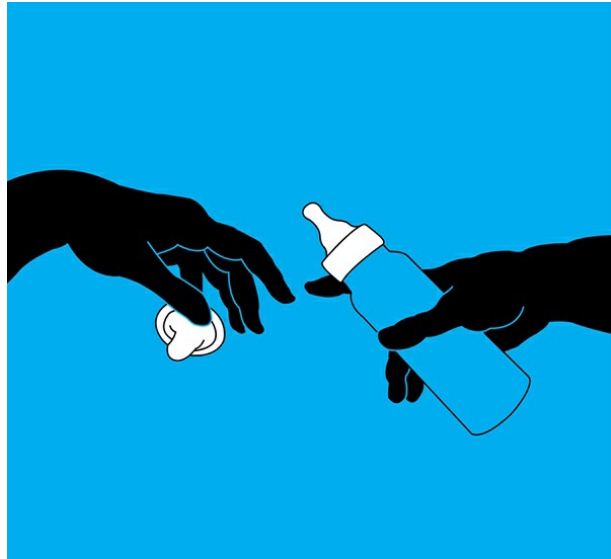






دوری کردن از کلیشه

برای تبلیغات کالاها طراحان گرافیک فرانسوی با کارگردان های هنری همیشه مرز های خلاقیت را جا به جا می کنند. استفاده از ایده های قدیمی و کپی کردن از چیزی که هزاران بار انجام شده است در طراحی گرافیک فرانسوی هیچ مفهومی ندارد. نه تنها در طراحی گرافیک بلکه در تمام ابعاد دیگر طراحی فرانسوی ها به جای دنبال کردن ترندها و ایده ها افرادی هستند که ترندها و ایده های جدید را وارد دنیا می کنند .



تصاویر غیرمتعارف

استفاده از تصاویر غیرمتعارف یکی از روش هایی است که در طراحی گرافیک فرانسوی برای دوری کردن از کلیشه استفاده می شود. فرانسوی ها استعداد خاصی در غیرمتعارف بودن دارند این جمله به این معنی است که مهم نیست که در دنیا چه چیزی مد شده است و مردم چه ترندی را دنبال می کنند فرانسوی ها همیشه سلايق و عقاید خودشان را دنبال می کنند. تغییر دادن یک تصویر با انتزاعی کردن آن یا نشان دادن آن با یک روش جدید که تا به حال دیده نشده است همیشه مخاطبان را به چالش می کشد و توجه آن ها را کاملا به دیزاین جلب می کند.



تایپوگرافی هنری

غیرمتعارف بودن در **طراحی گرافیک فرانسه** تنها مربوط به تصاویر نیست و تایپوگرافی نامتعارف هم بخشی از آن است. **طراحان فرانسوی** همیشه روش های جدیدی برای استفاده از کلمات برای تعریف کردن یک داستان بصری را امتحان می‌کنند. استفاده از تایپوگرافی هنری و غیرمتعارف همیشه به ارزش هنری طراحی گرافیک اضافه می‌کند و به متمایز شدن آن کمک زیادی می‌کند.

اعوجاج

تصاویری که از حالت عادی خارج شده‌اند یا تار شده‌اند اما همچنان قابل تشخیص و شناسایی هستند. تغییر دادن شکل و ابعاد یک تصویر یکی از روش های دیگری است که در طراحی گرافیک برای خارج شدن از کلیشه و جلب توجه مخاطب با تصاویر غیرمتعارف استفاده می‌کنند. نگاه کردن به یک طراحی که از حالت عادی خارج شده نسبت به یک تصویری که کاملاً واضح است از لحاظ ذهنی و احساسی بیشتر درگیر کننده است و مخاطب زمان بیشتری را صرف نگاه کردن و فهمیدن آن می‌کند.

الهام گرفتن از آثار هنری

فرانسه بهترین آثار هنری دنیا را دارد و منبع بزرگی از آثار هنری تمام دنیا است پس کاملاً طبیعی است که طراحان گرافیک فرانسوی از هنرمندان و آثار هنری معروف و فرهنگ هنری که در فرانسه در جریان است الهام بگیرند. با اضافه شدن المان های هنری و فرهنگی، طراحی گرافیک فرانسوی از تمام دنیا متمایز است و مخاطب با یک نگاه می‌تواند اصالت فرانسوی این طراحی ها را بفهمد.

برانگیختن احساسات مخاطب

طراحی گرافیک فرانسوی سعی می کند با مخاطب از طریق برانگیختن احساسات آن ها ارتباط برقرار کند. طراحان گرافیک فرانسه با استفاده از تصاویر، نوشته ها یا مفهوم کلی طراحی سعی می کنند پاسخ احساسی را از مخاطب بگیرند. این پاسخ احساسی می‌تواند شکل گیری احساس خوشحالی، ناراحتی، هیجان، کنجکاوی و ... یا فرو بردن مخاطب به فکر و ایجاد سؤال خاصی در ذهن او باشد. این روش پیام طراحی گرافیک را به طور بسیار مؤثری در ذهن مخاطب ثبت می‌کند و فرانسوی ها در این کار مهارت زیادی دارند.

ایجاد گفت و گو

یکی از اهداف بزرگ طراحی گرافیک فرانسه (و هر طراحی گرافیکی) جا گرفتن در قلب و ذهن مخاطبان است. فرهنگ فرانسوی با منطق و اشتیاق زیادشان شناخته می‌شود و ایجاد گفت و گو و دیالوگ بین مردم با طراحی گرافیک برای آن‌ها کار سختی نیست. در طراحی گرافیک فرانسوی هدف نهایی تمام تصاویر، تایپوگرافی و پیام هایی که در آن استفاده می‌شود ایجاد گفت و گو بین مردم است. این گفت و گو باعث تکرار شدن مفهوم طراحی و اثر بخشی بیشتر آن می‌شود.

نمی‌توان منکر شد که فرانسوی‌ها صاحب سبک مخصوص در تمام بخش‌های هنری هستند و طراحی گرافیک هم یک ابزار هنری برای انتقال یک مفهوم است. طراحی گرافیک فرانسوی بیشتر روی داستان‌گویی بصری و تصاویر تمرکز می‌کند تا با مخاطب ارتباط برقرار کند.

