

# ورثت نامه

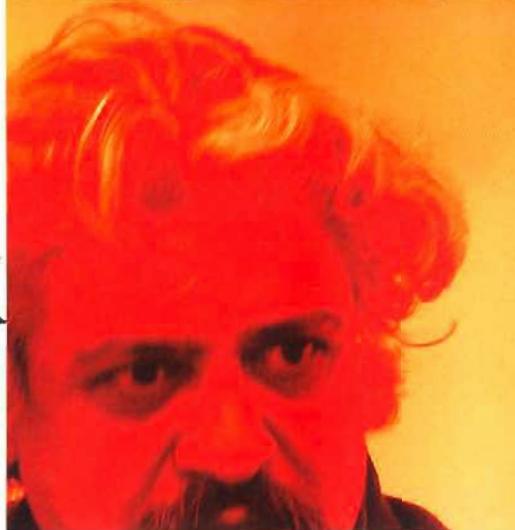
آموزشگاه آزاد  
هنرهای تجسمی ویژه  
بهار ۱۳۸۵



## حروفهای رانی بی‌گفتار و بلاددادن دارند

حروفهای رانی از اینجا کجا و چی هستند

موضوع عالی معرفه حرفهای رانی برای آشنایی با معرفت  
تسطیمهای حرفهای رانی برای آشنایی با معرفت  
دیگر مدنیتی پیش از خصوصی و تکمیلی گزینش و تبلیغات



حروف های زیادی برای گفتن و یاد دادن دارند

**حروفه ای شدن**  
با اینکه مدت کوتاهی از راه اندازی آموزشگاه - ویژه می گذرد ، استقبال بسیار خوب علاوه مندان ، به همراه نقد و نظر سازنده و ارزشمند بزرگان و دست اندرکاران حرفه ای حوزه گرافیک و تبلیغات روز به روز ما را دلگرم تر می کند .

درخواست ها و پیشنهادات گوناگون هنرجویان عریز از یک طرف ، رهنمودها ، اعلام خصوص و همراهی پیش کسوتان ارحمند هم از جانب دیگر ، بار سنگین مسئولیت و تعهد را بر دوش مان افرون تر کرده است .

در این رهگذر ، درخواست های سازمان و موسسات بزرگ و کوچک برای آموزش های اختصاصی کارشناسان هم ، ارزش و اهمیت خاص خود را دارد که می باشد بطور جدی بد آن بپردازیم .

در حقیقت : یا توجه به عمر بسیار کوتاه آموزشگاه نوبای ویژه ، ساید انتظار این همه را ندانستیم اما با جذب و تلاش هر چه بیشتر می کوشیم انشا ! ... پاسخگو باشیم .

از انجایی که کم و بیش به عنوان " یگانه پایگاه آموزش حرفه ای " شمرده می شویم پار مسئولیت را سنگین تر و خود را موظف تر احساس می کنیم .

شورای محترم برنامه ریزی و آموزش نیز موضوع ساختار حرفه ای آموزشگاه و انتظارات علاقه مندان و صاحب نظران را در چند نشست طولانی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد .

**حاصل اینکه :**  
با پیشنهاد ریس شورا و موافقت اعضای محترم ، توسعه دائمی موضوعات و سر فصل های جدید آموزشی با بهره گیری از دانش و تجربه معلم های حرفه ای چه برای تشکیل کلاس های ۱۰ جلسه ای و چه برگزاری سمتیارها و کارگاه های آموزشی یک یا چند جلسه ای در دستور کار گرفت .

همچین آموزش مباحث و موضوعات تخصصی که دانش آموختگان و دست اندرکاران در کار روزمره حرفه ای شان بدان نیازمند مورد مطالعه و جستجو واقع شده است . و بسیار .

سایل و موضوعات دیگر که همگی حکایت از فعال تر شدن ارزی های نهفته در همکاران و دوستان مشوق و حامی آموزشگاه دارد .

امیدمان به آنست که در کتاب نقد و نظرهای سازنده آرام آرام پاسخگوی بخش قابل توجهی از انتظارات اهالی حوزه گرافیک و تبلیغات باشیم .

**پایان سخن اینکه :**  
در شماره اول ویژه نامه کوشیدیم تا تنها اطلاع رسانی به هنگامی کرده باشیم .

آقا ایلین شماره با همت و حساسیت عزیزانمان " مسعود سپهر و رضا عابدینی " و توجه خاص همه اعضای شورا و دیگر همکاران قرار است سکل و شمایل دیگری بینند ، هر شماره دارای ویزگی ها و محتویات مطلوبی باشد .

امراله فرهادی

**آموزشگاه آزاد هنرهای تجسمی ویژه**  
**Vije School of Communicative Arts**

رئیس شورای برنامه ریزی و آموزش

ابراهیم حقیقی

اعضای شورا

شهرزاد اسفرجانی

مسعود سپهر

دکتر علیرضا صدر محمدی

و رضا عابدینی

دیبر شورا

امراله فرهادی

مدیر آموزشگاه

جبیب هادی زاده مقدم

دیرخانه

سروش مهرجو

طرراحی و برنامه ریزی ویژه نامه

مسعود سپهر - و رضا عابدینی

مدیر هنری

رضا عابدینی

طرراحی گرافیک

مویم عنایتی

تحریریه

هادی والیری مقدم

لتوگرافی

جانجو گرافیک

جاد و صحافی

مهندیه

باشکوه از همکاری

هزیم صبادی - یوسف حبدری زنگنه

هیات موسس

امراله فرهادی

کمال کاملیا

جبیب هادی زاده مقدم

تهران - کدیستی ۱۵۳۸/۶۴۶۱، خیابان خرم‌شهر، خیابان شهید عرب‌بعلی (نوبخت)، کوچه سوم، شماره ۱۹  
تلفن و درزنگار - ۵ - ۸۸۷۲۲۶۷۴

[www.vijecorp.com](http://www.vijecorp.com)

[info@vijecorp.com](mailto:info@vijecorp.com)

[com.art@vijecorp.com](mailto:com.art@vijecorp.com)

## آریاسب دادبه

صرف نظر از خطوط مربوط به دوره‌های کهن در دوره‌ی اسلامی، خطی که دارای ویژگی‌های خاص فرهنگ ایرانی است همانا نستعلق است.

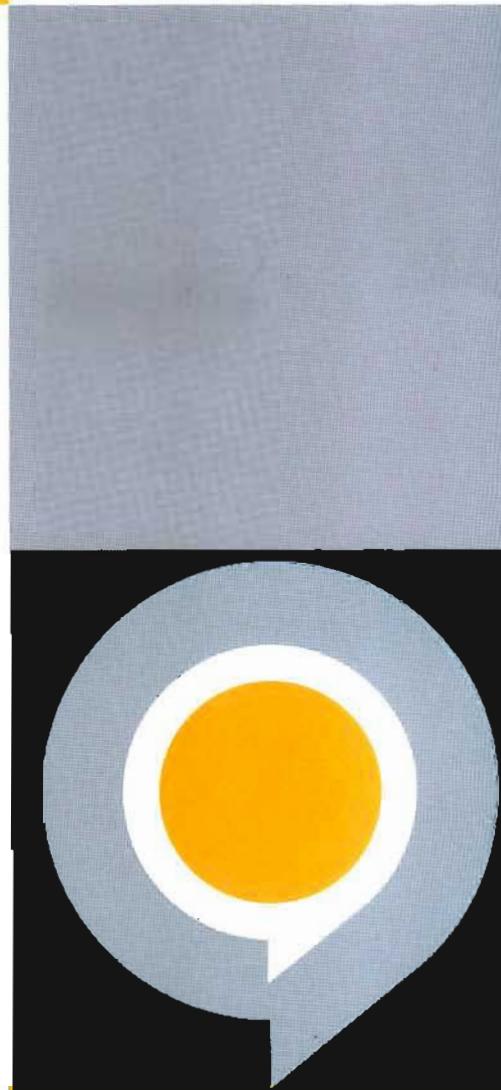
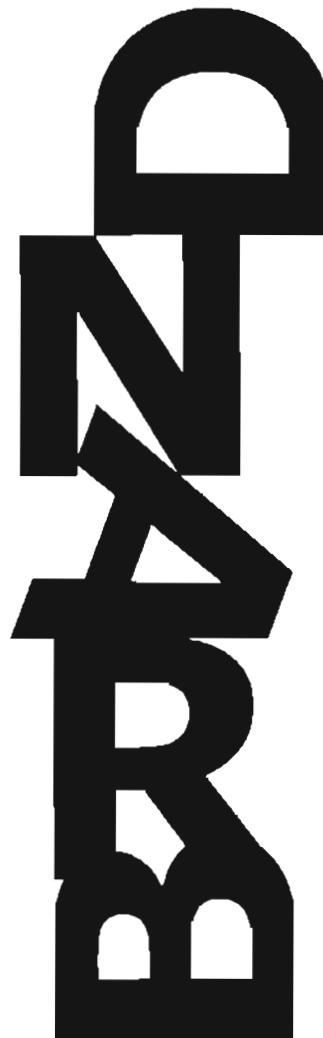
از منظر زیبایی شناسی ارتباط مشخصی میان خط نستعلق با شعر، معماری و موسیقی ایرانیان وجود دارد. امروزه خوشنویسی رشد چشمگیری از نظر کمیت داشته، اتفاقی که متأسفانه در بعد کیفیت شاهد آن نیستیم!

## شهرزاد اسفرجانی

تبلیغات، هنر کاربردی زمانه آموزش در این کارگاه با رویکرد توجه به واقعیت‌های بازار تعریف شده. واقعیت‌هایی که در این شغل اتفاق می‌افتد، نیازی که جامعه به این حرفة دارد و در حقیقت جای خالی آدم‌های متفکر. توجه به این نکات باعث ایجاد جذابیت کلاس می‌شود.

یک «Brand» موفق همواره دارای ۳ ویژگی عمدۀ می‌باشد.

- ۱- دوستش بدارند.
- ۲- ترجیحش بدنهند.
- ۳- به آن وفادار بمانند.

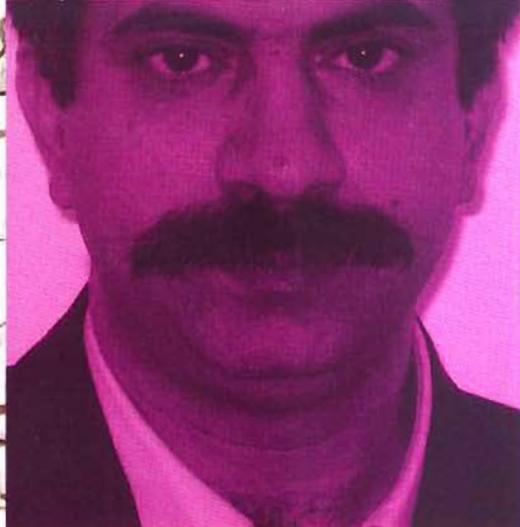


## ابراهیم حقیقی

پس از گذشت چند قرم، در صورتی که با دانش آموختگان ارتباط داشته باشیم و رهایشان نکنیم، آن گاهه می‌توانیم به ارزیابی عملکرد آموزشگاه پردازیم. شاید بهتر باشد چند سال بعد، از آنها درباره‌ی میزان تاثیر آموزشگاه بر عملکردشان در زندگی و کار پرسیم. و البته برای این کار هنوز زود است.

در صورتی که همگی با هدف آموزشگاه کار کنیم، قطعاً موفق می‌شویم. ما عادت کرده ایم که به ارزیابی و سنجش کارهایمان نمی‌پردازیم و هرگز از دیدگاه پژوهشی به کارمان توجه نمی‌کنیم. قطعاً در صورت ارزیابی درست، به میزان موقوفیت آموزشگاه و البته خودمان نیز پی خواهیم برد. بسیار حرف می‌زنیم، بدینهی است عمل کردن به ۵۰٪ از این حرف‌ها پیروزی بزرگی است.

# آریاسب دادبه



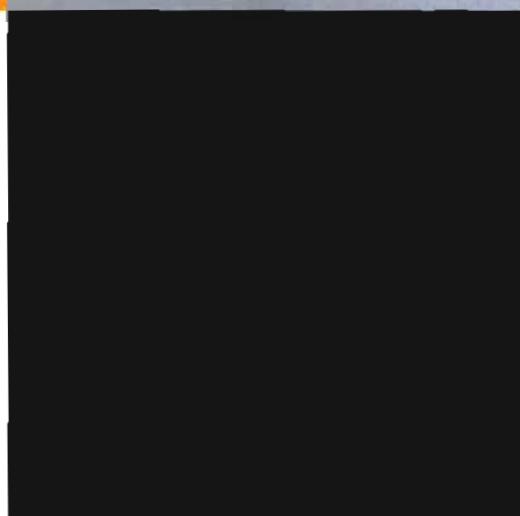
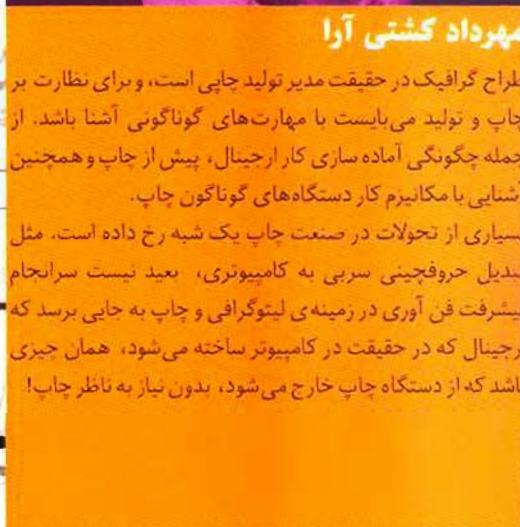
### مهرداد گشتی آرا

طراح گرافیک در حقیقت مدیر تولید چاپی است، و برای نظارت بر چاپ و تولید می‌باشد با مهارت‌های گوناگونی آشنا باشد. از جمله چگونگی آماده سازی کار ارجینال، پیش از چاپ و همچنین آشنایی با مکانیزم کار دستگاه‌های گوناگون چاپ.

بسیاری از تحولات در صنعت چاپ یک شبه رخ داده است. مثل تبدیل حروفچینی سربی به کامپیوترا، بعد نیست سرانجام پیشرفت فن آوری در زمینه‌ی لیتوگرافی و چاپ به جایی برسد که ارجینال که در حقیقت در کامپیوترا ساخته می‌شود، همان جیزی باشد که، از دستگاه چاپ خارج می‌شود، بدون نیاز به ناظر چاپ!

### مجید عباسی

هویت سازمانی تصویری است که یک مجموعه از جمله شرکت، سازمان و یا آرائی، در زمینه‌های گوناگون برای خود ایجاد می‌کند. کار از یک نشانه آغاز می‌شود، و البته محدود به آن نمی‌شود. اگر نشانه را یک جزء فرض کنیم، هویت سازمانی به کلیت آن و رابطه‌ی میان اجزایش مربوط می‌شود. و یا عبارتی چگونگی بکار گیری آن را معین می‌کند. وظیفه‌ی طراح گرافیک به نوعی تحریره و تحلیل هر سفارشی در قالب همان کلیت است. اوراه حلی برای سفارش مشخص می‌کند که قابلیت و توانایی توسعه ایده‌ی آن را در زمینه‌های مختلف را دارد.

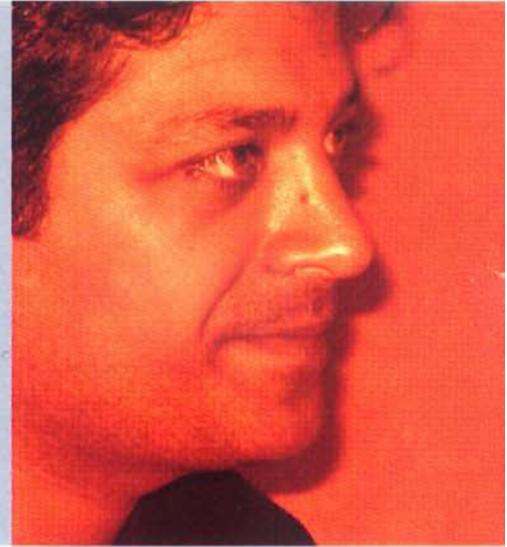


نشانه کوچکترین واحد بصری است که باید بادآور، هدایت کننده و شاخص کلی ترین وجه یک نهاد، سازمان، موسسه یا شرکت باشد.

نشانه‌ها، بیش از هر اثر گرافیک دیگری مستقیماً در عرصه رقابت جهانی قرار می‌گیرند. از این رو در طراحی آنها باید سوای عوامل فرهنگی و ملی، جهانی بودن یا جهانی شدن آنها را در نظر گرفت.

طراحی نشانه نیازمند دوره آموزشی مستقلی می‌باشد زیرا شاخت، درک صحیح و جامع از کاربرد آن به دلیل آنکه، تخصیص و کلیدی ترین گام در ایجاد طرح جامع بصری (Corporate Identity) است که برای صنایع و فرآورده‌های داخلی و حتی بسیاری از طراحان داخلی در عین حیاتی بودن موضوعی تازه است.

# محاله محاله



## دکتر علیرضا صدر محمدی

توهماتی خواهی شد که اغلب به آن می‌اندیشی اساس کار ما در اینجا صرفاً آکادمیک نیست. در حقیقت کلاس را به شیوه ورک شاپ اداره می‌کنیم. هر کدام از شاگردان سوزه‌ی خودشان را دارند. بخش تنوری این کلاس نیز بر اساس تفکر کاملاً عملیاتی و «پراتیک» است. یک مدیر موفق و حرفه‌ای در زمینه‌ی تبلیغات، یک هنرمند نیست، بلکه مدیری قابل است.

اگر نمی‌توانید غیرمتعارف بیاندیشید، به حرف کسانی که می‌توانند توجه کنید.

باید خلاقانه فکر و یا متفکرانه خیال پردازی کرد. باید مأموری معلومات و یافته‌های امروز، به دنبال نشانه‌هایی از تیارهای جهان قردا بود.

**کوروش قاضی مراد**  
آشنایی با نرم افزار Photo Shop پیش نیاز این دوره‌ی آموزشی به حساب می‌آید. هنرجویان در قالب ۲ فصل مختلف با چگونگی بهره برداری حرفا‌ی از این نرم افزار آشنا می‌شوند.

۱- تعریف ورودی، از جمله عکس یا اسلاید و چگونگی ورود آنها به کامپیوتر.

۲- مرور و بادآوری ابزار گوناگون موجود در نرم افزار.

۳- مرحله‌ی عملی در قالب طراحی و اجرای یک پوستر فرضی و تمام عبار برای کسب تجربه عملی آموخته‌های پیشین.



تصویرسازی تفسیری است شاعرانه از یک موضوع «ونه توضیح آن».

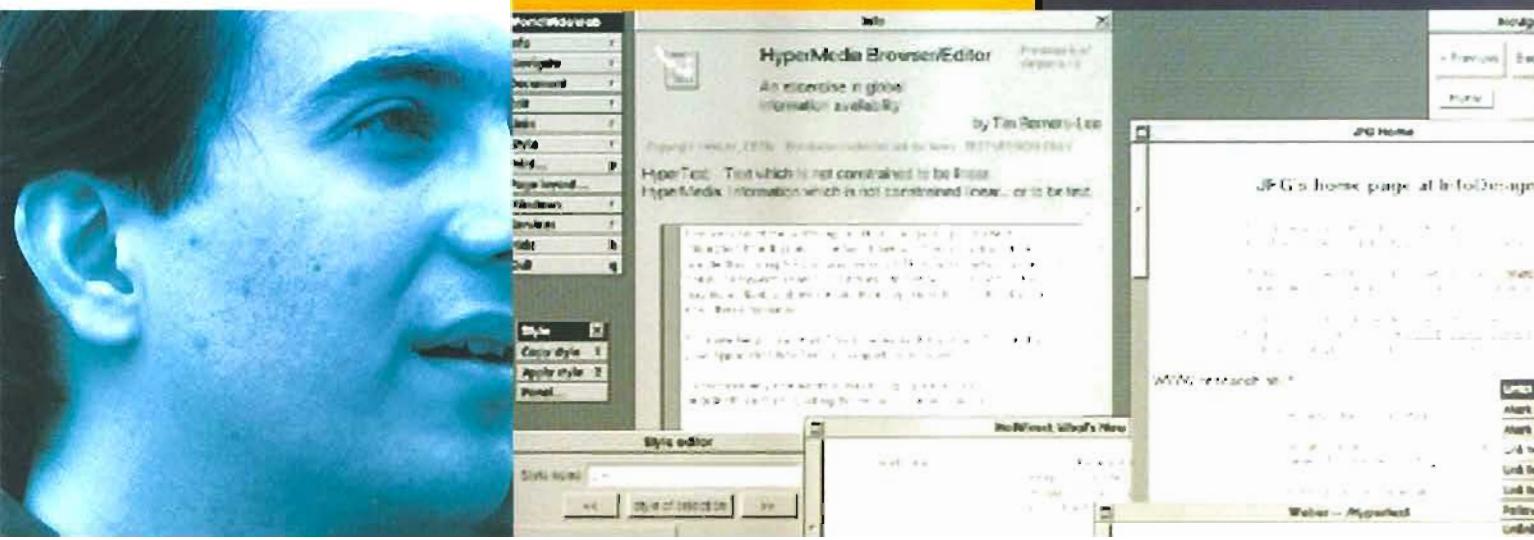
شیوه‌ی آموزشی این کارگاه در واقع به نوعی غیرآکادمیک تعریف شده، هنرجویان از دیدن، شنیدن، بودیدن، لمس کردن و چشیدن شروع می‌کند. در ابتدا آنچه که در طول هفته دیده‌اند می‌نویسد، سپس آن دسته از چیزهایی را که فقط و فقط با دیدن قابل فهم هستند را می‌نویستند. این کار باعث ایجاد حساسیت بیشتر در دیدن می‌شود. با این دیدگاه که هنرجویان برای هر یک از حس‌هایی که در حال کار کردن راجع به آن هستند جمله‌ای هم می‌سازند که در حقیقت نگاه شاعرانه‌ای به حس مورد نظر است، و برای آن حمله‌ی شاعرانه تصویری غیرمستقیم می‌سازند.

# تصویرسازی در مهندسی سیستم‌های انسان-کامپیوتر



## کسرایوسنی

حایی که کامپیوترها و فرهنگ‌ها به هم می‌رسند. یک طراحی گرافیک نمی‌تواند بدون اطلاع از مفاهیم فنی وب و شیوه در تلاش‌های خویش موفق باشد. و هیچ برنامه نویسی نیز نمی‌تواند بدون درک اصول بنیادین تصوری‌های زیبایی شناسی بصیری و همچنین در نظر گرفتن اعاد انسانی کار، نرم افزار موفقی طراحی کند. وب بالاترین لایه منطقی است که انسان توسط آن باشکه وارد تعامل (Interaction) می‌شود. به همین دلیل وب تمامی خواص و امکانات خود را از شیوه به ارت می‌برد. تابیراین قابل دسترس بودن (Accessibility)، همگانی بودن، قابل گسترش بودن (Scalability)، اقتصادی بودن و قابلیت ایجاد ارتباط همه افراد و همه چیز با یکدیگر از مهمترین ویژگی‌های وب است. هنگامی می‌توان حضور یک وب سایت در اینترنت را موفق دانست که طراحی آن موفق شده باشد با استفاده از امکانات مخصوص به فرد شیوه ارزش افزوده‌ای ایجاد کند که به وجود آوردن آن بدون شبکه و به روش‌های مرسوم ممکن نباشد.



## مسعود سپهر طرح جامع بصری

وفور مخصوصات و خدمات ما استانداردهای تزدیک به هم و مشاهده و رقابت شدید در سطح ملی و جهانی و نیز جریان گسترده اطلاع رسانی و تبلیغات، ساخت مهمنی از دوران حاضر است. امروزه ایجاد و خلق هویت منحصر به فرد برای هر سازمان اعم از شرکت‌ها، صنایع، نهادهای اجتماعی، موسسه‌ها، وزارت‌هایها و حتی شهرها، شهرستان‌ها و شهرک‌ها و انتشار آن در سطح ملی و جهانی اهمیت خاصی یافته است. شاید «خدمت وظیفه‌ی طراحان گرافیک در ۵۰ سال اخیر، شرکت فعال، خلاق و نبین کننده در ایجاد هویت بصری برای اقتصاد و فرهنگ ملی و جهانی بوده است.

گسترش و ادامه اقتصاد و اهمیت یافتن روزاقرون جامعه‌ی مصرف کننده در سطح جهان، این جنبه از کار طراحان گرافیک را مهیّه تر خواهد ساخت. تا جایی که شاید بتوان بگانه تعریف پایرحا از آنان را همین ایجاد هویت بصری در جامعه‌ی جهانی دانست.



**بهزاد هرب پور**  
تصویرسازی تنها برای مصور کردن کتاب‌های کودکان نیست. بلکه برای بیان قوی‌تر در گرافیک، با گرایش تصویرگرانه (ایلوستراسیون) نیازمند کم کردن فاصله میان اینده و اجرا هستیم و هدف این کارگاه کم کردن این فاصله است.

یک تصویر موفق باید بدون حضور بیش از حد هنرمند (زیاده گویی چه در متن و چه در تصویر) با مخاطب خود ارتباط برقرار کند، در غیر این صورت تلاشی ناموفق صورت گرفته. «برادر هولاند»

یک فریم موفق در عین برخورداری از ویژگی‌های یک اثر هنرمندانه (ترکیب بندی صحیح، طراحی مناسب با موضوع و فضاسازی) باید ارتباط درستی با مخاطب خود برقرار کند. در حقیقت تصویرسازی نباید ترجمه‌ی کلمه به کلمه متن باشد. بلکه باید روح کلی متن را بازگو کند. یک تصویر موفق عنصری نو به متن می‌افزاید و باعث ارتقای کیفی آن می‌شود.



### مصطفی زاده

آغاز یک کمپین تبلیغاتی با یک صورت مسئله است که براساس آن هدف گذاری انجام می‌شود. در صورت تعریف درست صورت مسئله و انجام صحیح هدف گذاری - انتخاب پیام - انتخاب رسانه - و سایر موارد می‌توانیم به هدف پیش بینی شده برسیم. بدینهی است تعیین میزان مو قیت یک کمپین تنها با بررسی باز خورد پیام نزد مخاطبانش امکان پذیر است.

خلافیت موجب کاهش هزینه‌های تبلیغاتی می‌شود. چرا که برای جریان کمیعد خلاقیت در یک کار تبلیغاتی ناجاریم تا با تردداتی همچون تکرار و استفاده از رسانه‌های بیشتر، هزینه‌ی بالاتری پردازیم.

# تحلیل ایجاد هویت بصری

# تجربه چهارتسل دیکشن

پشتونهای برای کسب اعتماد شما

سازمان چاپ و لیتوگرافی

با مدرترین ماشین آلات

لیتوگرافی، چاپ و صحفی

تهران - خیابان سعدی شمالی

کوچه امین زاده، شماره ۲۸

تلفن: ۰۲-۳۲۹۲۸۹۸۰

۰۲-۳۲۹۰۱۵۸۶

فکس: ۰۲-۳۲۹۲۲۷۰

[mahdieh@hotmail.com](mailto:mahdieh@hotmail.com)

[www.mahdieh.com](http://www.mahdieh.com)

مهدی

Mahdieh Printing Co.



# عنوان های درسی

تابستان ۱۳۸۵

## دکتر علیرضا صدر محمدی

(تبیه بین المللی سلیمان جایز کاری) Intl Ad. Diploma

### عنوان های درسی

۱- روش انداری کسب و کار موفق در رسمه تبلیغات

۲- مرکیزک مالزیانی و تبلیغات

## علی طباطبایی

(مدرس آموزش دوره طراحی وب سایت در دانشگاه هنرهای زیبا - طراح و مجری قرنی سایت های انجمن طراحان گرافیک - مجله نشن و دوسلانه گرافیک)

### عنوان درس

طراحی مقدماتی مولتی مدیا آموزش مفاهیم و تئوری اولیه در کنار کار عملی با نرم افزار.

## مسعود سپهر

(مدرس دانشگاه - مدیر دفتر طراحی کارگاه گرافیک سپهر)

### عنوان درس

۱- شناخت نشانه ها (نماد - نام نوشتہ - موتوگرام) آشنایی با کاربرد هر کدام به صورت تئوری و کارکاری.

۲- طرح جامع بصری (Corporate Identity)

و فور محصولات و خدمات با استانداردهای نزدیک به هم و مشابه و رقابت شدید در سطح ملی و جهانی و نیز جویان گستردگ اطلاع رسانی و تبلیغات. شاخص مهمی از دوران حاضر است. ایجاد و خلق هویت منحصر به فرد برای هر سازمان اعم از شرکتها، صنایع، نهادهای اجتماعی، موسسات، وزارت خانه ها و حتی شهرها، شهرستانها و تهرک ها و انتشار آن در سطح ملی و جهانی اهمیت خاصی یافته است.



## پیام بلوریان کرد

(مدرس عامل سرتکت جنروگ صنایع و محربی سلیمان)

### عنوان درس

سازماندهی دفاتر صنایعی و گرافیکی.

## بهزاد غریب پور

(مدرس دانشگاه - طراح گرافیک - تصویرگر)

### عنوان درس

تصویر و صور

## کسری یوسفی

(طراح و وب)

### عنوان درس

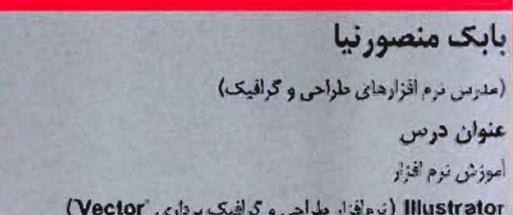
۱- مبانی طراحی وب شامل آموزش CSS HTML CSS مقدماتی، ماده

سازی تصویربروی و وب، صدوریت هنری بروزه های وب

۲- طراحی وب پیشرفته شامل آموزش CSS بصفه و HTML X

۳- آشنایی با Accessibility، آشنایی با میریانی وب و مدرس

بروزه های وب



## بابک منصورنیا

(مدرس نرم افزارهای طراحی و گرافیک)

### عنوان درس

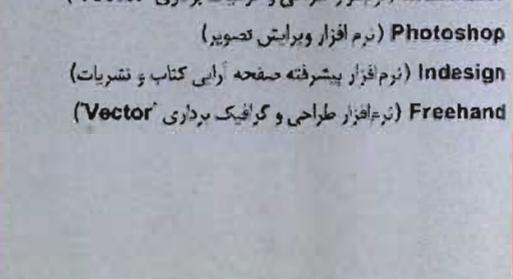
آموزش نرم افزار

**Illustrator** (نرم افزار طراحی و گرافیک برداری Vector)

**Photoshop** (نرم افزار ویرایش تصویر)

**InDesign** (نرم افزار پیشرفته صفحه رایی کتاب و نشریات)

**Freehand** (نرم افزار طراحی و گرافیک برداری Vector)



## مهرداد کشتی ارا

(مدرس دانشگاه - کارشناس امور فنی)

### عنوان درس

آموزه از جای باید ناشست

نحوه جای امداده باری، قرم بندی، سوکار این ساخت، دادن و

تفویج و بوسی، صفحه و حلزونی، تلاکوب، بوسن های

لوبانکن سوچه ها و مراحل نظارات، جای سوکاری و

ناتس

لست



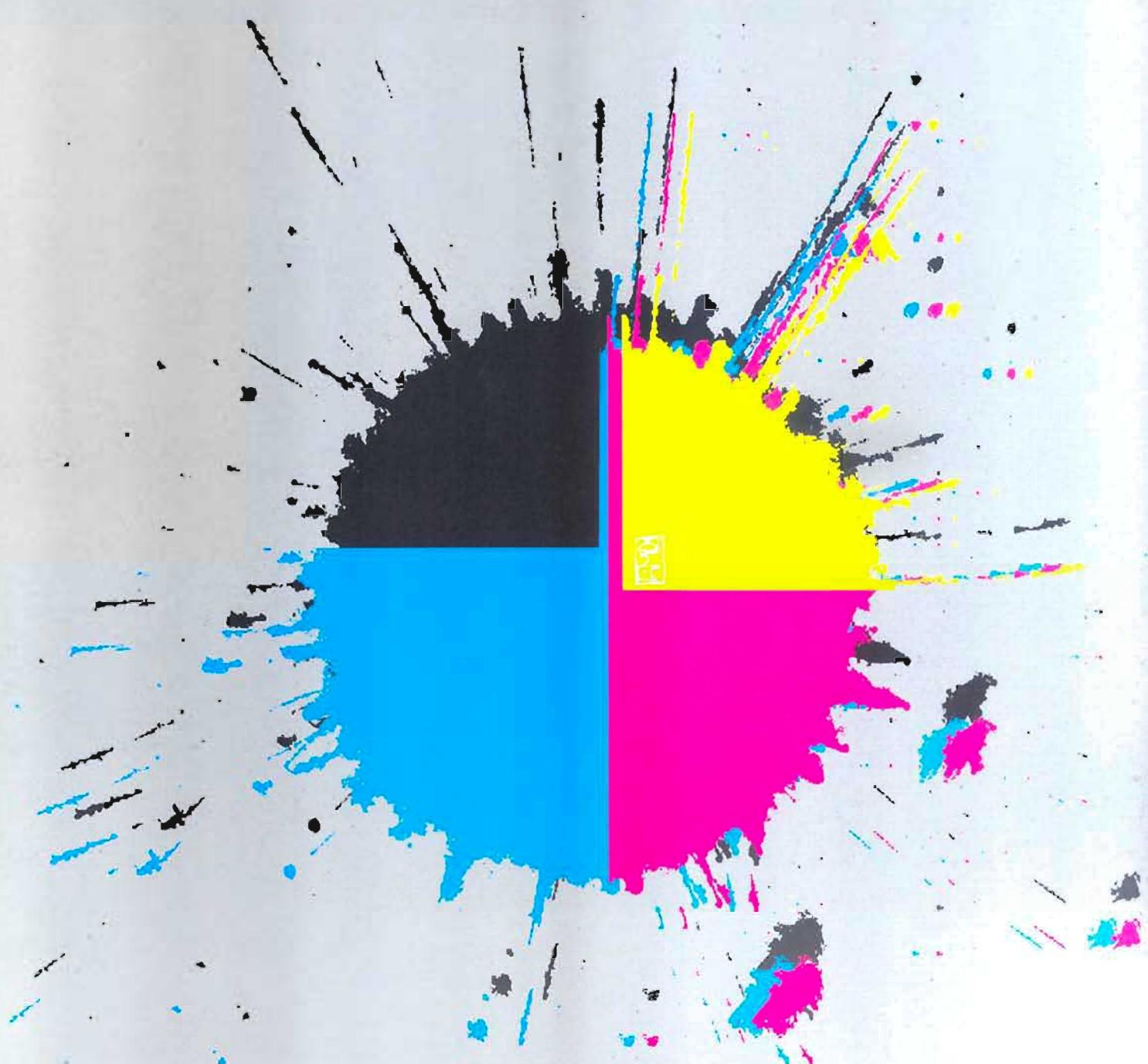
نوشت افزار دیکسون



بازرگانی کوهی

تلفن: ۰۲۶۸۱۱۲۳۴ - ۰۲۶۷۲۳۴۵۳





لیتوگرافی جوهری  
(چانجو گرافیک)

خیابان طهیرالاسلام، شماره ۸۹، ساختمان هنر، طبقه همکف

تلفن: ۳۲۱۱۴۴۱۳ - ۸، ۳۳۱۱۴۴۵۰ - ۴۲۷

# کارگاه‌های تخصصی

تابستان ۱۳۸۵

## مصطفی اسدالپی

(مدیر بخش تئاتر و عضو هیات علمی دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه هرمان)

موضوع کارگاه تخصصی  
چکونگی طراحی یک نشانه

زمان

شهریور ماه (به مدت سه روز)

## بهزاد غریب پور

(مدرس دانشگاه- طراح گرافیک- تصویرگر)

موضوع کارگاه تخصصی

خلق یک کاراکتر به عنوان یک نماد

زمان

آذر ماه (به مدت سه روز)

## علی طباطبایی

(مدرس آموزش دوره طراحی وب سایت در دانشکده هنرهای زیبای ایران  
طراح و مجری فنی سایت های انجمن طراحان گرافیک . مجله نشان و دosalانه گرافیک . )

### موضوع کارگاه تخصصی

۱- ساخت و تولید وب سایت های فعلی

آموزش شیوه ایجاد پلانک های اطلاعاتی . درج . حذف و تغییر اطلاعات و تولید صفحات مبتنی بر آن . حسبو و مرتب سازی اطلاعات . حفاظت از صفحات سایت و تولید صفحات مدربیت محتوای سایت .

زمان

مرداد ماه (به مدت دو روز)

۲- کاربردهای FLASH ACTION SCRIPT در

زمان

مرداد ماه (به مدت دو روز)

## دکتر علیرضا صدر محمدی

(دبلیوم بین المللی تبلیغات بازارگانی)

### موضوع کارگاه های تخصصی

۱- کسب و کار موفق

زمان

تیر ماه (به مدت دو روز)

۲- هارکتینگ از دیدگاه تبلیغات

زمان

تیر ماه (به مدت دو روز)

## کوروش قاضی مراد

(طراح گرافیک)

### موضوع کارگاه تخصصی

گرافیک در محیط ذیجیتال

این کارگاه هنرجویان را با شیوه های حرفة ای اجرا ، گرافیک در محیط ذیجیتال و به کار گیری نرم افزار وایسته و ارتباط میان آنها آشنا می کند .

زمان

تیرماه (به مدت سه روز)

## ساعد مشگی

(مدرس دانشگاه - مدیر مستول و صاحب امتیاز نشریه نشان)

### موضوع کارگاه تخصصی

هماهنگی موضوع و انر

در این کارگاه تلاش می شود تا ضمن تقویت حس هاس پنج گانه و هماهنگ گردید آنها در مسیر خلق اثر گرافیکی . هنرجو با فضای انسفر موجود در کار آشنا شود . تا پیش از آنکه رسم کند فکر کرده و بد هماهنگی میان طراحی، موضوع و احساس شخصی برسد .

زمان

شهریور ماه (به مدت سه روز)

## مجید عباسی

(مدرس دانشگاه - رئیس هات مدیریه شرکت گرافیک دید)

### موضوع کارگاه های تخصصی

۱- طراحی بسته بندی

صرور سته بندی های طراحی شده توسط استاد برونسی تاریخچه بسته بندی، طراحی سته بندی شامل: شناخت ساختار هندسی و ساخت هاکمه گرافیک بسته بندی همراه با طراحی نام تجاری و آشنایی با اطلاعات هنرمندی هست.

۲- طراحی هوتست پیسری (CI)

مرزوو اثار طراحی هوتست پیسری استاد برونسی طراحی های هوتست پیسری توسط طراحان بزرگ جهان، ارایه و برونسی قواعد هوتست پیسری در چار چوب پژوهه عملی در کلاس .

زمان

تیرماه (به مدت سه روز)

## کسری یوسفی

(طراح وب)

### حمدید رضا فهیمی

(توسعه تهدید وب)

### موضوع کارگاه تخصصی

AJAX

آشنایی با

مجموعه کارگاه های فناوری های نسل دوم برای طراحان و توسعه

دهندگان وب

زمان

تیر ماه (به مدت دو روز)

## علیرضا مصطفی زاده

(مدرس دانشگاه - مدیر خلاقیت - طراح گرافیک)

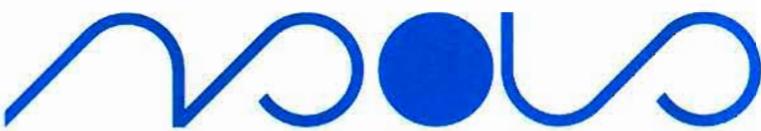
### موضوع کارگاه تخصصی

خلاصه در تبلیغات

این کارگاه با هدف آشنایی طراحان و دانش آموختگان رشته گرافیک با حوزه کاری تبلیغات و تیز انگیزش خلاقیت در آن می کوشد تا از طریق فعال نمودن ذهن هنرجویان، آشنایی با ویزگیها و شیوه های گوناگون خلاقیت، فعالیت های تبلیغاتی و مسیرهای آن، ساختار و مراحل مختلف پروژه های تبلیغاتی و چکونگی بکار گیری خلاقیت در تبلیغات، امکانی برای جذب آنان در بخش تبلیغات تجاری فراهم شود .

زمان

مرداد ماه (به مدت سه روز)



## مدرسه تخصصی و حرفه‌ای هنرهای تجسمی

تاریخ هنر	آیدین آغداشلو
تاریخ هنر معاصر	دکتر علیرضا سمیع آذر
مجسمه سازی	پرویز تناولی
مجسمه سازی	سعید شهلاپور
آشنایی با مفاهیم فلسفی و ارتباط آن با هنر روانشناسی (تفکر تصویری - خلاقیت...)	دکتر محمد ضیمران
هنر بعد از بایان هنر	دکتر شهرام رحیمی
تجزیه و تحلیل و تقدیم آثار هنری	دکتر مرتضی قاسم پور (استاد ممتاز)
آموزش نقاشی به روش کارگاهی	غزاله هدایت
آموزش تخصصی نقاشی (سطح عالی)	نصرت الله مسلمیان
کلاس‌های آزاد نقاشی	علی نصیر
کارگاه نقاشی آبرنگ	سیاوش مظلومی پور
مبانی رنگ	جلال شاهنگی
مبانی هنرهای تجسمی	شهلا حبیبی
طرابی (ترکیب)	علیرضا جدی
طرابی فیگور	نیلوفر قادری نژاد
طرابی فیگور - طرابی پیشرفته - طرابی پرتره	علی ندایی
کلاس‌های آزاد طرابی	علی نصیر
تصویرسازی خلاقانه - تکنیک در تصویرسازی	محمدعلی بنی اسدی
گرایش طنز در تصویرسازی	توکانیستانی
نقدهنگی	فرشید آذرنگ
کارگاه عکاسی طبیعت	شهریار توکلی
عکاسی مستند	بهمن جلالی
آشنایی با عکاسی معاصر	حمدی سوری
عکاسی تبلیغات - عکاسی پایه - نور پردازی - پرتره	محمد غفوری
عکاسی رنگی - عکاسی پرتره - عکاسی پیشرفته	فرهاد فخریان
درباره عکاسی	مهران مهاجر
تاریخ عکاسی	مهرداد نجم آبادی
زبان تخصصی هنر (فرانسه)	نازک افشار
زبان تخصصی هنر (انگلیسی)	سهیلا ماهرنیا
زبان تخصصی هنر (انگلیسی)	حمدی سوری
زبان تخصصی هنر (انگلیسی)	مهران مهاجر

## هنری کارگاه‌های Workshop

### ■ احمد وکیلی و شاکردان

چاپ های دستی و کالکوگرافی رنگی - معرفی ۳ تکنیک  
پنجشنبه ۴ خرداد درای پوینت رنگی  
جمعه ۵ خرداد بینگ رنگی با پلیت دوم (آذپوه)  
شنبه ۶ خرداد آکواتینت تک رنگ

### ■ محمود بخششی

مجسمه سازی - پانسمانی برای زخم های هنر معاصر  
جمعه ۱۹ خرداد و شنبه ۲۰ خرداد

### ■ محمد ابراهیم جعفری

هنر یاد گردن  
پنجشنبه ۱۸ خرداد : برمش و یاسخ  
پنجشنبه ۲۵ خرداد : کارگاه عملی

ساعت کارگاه‌های هنری ۴-۸ بعداز ظهر

### ■ نمایشگاه چاپ دستی احمد وکیلی و شاکردان

در نگارخانه و بوفه گالری ماه مهر ۴ الی ۱۰ خرداد  
ساعت بازدید ۱۰ صبح الی ۴ بعداز ظهر

### ■ کلوب آزاد طرابی

### ■ لبراتوار آزاد عکاسی (ظہور و چاپ)

### ■ آموزشگاه آزاد تجسمی ماه مهر نگارخانه ماه مهر

خیابان ولی عصر، رو ب رو بارک ملت، خیابان کاج ابادی، پلاک ۱۲

تلفکس ۰۲۰-۵۳۵۸۷ - ۰۲۰-۵۱۷۸۶

Email: info@mahe-mehr.com

هر ساله گروهی تزدیک به ۴۵۰ نفر از نخبگان و پیشکامان خلاقیت در عرصه های گوناگون از جمله ارتباطات بین شرکت در همایش **PINC** به هنند سفر می کنند. برگرفته از حروف نبتدای ۴ کلمه ( مردم، ایده ها، خلیع و **Ideas. Nature. Creativity.**) می باشد.

(**People.**) در بحثی از وب سایت **PINC** در توصیف این رویداد نوشتند: آیشاری الهام بخش از ایده های توین و رویدادی بزرگ و گیرا که توسط مجموعه ای از سخنرانان معتبر از ملیت های گوناگون برگزار می شود. رضا عابدی می از اساتید برجسته آموزشگاه آزاد تجسمی ویژه از جمله سخنرانان فعال این همایش بود.

**Mens Are Brothers** چاپ کرده که شامل کارهای ۱۸۰ طراح، از سراسر دنیاست. در این کتاب هشت سؤال مشترک از طراحان پرسیده شده که پاسخ هریک از آنان می تواند خواننده را با طراح مورد نظر بیشتر آشنا کند، از میان طراحان نام های رضا عابدی، مجید عیاضی، ساعد مشکی از ایران و همچنین (Korea) Ahn son، Makat Saito (Japan)، Philippe Apelot (France)، Sang Bruno Monguzzi (Switzerland) ... به چشم می خورد. قابل ذکر است که نام این کتاب برگرفته از نام یک داستان معروف کلاسیک چشمی است. برای اطلاعات بیشتر می توانید به سایت [www.hesign.com](http://www.hesign.com) مراجعه کنید.

دفتر انجمان تبلیغات در انگلستان (IAAUK) یک دوره کارگاه تخصصی در زمینه مدیریت مشتریان برگزار می کند. زمان برگزاری: هفتم تا دوازدهم آگوست برابر با هجدهم تا بیست و یکم مرداد ۱۳۸۵. این دوره به صورت اقامت شبانه روزی در محل دانشگاه اکسفورد به زبان انگلیسی برگزار می شود. علاقه مندان حضور در این دوره برای کسب اطلاعات بیشتر می نویسد با دفتر آموزشگاه ویژه تماس بگیرند.



**کنکره IAA**  
چهلمنین کنگره دوسالانه انجمان بین المللی تبلیغات **IAA** با حضور بیش از چهار هزار نفر از فعالان اصلی صنعت تبلیغات از ۲۱ تا ۲۳ مارس ۲۰۰۶ در شهر دوبی برگزار شد. از اینها آخرین اطلاعات، نتایج و دست آوردهای تخصصی در حوزه بازاریابی و تبلیغات از جمله مهم ترین فعالیت های **IAA** به شمار آید.

خاتم «سحر هاشمی»، بیانگذار شبکه کافی شاپ های رنجبرهای در انگلستان به عنوان سخنران در کنار مدیران و متخصصان بر جسته ای همچون «سرجو زیمن»، مدیر شرکت بازاریابی «زیمن» و مدیر پیشمن بازاریابی «کوکا کولا» و نیز خوزه ماریو آرنار «نخست وزیر اسپانیا و آلن رزنتشاین» ریس هیات مدیره آزانس «BBDO» حضور داشتند.

دکتر علیرضا صدر محمدی که یکی از اعضای قدیمی **IAA** می باشد با حضور فعال در این کنگره و گفتگوی مستقیم با مدیران ارشد انجمان بین المللی تبلیغات ضمن تأکید بر رشد و توسعه تبلیغات در ایران مناسبات قابل توجهی را پدید آوردند.

نهمین جشنواره هنرهای تجسمی هنرستان های شاخه فنی و حرفه ای وزارت آموزش و پرورش از تاریخ ۲۷ خرداد ۱۳۸۵ در هفت رشته گرافیک - چاپ دستی - نقاشی - صنایع دستی - نقشه کشی - معماری - طراحی دوخت ، در اردوگاه منظریه تهران برگزار می شود. از ۱۵۰۰ شرکت کننده مرحله پایانی، تعداد ۱۸۰ نفر با رتبه های اول تا سوم برگزیده خواهد شد. کاتالوگ حاوی آثار برگزیده جشنواره پس از انتشار برای هنرستان های سراسر کشور ارسال می شود.



## THE GUNN REPORT AND SHOWREEL OF THE YEAR 2005

به تازگی مجموعه ای شامل ۱۶۰ عنوان از تیزرهایی که در سال ۲۰۰۵ موفق به دریافت جایزه از ۲۵ مسابقه بین المللی شده اند در قالب **DVD** اورجینال به همراه کتابی ۲۵۰ صفحه ای شامل خلاصه ای از اطلاعات مربوط به سازندگان تیزرها در دسترس علاقه مندان عرصه تبلیغات قرار گرفته است. بهای این مجموعه به همراه هرینه سرویس پستی **DHL** ۲۷۹.۰۰ نیoman می باشد. علاقه مندان برای کسب اطلاعات بیشتر می توانند به دفتر آموزشگاه ویژه مراجعه کنند.

## AGIDEAS INTERNATIONAL DESIGN WEEK 2006

همایش بین المللی "AGIDEAS" از تهم تا پاردهم ماه می ۲۰۰۶ در ملبورن استرالیا برگزار شد. موضوعات: طراحی گرافیک - طراحی محصول - فیلم - رسانه های جدید - طراحی وب - تصاویر متحرک - تصویر سازی - طراحی حروف - طراحی محیطی - طراحی مد - طراحی حرکات موزون و آثار برجسته در زمینه هنر تبلیغات.

در فهرست سخنرانان این همایش در کنار نام پیزگانی همچون پواد هالند "BRAD HOLLAND" طراح و تصویر ساز بر جسته "RALPH EGGLESTON" آمریکایی و رالف اگلستون "PIXAR" نام آقای جدیر هنری پرورده های اینیمیشن شرکت "PIXAR" نام آقای رضا عابدی می از جمله استادان آموزشگاه تجسمی ویژه به چشم می خورد.



CHALLENGES OF CHANGE MARCH 20-23 2006  
**Dubai**  
40th IAA WORLD CONGRESS

شورای اطلاع رسانی به مدیریت اجرایی کار گروه خط و زبان فارسی پس از نزدیک به ۲ سال رایزنی با تقریباً همه دست اندکاران طراحی، مهندسی و تولید و توزیع فوت های فارسی با تشکیل گروه فوت فارسی به تبعیجه گیری اجرایی عملی نزدیک شد. این گروه متشکل از بر جسته ترین فعالان در این زمینه از بخش خصوصی است و در کام نخست، هدف سامان دهی، تهیه شناسنامه، بانک اطلاعاتی جامع و استاندار دسازی تمامی فوت های فارسی را پیش رو دارد. گروه فوت فارسی در حال تدارک پژوهش نامه تخصصی است که به روزی طی فراخوان از همه محاذل و شخصیت های مختص برای مشارکت در انجام این کار مهم، دشوار و ملی دعوت خواهد کرد. آقای مسعود سپهر عضو شورای پر تامه ریزی آموزشگاه تجسمی ویژه تیر در زمینه تدارک و اجرای این پروژه با شورای عالی اطلاع رسانی همکاری می کند.





تهران - کدیستی ۱۵۳۲۸ / ۶۲۸۶۱، خیابان خرمشاه، خیابان شهید عربعلی  
(نوبخت)، گوچ سوم، شماره ۱۹  
تلفن و دورنگار: ۰۲۱- ۸۸۷۳۴۵۷۲  
[www.vijecorp.com](http://www.vijecorp.com)  
[info@vijecorp.com](mailto:info@vijecorp.com)  
[com.arts@vijecorp.com](mailto:com.arts@vijecorp.com)

