شناخت هنر گرافیک ۲

سلام خدمت دانشجویان عزیز
در ترم گذشته درس شناخت هنر گرافیک را تا مباحث تاریخی استفاده از دستگاه های اولیه چاپ پیش بردیم. در ترم جدید ادامه این روند را پیگیری خواهیم کرد با این تفاوت که از این پس شما نیاز به درک مفاهیم گرافیکی فارغ از شکل سنتی آن خواهید داشت. شما نیازمند شناخت گرافیستها و آثار مختلف گرافیکی هستید، در نتیجه در ابتدا اسامی تعداد اندکی از گرافیستها که بر مبنای کشور آنها مجزا شده اند قرار داده شده. بنا به شرایط حاضر که ما امکان تشکیل کلاس را نداریم و از کنفرانسهای شما محروم هستیم ، روزانه تعدادی از این اسامی را کپی کرده و در اینترنت سرچ کنید. اسامی را به خاطر بسپارید و سبک آثار کشورهای مختلف را با هم مقایسه کنید، پوسترها بخشهای خوبی برای این مقایسه هستند. لهستان ، سوییس، ژاپن، امریکا، انگلیس و ایتالیا کشورهایی هستند که تعدادی از گرافیستهای آنها ذکر شده، شاید یکی از مهمترین نیازهای شما داشتن چشم و ذهن آشنا به آثار باشد. کم کاری، بیشتر از هر کسی به خود شما لطمه خواهد زد. در بخشهای بعد مفاهیم اولیه و تاریخ گرافیک قرار داده شده، این بخشها از سه کتاب، گرافیک در گذر زمان، تاریخ مختصر گرافیک و سی قرن طراحی گرافیک آورده شده است، که اکثر شما کتاب آخر را تهیه کرده اید. در ترم گذشته متوجه شدم این فکر که دانشجویان هنر علاقه ای به بخش تئوری نداشته و نیاز چندانی هم ندارند، در ذهن بسیاری از دانشجویان نقش بسته است. با این ذهنیت شما مجبور خواهید بود به اندازه تمام تجربیات گرافیستهای گذشته، تجربه کنید که امکان پذیر نیست و عمر و زمان خود را از دست خواهید داد. در پایان بخش اسامی، لینک چند سایت از جمله انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک ، سایت پوستر پیج و... قرار داده شده به آنها همواره سر بزنید به دنبال گرافیستهای ایران، بینالها و فراخوانها در سایتهای داخلی باشید. و از همه مهمتر در این مدت مراقب سلامتی خود و اطرافیان باشید.

Polish graphic designers

Roman Cieslewicz
Jan Lenica
Henryk Tomaszewski
Jan Młodożeniec
Jan Sawka
Franciszek Straowieski
Wiktor Sadowski
Stasys Eidrigevičius
Wojciech Zamecznik
Agata Dudek
Stanisław Zamecznik
Mieczysław Wasilewski
Wiesław Wałkuski
Wiesław Rosocha
Witold Janowski
Marek Freudenreich
Krzysztof Lenk
Jan Le Witt
Wojciech Fangor
Teodor Axentowicz
Stanislaw Wyspianski
Karol Fryez
Tadeusz Gronowski
Waldemar Swierzy
Edmund Barlomiejczuk
Tadeusz Trepkowski
Maciej Urbaniec
Waldemar Swierzy
Mieczyslaw Gorowski

Swiss graphic designers

Josef Müller-Brockmann
Armin Hofmann
Max Bill
Emil Ruder
Martin Woodtli
Adrian Frutiger
Karl Gerstne
Max Miedinge
Herbert Matter
Hans Neuburg
Théo Ballmer
Max Huber
Herbert Leupin
Bruno Monguzzi
Wolfgang Weingart
Erik Nitsche
Ernst Keller
H.R. Giger
Walter Herdeg
Hans Hartmann
Werner Jeker
Stephan Bundi
Kurt Wirth
Rosmarie Tissi
Alex Diggelmann
Walter Diethelm
Niklaus Troxler
Melchior Imboden
Manuela Pfrunder
Fritz Bühler
Cornel Windlin
Ata Bozaci
Étienne Delessert
François Rappo
Ludovic Balland
Ruedi Baur
Jean Widmer
Jost Hochuli
Walter Ballmer
Jörg Hamburger
Ursula Hiestand
Ralph Schraivogel
Lora Lamm
Christof Gassner
Manfred Bingler

Japanese graphic designers

Ikko Tanaka
Yusaku Kamekura
Kazumasa Nagai
Tadanori Yokoo
Kenya Hara Shigeo Fukuda
Mitsuo Katsui Eiko Ishioka
Taku Satoh
Awazu Kiyoshi
Hiromu Hara
Takashi Kono
Makoto Saitō
Keiichi Tanaami
Masuteru Aoba
Ryuichi Yamashiro
Yoshio Hayakawa
Mori Chack
Hiroshi Iuchi
Tadashi Ohashi
Aquirax Uno
Takashi Okazaki

American graphic designers

Milton Glaser
Saul Bass
Paul Rand
David Carson
Stefan Sagmeister
Seymour Chwast
Steven Heller
Michael Bierut

Herbert Bayer
Chip Kidd
Paula Scher
Carolyn Davidson
Gail Anderson
Shepard Fairey
Elaine Lustig Cohen
Emory Douglas
Herb Lubalin
Alexey Brodovitch
William Golden
Paul Giambarba
Rob Carter
Warren Chappell
Paul Frank
Muriel Cooper
Lester Beall
Art Chantry
Jacqueline Casey
April Greiman
Louise Fili
Tom Geismar
Edward Fella
Will Burtin
Greg Bennett
Rodrigo Corral
Bob Gill
Robert Brownjohn
Ruth Ansel
Louis Danziger
Frederic Goudy
Rudolph de Harak
Gerard Huerta
Aaron Draplin
Charles Goslin
Roger Cook
Pablo Ferro
William Drenttel
Bob Cato
Jessica Helfand
Richard Amsel

English graphic designers

Ellen Lupton
Michael Johnson
Abram Games
Storm Thorgerson
Dave McKean
RaymondHawkey
Chris Ashworth
Nick Phillips
William Caslon
Harry Beck

Italian graphic designers

Massimo Vignelli
Fortunato Depero
Max Huber
Bruno Munari
Giovanni Pintori
Marcello Nizzoli
AG Fronzoni
Germano Facetti
Giancarlo Iliprandi
Armando Testa
Pino Tovaglia
Fabrizio Schiavi
Giulio da Milano
Bruno Caruso
Franco Scepi
Simone Bianchi
Astrid Stavro
David Vignoni
Minya Mikic
Andrea Rauch

- https://a-g-i.org/
- https://a-g-i.org/members/
- https://polishpostergallery.com/
- http://www.posterpage.ch
- https://www.behance.net/galleries/graphic-design
- http://www.igds.ir/

مفاهیم اولیه گرافیک

هر اثر هنری دارای دو ویژگی عمده و اساسی است: ۱- هر اثر از فرم مشخصی برخوردار است که می توان آن را از طریق حواس پنجگانه احساس نمود. ۲- هر اثر از مضمون و مفهومی برخوردار است. هنر از نظر فرم دسته بندی های مختلفی دارد اما عمدتا به سه گروه تقسیم می شود: ۱- هنرهای تجسمی یا پلاستیک ۲- هنرهای نمایشی یا دراماتیک ۳- هنرهای مصوت یا فونه تیک یا موسیقائی. هنرهای تجسمی که به آن هنرهای بصری یا دیداری نیز گفته می‌شود، آن گروه از هنرهای مبتنی بر طرح است که مشخصاً حس بینایی را مخاطب قرار می‌دهند. هنرهایی چون نقاشی،خوشنویسی، مجسمه‌سازی، طراحی، عکاسی، گرافیک، طراحی صنعتی، معماری و طراحی داخلی و همچنین هنرهای مشتق از آن‌ها از این دسته‌اند.

هنرهای تجسمی با هنرهای نمایشی، شنیداری و کلامی و دیگر انواع هنر متفاوت است، هر چند این تقسیم‌بندی چندان محکم نیست.

در حال حاضر و در کاربرد کنونی، هنرهای تجسمی شامل هنرهای زیبا و هنرهای کاربردی است، هنرمند تجسمی به شخصی اطلاق می‌گردد که در زمینه هنرهای زیبا، هنرهای دستی و هنرهای کاربردی فعالیت می‌کند. گرافیک همان واژه ای است که در زبان فارسی به ارتباط تصویری ترجمه شده است. یعنی آثار دیداری یا تصویری که جهت تسهیل در امر ارتباطات به کار می روند. نکته مهم در ارتباط تصویری استفاده از عناصر خلاقانه و هنری در ایجاد ارتباط است. . واژه گرافیک از مصدر یونانی Graphein به معنای نوشتن گرفته شده است و ریشه آن در اصل به معنای خراشیدن، حک کردن و نقش کردن است. کلمه Graph به معنای نمودار، ترسیم نموداری، نمایش هندسی، چاپ و ... به کار رفته است.

سه نکته اصلی در یک اثر گرافیکی تسهیل ، تسریع و تکثیر است، یعنی یک اثر گرافیکی اثری است که یک پیام را به ساده ترین وجه و در سریع ترین زمان و در تعداد زیاد به مخاطب منتقل نماید. نبودن هر کدام از این سه عبارت معنای گرافیک را دچار مشکل می کند.

مراحل پیشرفت و تکوین و تکامل گرافیک را می توان به سه دوره متمایز از یکدیگر تقسیم بندی نمود:

۱- در این مرحله هنرمندان بدون آشنایی با این لفظ در عمل از طریق خلق آثار هنری و تصویری و خطی سعی در ایجاد ارتباط بصری با سایر افراد دارند ولی هنوز چاپ که عنصر اصلی در این ارتباط است کاربردی وسیع پیدا نکرده است، در این دوره آثار گرافیکی از یک سو با نقاشی و از سوی دیگر با خط و خوشنویسی ارتباط دارند و کتاب آرایی یکی از تجلیات عمده گرافیک در این دوره می باشد.

۲- ورود گرافیک به عرصه جدیدی که چاپ به شکل مکانیکی خود ایجاد شده و تکثیر آثار گرافیکی مطرح می گردند و از اختراع چاپ با حروف متحرک فلزی توسط گوتنبرگ آغاز می گردد. این دوره که مصادف با رنسانس در اروپا می باشد به گرافیک سنتی نام گذاری می گردد.

۳- ورود گرافیک به عرصه ی جدید که پیشرفت های تکنولوژی و سبک های جدید هنری در شکل گیری آن نقش عمده دارند و در این دوره ها هنرمند گرافیست شکل می گیرد و راه نقاشان از گرافیست ها جدا شده و طراحان گرافیک پا به عرصه وجود می گذارند. در این دوره آغاز گرافیک مدرن را شاهد هستیم.
و کارکردهای گرافیک را می توان به سه عرصه عمده و کلی تقسیم بندی نمود و هر طرح ممکن است به هر این سه روش مورد استفاده قرار گیرد:

۱- نخستین کارکرد طراحی گرافیک «معرفی یا شناسایی» است. گفتن این که یک چیز چیست، یا متعلق به کجاست (مانند تابلو، آویز و پوشش، علائم ساختمانی، نمادهای انتشارات و چاپخانه، حرف نشانه سازنده، برچسب روی بسته بندی). ۲-کارکرد دوم آن که در اصطلاح حرفه ای طراحی اطلاعات» شناخته می شود، در زمینه اطلاع رسانی و آموزش است، و رابطه یک چیز را با چیز دیگر از نظر جهت، موقعیت و مقیاس مشخص می سازد (مانند نقشه، نمودار، نشانه های جهت یابی) ۳- ولی متمایزتر از این دو، کارکرد سوم است، یعنی نمایش و تبلیغ (پوستر، آگهی) که به قصد جلب توجه مخاطب و ماندگار کردن پیام است.

نکته اصلی در تمامی آثار گرافیکی ایجاد ارتباط است و در هر ارتباط سه گروه نقش دارند: ۱- پیام دهنده ۲- پیام گیرنده ۳- وسیله اجرای پیام و پیام دهنده باید به خوبی، پیام گیرنده و نیازهای او را شناسایی کرده و بهترین وسیله اجرای پیام را برای انتقال پیام انتخاب نماید.

امروزه گرافیک نوین عرصه های متعدد و فراوانی را در ابر گرفته است و توسعه تکنولوژیکی و ابزاری، آن را به زیرشاخه های گوناگون تقسیم نموده است از قبیل: تصویرسازی، پوستر، گرافیک محیطی، تبلیغات مطبوعاتی، تبلیغات سمعی و بصری، نشانه و آرم، فتوگرافی، انیمیشن، بسته بندی، مالتی مدیا و ....

پوستر مبارزه برای خلع سلاح هسته ای ۱۹۶۰
Henri Kay Henrion

ارتباط بصری در مفهوم گسترده آن تاریخ طولانی مدتی دارد. زمانی که انسان اولیه برای یافتن غذا به شکار می رفت و جای پای حیوانی را بر روی گل میدید، در واقع نوعی نشانه بصری را مشاهده میکرد.

به بیان دیگر چشم ذهن وی، خود حیوان را تجسم می کرد. (اثر گرافیکی می تواند نشانه باشد، مانند حروف الفبا، یا یک نظام نشانه ای دیگر را شکل دهد، مانند علائم جاده ای. علائم گرافیکی – خطوط طرح یا نقاط یک عکس – در کنار هم تصاویر را تشکیل میدهند. طراحی گرافیک به یک معنا حرفه ساخت یا انتخاب علائم و آرایش آنها بر یک سطح برای انتقال یک ایده است.

نشانه، تصویر نیست. تصاویر گرافیکی فراتر از شبیه سازی چیزهایست که مشاهده یا تصور می شوند. آنها نشانه هایی هستند که محتوای شان به آنها معنایی واحد می دهد و موقعیت و حضورشان در یک شرایط خاص می تواند به آنها مفهوم جدیدی ببخشد. غالبا به طور

معمول کلمات و تصاویر در کنار هم استفاده میشوند که ممکن است گاه متن یا تصویر در آن ارجحیت داشته باشد، یا معنی هر یک به واسطه دیگری معیین شود. برخی از پیچیده ترین نمونه های طراحی گرافیک بر کلماتی استوار است که مفهوم دقیقی را به یک تصویر مبهم میدهند.

علائم جاده‌ای بریتانیا: مراقب حیوانات وحشی باشید

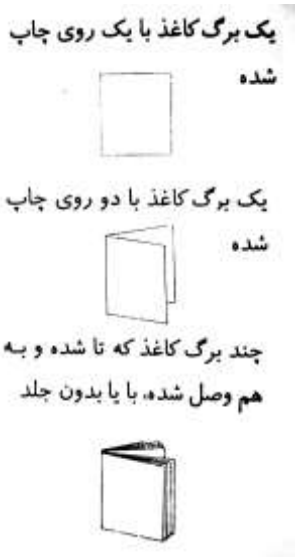
وقتی کلمات به مثابه شکلی از ثبت گفتار چاپ می شوند، بخش عمده بیان حسی و تأثیر خود را از دست می دهد. طراحان گرافیک معاصر (به ویژه آغازگران آنها – فوتوریست ها) تلاش کرده اند تا این محدودیت را از میان بردارند. آثار آنان به واسطه ایجاد تنوع در اندازه، ضخامت و موقعیت حروف به حروفچینی حیات بخشیده است. در حقیقت تلاش آنان برای انجام چیزی بیش از انتقال صرف یک مفهوم، یعنی اعطای یک شخصیت یگانه به آن، غریزی بوده است.

نشانه « نیویورک دوستت دارم» Milton Glaser

همچنین محتوا، مفهوم طرح و نحوه ادراک آن را تعیین میکند. مفهوم یکی از معروف ترین طرح های گرافیکی به نیویورک دوستت دارم که ترکیبی است از تصویر نشانه و علائم الفبایی، به شناخت همگانی از مفهوم و قراردادها وابسته است. ما این تصویر را به عنوان «قلب» تشخیص میدهیم زیرا قلب را به همین صورت بازنمایی میکنند. اما اگر همین قلب به صورت نموداری در یک کتاب آموزشی باشد، دیگر استعاره ای برای عشق و دوستی نیست.

از راست به چپ: ۱–نماد خدمات انتقال خون ، ۱۹۴۸، هنریون ۲– قهوه HAG مراقب قلب شماست، ۱۹۲۰، ادروارد اسکاتلند ۳– تصویر سازی کتاب پزشکی.

مفهومی که تصاویر و علائم الفبایی انتقال میدهند ارتباط اندکی با کسی که آن را خلق یا انتخاب میکند دارد. این نوع آثار معرف اندیشه طراحانشان نیستند. پیام طراح در خدمت بیان نیازهای سفارش دهنده ای است که هزینه آن را پرداخت میکند. اگر چه فرم پیام حاصل ذوق و حس زیبایی شناختی طراح است، اما پیام باید به زبانی که برای مخاطب مورد نظرش قابل تشخیص و قابل درک باشد بیان شود. این اولین عاملی است که طراحی گرافیک را آشکارا از هنرهای دیگر تجسمی متمایز می کند (با این وجود تعداد زیادی از پیشروان اولیه طراحی گرافیک خود هنرمند تجسمی در بخشهای دیگر بودند). دومین وجه تمایز این است که گرافیست برخلاف هنرمندان دیگر تجسمی برای تولید ماشینی طرح ریزی میکند. طراح گرافیک معمولا پس از عقد قرارداد، کار را به صورت یک طرح کلی بر کاغذ یا بر صفحه نمایشگر رایانه آغاز می کند. غالباً طراح به عنوان مدیر هنری عمل میکند، و بر کیفیت عکسها یا دیگر تصاویر سفارش شده نظارت می کند. پیشنهادات با سفارش دهنده مورد بحث قرار میگیرد و غالباً طی چند مرحله تجدید نظر می شود، تا این که شکل نهایی طرح به انضمام دستورالعمل های تهیه و اجرای آن آماده می گردد.



از طراحی گرافیک به مثابه یک تخصص فقط از اواسط سده بیستم مطرح شد. تا آن هنگام اداره بنگاه های تبلیغاتی و تهیه آگهی های تبلیغاتی توسط «هنرمندان تجاری» انجام می شد. این متخصصین عبارت بودند از: صفحه بند (هنرمندان صفحه آرا)، حروفچین که عنوان و متن را با تمام جزئیات طرح ریزی می کرد و دستورالعمل هایی برای حروفچینی میداد، انواع مختلف تصویرگرانی که هر نوع آثار ترسیمی از نمودارهای فنی تا اسکیس های مد را تهیه می کردند، روتوش کاران، هنرمندان طراح حروف و دیگرانی که طرح های نهایی را برای تکثیر آماده می کردند. بسیاری از هنرمندان تجاری – از جمله طراحان پوستر – همزمان واجد چند تخصص بودند.

امروزه طراح گرافیک با بنگاه ها و آتلیه ها همکاری دارند و نه فقط تبلیغات و آگهی ها، بلکه مجلات و روزنامه هایی را که این آگهی ها در آن چاپ می شود طراحی میکنند. به علاوه طراح مستقل به بخشی از گروه مرتبط با صنعت ارتباطات بدل شد – دنیای تبلیغات، مجلات و روزنامه، بازاریابی و روابط عمومی.

تا اواخر سده نوزدهم، آثار گرافیکی به صورت سیاه و سفید بر کاغذ چاپ میشد. رابطه بین تصویر و زمینه، بخش های چاپ شده و چاپ نشده، فضای مثبت و منفی در زیبایی شناسی کلیت کار بسیار حائز اهمیت شد. سطح چاپ نشده به همان اندازه سطوح چاپ شده حائز اهمیت بصری بود و از این پس زمینه، ابعاد و تناسب آن، رنگ و بافت آن، جزئی از طراحی گرافیک محسوب می شد. در عین حال پس زمینه، فضای مناسبی برای جلوه گری تصاویر و نشانه ها فراهم می کرد. معمول ترین ابزار کاغذ بود. یک ورق کاغذ، که یک سوی آن چاپ شده میتوانست پوستر یا نامه باشد. اگر ورق یکبار تا بخورد، به صورت «دو برگی» (Leaflet) در می آید؛ و اگر دوباره تا بخورد و گیره شود، به کتابچه (Booklet) بدل می شود. در صورتی که چندین ورق چندبار تا بخورد و به هم وصل شده و برش بخورد، مجله یا کتاب را پدید می آورد. این آثار – پوستر، دو برگی، کتابچه، مجله و کتاب – انواع مختلف ساختارهای فیزیکی هستند که طراح گرافیک باید اطلاعات خود را روی آنها سامان بخشد. محتوای صفحات مجزا، صفحات مقابل هم و صفحات پشت سر هم باید به گونه ای آرایش یابند که به صورت متوالی دیده شوند، گویی که داستان واقعا در حال روایت شدن است.

طراحی گرافیک حال به بخشی از فرهنگ و اقتصاد کشورهای صنعتی بدل شده است. با این حال علی رغم پیشرفت های فناوری از دهه ۱۹۶۰ به بعد که امکان ارسال پیام با ماهواره ها فراهم شده و دسترسی به تصاویر به طور یکسان امکان پذیر شده است جای شگفتی است که تحولات و پیشرفت ها همچنان منطقه ای است و علی رغم آن که طراحان

به صورت تیمی و به عنوان عضوی از یک گروه کار می کنند، اما تحولات همچنان به پیشروان منفرد متکی است. فرم های جدید در پاسخ به ضروریات مالی و پیشرفت های فناوری شکل گرفته اند اما در عین حال طراحی گرافیک همچنان از قراردادهای پیشین خود بهره می برد. اگرچه بسیاری از تصاویر توسط خود طراحان خلق می شد، اما شمار کثیری از آنها طرح های حاضر و آماده بود، مانند حکاکی های چوبی قدیمی که مورد استفاده چاپگران قرون وسطایی بوده، حکاکی های قدیمی یا عکس های بازاری انقلاب الکترونیکی قابلیت های جدیدی فراهم کرد و به طراح امکان داد تا تصاویر قدیمی را ضبط کرده و آنها را در طرح خود بازیافت، اصلاح و مونتاژ کند.

سدهٔ بیستم به نظر آغاز خوبی داشت. جهان در صلح و آرامش به سر می‌برد، امپراتوری بریتانیا بر سر کار بود و آلمان، فرانسه و روسیه توازن قدرت را حفظ می‌کردند.

در دو دههٔ نخست این سده نوآوری‌های عمده‌ای را در حیطهٔ علم و فناوری شاهد بودیم. برق جایگزین گاز برای روشنایی منازل و خیابان‌ها شد، در سال ۱۹۰۱ م گولیلمو مارکونی نخستین علائم رادیویی را از انگلستان به امریکا مخابره کرد، برادران رایت در سال ۱۹۰۳ م نخستین هواپیمای خود را ساختند که وزنش از وزن هوا سنگین‌تر بود. و در سال ۱۹۰۸ م هنری فورد نخستین مدل اتومبیل‌های تی را تولید کرد که پانزده میلیون دستگاه از آن فروخته شد. اتومبیل از وسیلهٔ تفریحی ثروتمندان به وسیله‌ای جدی برای حمل‌و نقل تبدیل شد.

در این دوره آلبرت اینشتین نیز نظریه‌های تخصصی و عمومی نسبیت را طرح کرد. هانری برگسون در باب تحول خلاق سخنرانی کرد. و زیگموند فروید نظریه‌های روانکاوی خود را تدوین کرد. این نظریه‌ها همگی تأثیری عمیق بر هنرهای تجسمی به ویژه کوبیسم و سورئالیسم گذاردند.

درسال‌های‌قبل از جنگ‌جهانی‌اول نوآوری‌های بسیاری در هنرهای مردمی پدید آمد که هیجان تازه‌ای در زندگی روزمره ایجاد کرد. نیکل اودئون‌هایی که فیلم‌های تک حلقه‌ای را به مردم نشان می‌دادند، جای خود را به سینماهایی با مخاطبان بیش‌تر دادند.

صنعت سینما برای برآوردن نیاز فزاینده به تماشای فیلم از نیویورک به هولیوود نقل مکان کرد و نظام استودیویی را در آن‌جا بنا نهاد. ستارگان آینده نظیر چارلی چاپلین، سر داگلاس فربنکس و مری پیکفورد کار خود را در همین زمان آغاز کردند.

از شکل‌های دیگر سرگرمی‌های مردمی، مسابقات دوچرخه سواری هفت روزه و مسابقات اتومبیل رانی صحرایی بود. رقص سالنی در این دوره طرفداران زیادی یافت. تانگو پذیرش اجتماعی پیدا کرد و زوج رقاص ورنون و ایرنه کستل، رقص کستل واک را معرفی کردند.

در سال ۱۹۰۹ م، سرگی پاولوویچ دیاگلیف بالهٔ روس را به پاریس و لندن برد و حامیان هنر را در آن‌جا با رقص واسلاو نیژینسکی و آنا پاولووا و موسیقی ایگور استراوینسکی واله و حیران کرد.

دوران صلح و آرامش که انتظار می‌رفت برای ابد پایدار بماند با وقوع جنگ جهانی اول در اول اوت۱۹۱٤م به گونه‌ای نامنتظر به پایان رسید. جنگ مهر پایانی بر دورهٔ «ادواردی» انگلیسی و «زیبا»ی فرانسه گذارد. جنگ جهانی اول که درنده‌خویی و سبعیت آن را تاریخ کم‌تر به یاد داشت، ده میلیون قربانی گرفت و بیست میلیون مجروح برجای گذارد. جنگ جهانی اول با محاصرهٔ آلمان در ۱۱ نوامبر ۱۹۱۸ م به پایان رسید و به این ترتیب به بسیاری از توهمات سدهٔ پیش نیز پایان داد. سده‌ای که رویای پیشرفت بی‌پایان را با جلال و جبروت در سر داشت.

شاید پردامنه‌ترین رخداد این سده انقلاب اکتبر ۱۹۱۷م روسیه بود که بلشویک‌ها به رهبری ولادیمیر ایلیچ اولیانف معروف به لنین در آن قدرت گرفتند. کمونیست‌ها پس از جنگ داخلی کوتاهی با نیروهای تزاری که تا سال ۱۹۲۰ م به طول انجامید، قدرت خود را تحکیم بخشیدند و دولت سوسیالیستی جدید خود را بنا نهادند.

در دنیای ادبیات، مارسل پروست نویسندهٔ فرانسوی مرزهای ادبیات داستانی را با کتاب *در جست‌وجوی زمان از دست رفته* وسعت بخشید و گیوم آپولینر شعر کوبیستی خود را آفرید. جیمز جویس نویسندهٔ ایرلندی و گرترود استاین نویسندهٔ امریکایی مقیم اروپا به تجربه در زبان و قالب پرداختند.

در انگلستان نمایشنامه‌های جورج‌برناردشاو و رمان‌های دی. اچ. لاورنس و جوزف کنراد به عامهٔ کتابخوان، مطالبی در خور تأمل ارائه دادند. این زمان همچنین اوج فعالیت گروه بلومزبری با چهره‌های بنیان‌شکنی چون ویرجینیا وولف و لیتون استراچی بود.

در امریکا تئودور درایزر در رمان‌های‌خود نابرابری‌های اجتماعی را برجسته ساخت و کارل سندبرگ با اشعار خود به تجلیل رویای امریکایی پرداخت.

چارلی چاپلین

۱

۲

۱ـ تابلوی *فریاد* اثر ادوارد مونش. هنر فوق العاده حسی و روان پریشانهٔ او را منعکس می‌سازد. آثار مونش تأثیر عمیقی بر اکسپرسیونیست‌های آلمان گذارد.

۲ـ طراحی با قلم و مرکب اثر گوستاو کلیمت، که در سال ۱۹۰۰م در *ورساکروم* منتشر شد، گرایش‌های تزیینی دوبعدی عمیقی را نشان می‌دهد.

۳ـ *گلدان شمعدانی* اثر هانری ماتیس که در سال ۱۹۱۲ در دوران اقول دورهٔ فوویستی خویش آن را نقاشی کرد. شکل‌های ساده شده و فضای کم عمق، ویژگی غالب بسیاری از آثار واپسین ماتیس هستند.

هنرهای زیبا

اوایل سدهٔ بیستم دوران تجربه و جسارت بود که مرز همهٔ هنرها از جمله نقاشی، مجسمه‌سازی، معماری، موسیقی، ادبیات، تئاتر، رقص و فیلم را وسعت بخشید. سدهٔ جدید نشانگر روح انقلاب و حاکی از تغییراتی اجتماعی بود که نخستین بار در هنر جلوه‌گر شد.

هنرمندان آوانگارد با الهام از سنت‌هایی که ریشه در رنسانس داشتند، به تجربه در قالب، رنگ و محتوا پرداختند و فرهنگ بصری جدیدی خلق کردند که بر طراحی گرافیک سدهٔ بیستم تأثیری عمده گذاشت.

آرنووُ. گرچه آرنووُ (هنر جدید) در پایان سدهٔ نوزدهم آغاز شد اما تا دههٔ نخست سدهٔ بیستم به اوج خود نرسید. این سبک که پیش از هر چیز جنبشی در معماری، هنرهای تزیینی و گرافیک بود، تأثیری ناچیز بر نقاشی گذارد.

خطوط سیال آرنووُ، فرم‌های شاخ و برگی و شکل‌های پرحس و حال آن در حروف‌چاپی، صفحه‌آرایی و طراحی پوسترهای این دوره نمایان است. این سبک از تصاویر چاپی ژاپنی و نقاشی‌های گوگن و مونش تأثیر بسیار پذیرفت. (تصویر ۱)

از جمله معروف‌ترین هنرمندان آرنووُ، معماران و طراحانی، چون آنتونیو گائودی، هنری وان دو ولد، هکتورگیمار، پتر بهرنز و چارلز رنی مکنتاش، بودند. شاید بهترین نمونه‌های آثار گرافیکی آرنووُ، پوسترهای موشا و تولوز لوترک باشند. (بنگرید به صفحهٔ ۱۲۳)

جدایی طلبی وین. در سوم آوریل سال ۱۸۹۷ م گروهی از هنرمندان وین به رهبری گوستاو کلیمت در مخالفت با اجازهٔ برپایی نمایشگاه هنرمندان خارجی از انجمن هنرآکادمیک، کونستلرهاوس، جدا شدند و گروه جدیدی موسوم به جدایی طلبی وین را پدید آوردند (تصویر ۲) که از جمله اعضای آن نقاشانی چون اسکارکوکوشکا و اگون شیله، معمارانی‌چون جوزف‌هوفمن و جی.جی‌آلبریخ و طراحانی چون کولومان موسر و آلفرد رولر بودند.

جدایی طلبان وین در آغاز تحت تأثیر آرنووُ قرار داشتند اما زمانی نگذشت که در آثار نقاشان این جنبش گرایش‌های اکسپرسیونیستی نمایان شد. و طراحان و معماران آن نیز زیر تأثیر مکتب گلاسکو به طرح‌های به‌شدت هندسی روآوردند. یکی از اهداف جدایی طلبان همانند جنبش هنرها و پیشه‌های انگلیس، وحدت هنرهای زیبا و هنرهای کاربردی بود.

فوویسم. نخستین جنبش مهم نقاشی فرانسه در سدهٔ بیستم بود. هنرمندان فوویست رنگ‌های تند به‌کارمی‌بردند و برای تشدید حالت حسی، فرم‌ها را ساده می‌کردند. نقاش برجستهٔ فوویسم هانری ماتیس بود (تصویر ۳) که نقاشان دیگری چون آندره درن، موریس دو ولامینک، رائول دوفی، کیزوان دونگن، ژرژ براک، ژرژ روئو، آلبر مارکه و هانری مانگین به او پیوستند.

۳

فوویسم بر طراحی گرافیک تأثیر مستقیمی نگذاشت اما اثر این جنبش بر نقاشان اکسپرسیونیست آلمان مشهود است که به نوبهٔ خود پوسترها و موضوعات چاپی دیگری آفریدند.

اکسپرسیونیسم. در آلمان جنبش اکسپرسیونیسم درسال ۱۹۰۵م باگروهی موسوم به *دی بروک* (پل) آغاز شد که افرادی، چون ارنست کرشنر، اریک هکل، کارل شمید روتلوف و بعدها امیل نولده از اعضای آن بودند.(تصویر٦) اکسپرسیونیست‌ها که در اصل تحت تأثیر ونگوک، گوگن و مونش قرار داشتند، بر فرم‌های ساده شده، رنگ‌های تند و کاربرد بیانی خط تأکید داشتند.

گروه دوم اکسپرسیونیست‌ها موسوم به *دربلو ریتر* (سوارکار آبی) در سال ۱۹۱۱ م با واسیلی کاندینسکی، فرانتس مارک و گابریل مونتر شکل گرفت و بعدها هنرمندان دیگری چون پل کله و الکسی ون یالنسکی نیز به آنان پیوستند. این گروه که متنوع‌تر از گروه دی بروک بود، پایبندی عمیقی به نگرش اکسپرسیونیستی و گرایشی به تصوف و رمانتی‌سیسم داشت.

کاندینسکی، ترکیب‌بندی و احساس برآمده از رنگ و فرم را مهم‌تر از مضمون اصلی یا موضوعات نقاشی می‌دانست. این موضوع در نهایت او را به خلق نخستین نقاشی‌های غیرعینی رهنمون ساخت.

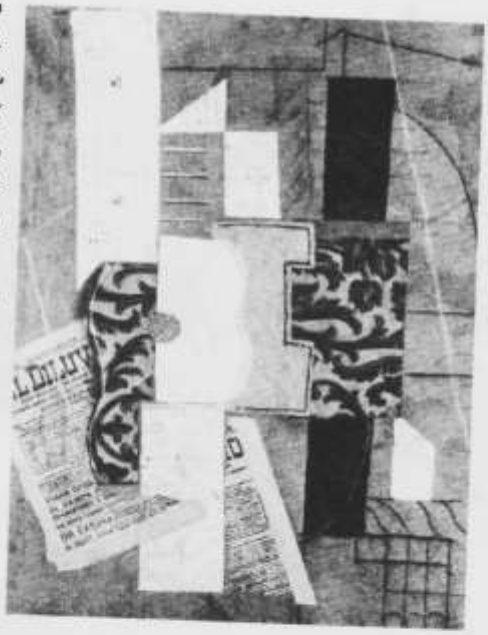
اکسپرسیونیست‌هاچاپ چوبی را وسیله‌ای مطلوب برای بیان ایده‌های گرافیکی خود در پوستر و کتاب یافتند.

کوبیسم. پابلوپیکاسو و ژرژ براک درست پیش از جنگ جهانی اول انقلابی موسوم به کوبیسم در نقاشی به راه انداختند. کوبیسم قالبی هنری بود که بر ساختار انتزاعی تأکید داشت.

در نخستین مرحلهٔ کوبیسم، موسوم به *تحلیلی*، اشیای متعارف و آشنا را تکه تکه می‌کردند و همزمان از دیدگاه‌های مختلف نشان می‌دادند. (تصویر ٤) این تحول متأثر از آثار واپسین سزان و فرم‌های انتزاعی ساده شدهٔ هنر افریقا بود.

۶

۴



۵

٤ـ پیکاسو در تابلوی *دختری با ماندولین* که در سال ۱۹۱۰م نقاشی کرده، شکل‌ها را تکه تکه ساخته و همزمان از زاویه دیدهای مختلف نگریسته است تا بدین گونه از پرسپکتیو سنتی دوری گزیند.

٥ـ آفرینش قالب هنری جدیدی موسوم به کلاژ به پیکاسو و به موازات او به ژرژ براک نسبت داده می‌شود. در تابلوی *گیتار*، که در سال ۱۹۱۳م نقاشی شده است، پیکاسو تکه‌هایی ازبریده‌های مطالب چاپی را با طراحی تلفیق کرده تا رابطه‌ای مبهم میان واقعیت و توهم پدید آورد. فضا در این اثر، کم عمق است و میان دو و سه بعد در نوسان است.

٦ـ باسمهٔ چوبی اثر ارنست کرشنر متعلق به سال ۱۹۱۰م، تأثیر پذیری عمیق‌او را از پل‌گوگن نشان‌می‌دهد. شکل‌های ساده شدهٔ سیاه مشخصهٔ اکسپرسیونیسم آلمان است.

۷ـ جاکومو بالا، نقاش فوتوریست ایتالیایی، *پویایی شناسی سگ زنجیر شده* را در سال ۱۹۱۲ م خلق کرد. هنرمند در تلاش برای نشان دادن مفاهیم زمان وحرکت، تصاویر چندگانه‌ای از پاها و زنجیر پدید آورده است.

۷

۸

۸ـ تک چهرهٔ بد. شکون آپولینر، گراووری‌از جورجو د کیریکو متعلق به سال ۱۹۱٤م .تلفیق سایه‌های تند و اشیای زندگی روزمره که به گونهٔ تصادفی در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند، فضایی رازآمیز پدید آورده‌اند که ویژگی هنر مابعدطبیعی به شمار می‌رود.

۹ـ شعر حروف نگارانهٔ فوتوریستی متعلق به سال ۱۹۱۹ م اثر فیلیپو تومازو مارینتی، از تکنیک کلاژ برای خلق تجربه‌ای سمعی بصری بهره می‌گیرد. این استفادهٔ رادیکال از عناصر تایپو گرافی، تأثیر گسترده‌ای برطراحی گرافیک سدهٔ بیستم داشت.

۹

در کوبیسم ترکیبی که پس از مرحلهٔ تحلیلی فرارسید، حروف‌شابلونی، روزنامه‌ها، برچسب‌ها و دیگراقلام کوچک چاپی در طراحی‌ها و نقاشی‌ها گنجانده می‌شدند و تشکیل کلاژ می‌دادند (تصویر۵). در این آثار، مطالب چاپی،پیش از هر چیز برای ایجاد بافت‌به‌کارمی‌رفتند. مهم نبود که‌حروف چاپی چگونه‌در کار جای‌گرفته‌باشندزیرا دل‌مشغولی اولیهٔ هنرمند زیبایی‌شناسی بود نه ارتباط.

استفادهٔ بنیادی از موضوعات چاپی، در نهایت بر هنرمندان، طراحان حروف و طراحان سراسر دنیا تأثیر گذارد.

فوتوریسم. در سال۱۹۰۹م گروهی‌از هنرمندان ایتالیایی به رهبری فیلیپوتومازو مارینتی شاعر جنبشی هنری را موسوم به فوتوریسم بنا نهادند که توجه آن برفناوری و جنبه‌های‌پویای زندگی‌نوین‌بود. فوتوریست‌ها با طرد مفاهیم کلاسیک هماهنگی و نظم تلاش کردند حس سرعت و حرکت را در نقاشی‌های خود به‌نمایش بگذارند (تصویر۷). آنان با الهام از کلاژهای کوبیستی، کنارهم نهادن بریدهٔ حروف روزنامه‌ها و مجلات را تجربه کردند تا شعرهایی در توصیف اصوات زندگی‌مدرن بیافرینند(تصویر۹).فوتوریست‌ها همچنین به خاطر انتشار یک سلسله بیانیه موسوم به مانیفیستو دربارهٔاهداف و مقاصد هنری خود حائز اهمیت‌اند. استفادهٔ آزادانهٔ آنان از حروف چاپی در اشعار، پوسترها و بیانیه‌ها بر هنرمندان و طراحان تأثیر گذارد. از هنرمندان برجستهٔ فوتوریست، اومبرتو بوچونی، جاکومو بالا (تصویر۷)، کارلو کارا و جینو سه‌وه‌رینی بودند.

جنبش *متافیزیک*. این جنبش نیز ایتالیایی اما کاملاً متفاوت از فوتوریسم بود. اهداف این جنبش را نمایندهٔ برجستهٔ آن جورجو دکیریکو این‌گونه بیان کرده است: «خلق ویژگی روحی متافیزیکی جدید از اشیاء با نقاشی.»

دکیریکو برای نائل شدن به این هدف اشیای کاربردی را از محیط طبیعی‌شان جدا ساخت و آن‌ها را همچون پدیده‌های منفرد و مجزا نقاشی کرد. (تصویر۸) همین جداسازی

به اشیای مورد نظر ویژگی‌ای اسرار آمیز و فضایی رازآلود می‌بخشید.

تنها نقاشان دیگر مرتبط با این جنبش کارلوکارا و جورجو موراندی بودند. گرچه جنبش متافیزیک دیری نپایید اما راه را برای سورئالیست‌ها هموار ساخت.

د استیل. در سال ۱۹۱۷ م در زمان جنگ جهانی اول، گروهی از هنرمندان، معماران و طراحان هلندی در این کشور بی‌طرف گرد هم آمدند تا با پیراستن اصول بنیادین کوبیسم آن را در نقاشی به کار گیرند. جنبش آنان که بنیان‌گذارانش تئو وان دوزبرگ و پیت موندریان بودند، د استیل یا «سبک» نام گرفت. قاموس هنری د استیل را اشکال سادهٔ هندسی، خطوط راست، مستطیل و رنگ‌های اصلی ـ قرمز، زرد، آبی ـ و سیاه و سفید تشکیل می‌داد.

هنرمندان د استیل با ترکیب‌بندی‌های خود درصدد رسیدن به عدم تقارن پویا به جای تقارن ایستا بودند. (تصویر ۱۱) موندریان این‌را نئوپلاستی‌سیسم[۳۶] ـ شکل‌آفرینی نو ـ نامید که مقصود از آن نشان دادن هماهنگی کلی بود.

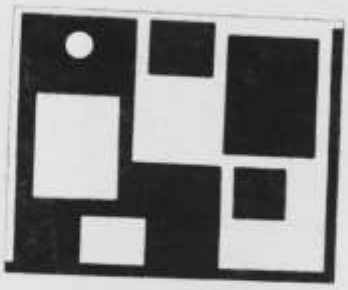
هنرمندان د استیل مجله‌ای با همین نام به سردبیری دوزبرگ انتشار دادند که حاوی مقالاتی در زمینهٔ هنر، معماری، فیلم و شعر بود (تصویر ۱۲). این مجله تا زمان مرگ دوز برگ در سال ۱۹۳۱ م انتشار می‌یافت. دیگر هنرمندان و طراحانی که مطالبی در این مجله نوشتند، گئورگز وانتون‌گرلو، گریت ریتولد، ج. ج. پ. اود، بارت وان در لک و ویلموس هازار و پیت زوارت بودند.

۱۰

سوپره ماتیسم و کنستراکتیویسم. پیش از وقوع جنگ جهانی اول جوش و خروش هنری عظیمی بر روسیه حاکم بود. در سال ۱۹۱۳ م کازیمیر مالـه ویچ متأثر از کوبیسم جنبشی موسوم به سوپره ماتیسم (والاگرایی) را پدید آورد که در آن فرم ناب بر هنر شبیه نمایانه برتری داشت.

ماله ویچ باور داشت اشکال سادهٔ هندسی ـ دایره، مربع، مثلث و چلیپا ـ در کنار رنگ‌های ناب می‌توانند به خودی خود احساسات و عواطف را برانگیزند. ماله ویچ در سال ۱۹۱۹م تابلوی معروف خود *سفید در سفید* را نقاشی کرد که مربع سفید موربی را در زمینه‌ای سفید نشان‌می‌دهد (تصویر ۱۰). نقاشی با این اثر از منظر سوپره ماتیسی به نتیجهٔ منطقی خود رسید.

تقریباً در همان زمان که مالـه‌ویچ نقاشی‌های سوپره‌ماتیستی خود را می‌آفرید، گروه دیگری از هنرمندان روسی موسوم به کنستراکتیویست‌ها (ساختگراها) با استفاده از مصالح نوین‌صنعتی نظیرشیشه، ورقهٔفلزی و مقوا سازه‌های هندسی مجردی آفریدند. از جمله کنستراکتیویست‌های آغازین، ولادیمیر تاتلین، ال‌لیسیتسکی والکساندر رودچنکو بودند. بعدها به این گروه هنرمندان دیگری چون نائوم گابو و برادرش آنتونیو پوزنر نیز پیوستند. این دو در سال ۱۹۲۰م بیانه مشترکی نوشتند و اصول سبک کنستراکتیویست را اعلام داشتند.

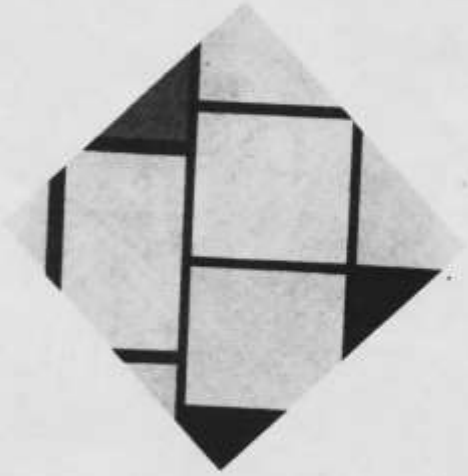


۱۲

۱۰ـ کازیمیر مالـه‌ویچ با خلق تابلوی *سفید در سفید* در سال ۱۹۱۹م برتری فرم ناب را بر هنرشبیه گرایانه مورد تأکید قرار داد.

۱۱ـ موندریان با تفلیل موضوع اصلی به اشکال اولیهٔ هندسی، خطوط راست و رنگ های اصلی،کوبیسم را به نتیجهٔ منطقی خود رساند. این موضوع در تابلوی او با عنوان *نقاشی الماس سرخ، زرد، آبی* متعلق به حدود سال ۱۹۲۱ م مشهود است.

۱۲ـ طرح جلد شمارهٔ سال۱۹۱۸ م مجله *د استیل* اثر ویلموس هازار.



۱۱

۱۳

۱۳ـ آگهی کانون دادا چاپ سال ۱۹۱۸ م، کاربرد تایپوگرافی خلاقهٔ دادائیستی و تمایل به ایجاد تعجب را نشان می‌دهد. بی‌اعتنایی به قواعد تایپوگرافی را در این کار مد نظر داشته باشید.

۱٤ـ نمونهٔ اولیه‌ای از فتومونتاژ متعلق به سال ۱۹۱۹م. هانا هوخ در تابلوی *بریدن با کارد کیک‌بری*، بخش‌هایی از عکس‌های مختلف را با هم تلفیق کرده تا واقعیتی نو بیافریند.

۱۴

در پایان این دهه بسیاری از هنرمندان سوپره ماتیسم و کنستراکتیویسم که تب انقلاب آنان را فرا گرفته بود، نقاشی را به لحاظ اجتماعی بلاموضوع دانستند و نیروهای خود را متوجه حوزه‌های عملی‌تر و به لحاظ اجتماعی مرتبط‌تری، نظیر نساجی، مبلمان، عکاسی، فیلم، طراحی صنعتی و طراحی گرافیک، کردند.

دادائیسم. دادائیسم در اصل جنبشی ضدهنر بود که در نتیجهٔ انزجار از جنگ جهانی اول و طرد ارزش‌های سنتی پدیدار شد. این جنبش مشتمل بر دو گروه از مخالفان جنگ بود که در زوریخ و نیویورک متمرکز شده بودند.

گروه زوریخ مرکب از ژان (هانس) آرپ، تریستان تزارا و هوگو بال، راهپیمایی‌های تحریک‌آمیزی برگزار کردند و اشعار و بیانیه‌هایی سیاسی انتشار دادند. نشریات آنان همگی طراحی‌های حروف افراطی و تندرویی داشتند.

گروه نیویورک شامل مارسل دوشان، فرانسیس پیکابیا و مَن ری در گالری آلفرد استیگلیتز در شمارهٔ ۲۹۱ خیابان پنجم متمرکز شد. نشانی این گالری، ۲۹۱، نام مجله‌ای شد که آنان ایدئولوژی‌های تحریک‌آمیز خود را از طریق آن انتشار می‌دادند.

با پایان‌یافتن جنگ، برخی‌از دادائیست‌ها به برلین و برخی به پاریس رفتند. دادائیست‌های برلین ـ جورج گروس، ماکس ارنست، هاناهوخ، رائول هوسمن، جان‌هرتسفیلد و کورت‌شوایترز ـ بیانیه‌هایی منتشر کردند که نقش مهمی در آثار گرافیک تجربی (تصویر ۱۳)، از جمله تکنیک جدید *فتومونتاژ* ایفاد کرد. (تصویر ۱٤)

دادائیست‌های پاریس، شامل تزارا، پیکابیا، مارسل دوشان و آندره برتون شاعر، در طراحی حروف دست به تجربیاتی‌زدند، بیانیه‌ها و مجلاتی‌منتشرکردند و نمایش‌های دادائیستی تحریک‌آمیزی به صحنه بردند.

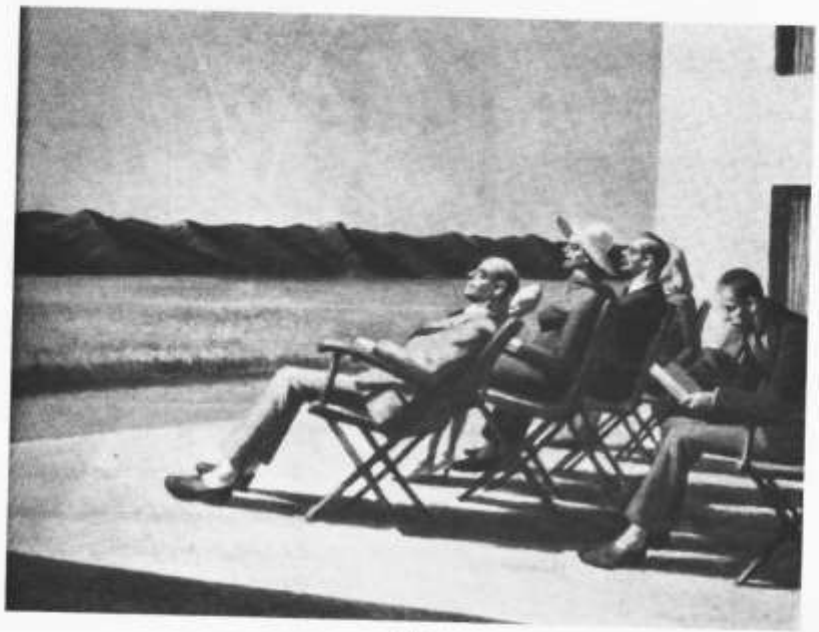
جنبش‌های امریکایی. در آغاز سدهٔ بیستم مردم امریکا رفته‌رفته هنر جدید اروپایی را پذیرا شدند. در واقع آنان تازه با امپرسیونیسم مواجه می‌شدند.

جسورترین هنرمندان امریکایی در سال ۱۹۰۸م موسوم به گروه هشت بودند. این گروه متشکل از رابرت هنری، جان اسلون (تصویر۱۶)، ویلیام‌لاکنز، جورج لوکز، اورت شین، آرتور آر. دیویز، موریس پرندرگست و ارنست لاسون بودند. گروه هشت به منظور اعتراض به سیاست‌های نمایشگاهی بازدارندهٔ آکادمی ملی طراحی شکل گرفت و ترجیح داد که صحنه‌هایی از زندگی معاصر امریکا را متداول و نامتداول نقاشی کند.

بعدها هنرمندان دیگری نظیر جورج بلوز، ادوارد هوپر (تصویر ۱۷) و راکول کنت خصوصیاتی از گروه هشت اصلی را در کارهای خود نمودار ساختند (تصویر ۱۵). به همهٔ این هنرمندان عنوان اهانت‌آمیز مکتب *زباله‌دان* اختصاص یافت.

در سال۱۹۱۳م درست در زمانی‌که مردم امریکا آمادگی پذیرش گروه هشت را می‌یافتند نمایشگاه بین‌المللی هنر نوین، که اغلب نمایشگاه زرادخانه خوانده می‌شود، هنر آوانگارد اروپایی سزان، ماتیس، پیکاسو، براک، کاندینسکی و دوشان را به مردم امریکا معرفی کرد. گرچه واکنش انتقادی و عمومی نسبت به این نمایشگاه تند و آمیخته به حیرت شدید بود اما آثار ارائه شده الهام‌بخش بسیاری از هنرمندان جوان‌تر امریکایی شد.

۱۶



۱۷

۱۵

۱۵ـ گراوور چوبی با نام *پرندهٔ آبی* اثر راکول کنت متعلق به سال ۱۹۱۹م نمونهٔ اولیه‌ای از کار با رسانه‌ای است که وی برای تصویر سازی کتب می‌پسندید.

۱۶ـ هرچند موضوع اصلی انتخاب شده در تابلوی سال ۱۹۱۲ م جان اسلون با نام *میکدهٔ مک سورلی* بحث برانگیز شد، اما کار او الهام‌بخش هنرمندان جوان برای یافتن قابلیت هنری در صحنه‌های زندگی روزمره گردید.

۱۷ـ ادوارد هوپر هنرمندی واقعگرا بود که در آثار خود حال و هوای تنهایی و انزوا را بیان می‌داشت. در تابلوی سال ۱۹۵۲م *خورشید صبحگاهی* همانند سایر آثار او حالتی از سکون و تنهایی حاکم است.

هنرهای گرافیک

گرچه دو دههٔ نخست سدهٔ بیستم دوران خلاقیت بی‌سابقهٔ هنرهای زیبا بود اما این خلاقیت تأثیر آنی بسیار کمی بر طراحی گرافیک گذارد. این مورد به ویژه دربارهٔ ایالات متحده صدق می‌کرد که طراحان آن قبل از هر چیز به بهبود طراحی کتاب و خلق حروف چاپی بهتر پرداختند. این طراحان کوشش‌های ویلیام موریس و پیروان امریکایی او را ادامه دادند.

۱۸

طراحی گرافیک در آلمان

پیش درآمد جالب مکتب باهاوس دویچر *ورکباند* بود که در سال ۱۹۰۷ م منتقدان طراحی، معماران و نمایندگان صنعت آن را بنیان گذاردند. هرمان موتسیوس، نویسنده، چهرهٔ برجستهٔ دویچر ورکباند بود که نوشته‌هایش در زمینهٔ طراحی به شدت تحت تأثیر جنبش هنرها و پیشه‌های انگلیس بود.

هدف دویچر ورکباند، نزدیک کردن هر چه بیش‌تر هنرها، حرفه‌ها و صنعت به یکدیگر برای تولید محصولات خوش‌طرح و کاربردی‌تر بود. ازجملهٔ اعضای اولیهٔ ورکباند پتر بهرنز و والتر گروپیوس بودند. گروپیوس بعدها در سال ۱۹۱۹م مدرسه‌باهاوس را تأسیس کرد و اصول دویچر ورکباند را به عمل درآورد.

پتر بهرنز فعالیت خود را با طراحی به سبک آرنووُ آغاز کرد. نخستین مسئولیت او مدیریت طراحی شرکت آ.ا.گ عظیم‌ترین تولید کنندهٔ لوازم برقی آلمان بود. او کار خود را با طراحی گرافیک آغاز کرد و بعد به طراحی محصولات پرداخت که همین امر او را در زمرهٔ نخستین طراحان صنعتی قرار می‌دهد. (تصاویر ۱۸ و ۱۹)

پتر بهرنز سپس سمت معمار شرکت آ.ا.گ را گرفت و مسئول طراحی بسیاری از ساختمان‌های این شرکت شد. برخی از معماران برجستهٔ این سده نخستین بار در دفتر کار او آموزش معماری دیدند که از جملهٔ آن‌ها گروپیوس، لودویک میس فن در روهه و لو کوربوزیه بودند.

۱۹

۱۸ـ پتر بهرنز، مدیر طراحی آ. ا گ، بزرگ‌ترین تولید کنندهٔ لوازم برقی آلمان، افزون بر طراحی گرافیک، مسئولیت طراحی تولیدات و طراحی معماری را نیز برعهده داشت.در اینجا طرح جلد بروشور و لوگویی دیده می‌شود که وی آن‌ها را در سال۱۹۰۸ م طراحی کرد.

۱۹ـ بهرنز برای طراحی گرافیک از سوی کارگاه‌های حروف ریزی به همکاری دعوت شد تا حروف چاپ و آرایه‌ها را طراحی کند. در این‌جا تعدادی از حروف قلمی دیده می‌شود که وی آن را در سال۱۹۰۱م با ظاهری عمودی طراحی کرد.

طراحی گرافیک در اتریش

سهم عمدهٔ اتریش در هنرهای گرافیک آثاری است که طراحان جدایی‌طلب وین آفریدند. این مورد را می‌توان در پوسترهای نمایشگاه‌های جدایی‌طلبان و در مجلهٔ آن‌ها *ور ساکروم* (بهار مقدس) مشاهده کرد که از سال ۱۸۹۸ تا ۱۹۰۳ م انتشار یافت.

ور ساکروم نشریه‌ای خوش‌چاپ بود که به آثار گرافیک تجربی امکان ظهور می‌داد (تصویر ۲۲). این مجله در پی وحدت گرافیک و پیوند میان همه عناصر آن از جمله تبلیغات تجاری بود.

نخستین پوسترهای جدایی‌طلبان حاکی از تأثیرپذیری شدید آرنوو بود و پوسترهای بعدی آنان تأثیر مکتب گلاسکو و خصوصیاتی، نظیر هندسی بودن، حروف‌سازی دستی و زمینه‌های رنگی تخت را نشان می‌داد. (تصاویر ۲۰ و ۲۱).

۲۰

۲۱

۲۲

۲۰ـ یکی از منابع اولیهٔ تأثیرپذیری طراحان اتریش، آثار گرافیک مکتب گلاسکو بود که نمونه‌ای از آن در این پوستر، متعلق به سال ۱۸۹۵ م، نمایان است. به کاربرد جالب اسامی طراحان در این پوستر توجه داشته باشید.

۲۱ـ به نظر می‌رسید پوسترهای طراحان جدایی‌طلب وین گرایش به استفاده از حروف چاپی تجربی و گاه ناخوانا دارند، حروفی که شکل‌های سادهٔ بدون سریف تا اشکال پیچیدهٔ آرنوو را دربر می‌گیرد. همان‌گونه که در این پوستر اثر کولومان موسر متعلق به سال ۱۹۰۲م دیده می‌شود، این طراحان قطع‌های کم عرض و کشیده را برای پوستر ترجیح می‌دادند.

۲۲ـ طرح جلد مجلهٔ *ور ساکروم* تأثیر پذیری عمیق از آرنوو را نشان می‌دهد. این نشریه، محل نمایش آثار هنرمندان جدایی‌طلب وین و تجربیات نوید بخش بود.

۲۳

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz
1234567890 &£

۲۴

طراحی گرافیک در انگلستان

چاپخانهٔ کلمسکات متعلق به ویلیام موریس علاقه به چاپ هنری را موجب شد و طراحان دیگر را برانگیخت تا چاپخانه‌هایی خصوصی برای خود دایر کنند. این چاپخانه‌ها گرچه کوچک و دارای تولید محدود بودند اما به دلیل تأکید داشتن بر حروف چاپی هنری، کاغذ مرغوب و کار چاپی عالی بر ناشران و چاپگران تجاری تأثیرگذاردند. ازجمله‌معروف‌ترین چاپخانه‌های خصوصی، داوْز، آشندان، واله (تصویر ۲۳) و اراگنی بودند.

یکی از طراحان مهم حروف چاپی انگلستان ادوارد جانستون استاد خوش نویس و حروف ساز بود. جانستون به نظر می‌آید به خاطر نخستین حروف چاپی بدون سریف مدرنی مشهور است که در سال ۱۹۱۶ م برای راه‌آهن زیرزمینی لندن طراحی کرد. (تصویر۲٤) این حروف موسوم به *حروف راه‌آهن جانستون* تا امروز کاربرد دارند.

جانستون افزون بر این معلمی تأثیرگذار بود که دو طراح حروف چاپی و خوش‌نویس معروف انگلیسی اریک گیل و آلفرد فایربنک از شاگردان اویند. جانستون همچنین مؤلف کتاب پرفروش *نگارش، تذهیب و حروف‌سازی* بود که در سال ۱۹۰٦ م نگاشته شد و هنوز هم تجدید چاپ می‌شود.

۲۳ـ چاپخانه‌های خصوصی انگلیس برخی از هنری‌ترین طرح‌ها و طراحی حروف را پدید آوردند. این چاپخانه‌ها الگویی عالی برای طراحان و چاپگران بودند. در این‌جا نسخهٔ سال ۱۸۹۷ م اشعار مقدس اثر ووگان که در چاپخانهٔ ویل به طبع رسیده دیده می‌شود.

۲٤ـ حروف راه‌آهن جانستون که ادوارد جانستون در سال ۱۹۱٦م برای متروی لندن طراحی کرد، حروف چاپ «واقعی زمان ما» نامیده شد.

طراحی گرافیک در امریکا

سه طراح برجستهٔ امریکایی دانیل برکلی آپدایک، فردریک دابلیو. گودی و بروس راجرز با آرمان‌های ویلیام موریس هم‌سو بودند.

شهرت آپدایک یکی به خاطر طرح چاپ کتاب‌هایی با کیفیت هنری بود که آن‌ها را در چاپخانهٔ خود، مری مونت واقع در خارج شهر بوستون تهیه می‌کرد و دیگر به خاطر پژوهش دو جلدی او با نام *حروف چاپی: تاریخ، شکل و کاربرد آن‌ها* بود.

گودی طراح حروف چاپی پرکاری شناخته می‌شود که حروف چاپی بسیار او از جمله *حروف سبک قدیم گودی* (تصویر۲۷)، *کنرلی*، *دیپ دنه* و *کوپرپلیت گوتیک* تا امروز کاربرد دارند. راجرز طراح حروف چاپی و طراح بین‌المللی موفق و مستقلِ کتاب شناخته می‌شود (تصویر ۲۵). حروف چاپی معروف او با نام *سنتائور* در سال ۱۹۱٤ م طراحی شد. (تصویر ۲٦).

در آغاز سدهٔ بیستم شرکت حروف‌ریزان امریکا تولید و توزیع حروف فلزی ریخته شده یا دستی را تا حد زیادی در دست داشت موریس فولر بنتون طراح اصلی این شرکت مسئول تهیهٔ فهرست بلند بالایی از کتاب‌های عامه‌پسند و حروف‌چاپی نمایشی‌بود. ازجمله معروف‌ترین این حروف می‌توان به *آلترنیت گوتیک*، *برادوی*، *ای تی اف بلمر*، *کلیرفیس*، *کلویستر سبک قدیم*، *فرانکلین گوتیک ای تی اف گارامون*، *هوبو*، *نیوزگوتیک* (تصویر۲۸)و اسیتمای اشاره کرد.

تقریباً در همین زمان، تحولی در لیتوگرافی (چاپ سنگی) صورت گرفت که تأثیری عمیق و دامنه‌دار بر کل صنعت چاپ گذارد. در سال ۱۹۰۵ م، ایرا رابل امریکایی چاپ لیتوگرافی جدیدی را آزمایش کرد که در آن به جای سنگ مسطح، لایهٔ نازکی از روی را جایگزین کرده بود که به دور استوانه‌ای پیچیده می‌شد. به جای آن‌که تصویر مستقیم بر کاغذ چاپ شود، ابتدا بر استوانه‌ای با پوشش لاستیکی انتقال می‌یافت و سپس تصویر بر استوانهٔ سومی که کاغذ را نگه می‌داشت چاپ یا *افست* می‌شد.

از جمله مزایای عمدهٔ لیتوگرافی افست، تهیهٔ آسان‌تر و سرعت افزون‌تر بود. با این حال نیم سدهٔ دیگر لازم بود تا چاپ لیتوگرافی جایگزین چاپ حروفی در فرایند عمدهٔ چاپ شود.

۲۵

Centaur

۲۶

Goudy Old Style

۲۷

Franklin Gotihic

News Gothic

۲۸

۲۵ـ صفحه‌عنوان کتاب *فرا لوکا د پاچیولی* اثر استنلی موریسون که بروس راجرز آن را با حروف‌سازی دستی درست کرده. پاچیولی ریاضی‌دان و اومانیست دوره رنسانس بود که الفبایی بر اساس تناسبات هندسی خلق کرد.

۲٦ـ بروس راجرز حروف سنتائور را در اصل به صورت قلم تیتر برای موزهٔ هنر متروپولیتن در سال۱۹۱٤م طراحی کرد. این طرح مبتنی بر حروف رومن اثر جنسن بود. (بنگرید به صفحه ۷۰)

۲۷ـ حروف چاپی متداول فردریک و. گودی با نام سبک قدیم گودی که در سال۱۹۱۱م ساخته شد و تا امروز نیز کاربردگسترده‌دارد. همان‌گونه که از واژه‌های «سبک قدیم» برمی‌آید، این طرح الهام گرفته از حروف چاپ دورهٔ رنسانس بود.

۲۸ـ دوقلم چاپ معروف اثر موریس فولر بنتون؛ نیوز گوتیک، طراحی شده در سال ۱۹۰۸ م. و فرانکلین گوتیک، طراحی شده در فاصلهٔ سال‌های ۱۹۰۳ تا ۱۹۱۲م. هر دوی این حروف از طریق روزنامه‌ها وطراحان حروف تبلیغاتی رواج یافتند.

صلح در سال ۱۹۲۰ م به اروپا آمد و با خود رکود اقتصادی را نیز به همراه آورد. آلمان در میان کشورهای اروپایی با سخت‌ترین شرایط مواجه بود. تورم فزاینده بیش‌تر شهروندان آلمانی را تهی کیسه کرد. وضع اقتصادی به آرامی رو به بهبود گذاشت و از سال ۱۹۲٤م روند عادی خود را دنبال کرد. اما سقوط وال‌استریت در سال ۱۹۲۹ م ناگاه به این روند پایان داد و بحران بزرگ اقتصادی جهان آغاز شد.

درعالم‌سیاست،ایتالیاوآلمان‌تحت‌سیطرهٔ دیکتاتوری‌های فاشیست بنیتو موسولینی و آدلف هیتلر درآمدند. اسپانیا نیز در سال ۱۹۳٦ م با ظهور *فرانسیسکو* فرانکو با همین وضع مواجه شد.

در اتحاد جماهیر شوروی، یوسیف استالین با حذف رقبای سیاسی خود قدرت خویش را تحکیم بخشید. در این دوره، فاشیست‌ها در جبههٔ راست و کمونیست‌ها در جبههٔ چپ کاپیتالیسم و دموکراسی لیبرال را محکوم کردند.

در دورهٔ دیکتاتوری هیتلر میانگین جمعیت آلمان رفاه مادی،غرور و مفهوم سرنوشت ملی را تجربه کرد زیرا هیتلر درصدد برآمد مناطقی را بازپس گیرد که آلمان طبق معاهدهٔ ورسای از دست داده بود. برخورد بی‌اعتنا و تسلیم‌گونهٔ بریتانیا و فرانسه سبب شد آلمان افزون بر بازپس‌گیری مناطق از دست رفتهٔ خود، کشورهای مستقل اتریش و چکسلواکی را نیز اشغال کند. تنها پس از تجاوز آلمان به خاک لهستان، بریتانیا و فرانسه در سوم سپتامبر ۱۹۳۹ م به این کشور اعلان جنگ دادند و بدین‌سان جنگ جهانی دوم آغاز شد.

در دهه‌های میانی جنگ جهانی، ایالات متحده سیاست خارجی کناره‌گیری و عدم تعهد را دنبال کرد. دههٔ بیست که با شکوفایی اقتصادی، رفاه مادی، حق رأی زنان و خوش‌بینی فزاینده آغاز شده بود، با بحران‌بزرگ اقتصادی، بیکاری انبوه و رکود شدید اقتصادی پایان یافت.

در انتخابات ریاست‌جمهوری سال۱۹۳۲م امریکا، دموکرات‌ها به رهبری فرانکلین دلانو روزولت به قدرت رسیدند. روزلت «معاملهٔ‌جدید» را که یک‌سلسله برنامه‌های اجتماعی بی‌سابقه برای بهبود بخشیدن به اقتصاد بود به اجرا درآورد. جالب این‌جاست که بهبود کامل اقتصادی تنها با وقوع جنگ جهانی دوم و تقاضا برای تسلیحات جنگی حاصل شد.

علی‌رغم چنین اقتصاد پر افت و خیزی، در این دوره سطح زندگی خانوادهٔ امریکایی ارتقای کلی پیدا کرد. برق که اکنون در اغلب منازل موجود بود، با خود استفادهٔ عمومی از لوازم برقی نظیر یخچال، ماشین لباس‌شویی، جاروبرقی، تُستر، رادیو و ضبط صوت را به همراه آورد. با تبلیغات هوشمندانه در روزنامه‌ها و مجلات و وسیلهٔ ارتباط جمعی جدید، رادیو، تقاضا برای خرید این محصولات افزایش یافت. شاید برنامهٔ فروش «امروز بخر، فردا بپرداز» خرید را آسان کرده بود.

بسته‌بندی‌مدرن‌پیدایش سوپرمارکت‌های سلف‌سرویس را ممکن ساخت و به تدریج این فروشگاه‌ها جای بقالی‌های کوچک را گرفتند. سوپرمارکت‌ها نیز به نوبهٔ خود سطح خرید را که تازه تکان خورده بود افزایش دادند و بازار اجناس ملی را رونق بخشیدند.

سینما که تا این زمان صامت بود در سال ۱۹۲۷ م با صدای آل جولسون در فیلم *خوانندهٔ جاز*ناطق شد و یک سال بعد والت‌دیسنی میکی‌ماوس را معرفی کرد. این مقطع دورهٔ قطارهای سراسری، کشتی‌های اقیانوس‌پیما، نخستین هواپیماهای تجاری، و اتومبیل بود که اکنون هر خانوادهٔ متوسطی قدرت خرید آن را داشت.

ابداعات و نوآوری‌های دیگری که موجب افزایش کیفیت زندگی شد، قرص‌های ویتامین، خمیردندان، ابریشم مصنوعی، نایلون، سلفون، و دیگر محصولات ترکیبی بودند.

در عالم ادبیات، ارنست همینگوی و اف. اسکات فیتزجرالد با اقامت در پاریس، تجلی نسل سرگشته شدند. در ایالات متحده،نمایشنامه‌های یوجین اونیل و رمان های ویلیام فاکنر جان تازه‌ای به ادبیات امریکا بخشیدند. جان اشتاین بک تراژدی رکود اقتصادی را در رمان‌های خود ثبت کرد و توماس وولف سعی در به تصویر کشیدن کودکی خود کرد.

باستر کیتون

هنرهای زیبا

دهۀنخست پس از جنگ جهانی اول، دورۀ کناره‌گیری از تجربیات افراطی در هنرها بود. در این زمان هنرمندانی چون پیکاسو به پیکر انسانی از نوع نئوکلاسیک آن رو آوردند و ماتیس و براک بر عناصر تزیینی نقاشی تأکید کردند.

آردکو. سبکی که اکنون اغلب با این نام شناخته می‌شود، دورۀ بین دو جنگ جهانی را زیر نفوذ خود گرفته بود. نام این سبک از نمایشگاه بزرگ سال ۱۹۲۵ م پاریس موسوم به *نمایشگاه بین‌المللی هنرهای تزیینی و صنعتی مدرن* برگرفته شد. (تصویر ۱) هدف این نمایشگاه آن بود که به فرانسه فرصت دهد تا اثبات کند علی‌رغم جنگ همچنان رهبری هنرهای تزیینی و تجملی نظیر مُد، نساجی، مبلمان، سرامیک و هنرهای گرافیک را حفظ کرده است.

آردکو تأثیری آنی بر معماران و طراحان دو سوی اقیانوس اطلس گذارد. این تأثیر را می‌توان در پوسترهای ای .ام کاساندر و ای. مک نایت- کوفر، جلدهای مجلۀ وگ (مُد)، ساختمان‌های چانن و کرایسلر در نیویورک، تالار موسیقی رادیوسیتی، کشتی اقیانوس- پیمای «نورماندی» و در سال ۱۹۳۶ م اتومبیل آیرو دینامیک کرایسلر مشاهده کرد.

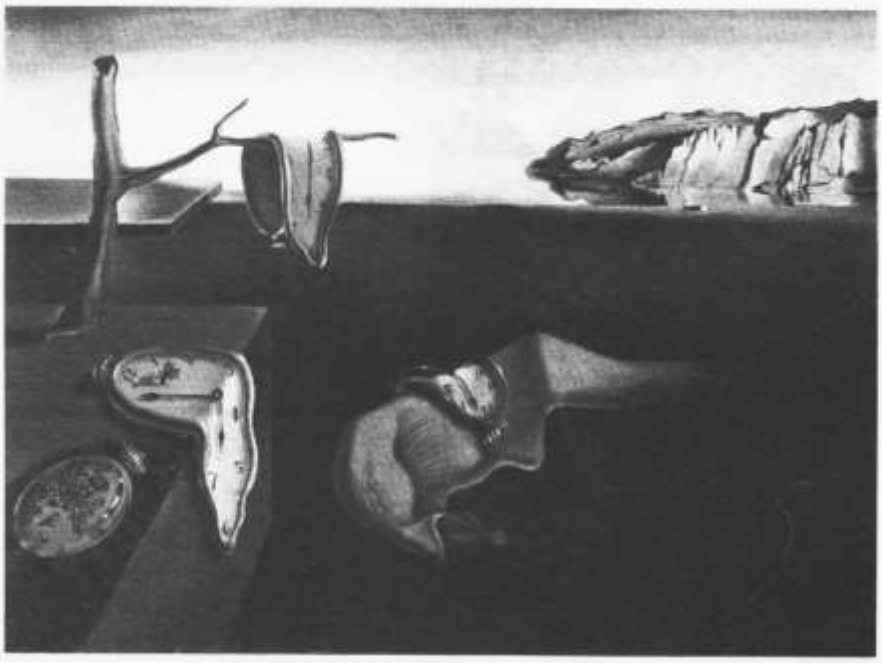
سبک آردکو بر هنرهای مردمی نیز تأثیر گذارد. این تأثیرات را می‌توان در صحنه‌پردازی‌های بازبی برکلی برای تعدادی از اجراهای رقص فرد آستر - جینجر راجرز، در فیلم‌های موزیکال هولیود مشاهده کرد. آردکو با نمایشگاه جهانی سال ۱۹۳۹ م نیویورک به اوج خود رسید و از آن پس تأثیر و نفوذ خود را از دست داد (تصویر ۲).

۱

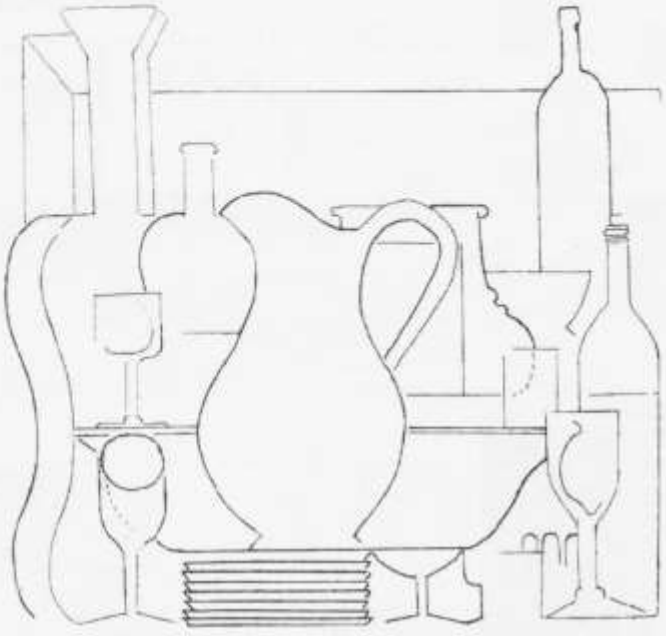
۲

۱- پوستر روبر بونفیلیس برای نمایشگاه ۱۹۲۵ هنرهای تزیینی و صنعتی مدرن پاریس. شیوۀ آردکو نام خود را از نام این نمایشگاه برگرفت.

۲- پوستر نمایشگاه جهانی ۱۹۳۹ نیویورک اثر جوزف بایندر، نشان از پایان دوره آردکو داشت.



۳



۴

سورئالیسم (فرا واقعگرایی). در سال ۱۹۲۳ م، گروه دادائیست‌های پاریس به رهبری آندره برتون شاعر بار دیگر به هم پیوستند و سورئالیست‌ها را شکل دادند. سورئالیست‌ها متأثر از نوشته‌های زیگموند فروید توجه خود را به دنیای رویاگونهٔ ناخودآگاه و تصویرپردازی غیرعقلایی معطوف کردند.

سورئالیست‌ها تأثیری رهایی‌بخش بر طراحان گرافیک دههٔ سی و چهل گذاردند و به آنان امکان دادند تا از طریق نمادها و تصویرپردازی رویاگونه به تمایلات جنسی و دیگر موضوعات ممنوعه بپردازند.

ایده‌های سورئالیستی هنوز هم کاربرد وسیعی در تبلیغات تجاری به ویژه برای مدهای زنانه، عطرها و لوازم آرایشی دارند.

در نقاشی‌های سورئالیستی دو گرایش متفاوت وجود داشت؛ گرایشی به رئالیسم «جادویی» که نمایندگان آن سالوادور دالی (تصویر ۳) رنه مگریت و ایو تانگی بودند و گرایش دیگر که از فرم‌های ارگانیک یا اندام‌وار سود جست و نمایندگان آن خوان میرو، ژان آرپ، آندره ماسون و روبرتو ماتا اکائورن بودند.

مَن ری در عکاسی بدون استفاده از دوربین تصاویری سورئالیستی بر کاغذعکاسی آفرید، این تصاویر «ریوگراف» خوانده می‌شد اما امروزه به «فوتوگرام» موسومند.

پوریسم (ناب گرایی). پوریسم جنبش فرانسوی اوایل دههٔ بیست بود که آغازگران آن لوکُربوزیه (شارل ادوار ژانره) آمده اوزنفان و بعدها فرنان لژه بودند. اهداف پوریسم از بسیاری جهات همانند اهداف داستیل و کانستراکتیویسم بود؛ یعنی خلق هنری برخوردار از نظم، وضوح و عینیت که با عصر ماشین هماهنگ‌باشد (تصویر ٤).

ایدئولوژی پوریسم را لوکربوزیه و اوزنفان در کتاب خود *پس از کوبیسم* و در مجلهٔ خود *لسپریت نوو* (روح جدید) مطرح کردند. این مجله که بین سال‌های ۱۹۲۱ م و ۱۹۲۵ م منتشر می‌شد، خوانندگان بسیاری داشت و بر نسلی از طراحان گرافیک تأثیر گذارد. اوزنفان در سال ۱۹۲۸ م کتاب

۳ـ *دوام خاطره*، نقاشی از سالوادور دالی متعلق به سال ۱۹۳۱م. سورئالیسم دنیای ناخودآگاه را به نقاشی وارد ساخت و فرهنگ تصویر پردازی جدیدی را پدید آورد که طراحان گرافیک آن را به سرعت پذیرا شدند.

٤ـ هدف ناب گرایان (پوریست‌ها) همان‌گونه که در حکاکی سال ۱۹۲٤ م آمده اوزنفان با نام *چیدمان* (Arrangement) دیده می‌شود، نظم بخشیدن به کوبیسم بود.

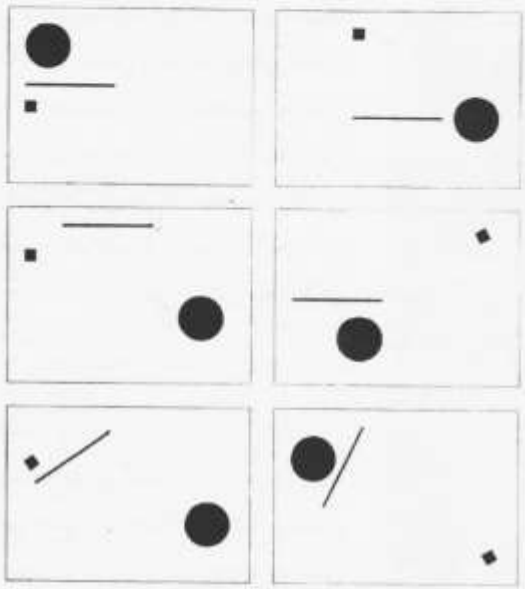
پس از تعطیلی باهاوس اساتید و دانشجویان آن در سراسر اروپا و امریکا پراکنده شدند و فلسفه باهاوس را نیز با خود به همراه بردند. کاندینسکی به پاریس و کله به سوئیس رفت. فاینینگر به موطن خود امریکا بازگشت و آلبرز مدیر گروه هنر کالج «بلک مونتاین» در کارولینای شمالی شد.

والتر گروپیوس و مارسل بروئر در هاروارد به یکدیگر پیوستند و میس فن در روهه رئیس مدرسهٔ معماری در انستیتوی آرمور (انستیتوی تکنولوژی ایلینوی) شد. در سال ۱۹۳۷ م موهولی ناگی برای تأسیس مدرسه جدید باهاوس که اکنون به انستیتوی طراحی موسوم است به شیکاگو دعوت شد. اگرچه باهاوس تنها ۱۵ سال عمر کرد اما فلسفه و روش‌های آموزش آن تأثیر عمده‌ای بر طراحی سدهٔ بیستم گذارد.

یکی از اهداف عمدهٔ باهاوس پیوند میان هنر و صنعت بود. طراحان باهاوس بر این باور بودند که از نظر زیبایی‌شناسی تولیدات ماشینی با تولیدات دست‌ساز برابری می‌کنند. با این حال برای رسیدن به این هدف طراح باید توأمان از آموزش فنی و نظری برخوردار باشد.

دانشجویان باهاوس افزون بر فراگیری اصول سنتی طراحی گرافیک- حروف‌سازی و صفحه‌آرایی -، چگونگی بهره‌گیری از آخرین نوآوری‌های عکاسی، حروف‌چینی و فنون چاپ را نیز فرا می‌گرفتند. گرچه این موارد در مدارس هنر امروز رایج است اما در دههٔ بیست رویکردی کاملاً نو محسوب می‌شد.

افزون بر باهاوس که نقش عمده‌ای در تحول و دگرگونی هنر گرافیک گذارد، افراد بسیار دیگری نیز نقش مهمی در این راه ایفا کردند. برجسته‌ترین این افراد شاید یان تشیچهلد پیام‌آور «طراحی حروف جدید» باشد. تشیچهلد گرچه به عضویت باهاوس در نیامد اما بیش از هر کس دیگری با آثار و نوشته‌های خود بر طراحی حروف مدرن تأثیر گذارد (بنگرید به مطلب سمت چپ).



یان تشیچهلد و طراحی حروف جدید

یان تشیچهلد متولد سال ۱۹۰۳ م در لایپزیک، به مطالعه طراحی کتاب در آکادمی لایپزیک پرداخت. او کمی پس از فعالیت در طراحی گرافیک، ضرورت رویکرد جدید به طراحی حروف را احساس کرد.

طراحی حروف در رویکرد سنتی، بر اصل محوریت حروف چاپی با استفاده از تزیینات برای ایجاد حس فردیت در بخش‌های کار مبتنی بود. این رویکرد به چیزی منجر می‌شد که تشیچهلد آن را سبک طراحی حروف جعبه‌ای یا قالبی می‌خواند، سبکی که به لحاظ بصری فاقد جذابیت بود و پیشاپیش قابل تصور. هدف تشیچهلد آزاد ساختن طراحی از قواعد محدودکننده و در نتیجه آزادی و انعطاف بخشیدن بیش‌تر به طراحان بود.

تشیچهلد بر این باور بود که اطلاعات باید به شکل واضح آرایش یابند زیرا در غیر این صورت مورد توجه قرار نخواهند گرفت. او طراحی حروف «جدید» را پیشنهاد داد که تأثیرشدیدی بر باهاوس و ساختارگرایان باقی نهاد. از جمله اصول عمدهٔ طراحی حروف جدید، آرایش نامتقارن عناصر طراحی بر اساس اهمیت نسبی آن‌ها، رجحان حروف چاپی بدون سریف بر سریف‌دار و کاربرد خلاقه فضای سفید بود. یان تشیچهلد این فلسفه را در کتاب طراحی حروف جدید چاپ سال ۱۹۲۸ م و چاپ سال ۱۹۳۵ م جمع‌بندی کرد.

تشیچهلد در سال ۱۹۳۳ م تحت تعقیب نیروهای نازی قرار گرفت و ناچار به باسل در سوئیس گریخت و فعالیت خود را در آن‌جا ادامه داد. او از سال ۱۹۴۷ م به مدت دو سال در لندن به فعالیت پرداخت و بر طراحی مجدد کتب پنگوئن نظارت کرد. وی گرچه در جوانی عقایدی انقلابی را مطرح ساخت اما بعدها راه اعتدال در پیش گرفت و در زمان مرگ خود در سال ۱۹۷۲ م طراحی حروف متقارن و نامتقارن و نیز حروف چاپی سریف‌دار را پذیرا شد.

aaaabbbbbcddefgghijklm
nooopppqqrrfstuvwxxyz

طرح اولیه فوتورا

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrfstuvwxyz

طرح نهایی فوتورا

شکوفایی حروف چاپی بدون سریف

گرچه حروف چاپی بدون سریف در سدهٔ نوزدهم وجود داشتند، اما نقش آن‌ها بیش‌تر منحصر به تبلیغات نمایشی بود. در سدهٔ بیستم حروف چاپی بدون سریف به واسطه کوشش‌های هنرمندان و طراحان پیشروی آلمان، هلند و روسیه حروف چاپی متن شناخته شدند.

طراحان آلمان از حروف سیاه ـ قلم متن سنتی خود از زمان گوتنبرگ به بعد ـ خسته شده بودند. این حروف تداعی‌ارزش‌ها و سنت‌های منسوخ قیصر شکست‌خوردهٔ آلمان بود. آنان در پی شکل حروف جدیدی بودند که گذشته را به گونه‌ای نمادین مردود شمارد و حس مدرنیسم سدهٔ بیستم را بیان کند. به نظر می‌رسید از میان گزینه‌هایی که مورد بررسی قرار گرفت، حروف بدون سریف به‌جای حروف سریف‌دار رومن به طور کامل پذیرفته شد و شکلی از حروف خوانا و کاربردی دانسته شد.

حروف بدون سریف در آلمان تازگی نداشتند. این حروف پیش از این کاربرد موقتی در سبکی از حروف متضاد با حروف سیاه یافته بودند. دو نوع حروف بدون سریف مرسوم اگزیدنتز گروتسک و ونوس بودند که اولی در سال ۱۸۹۸ م در حروف‌ریزی برتهلد و دومی در سال ۱۹۱۷ م در حروف‌ریزی استمپل ساخته شدند. پس از این‌ها، حروف اریار را یاکوب اربار و حروف کابل را رودلف کوش در سال‌های دههٔ بیست ارائه کردند.

در امریکا نیز جست‌وجو برای یافتن کاربردهای جدید برای حروف بدون سریف به ویژه در عناوین و نیازمندی‌های روزنامه دنباله شد. شرکت حروف‌ریزان امریکا در سال ۱۹۰۳ م موریس فولر بنتون را برای طراحی حروف فرانکلین گوتیک و آلترنیت گوتیک به خدمت گرفت که پنج سال بعد حروف نیوزگوتیک نیز به آن‌ها افزوده شد.

شاید تأثیرگذارترین طرح حروف بدون سریف منفرد سدهٔ بیستم، فوتورا باشد که پل رنر آن را در سال ۱۹۲۷ م برای حروف ریزی بوئر ساخت. فوتورا در اصل حروف چاپی کاملاً هندسی بود و بدین منظور طراحی شد که بتوان آن را با خط‌کش تی، گونیا و پرگار ترسیم کرد. هر چند طرح اولیه این حروف ناموفق از کار درآمد اما پس از جرح و تعدیل پذیرفته شد و قالب‌ریزی گردید. فوتورا عاقبت در انواع کاملی از اندازه‌ها، عرض‌ها و وزن‌ها به دو شیوهٔ رومن و ایتالیک ارائه شد.

فوتورا در دههٔ سی به حروف بدون سریف انتخابی طراحان تبدیل شد. این حروف با انواع حروف چاپی مورد تقلید قرار گرفت. فوتورا اولین حروف بدون سریف بود که کاربرد متنی و نمایشی موفقی در آگهی‌ها، کاتالوگ‌ها، پوسترها و حتی برخی از کتب یافت. پذیرش همگانی فوتورا زمینه را برای طراحی حروف چاپی بدون سریف دیگر، نظیر گیل سانس، هلوتیکا و یونیورس فراهم کرد.

مونتاژ عکس (فوتومونتاژ)

در دههٔ بیست، جورج گروس، رائول هوسمن و جان هارتفیلد، هنرمندان دادائیست، نخستین بار دریافتند تصاویر عکاسی نیز همان‌گونه که هنرمندان کوبیست عناصر تصویری را در کلاژهای خود کنار هم قرار می‌دهند، قابل دستکاری است. آن‌ها دریافتند ترکیب دو یا چند تصویر عکاسی هنگامی که اندازه و جای آن‌ها تغییر داده شود، می‌تواند واقعیت جدیدی بیافریند. این تکنیک ترکیب تصاویر عکاسی، موسوم به فوتومونتاژ، به ابزار اصلی طراحی گرافیک معاصر تبدیل شده است

گرچه جورج گروس در اندک زمانی فوتومونتاژ، این وسیلهٔ بیان هنری، را کنار گذاشت اما جان هارتفیلد(ملقب به هلموت هرتسفلید) کاربرد کامل قابلیت‌های این تکنیک را به لحاظ هنری و تجاری دنبال کرد. هارتفیلد پس از فعالیت دادائیستی کوتاه خود، با کاربرد مؤثر فوتومونتاژ در طول فعالیتش به طراح گرافیک موفقی تبدیل شد. توانمندترین مونتاژهای عکس هارتفیلد، بیانیه‌های اواخر دههٔ بیست و اوایل دههٔ سی او بودند که هیتلر و ظهور حزب نازی را محکوم می‌کردند. همین حملات شدید، در نهایت او را ناگزیر به ترک آلمان و اقامت در انگلستان در سال‌های جنگ کرد. هارتفیلد در سال ۱۹۵۰م به آلمان بازگشت و کار طراحی گرافیک را تا زمان مرگ خود در سال ۱۹۶۸ م ادامه داد.

طراحی گرافیک در اتحاد شوروی

شماری از کنستراکتیویست‌های برجستهٔ روس در اوایل دههٔ بیست در تلاش برای پیشبرد مقاصد انقلاب در داخل و خارج توانایی‌های خود را صرف آفرینش پوستر، کتاب، مجله و نمایشگاه کردند.

کارهای گرافیک این هنرمندان طراح مبتنی بر اصول کنستراکتیویستی، یعنی نظم و سادگی هندسی و ایده‌هایی بود که از د استیل و طراحی حروف جدید وام گرفته بودند.

مشخصهٔ کارهای گرافیک این دورهٔ شوروی صفحه‌آرایی‌های به شدت نامتقارن، استفادهٔ پویا از فضای سفید، خط‌کشی‌های قراوان، عکس‌های روشن و واضح، حروف بدون سریف و فتومونتاژ بود. رنگ سرخ نیز در اغلب این کارها دومین رنگ محسوب می‌شد.

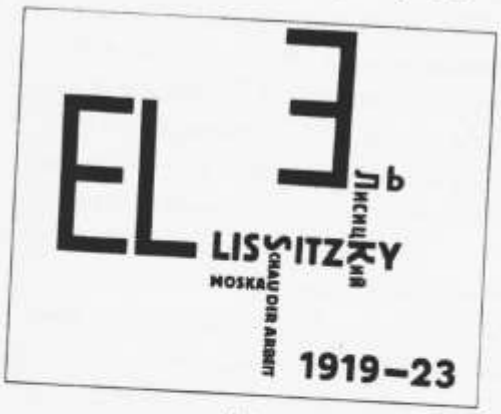
ال لیسیتسکی، الکساندر رودچنکو و ولادیمیر تاتلین از جمله طراحان کنستراکتیویست متنفذتر این دوره به‌حساب می‌آمدند. (تصاویر ۱۰، ۱۱، ۱۲ و ۱۳). لیسیتسکی در این میان بانفوذتر از دیگران بود و اغلب برای اجرای طرح‌های دولتی به غرب فرستاده می‌شد.

لیسیتسکی افزون بر این با هنرمندانی چون کورت شوایترز، تئو وان دوزبرگ و ژان آرپ در آلمان همکاری‌کرد. او همچنین بر یان تشیچهلد، لازلیو موهولی ناگی و از طریق فرد اخیر بر باهاوس تأثیر گذارد.

۱۰

۱۱

۱۲



۱۳

۱۰ـ الکساندر رودچنکو با به‌کارگیری حروف چاپی در عکس پرسنلی اوزیپ بریک، شاعر و منتقد ادبی، آن را هرچه پرقدرت‌تر ساخت.

۱۱ـ صفحه آرایی ال لیسیتسکی متعلق به سال ۱۹۲۵ م که درآن از حروف بدون سریف و خط کش‌ها برای تقسیم صفحه به سه ستون جهت درج مطالب سه زبانه بهره برده است.

۱۲ـ ال لیسیتسکی در طرح جلدی ساختار گرایانه در سال ۱۹۲۷م برای یک مجلهٔ معماری ازحروف چاپ به منظور تکمیل کنش دست و پرگار بهره برد.

۱۳ـ طرح جلدی از ال لیسیتسکی که عناوین روسی و آلمانی را در یکدیگر تلفیق کرده تا ترکیب تایپوگرافیک پویایی را پدید آورد.

طراحی گرافیک در هلند

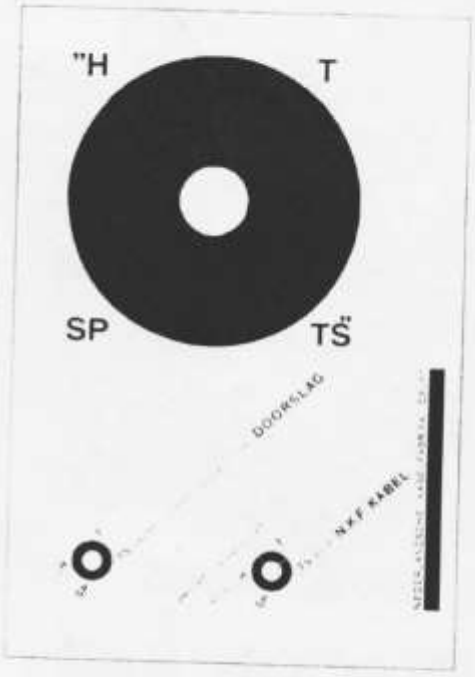
در کنار آلمان، که در صف اول طراحی حروف جدید قرار داشت، هلند نیز نقش خود را در این زمینه ایفا کرد. طراحان مختلف هلند نخستین‌بار در مجلهٔ *داستیل* ایده‌های خود را در زمینهٔ طراحی گرافیک انتشار دادند. بارت وان در لک در زمان سردبیری تئو وان دوزبرگ بر این مجله خط‌کشی‌های فراوان را در صفحه‌آرایی وارد کرد و ویلموس هازار از حروف بدون سریف و صفحه‌آرایی‌های نامتعارف و در بیش‌تر موارد با زمینهٔ شطرنجی استفاده کرد.

ال لیسیتسکی در اوایل دههٔ بیست برای طراحی یک شماره از همین مجله به هلند دعوت شد و اصول کنستراکتیویستی خود را ارائه داد.

پیت زوارت، اچ. ان. ورکمن و جان وان کریمپن سه طراح برجستهٔ دیگر هلند بودند. پیت زوارت که در آغاز طراح مبل و دستیار طراح معمار بود در سی و شش سالگی طراحی گرافیک را پیشهٔ خود کرد (تصاویر ۱۴ و ۱۵). کارهای او که از د استیل و دادائیست‌ها تأثیر پذیرفته بودند، کاملاً از بند قواعد طراحی حروف آزاد شده بود.

اچ. ان. ورکمن که اصلاً چاپ‌گر بود، ترکیب‌بندی‌های نامتقارن را مستقیم بر سینی ماشین چاپ خود تجربه کرد و از حروف چاپی، خط‌کشی‌ها و وسایل چاپ چوبی بهره گرفت (تصویر ۱۶). او در سال ۱۹۲۳ م مجلهٔ کوچکی به نام د *نکست کال* (فراخوان بعدی) را منتشر کرد و بسیاری از تجربیات خود را در آن به نمایش گذارد.

سومین چهرهٔ مهم طراحی گرافیک هلند جان وان کریمپن، طراح برجستهٔ حروف چاپی این کشور و طراح اصلی کارگاه حروف ریزی (ریخته‌گری) انشد در هارلم بود. وان کریمپن در سال ۱۹۲۴ م حروف *لوتتیا* را طراحی کرد که از حروف متداول چاپ کتاب است.



۱۴

۱۵

۱۶

۱۴ـ آگهی تایپوگرافیک پیت زوارت متعلق به سال ۱۹۲۶ م که لوگوی *هات اسپاتس* را تکرار می‌کند تا تقابل و توجه بصری ایجاد کند. این آگهی بازتاب تأثیرپذیری عمیق از فلسفه‌های د استیل و ساختارگرایی است.

۱۵ـ نشانهٔ شخصی پیت زوارت جناسی تصویری با نام خود او. زوارت به دانمارکی به معنی سیاه است.

۱۶ـ طرح جلد آخرین شماره *نکست کال* با طراحی اچ. ان. ورکمان، چاپ‌گری که از کار با حروف و آرایه‌های چوبی لذت می‌برد.

طراحی گرافیک در فرانسه

چهرهٔ برجسته طراحی گرافیک فرانسه، ای. ام. کاساندر بود که شیوهٔ آردکو را در طراحی گرافیک معرفی کرد. کاساندر با نام واقعی آدولف ژان ماری مورون در سال ۱۹۰۱ م در اکراین زاده شد و در جوانی به پاریس رفت و به تحصیل هنرهای زیبا در مدرسه هنرهای زیبای این شهر پرداخت.

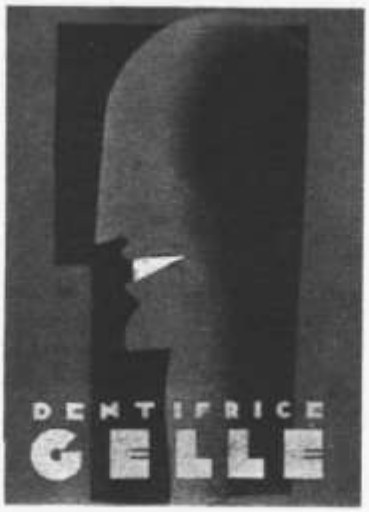
کاساندر برای تأمین مخارج خود در شرکت هاشار و شرکا، شرکت چاپگر لیتوگرافی، کار طراحی را آغاز کرد و فنون تجاری تهیهٔ پوستر را در همان شرکت فراگرفت. او نخستین پوستر مهم خود را در سال ۱۹۲۳ م تهیه کرد. پوسترهای کاساندر به شدت از کوبیست‌های تحلیلی و پوریست‌ها متأثرند (تصویر ۱۸).

کاساندر در سال ۱۹۲۷ م به ایالات متحده رفت و در آن‌جا برای مجلهٔ *هارپرز بازار*، شرکت کنتینر امریکا و برای ان. دبلیو. آیر به کار پرداخت. او در سال ۱۹۳۹ م به فرانسه بازگشت و سال‌های باقی‌ماندهٔ عمر خود را پیش از هر چیز صرف چاپ، تئاتر و طراحی باله کرد.

کاساندر افزون بر شهرت پوسترسازی خود، طراح چند نوع حروف چاپی نیز بود که متداول‌ترین آن‌ها حروف بیه‌نو است.

دو طراح دیگر فرانسه که به خاطر پوسترهای خود شهرت داشتند، پل کولین و ژان کارلو بودند. کولین که آموزش چاپ‌گری دیده بود، فعالیت خود را در سال ۱۹۲۵م آغاز کرد، زمانی که تئاتر شانزه‌لیزه او را برای تهیهٔ پوستر و طراحی صحنه به همکاری فراخواند. وی در آن‌جا تعداد کثیری پوستر بیش‌تر برای چهره‌های تئاتری و سرگرمی‌ساز تهیه‌کرد (تصویر۱۹).

کارلو در سال ۱۹۰۱ م زاده شد. او به تحصیل معماری پرداخت اما از بد حادثه بازوی راست خود را از دست داد. در دوران نقاهت خود نقاشی را با دست چپ فراگرفت و توانست به یکی از طراحان مهم



۱۷

۱۸

۱۹

۱۷ـ ژان کارلو در پوستر سال ۱۹۲۷م خود که تبلیغ خمیر دندان معروف دنتیفریس ژل است، سر را به شیوهٔ پوریستی به حداقل عناصر بصری تقلیل داده و توجه بیننده را به دندان‌های سفید درخشان معطوف کرده است.

۱۸ـ ای. ام. کاساندر یکی از هنرمندان مطرح پوسترسدهٔ بیستم بود. پوستر سال ۱۹۳۲م او با نام *wagon-bar* عناصری از کوبیسم، پوریسم و فتو مونتاژ را در خود نهفته دارد. در بالا سمت راست، متداول‌ترین حروف چاپی او، با عنوان بیه‌نو دیده می‌شود.

۱۹ـ پوسترهای پل کولین موفقیت دائمی داشت و بازتابی از این فلسفهٔ او بود که پوستر باید «تلگرامی به ذهن» باشد. این فلسفه در پوستر سال ۱۹۲۷ م او با نام *لیزا دانکن* آشکار است.

این دوره تبدیل شود (تصویر۱۷). کارلو در سال ۱۹۴۰م برای کار در نمایشگاه جهانی نیویورک به ایالات متحده رفت و مدت سیزده سال با ادارهٔ اطلاعات جنگ امریکا، شرکت کنتینر امریکا و برخی شرکت‌های دیگر همکاری کرد.

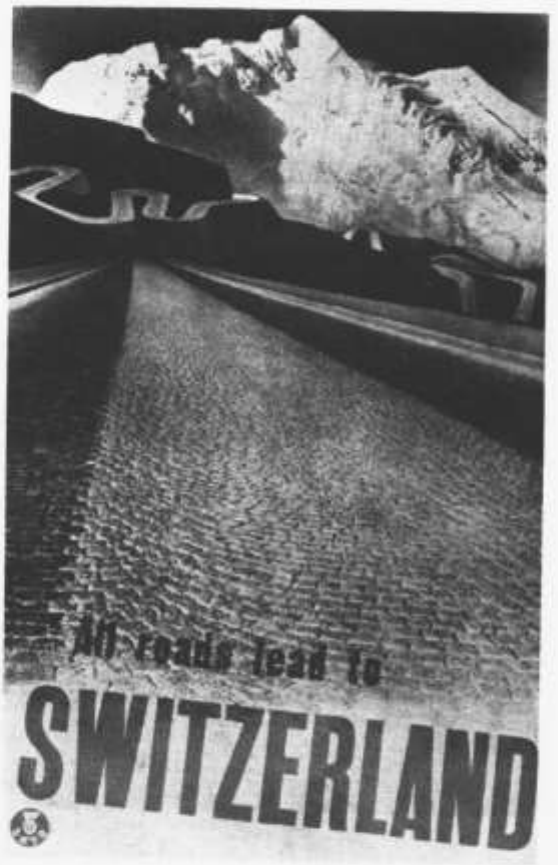
طراحی گرافیک در سوئیس

یکی از طراحان مهم سوئیس‌هربرت ماتر بود که در سال ۱۹۲۸ م به پاریس رفت تا نقاشی را نزد فرنان لژه فراگیرد. ماتر در همان زمان به عکاسی و طراحی حروف علاقه‌مند شد و توانست هنگام کار در کارگاه حروف‌ریزی دبرنی و پیه‌نو در فرانسه به تجربه بپردازد. در همین زمان، ماتر فرصت دستیاری کاساندر را یافت و به این طریق به طراحی پوستر علاقه‌مند شد.

ماتر در بیست و پنج سالگی به سوئیس بازگشت و طراحی پوستر را برای ادارهٔ گردشگری ملی سوئیس آغاز کرد که سبب شهرت بین‌المللی او گردید (تصاویر ۲۰و ۲۱). پوسترهای ماتر بازتاب علاقهٔ او به فتومونتاژ، کلاژ و طراحی حروف است.

ماتر در سال ۱۹۳۶ م به ایالات متحده رفت و برای مجلات *وگ*، *هارپرز بازار* و *فورچون* عکاسی کرد. او در دورهٔ جنگ طراح مستقل شرکت کنتینر امریکا بود و در سال ۱۹۴۰ م نیز همکاری بیست و پنج سالهٔ خود را با شرکت نول در سمت مشاور عکاسی و طراحی آغاز کرد. ماترهمچنین کارهای‌گرافیک مشترکی‌برای راه‌آهن نیوهیون و راه‌آهن بوستون و مایین انجام داد.

طراحان سوئیسی دیگر این دوره ارنست کلر، تئوبالمر، ریچارد پی. لوهز، ماکس هوبر و ماکس بیل بودند. (بنگرید به صفحهٔ ۱۸۷).



۲۰

۲۱

۲۰ـ پوستر سال ۱۹۳۵ م هربرت ماتر برای وزارت گردشگری سوئیس. ماتر در این‌جا با تلفیق سه عکس در یک عکس، به تصویری توانمند دست یافته که نگاه بیننده را به ژرفای این چشم‌انداز می‌کشاند.

۲۱ـ ماتر در این پوستر نیز از فتومونتاژ بهره می‌گیرد تا واقعیت را پررنگ‌تر ساخته و سفر هوایی به سوئیس را هیجان انگیز جلوه دهد.

طراحی گرافیک در ایتالیا

آدریانو اُلیوتی، فرزند بنیان‌گذار شرکت بین‌المللی ماشین تحریر اداری، سنتی را باب کرد که امروزه به پروژه‌های مشترک طراحی موسوم است. وی در سال ۱۹۳۳ م زانتی شاوینسکی، فارغ‌التحصیل باهاوس را برای طراحی گرافیک به‌خدمت گرفت و سه‌سال بعد جیوانی پینتوری را مسئول تحقیق و بررسی همهٔ جنبه‌های طراحی ازجمله‌طراحی گرافیک، طراحی‌تولید و طراحی معماری کرد. (تصاویر ۲۲، ۲۳ و ۲٤) این دو در کنار یکدیگر پوسترهای دیدنی، کارهای گرافیکی مشترک و نخستین‌ماشین‌تحریر «استایلد» را پدیدآوردند.

شاوینسکی در سال ۱۹۳٦م شرکت الیوتی را ترک گفت و به امریکا رفت و در کالج بلک مونتاین در کنار یوزف آلبرز به تدریس پرداخت. پینتوری سی و یک سال در شرکت الیوتی باقی ماند و در طول این زمان این شرکت به خاطر برتری و امتیاز خود در زمینهٔ طراحی گرافیک و طراحی صنعتی به شهرت بین‌المللی رسید.

از جمله شرکت‌های دیگری که از تجربهٔ شرکت الیوتی تأثیر پذیرفتند، شرکت کنتینر امریکا، آی بی ام، نول اینترنشنال، سی بی اس و زیراکس بودند.

۲۳

۲۲

۲۴

۲۲ـ پوستر جووانی پینتوری که به طور کامل از ارقام و شماره‌ها تشکیل شده است و حاکی از گرایش اصلی و مشخص شرکت الیوتی به تولید ماشین حساب‌ها و ماشین‌های حسابرسی اداری است.

۲۳ـ پوستر نا معمول زانتی شاوینسکی متعلق به سال ۱۹۳۵ م که تنها آگهی نوشتهٔ آن، نام الیوتی، تولید کنندهٔ این ماشین تحریر بر روی بدنه آن بود.

۲٤ـ پوستر سال ۱۹۳٤ م زانتی شاوینسکی، تلفیقی از جزئیات درشت نمایی شدهٔ صفحه کلید ماشین تحریر و رسم فنی برای تأکید بر دقت کار این فرآورده شرکت الیوتی است.

طراحی گرافیک در انگلستان

استنلی موریسون چهرهٔ برجسته طراحی گرافیک انگلستان، در سال ۱۹۲۲ م مشاور طراحی حروف شرکت مونوتایپ انگلیس شد. یکی از نخستین کوشش‌های او بهبود کیفیت مجموعهٔ حروف چاپی از طریق به کارگیری حروف جدید و بازسازی حروف قدیمی بود. یکی از موفق‌ترین این حروف تایمز نیو رومن بود که موریسون آن را برای استفادهٔ اختصاصی در مجلهٔ *تایمز* لندن در سال ۱۹۳۰م طراحی کرد(تصویر ۲۵).

استنلی موریسون همچنین سردبیر دفلئورُن نشریهٔ پرنفوذ طراحی حروف انگلیس بود. او مشاور انتشارات دانشگاه کیمبریج و مؤلف *اصول اولیهٔ طراحی حروف* بود.

طراح برجستهٔ انگلیسی این دوره اریک گیل نمونه‌ای از مرد رنسانسی امروز بود که حیطه‌های مختلفی چون مجسمه‌سازی، کتیبه‌سازی، خوش‌نویسی و طراحی حروف چاپی را آزمود (تصویر ۲۶). او با زبان طنز مطالب بسیاری در باب موضوعات یاد شده نوشت و امروزه بیش‌تر به خاطر طراحی سه نوع حروف چاپی متداول خود،پرپچوا، یوانا (یوحنا) و گیل سن سریف، معروف است (تصویر ۲۷).

یکی از نوآورترین طراحان پوستر در انگلستان این دوره ای. مک‌نایت ـ کوفر مهاجر امریکایی بود (تصاویر ۲۸ و ۲۹). از مشهورترین کارهای او مجموعه پوستری برای شرکت حمل و نقل زیرزمینی لندن، شرکت نفت شل و خطوط راه‌آهن بریتانیا بود. مک نایت ـ کوفر با وقوع جنگ جهانی دوم، به امریکا بازگشت و کار خود را در شرکت کنتینر امریکا، هواپیمایی امریکا و روزنامهٔ نیویورک *تایمز* ادامه داد.

۲۵

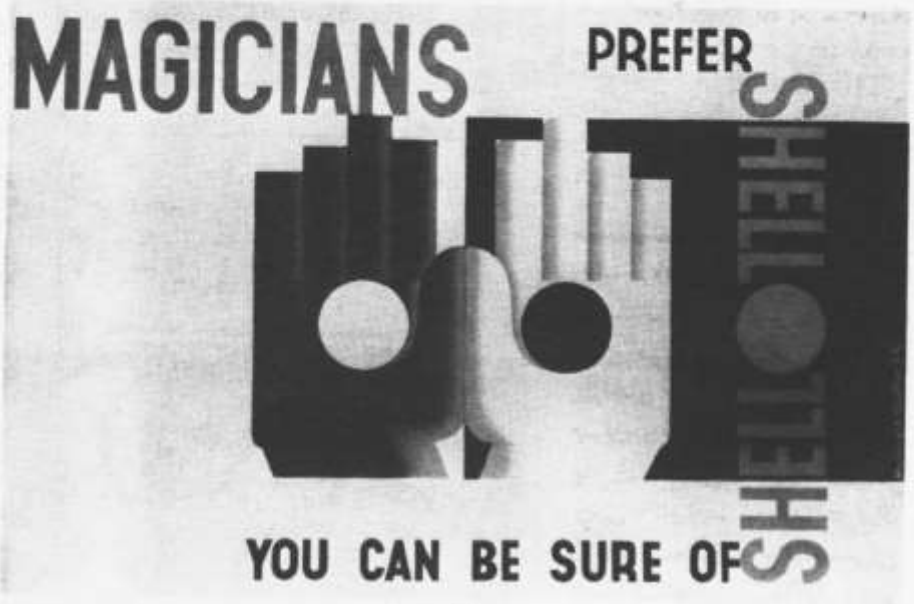
۲۶

۲۵ـ حروفی که استنلی موریسون در سال ۱۹۳۱ م برای استفادهٔ اختصاصی در نشریهٔ *تایمز* لندن طراحی کرد. در زیر این حروف، سرلوحهٔ قدیم و جدید این نشریه به چشم می‌خورد. این حروف چاپی با نام تایمز نیورومن در سال ۱۹۳۲ م به منظور استفاده عمومی به شرکت مونوتایپ واگذار شد و از آن پس به یکی از پرکاربردترین حروف چاپ متن تبدیل شده است.

۲۶ـ صفحه‌ای از انجیل‌های اربعه که اریک گیل در سال ۱۹۳۱ م حروف‌سازی و تصویرسازی کرد. گرچه این کتاب نمونه‌ای از طراحی حروف ظریف انگلیس به شمار می‌رود اما با طرح‌های گرافیک تجربی‌تری که در همین زمان در قارهٔ اروپا کار می‌شد، تفاوت آشکار دارد.

۲۷

۲۷ـ هرچند طرح‌های کتاب اریک گیل سنتی بودند اما طرح‌های حروف او بسیار فراتر از زمانهٔ خود قرار داشتند. گیل سنس حروفی که وی در سال ۱۹۲۹ م برای شرکت مونوتایپ طراحی کرد، به سرعت پذیرفته شد و به یکی از نخستین حروف بدون سریف پرکاربرد انگلستان مبدل شد.



۲۸

۲۹

۲۸ـ مک نایت کوفر در میانهٔ دههٔ سی مجموعه‌ای از پوسترهای به یاد ماندنی برای شرکت نفت شل طراحی کرد که تأثیر شدیدی از کوبیسم و پوریسم پذیرفته بودند.

۲۹ـ پوستر سال ۱۹۳۰ م ادوارد مک نایت کوفر برای متروی لندن بازتاب تأثیرات اروپایی و درک او از هنر مدرن است. در این‌جا وی مفهومی پیچیده را به یک تصویر بصری توانمند تقلیل بخشیده است.

طراحی گرافیک در امریکا

در مجموع گفته می‌شود طراحی گرافیک امریکا در فاصلهٔ دو جنگ جهانی نوآوری خاصی نداشته است. عموم مردم امریکا متوحش از انقلاب روسیه به همهٔ جنبش‌های هنر انقلابی و آوانگارد اروپا خواه در هنرهای زیبا یا هنرهای گرافیک با سوءظن می‌نگریست. به استثنای آردکو، اکثر جنبش‌های اروپایی تأثیر آنی ناچیزی بر طراحی گرافیک امریکا گذاردند. با این حال در دههٔ سی دگرگونی‌هایی پدید آمد و در این زمان گروهی از طراحان پیشرو ایده‌های جدیدی را بر مبنای ایدهٔ هنرهای زیبا در طراحی گرافیک امریکا ارائه دادند.

اکثر این طراحان نوگرا زاده و آموزش‌دیدهٔ اروپا بودند اما در امریکا و به‌ویژه در نیویورک به شهرت رسیدند. این شهر از آن زمان تاکنون مرکز رسانهٔ گرافیک محسوب می‌شود. این طراحان گرچه کار خود را در دههٔ سی آغاز کردند اما سال‌ها پیش از آن، از آوازه و اقبال وسیع عمومی برخوردار بودند. برخی از تأثیرگذارترین این طراحان عبارت‌اند از:

ام. اف. آگا ـ زاده و تعلیم دیدهٔ اروپا در سال ۱۹۲۹ م از سوی کانده ناست ناشر مجلهٔ *وگ* به امریکا دعوت شد و مدیر هنری این مجله شد. آگا اقتصاددان و زبان‌شناس و نیز طراح،عکاس و طراح‌حروف بود (تصاویر ۳۰ و ۳۱). وی از آغاز بر دخالت مدیر هنری در هر مرحله از طراحی و اجرای کار تأکید داشت. آگا یکی‌از پیشروان استفاده از حروف بدون سریف،چاپ تمام رنگ و عکاسی نوآورانه بود. از مشهورترین عکاسانی که به خدمت گرفت، ادوارد اشتایخن، سسیل بیتون، پی. هورمت، جورج هوینینگن هونه و چارلز شیلر بودند. کانده ناست چنان تحت تأثیر مجلهٔ *وگ* قرار گرفته بود که مدیریت هنری دو مجلهٔ دیگر خود *ونیتی فر* و *هاوس اند گاردن* را نیز به آگا واگذار کرد. آگا در سال ۱۹۴۳م به همکاری خود با کانده ناست پایان داد و مشاور مستقل هنرهای گرافیک شد.

۳۰

۳۱

۳۰ـ ام.اف.آگا ، مدیرهنری‌مجله‌وگ بر این عقیده بود که صفحه‌آرایی باید منطقی، خوانا و مجلل باشد. این نگرش در طرح جلدهایی که وی برای مجله *وگ* طراحی یا مدیریت هنری کرد آشکار است.

۳۱ـ دو صفحهٔ پیوسته از یکی از شماره‌های سال ۱۹۳٤م مجله وگ با دو نوآوری؛ یعنی استفاده از حروف بدون سریف و تصاویر بیرون زده از حاشیهٔ صفحه که ام.اف. آگا پیشگام آن‌ها بود.

هربرت بایر در زمان دانشجویی در باهاوس به علاقهٔ خود به طراحی حروف پی برد. بایر در سن بیست‌وپنج سالگی استاد کارگاه طراحی‌حروف باهاوس شد و در آن‌جا افزون بر تدریس، وقت خود را صرف طراحی نشریات باهاوس و حروف چاپی موسوم به «یونیورسال» کرد (تصویر ۳۵). بایر برای تجربهٔ مستقل در سال ۱۹۲۸ م به برلین رفت اما شرایط نامساعد سیاسی او را ناگزیر به ترک این شهر کرد (تصاویر ۳۲، ۳۳ و ۳٤).

بایر در سال۱۹۳۸م به ایالات‌متحده آمد و فعالیت جدید و متفاوت تبلیغات تجاری را نخست در سمت مشاور جی. والتر تامپسون و سپس در سمت مدیرهنری شرکت دورلند اینترنشنال آغاز کرد. بایر همکاری درازمدتی باشرکت‌کنتینر امریکا نخست در سمت‌مشاور طراحی تبلیغاتی به عمل آورد. (تصاویر ۳٦ و ۳۷). او همچنین بانی کنفرانس طراحی آسپن بود که سالیانه در کولورادو برگزار می‌شود.

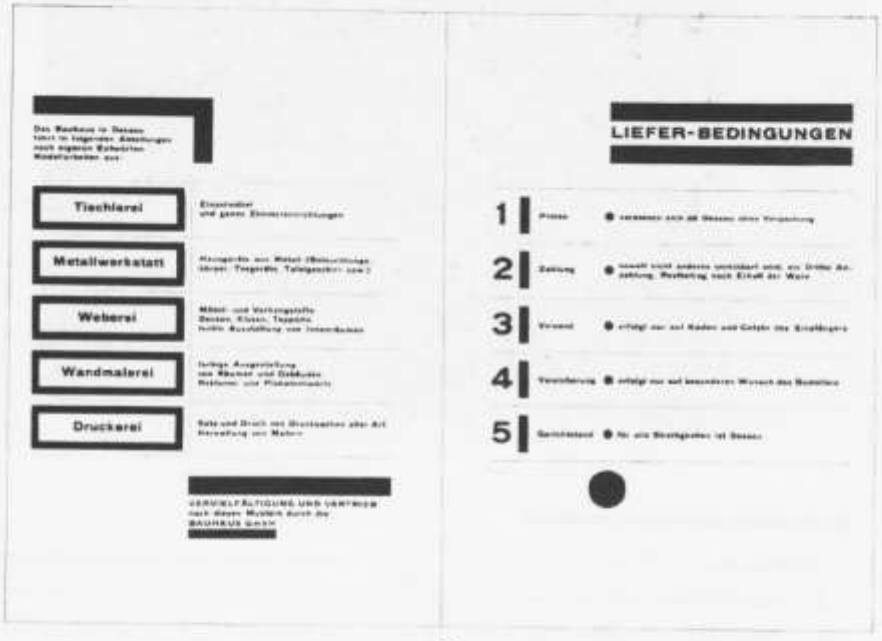
۳۲ـ دو صفحهٔ پیوسته از کاتالوگ سال ۱۹۲۵ م باهاوس که تمایل بایر به‌تایپوگرافی‌جدید را در استفاده‌موثر او از حروف چاپ، خط‌کش‌ها، خانه‌ها، نقطه‌های گلوله‌ای، فضا و جدول بندی نشان می‌دهد.

۳۳ـ عکس طبیعت بی جان برای مجلهٔ *باهاوس* در سال ۱۹۲۸م توهم فتومونتاژ را در بیننده پدید می‌آورد.

۳٤ـ فتو مونتاژ هربرت بایر موسوم به *کلان شهر تنها* که در سال۱۹۳۲م کار شده است و نشان از تأثیرپذیری عمیق سورئالیستی دارد.

۳۵ـ قلم یونیورسال که در سال ۱۹۲۵م بایر آن را طراحی کرد، تجربه‌ای برای ایجاد یک الفبای سان سریف واحد به جای الفباهای حروف کوچک و بزرگ سنتی بود.

۳۳

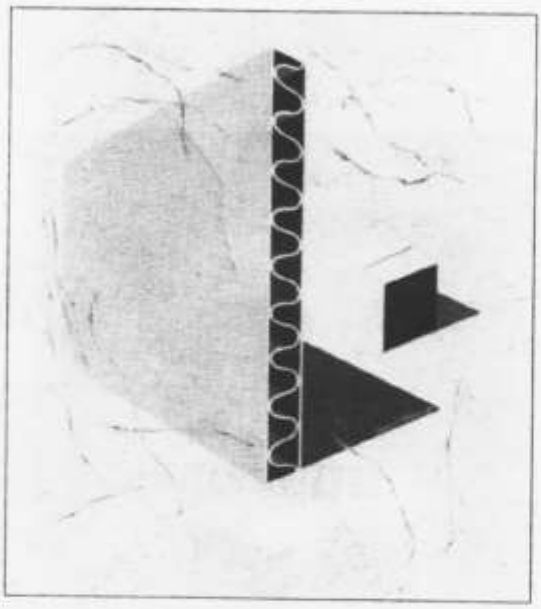


۳۲

۳٤

abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz

۳۵



۳۶

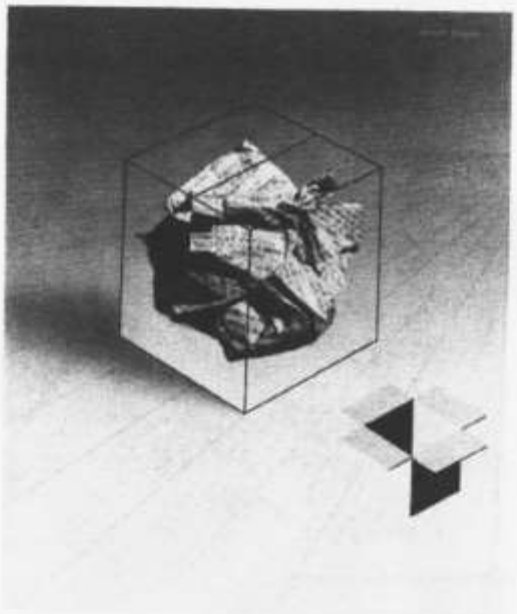
شرکت کنتینر امریکا

شرکت کنتینر امریکا که به اختصار سی‌سی ای شناخته می‌شود،بیش از پنجاه سال پیشگام کاربرد طراحی گرافیک و نقاشی بوده است که اجزای جدایی‌ناپذیری از برنامه‌های این شرکت است.

این رویکرد از سال ۱۹۳۶ م یعنی هنگامی آغاز شد که والتر پیپکه، فرزند مؤسس این شرکت، درصدد برآمد سی‌سی‌ای را از رقبای خود متمایز سازد. یکی از اولین گام‌های او به کارگیری هربرت بایر در سمت مشاور طراحی شرکت بود تا برنامه طراحی جامعی را نظارت کند که نیازمند استعدادهای هنرمندان و طراحان مشهوری چون کاساندر، کپس، لژه، من ری و موهولی‌ناگی بود. از آغاز، سیاست تلفیق متن‌های دقیق آگهی با تصاویر قدرتمند در این شرکت بنا نهاده شد که در نتیجه سی‌سی‌ای شرکتی متهور و ممتاز قلمداد شد.

برنامهٔ سی سی ای در طول جنگ جهانی دوم و در سال‌های پس از جنگ ادامه یافت. یکی از موفق‌ترین برنامه‌های این شرکت مجموعه‌ای با نام اندیشه‌های بزرگ انسان غربی بود که استعدادهای هنرمندان بزرگی چون پل رند، رنه مگریت، ریچارد لیندنر، لئولیونی و جئورجه جیوستی در آن به منصه ظهور رسید. دیوید اگیلوی صاحب‌نظر تبلیغات تجاری معتقد است مجموعهٔ اندیشه‌های بزرگ «بهترین فعالیت منتشر شدهٔ چاپی» بوده است.

اجرای اولین برنامهٔ طراحی هویت شرکتی جدی در امریکا به سی‌سی‌ای نسبت داده می‌شود. افزون بر این، سی‌سی‌ای در تلاش برای تشویق امتیاز و برتری در زمینهٔ طراحی گرافیک، خدمات طراحی را از طریق آزمایشگاه طراحی و مرکز پژوهش و طراحی پیشرفته به مشتریان خویش عرضه داشته است. شرکت کنتینر امریکا در طی سال‌ها به اثبات رسانده است که می‌توان برتری گرافیکی را با موفقیت همراه ساخت.



۳۷

۳۶ـ تصویرسازی متعلق به سال ۱۹۳۹ م با نام *قدرت نهفته در کاه* که برای شرکت سی سی ای کار شده است و استفاده از کاه را به منزلهٔ الیاف جایگزین در ساخت جعبهٔ مقوایی به تصویر می‌کشد.

۳۷ـ بایر در سرنوشت دفتر سررسید کهنه، بازیافت کاغذ باطله و تبدیل آن به جعبه‌های مقوایی موجدار را به گونه گرافیکی به نمایش درآورده است.

لستربیل در سال ۱۹۰۳م در شهر کانزانس زاده شد. او در شیکاگو تحصیل کرد و در رشتهٔ تاریخ هنر درجهٔ دکترا گرفت. بیل در اصل طراح گرافیکی خود آموخته بود. نخستین فعالیت‌های او طراحی نمایشگاه‌ها و نقاشی دیواری برای نمایشگاه جهانی سال ۳٤ـ۱۹۳۳ م شیکاگو با نام «سدهٔ پیشرفت» بود. بیل یک سال بعد استودیوی خود را در شهر نیویورک دایر کرد و در این شهر یک رشته پوستر تحسین‌برانگیز برای برنامهٔ برق‌رسانی روستایی طراحی کرد (تصویر ۳۸).

وی در طول فعالیت خود کارهایی در زمینهٔ طراحی بسته‌بندی، آگهی‌های عمومی،تبلیغات تجاری و طرح‌های هویت شرکتی برای شرکت‌هایی نظیر اینترنشنال پیپر و مارتین ماریتا انجام داد (تصاویر ۳۹ و ٤۰).

۳۸

۳۹

۴۰

۳۸ـ یکی از مجموعه پوسترهایی که لستر بیل در سال ۱۹۳٦ م برای ادارهٔ برق رسانی روستایی طراحی کرد و شناخت او از پوریسم و اصول باهاوس را منعکس می‌سازد.

۳۹ـ لستر بیل گرچه طراح گرافیک خودآموخته‌ای بود اما درکی از سورئالیسم و دادائیسم داشت که در این طرح جلد سال ۱۹۳۷ م او نمایان است.

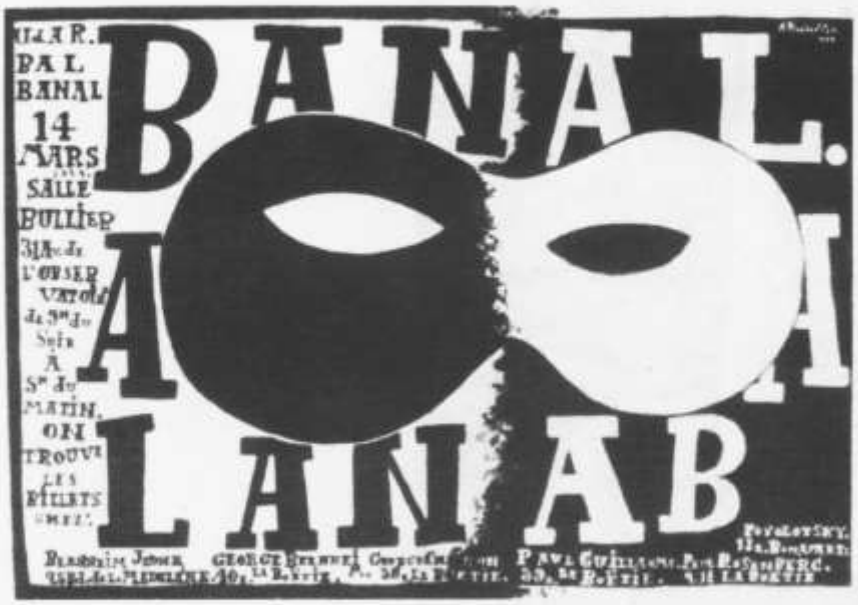
٤۰ـ بیل در این طرح جلد با تلفیق عکس و خطوط همگرا، جلوه‌ای از مفاهیم زمان و مکان را پدید آورده است.

الکسی برودویچ همچون ام. اف. آگا فعالیت خود را از اروپا آغاز کرد. برودویچ در سال ۱۹۳۰ م به ایالات متحده آمد و بخش تبلیغات تجاری مدرسهٔ هنر موزهٔ فیلادلفیا را دایر کرد. او کارهای مستقلی برای کانون آگهی ان. دبلیو آیر و دیگر سفارش‌دهندگان انجام داد (تصویر ٤٢).

در سال ۱۹۳٤ م کارمل اسنو سردبیر هارپرز بازار، برودویچ را متقاعد کرد تا مدیریت هنری این مجله را بپذیرد و او به مدت بیست و پنج سال در این سمت باقی ماند. در طول این سال‌ها برودویچ سطح طراحی گرافیک این نشریه را با عکس‌های نوآورانه، صفحه‌آرایی‌های پویا و طراحی حروف سیاه بالا برد. (تصاویر ٤۳، ٤٤ و ٤٥). بسیاری از صفحاتی که برای این مجله طراحی کرده، بازتاب علاقهٔ او به عکس‌های بزرگ پررنگ، فضای سفید و حروف مدرن بودونی هستند.

برودویچ افزون بر مدیریت هنری هارپرز بازار اعلان‌های عمومی جذابی برای خیابان پنجم ساکز و آی.میلر طراحی کرد. او همچنین در سال ۱۹۵۰ م مجلهٔ پورت فولیو را در قطع بزرگ طراحی کرد. این مجله گرچه موفقیت تجاری نیافت اما اوج نوآوری تجسمی (بصری) بود.

برودویچ در طول فعالیت خود معلمی جذاب و الهام‌بخش بود که از «آزمایشگاه‌های طراحی» او برخی از بهترین طراحان گرافیک و عکاسان امروزی، نظیر ایروینگ پن، ریچارد آودن، نورمن مک‌گراث، آرت کین، هنری ولف و رابرت گیج، بیرون آمدند.



۴۱

۴۲

٤۱ـ آگهی دعوت به بال بنال پاریس در سال ۱۹۲٤ م اثر الکسی برودویچ که نمونه‌ای از توانایی‌های اولیهٔ او برای بزرگ کردن یک رویداد است.
٤۲ـ تصویر سازی به شیوه آردکو به سفارش شرکت مرکب چاپ. یکی از نخستین طرح‌های برودویچ در امریکا.

۴۳

۴۴

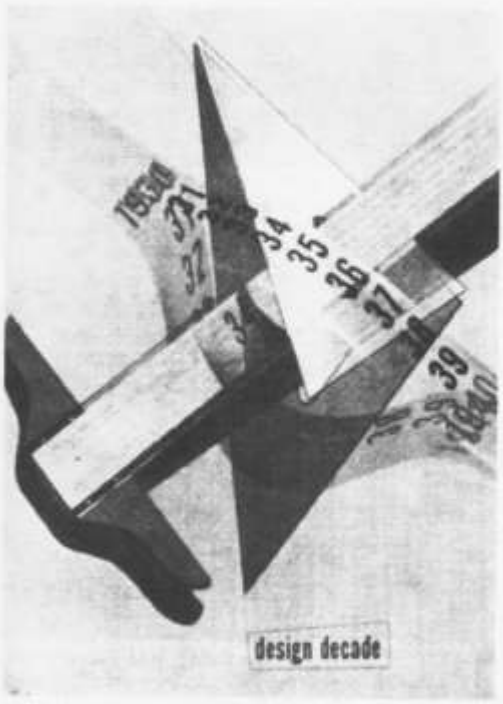
۴۳ـ طرح جلد مجلهٔ *هارپرز بازار*، نمایشگاه جهانی سال ۱۹۳۹ نیویورک را در فضایی سورئالیستی به تصویر کشیده است که در آن هرم و کرهای لهیده تبدیل به ماسکی با دو چشم رازآمیز شدهاند.

۴۴و۴۵ـ برودویچ بخش عمدهٔ فعالیت خود را در سمت مدیر هنری مجلهٔ *هارپرز بازار* سپری کرد. وی در زمان همکاری با این مجله، روشهای جدید تلفیق عکس و حروف چاپ را تجربه کرد. تصویر ۴۴ طرح جلد ساده و شادمانه او را به مناسبت پایان جنگ جهانی اول نشان میدهد.

۴۵

ویل برتین سال ۱۹۰۹ م در کلن آلمان زاده شد و در کلن ورکشوله به تحصیل طراحی حروف و طراحی پرداخت. برتین پس از اتمام تحصیلات خود طراحی گرافیک را تجربه کرد و آن‌گاه در سال ۱۹۳۸ م به ایالات متحده آمد. از جمله فعالیت‌های او در هنگام طراحی آزاد تحول طراحی گرافیک و نمایشگاهی جدید در نیروی هوایی ارتش امریکا بود. برتین پیش از گشایش مجدد دفتر طراحی خود مدت چهار سال مدیر هنری مجلهٔ *فورچون* بود. از جمله سفارش‌دهندگان او شرکت‌هایی، چون شرکت آپ جوهن، یونیون کارباید، ایستمن کداک، مک‌گرا ـ هیل و مؤسسه اسمیت سونین، بودند (تصاویر ٤٦ و ٤٧).

برتین استعداد خاصی در به تصویر کشیدن موضوعات پیچیده‌علمی و فناورانه‌داشت. او نمایشگاه‌های تحسین‌برانگیز بسیاری طراحی کرد که از جدیدترین فناوری، نظیر فیلم، تلویزیون، وسائل سمعی و بصری و هولوگرافی، بهره می‌بردند. برتین همچنین یکی از نخستین مبلغان طرح‌های هویت شرکتی بود.



۴۶

۴۷

٤٦ـ طرح جلد ویل برتین برای مجلهٔ *آرکیتکتورال فارووم* ترکیبی از عکس و تایپوگرافی برای جمع‌بندی یک دهه طراحی است.
٤٧ـ برتین در سمت مدیر هنری اسکوپ، مجلهٔ شرکت آپ‌جون،از این آزادی برخوردار بود که طرح‌های تجربی بسیاری را به انجام رساند.

Lilliput

water within the Precincts of the Palace. But I was a little comforted by a Message from his Majesty, that he would give Orders to the Grand Justiciary for passing my Pardon in Form; which, however, I could not obtain. And I was privately assured, that the Empress conceiving the greatest Abhorrence of what I had done, removed to the most distant Side of the Court, firmly resolved that those Buildings should never be repaired for her Use; and, in the Presence of her chief Confidents, could not forbear vowing Revenge.

CHAPTER VI
OF THE INHABITANTS OF LILLIPUT; THEIR LEARNING, LAWS, AND CUSTOMS. THE MANNER OF EDUCATING THEIR CHILDREN. THE AUTHOR'S WAY OF LIVING IN THAT COUNTRY. HIS VINDICATION OF A GREAT LADY.

ALTHOUGH I intended to leave the Description of this Empire to a particular Treatise, yet in the mean time I am content to gratify the curious Reader with some general ideas. As the common Size of the Natives is somewhat under six Inches, so there is an exact Proportion in all other Animals, as well as Plants and Trees: For Instance, the tallest Horses and Oxen are between four and five Inches in Height, the Sheep an Inch and a half, more or less; their Geese about the Bigness of a Sparrow; and so the several Gradations downwards, till you come to the smallest, which, to my Sight, were almost invisible; but Nature hath adapted the Eyes of the Lilliputians to all Objects proper for their View: They see with great Exactness, but at no great Distance. And to show the Sharpness of their Sight towards Objects that are near, I have been much pleased with observing a Cook pulling a Lark, which was not so large as a common Fly; and a young Girl threading an invisible Needle with invisible Silk. Their tallest Trees are about seven Foot high; I mean some of those in the great Royal Park, the Tops whereof I could but just reach

۴۸

Caledonia

۴۹

ویلیام آدیسون دویگینز طراح کتاب‌های هنری و حروف چاپی و نخستین فردی بود که اصطلاح *طراحی گرافیک* را برای توصیف کار خود به کار برد. دویگینز گرچه از این اصطلاح در دههٔ بیست استفاده کرد اما تنها پس از جنگ جهانی دوم این اصطلاح کاربرد عام یافت.

دویگینز با طراحی کتاب‌های تجاری برای ناشرانی، چون آلفرد ای. ناپف و راندم هاوز، به شهرت رسید و همکاری او با مؤسسه هنرهای گرافیک امریکا موجب ارتقای کیفی تولید کتاب شد (تصاویر ۴۸ و ۵۰). او همچنین طراح حروف چاپی معروفی، چون کالدونیا (تصویر ۴۹)، *الدورادو* و *الکترا* بود.

LAYOUT
in *Advertising*

W. A. DWIGGINS

A splendid desk manual for all copy-writers. It contains an abundance of practical suggestions on advertising layout. The text is copiously illustrated with sketches by the author, who is widely known in the advertising and typographical world.

HARPER & BROTHERS · ESTABLISHED 1817

۵۰

۴۸ـ صفحه‌ای از کتاب *سفرهای گالیور* که دویگینز برای انتشارات پتر پوپر طراحی کرد و با حروف متنی خود او به نام الکترا حروف‌چینی شد و مزین به حروف ترسیمی سرفصل گردید.

۴۹ـ کالدونیا، یکی از رایج ترین قلم‌های کتابی این دوره را دویگینز درسال ۱۹۳۸ م برای شرکت مرگنتالر لاینو تایپ طراحی کرد.

۵۰ـ صفحه‌عنوان با حروف‌سازی دستی،طرحی از دبلیو.ای. دویگینز برای کتاب خود، *صفحه آرایی در تبلیغات*، سال۱۹۲۸م.

جئورجه جیوستی سال ۱۹۰۸ م در میلان زاده شد و در آکادمی سلطنتی هنرهای زیبای همان شهر، به‌ره‌را، به تحصیل‌پرداخت. جیوستی پس از فعالیت در رشتهٔ طراحی گرافیک در میلان تصمیم گرفت استودیوی طراحی خود را در زوریخ دایر کند و در این شهر به مدت هفت سال به انجام کارهای گرافیک عمومی مشغول بود.

جیوستی پس از دیدار از ایالات متحده دعوت هربرت ماتر را برای همکاری در طراحی پاویون سوئیس در نمایشگاه جهانی سال ۱۹۳۹ م نیویورک پذیرفت و برای همیشه در امریکا اقامت گزید. از این زمان، فعالیت جیوستی تنوع و گستردگی وسیعی می‌یابد که از جملهٔ آن‌ها می‌توان به زمینه‌هایی چون نشر، تبلیغات تجاری، بسته‌بندی، کارهای گرافیک مشترک و تصویرسازی اشاره کرد (تصاویر ۵۱، ۵۲ و ۵۳). او همچنین پوسترهایی برای ادارهٔ اطلاعات ایالات متحده طراحی کرد و مشاور طراحی شرکت داروسازی جیگی بود. قدرت طراحی او برگرفته از این باور اوست که نباید تمایزی میان هنرهای زیبا و هنر تجاری قائل شد. او معتقد است هنر با هر هدفی هنر است. او اکنون در دههٔ هفتم عمر خود همچنان در کشف و یافتن روش‌های جدید ارتباط بصری فعال است.

۵۱

۵۲

۵۳

۵۱ـ پوستری دفاعی که جیوستی درسال ۱۹۴۰م به ابتکار مجلهٔ فورچون طراحی کرد و حس پندارگونه وحشت و اضطرار را پدید می‌آورد.

۵۲ـ طرح جلد مجلهٔ فورچون کار جئورجه جیوستی توجه بیننده را به خزانهٔ اسلحهٔ توپ ساحلی امریکا معطوف می‌دارد. این طرح به شیوهٔ نقاشان دقتگرا پرداخت شده است.

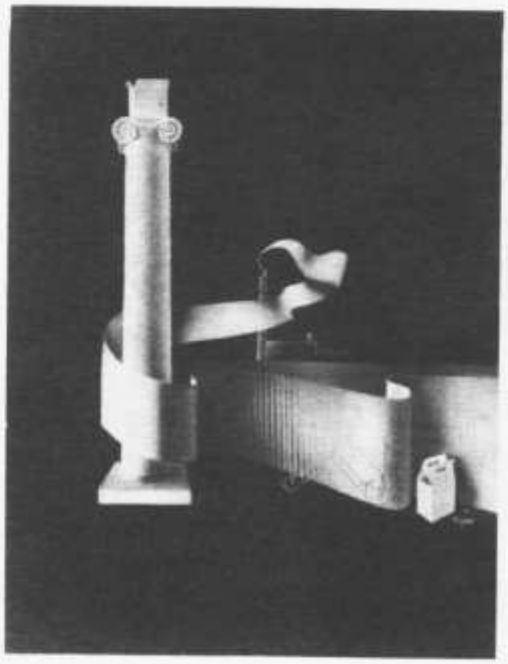
۵۳ـ پوستر جیوستی در مسابقهٔ سال ۱۹۴۲ م موزهٔ هنر مدرن که با کنار هم چیدن هواپیماها، نشانه نیروی هوایی امریکا را در آسمان نقش کرده است.

گیورگی کپس سال ۱۹۰۶م در شهر سیلو در مجارستان زاده شد. کپس که در زمینهٔ چاپ و فیلم‌سازی نیز سررشته داشت، اوایل دههٔ سی فعالیت خود را در طراحی نمایشگاه و طراحی گرافیک در برلین آغاز کرد و با موهولی‌ناگی آشنا شد (تصویر ٥٤).

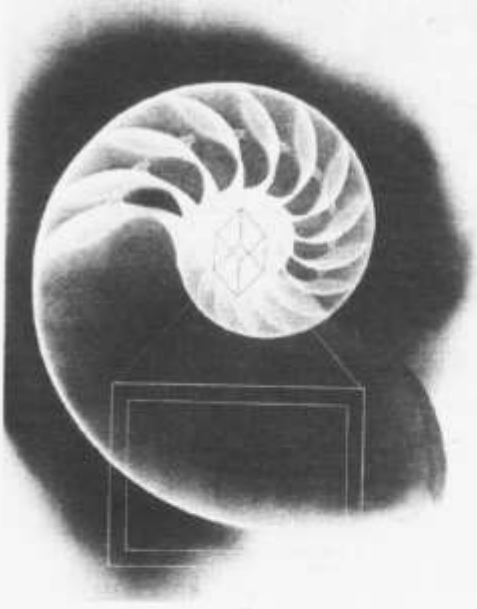
کپس درسال ۱۹۳٦ م برای کار با موهولی ناگی به لندن آمد و این همکاری یک سال بعد نیز تا هنگام مهاجرت این دو به ایالات متحده ادامه یافت. موهولی ناگی که درصدد جذب استاد برای مدرسهٔ جدید باهاوس در شیکاگو بود، کپس را برای مدیریت گروه رنگ و نور این مدرسه به همکاری فراخواند.

کپس در سال۱۹٤٦ م به انستیتوی فناوری ماساچوست رفت و تا سال ۱۹۷٤ م به تدریس پرداخت. او در همین زمان «مرکز مطالعات پیشرفتهٔ تجسمی» را تأسیس کرد. کپس به طور مستقل به طراحی گرافیک ادامه داد و همانند بسیاری از همتایان خود با شرکت کتینر امریکا همکاری کرد. (تصاویر ٥٥ و ٥٦) کپس شاید بیش‌تر به‌خاطر کتاب خود، *زبان تصویر*، مشهور باشد که بیش از هر کتاب دیگر به ترویج فلسفه باهاوس یاری رساند. کپس در ادامهٔ کار خود به نگارش و ویرایش مجموعه کتاب‌های *تصاویر و ارزش‌ها* برای طراحان و معماران رو آورد.

۵۴



۵۵



۵۶

٥٤ـ طرح جلد گئورگی کپس برای *کایه دو آرت* در سال ۱۹۳۷م تلفیق فتوگرام با حروف و عناصر خطی برای ایجاد جلوه‌ای سورئالیستی و آوانگارد است.

٥٥ـ کپس در این کار با نام *مسئولیت*، تصویری سورئالیستی آفریده که درآن دود کارخانهٔ کاغذسازی به نواری از مفوای موجدار تبدیل شده است. ستون یونانی پیش‌زمینه، به برتری محصولات سی‌سی ای اشاره دارد.

٥٦ـ کپس در نوتیلوس متعلق به سال ۱۹۳۷م عکسی از صدف حجره‌دار نوتیلوس را با گواش و اربراش تقویت کرد تا به رابطهٔ میان استحکام صدف‌و محصولات سی سی ای اشاره کند.

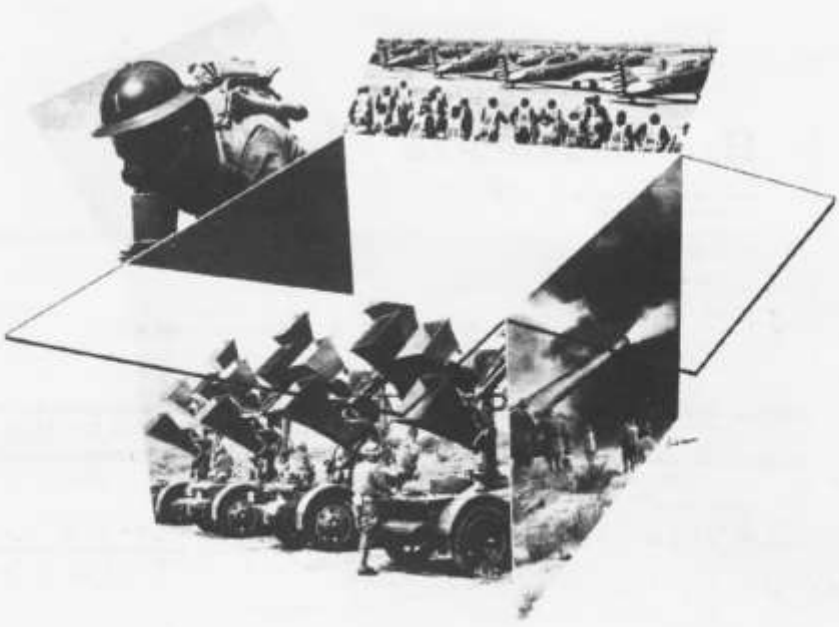
لئو لیونی سال ۱۹۱۰ م در هلند زاده شد. هنگامی که لئو چهارده ساله بود، خانواده‌اش به فیلادلفیا نقل مکان کردند اما این اقامت طولی نکشید و خانوادهٔ او این بار در جنوای ایتالیا اقامت گزیدند. لیونی که در جوانی به نقاشی رو آورده بود، جذب موج دوم فوتوریسم شد. با این حال در زمینهٔ طراحی گرافیک از داستیل و باهاوس تأثیر بیش‌تری پذیرفت.

لیونی پیشهٔ طراحی گرافیک را در میلان آغاز کرد و اعلان‌هایی برای مجلات *داموس* و *کازابلا* طراحی کرد. در میانهٔ دههٔ سی به دلیل افزایش یافتن خطر فاشیسم به فیلادلفیا بازگشت و در این شهر مدیر هنری کانون آگهی ان. دبلیو آیر شد.

لیونی در سال ۱۹۴۷ م در نیویورک اقامت گزید و در این شهر استودیوی خود را افتتاح کرد و مدیر هنری مجلهٔ *فورچون* شد و این سمت را به مدت چهارده سال حفظ کرد. لیونی در این سال‌ها با شرکت‌هایی، چون کنتینر امریکا، الیوتی و موزهٔ هنر مدرن، نیز همکاری کرد. (تصاویر ۵۷ و ۵۸).

لیونی در سال ۱۹۶۰ م در سن پنجاه سالگی از کار خود کناره گرفت و اکنون اوقات خود را در امریکا و ایتالیا می‌گذراند و در ایتالیا به نقاشی، طراحی، تدریس و نگارش کتاب کودک مشغول است.

۵۷



۵۸

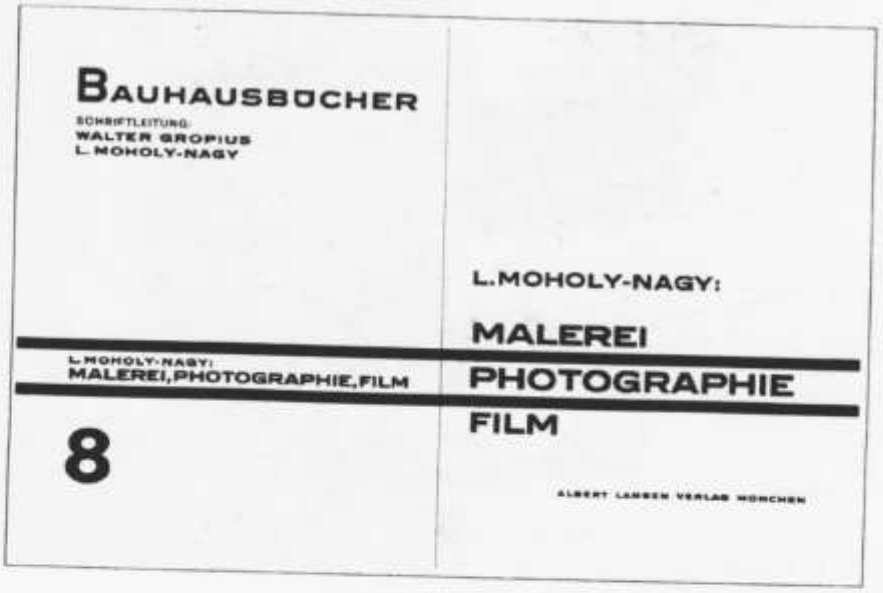
۵۷ـ لئو لیونی با تلفیق دو عکس فتومونتاژی با نام *دکمه را فشار بده* خلق کرد که دربارهٔ مأموریت بمب افکن‌های ب ـ ۱۷است.

۵۸ـ لیونی در این کار به ساده‌ترین شیوه، نقش سی‌سی‌ای را در کوشش‌های جنگی بیان داشته است.

لازلـیو موهولـی ناگی در مجارستان متولد شـد و بـه تحصـیل پرداخـت. او در جـنگ جهانـی اول شـرکت کـرد و مجـروح شـد. گرچه در رشتهٔ حقوق تحصیل کرده بود اما چـیزی نگذشـت کـه تمـام وقـت خـود را مصـروف هـنر کـرد. موهولی ناگی در سال ۱۹۲۳ م بـرای تدریـس چـاپ و طراحـی گرافیک به باهاوس دعوت شد و مدت پنج سال ویراستار طراحی نشریات باهاوس بود. (تصـاویر ۵۹ و ٦۰) موهولـی ناگـی پس از تـرک باهاوس به برلین رفت و در آن‌جا در زمینهٔ طراحـی صحنه و فیلم‌های تجربی به فعالیـت پرداخـت. بـا ظهـور هیتلر آلمان را تـرک گفت و ابتدا به لندن و سپس در سال ۱۹۳۷ م بـه ایـالات مـتحده رفـت و در شـیکاگو مدرسـهٔ جدید باهاوس (انستیتوی طراحـی فعلـی) را تأسـیس کرد و مدیریت ایـن مدرسـه را تـا زمان مرگ خود در سال ۱۹٤٦ م در اختـیار داشت. موهولی ناگی در ٤۱ سـالگی بـر اثـر ابـتلا بـه سـرطان خون درگذشت.

بـزرگ‌تریـن نقـش موهولـی ناگی وارد کـردن فلسـفه باهاوس به امریکا بود که در کتاب *تصویر متحرک* خود آن را تبیین کرده اسـت. گـرچه فعالیـت او بـیش‌تر متکی به آمـوزش بود اما در جای خود توانست آثار چشـمگیر و جذابی برای شرکت‌هایی چون کنتینر امریکا و مجلهٔ فورچون خلق کند.

۵۹



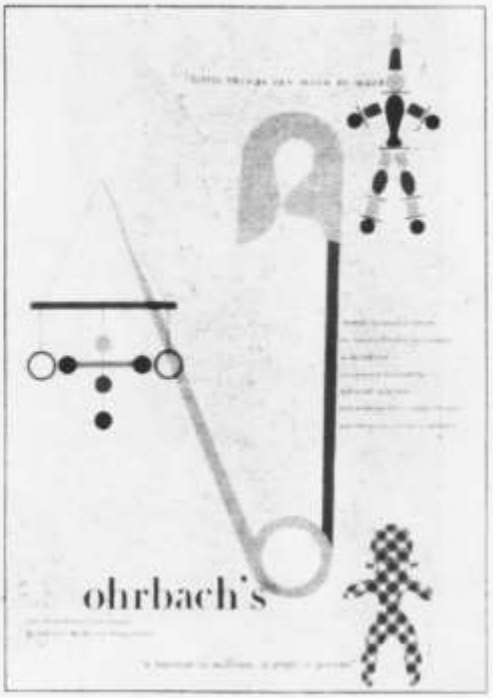
۶۰

۵۹ـ بروشور سال ۱۹۲۳م باهاوس کار لازلیو موهولی ناگی، نشان‌دهندهٔ شناخت او از اصول نهفته طراحی ساختارگرایانه است.

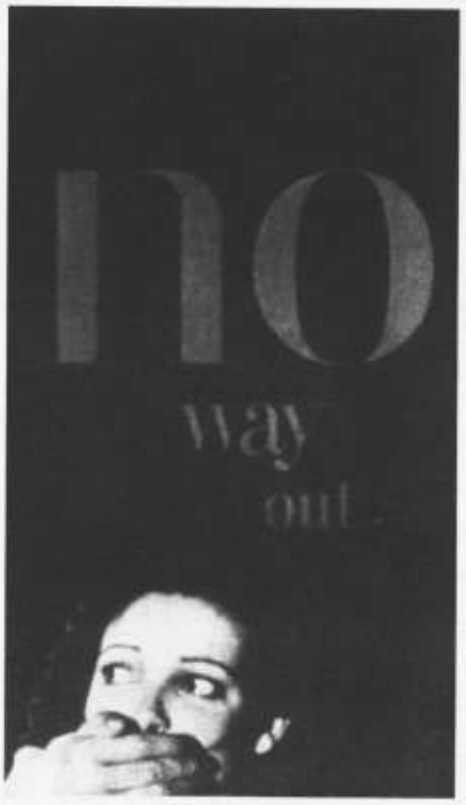
٦۰ـ کتاب نقاشی، عکاسی و فیلم باهاوس که موهولی ناگی آن را در سال ۱۹۲۵ م نگاشت و طراحی کرد.

اریک نیچه سال ۱۹۰۸ م در لوزان سوئیس زاده شد. نیچه مطالعات خود را در همین شهر آغاز کرد و آن را در مونیخ و برلین تکمیل کرد. او در سال ۱۹۲۹ م همکاری خود را با شرکت چاپ ماکسیمیلین وو در پاریس آغاز کرد و سه سال بعد طراح مستقل نشریات مختلف اروپایی شد. نیچه در سال ۱۹۳٤ م به نیویورک رفت و با جنبه‌های بسیار طراحی گرافیک آشنا شد. وی جلدهایی برای مجلات مُد، اعلان‌هایی برای فروشگاه‌های بزرگ و شرکت‌های تبلیغاتی، طرح جلدهایی برای صفحات موسیقی و کتاب و طرح‌های هویت شرکتی مختلفی را طراحی کرد.(تصاویر ٦١، ٦٢ و ٦٣) معروف‌ترین کار نیچه برای شرکت جنرال دینامیکز بود که در سال ۱۹۵۵ م مدیر هنری آن شد.

نیچه که از سال ۱۹٦۰ م توجه خود را تقریباً به طور کامل معطوف طراحی کتاب کرده است، هم اکنون مشغول تکمیل کتاب‌های تاریخ چند جلدی در زمینهٔ علم و موسیقی است. جدیدترین کار او طراحی تعدادی تمبر پستی برای دولت آلمان غربی بوده است.



۶۲



۶۱

۶۳

٦١ـ در این کار تبلیغاتی، حروف، کوچک و کوچک‌تر شده‌اند تا فریادی خفه شده را جلوه‌گر سازند.

٦٢ ـ اریک نیچه در آگهی فروشگاه بزرگ اورباخ تصویر یک سنجاق قفلی معمولی را چنان بزرگ کرد تا آن را به یک عنصر قوی طراحی تبدیل سازد.

٦٣ـ اریک نیچه برای طرح جلد صفحهٔ موسیقی *اپرای کارمن* اثر ژرژ بیزه نوری اسپانیایی را با تصویر درشت چشم زنی تلفیق کرد تا احساس شور و راز را پدید آورد.

پل رند در بروکلین زاده شد و در انستیتوی پرات، مدرسهٔ هنر پارسونز و در مجمع دانشجویان هنر به ریاست جورج گروس تحصیل کرد. رند در نخستین سال‌های فعالیت خود موفقیت‌هایی کسب کرد. او در سال ۱۹۳۷م در سن بیست‌وسه سالگی مدیر هنری مجلات *اسکوایر* و *اپارل آرتز* شد و مجموعه جلدهایی را برای آن‌ها طراحی کرد که اکنون در زمرهٔ جلدهای کلاسیک قرار می‌گیرند.

آثار اولیه رند نشان از نبوغ او در اتخاذ ایده‌های هنر مدرن و استفاده از آن‌ها برای مقاصد گرافیک دارد (تصاویر ٦٤، ٦٥ و ٦٦). رند در سال ۱۹٤۱ م دنیای نشر را ترک گفت و پا به عرصه‌های پر رقابت‌تر تبلیغات تجاری گذارد. وی در سمت‌های مدیر هنری شرکت تبلیغاتی ویلیام اچ. وینتراب، اعلان‌های نوآورانه‌ای برای شرکت‌های کورونت براندی، دوبونت آپرتیف، ال‌پرودوکتو سیگارز و فروشگاه‌های بزرگ اورباخ کار کرد. بسیاری از این اعلان‌ها پیشگامان گرایش به تلفیق طراحی و آگهی نوشته هستند. این تحول تبلیغات تجاری را در سال‌های پس از جنگ دگرگون ساخت.

رند در سال ۱۹٥٤ م شرکت وینتراب را ترک گفت و شرکت ویژهٔ طرح‌های هویت شرکتی را تأسیس کرد. از جمله شرکت‌های بسیاری که از خدمات شرکت رند برخوردار شدند آی. بی. ام، وستینگهاوز، شرکت کامینز انجین، ای. بی. سی و شرکت خدمات بسته‌بندی متحد بودند. رند علی‌رغم مشغله‌های کاری بسیار خود به نگارش و تدریس نیز پرداخت. دو نمونه از تأثیرگذارترین کتاب‌های او در خصوص حرفهٔ طراحی *تأملاتی در باب طراحی* و *پل رند: هنر طراح* هستند. رند با کارها، نوشته‌ها و تعلیمات خود تعلیم‌دهنده و الهام‌بخش نسل‌هایی از طراحان گرافیک ایالات متحده و خارج شد.

بسیاری او را مهم‌ترین و پرنفوذترین طراح تمام دوره‌های امریکا می‌دانند. این عقیده درسال۱۹۸۷م با اعطای جایزهٔ ارتباطات

۶۴

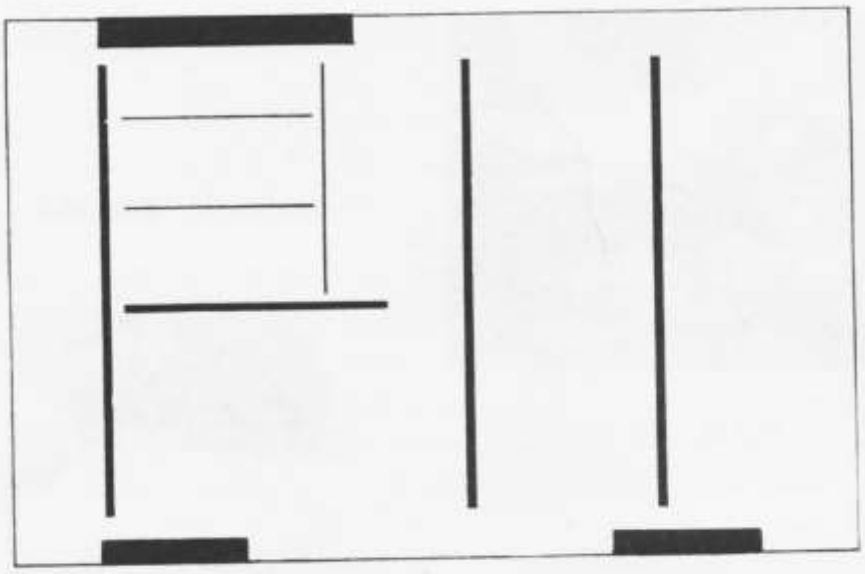
۶۵

۶۶

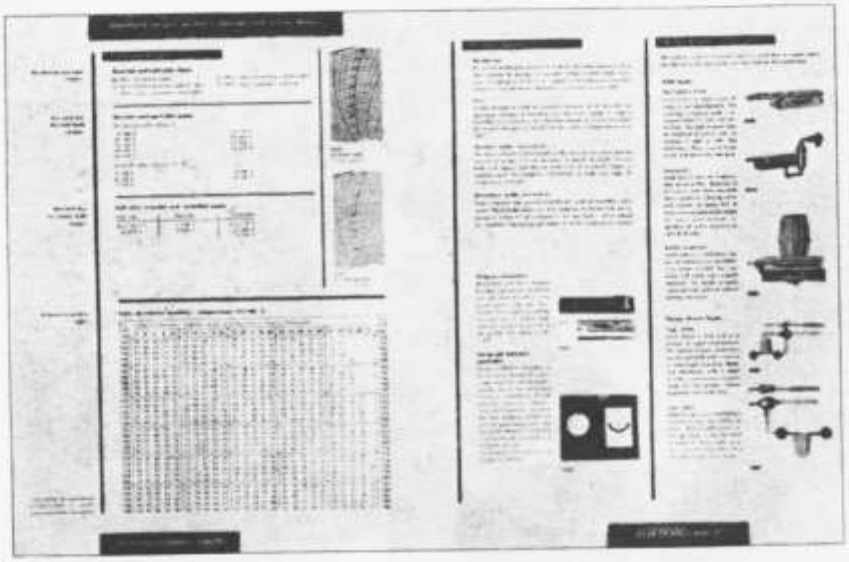
٦٤ـ صفحه‌عنوان بروشور مجلهٔ *اسکوایر* کار پل رند، سال۱۹۳۸م.
٦٥ـ رند در طرح جلد راهنمای دانش‌آموزی نمایشگاه جهانی نیویورک، اشکال هندسی ساده را با حروف ترکیب کرده تا طرحی جاودانه و بدون زمان خلق کند.
٦٦ـ طرح جلد مجلهٔ *دایرکشن* کار پل رند که دید مطایبه آمیز او را به طراحی نشان می‌دهد.

بصری فلورانس (ایتالیا) به وی، که نخستین جایزه در زمینهٔ طراحی گرافیک امریکا بود، مورد تأیید واقع شد.

لادیسلاو سوتنار پیش از آن‌که در سال ۱۹۳۹ م در سن چهل و دو سالگی به امریکا بیاید، از طراحان موفق چکسلواکی به حساب می‌آمد. همزمان با ایامی که او مشغول اجرای طرح‌هایی برای پاویون چک در نمایشگاه جهانی نیویورک بود، نیروهای آلمان به خاک چکسلواکی تجاوز کردند و سوتنار ناگزیر به اقامت در امریکا شد. او از سال ۱۹۴۱م تا سال ۱۹۶۰ م مدیر هنری شرکت خدمات سویتس کاتالوگز بود. در این شرکت استفاده از جدول‌بندی را برای نظام بخشیدن به اطلاعات پیچیدهٔ فنی باب کرد. (تصاویر ۶۷، ۶۸ و ۶۹). کارهای سوتنار در زمینهٔ کتاب، مجله یا محصولات،همگی بازتاب شناخت کامل او از فلسفهٔ باهاوس است. سوتنار همچنین چند کتاب در امریکا در زمینهٔ طراحی نوشت (تصویر ۷۰) و تا زمان مرگ خود در سال ۱۹۷۶ م فعال باقی ماند.

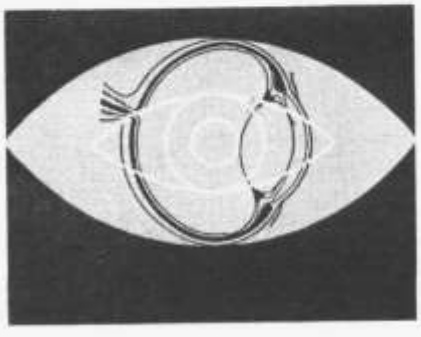


۶۷



۶۸

۶۹



۷۰

۶۷و۶۸و۶۹ـ لادیسلاو سوتنار به منظور نظم بخشیدن به تولیدات و اطلاعات مختلف مورد نیازمعماران وطراحان، جدولی‌برای کاتالوگ‌های موسوم به سویتزفایل (پوشهٔ آسان) پدید آورد. در این‌جا طرح جلد و نمونه‌ای از نحوهٔ به کارگیری یکی از این جداول در یکی از صفحات این کاتالوگ مشاهده می‌شود.

۷۰ـ سوتنار، طراح گرافیک چندکاره، تصویرسازی‌های جالب‌توجه‌بسیاری برای کتبی انجام داد که خود دربارهٔ طراحی نوشته بود.

برادبری تامپسون فارغ‌التحصیل کالج وشبرن در تاپکای کانزاس، یعنی زادگاه خود، کار طراحی و ویراستاری را با سالنامهٔ کالج محل تحصیلش آغاز کرد. او همچنین در همین دوره مهارت‌های نقشه‌کشی خود را توسعه بخشید و با مهندسان عمران در نقشه‌کشی جاده‌ها و پل‌ها همکاری کرد.

تامپسون در سال ۱۹۳۸ م به نیویورک آمد و طراح و ویراستار طراحی مجلهٔ هنرهای گرافیک شرکت خمیر و کاغذ وست ویرجینیا با نام وست‌واکو اینسپیریشن شد. (تصویر ۷۱). از سفارش‌دهندگان دیگر او در این دوره سازمان‌های تجاری و نمایشگاه جهانی نیویورک بود (تصاویر ۷۲ و ۷۳).

آثار برادبری تامپسون افزون بر کسب شهرت بین‌المللی، سطح آگاهی زیبایی‌شناسی طراحان و چاپ‌گران را نیز افزایش داد. او با بیش از سی سال تدریس طراحی در دانشگاه ییل الهام‌بخش دانشجویان بسیاری در سراسر جهان شد. تامپسون در طول این سال‌ها مجلات مهم بسیاری، از جمله *آرت نیوز*، *مادماژل* و *اسمیت سونین* و نیز تمبرهای پستی بی‌شماری برای خدمات پست امریکا طراحی کرد. از جمله جدیدترین کارهای او طراحی انجیل وشبرن بود که تحسین بسیاری را برانگیخت (بنگرید به صفحهٔ ۲۱۲).

۷۱

۷۲

۷۳

۷۱ـ بردبری تامپسون طراح و سردبیر مجلهٔ *وست‌واکو اینسپیریشن* توانست طرح‌های تحسین‌برانگیز بسیاری خلق کند.

۷۲ـ تامپسون در طرح جلد کتاب راهنمای رسمی نمایشگاه جهانی نیویورک، از نمادها برای تأکید برشعار صلح و آزادی جهانی این نمایشگاه بهره می‌گیرد.

۷۳ـ دید فوقانی به سرباز چوبی همراه با حروفسازی سه بعدی و نورپردازی مورب، همگی به منظور ایجاد حالت انتظار جشن در طرح جلدی متعلق‌به کریسمس سال۱۹۳۵م بوده است.

فرانسه در سال ۱۹٤۰ م به اشغال نازی‌ها درآمده بود، انگلستان در شرف اشغال بود و امریکا در تلاش بود تا روند بی‌طرفی مشخصی را دنبال کند. در ژوئن ۱۹٤۱ م، اروپا و افریقای شمالی به اشغال ارتش آلمان درآمده بود و هیتلر برای حمله به اتحاد شوروی رو به سوی شرق نهاد. در ۷ دسامبر ۱۹٤۱ م، با حملهٔ ژاپن به بندر پرل هاربر، امریکا وارد جنگ شد و یک شبه خود را در دو جبههٔ اروپا و اقیانوس آرام در حال نبرد دید. پس از سه سال نبرد سهمگین،مرحلهٔ نهایی جنگ اروپا با هجوم متحد نورماندی در ٦ ژوئن ۱۹٤٤ م آغاز شد و با شکست آلمان در ۸ می ۱۹٤٥ م به پایان رسید.

جنگ با ژاپن در ٦ اوت۱۹٤٥ م با بمباران اتمی هیروشیما ناگهان به پایان رسید. ژاپن در دوم سپتامبر بر عرشهٔ رزمناو میسوری در خلیج توکیو به طور رسمی تسلیم شد.

از جنگ جهانی دوم، دو ملت، ایالات متحدهٔ امریکا، و اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی در نقش دو ابرقدرت پدیدار شدند. این دو ابرقدرت که نمایندگان دو ایدئولوژی سیاسی و اقتصادی متضاد بودند، برای اتحاد با ملل نوظهور جهان سوم به رقابت با یکدیگر برخاستند. در سال ۱۹٤۹ م، هر دو ابرقدرت مجهز به بمب اتم بودند و دوران جنگ سرد را می‌گذراندند.

قدرت سوم، چین، که در دورهٔ جنگ همانند اتحاد شوروی از متحدان امریکا به شمار می‌رفت، در دوران مائوتسه‌دونگ به آغوش کمونیسم رو نهاد و به بلوک شرق پیوست.

دههٔ پنجاه با ستیز جدی شرق و غرب در قالب جنگ کره مواجه بود که سه سال به درازا کشید و در سال۱۹۵۳م با ریاست جمهوری دووایت آیزنهاور به پایان رسید. با کمک اقتصادی امریکا، این دهه همچنین از رونق کلی اقتصاد جهانی بهره می‌برد. چشمگیرترین این بهره‌وری در ژاپن و آلمان‌غربی صورت گرفت.

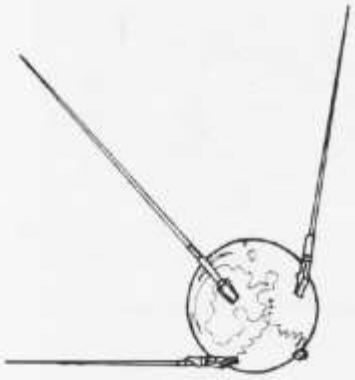
همچنین در این دوره تلویزیون شیوهٔ زندگی امریکایی را دگرگون ساخت. تلویزیون انقلابی در ارتباطات و سرگرمی‌های خانگی پدید آورد و تعریف جدیدی از نقش رادیو، سینما،کتاب، مجلات و روزنامه‌ها ارائه داد.

نوآوری‌های دیگری که مشخصهٔ این دوره‌شدند، پخش برنامه‌های رادیوی موج اف ام، رادار، صفحات ۳۳ دور، ضبط‌صوت‌ها، دوربین‌های پولاروید، ترانزیستورها، لیزرها، زیراکس، غذاهای منجمد و مجموعهٔ کاملی از الیاف پلاستیکی و ترکیبی بود.

شاید مهم‌ترین تحول در زمینهٔ بازرگانی و ارتباطات رشد چشمگیر و کاربرد فناوری کامپیوتری بود. در زمینهٔ حمل و نقل، کشتی‌های اقیانوس‌پیما و ترن‌ها، جای خود را به هواپیماهای جت بخشیدند که زمان مورد نیاز برای رسیدن به مقصد را به شدت کاهش دادند.

در سال ۱۹۵۷ م، سالی که فرودگاه دیترویت هواپیمای ادسل را معرفی کرد، روس‌ها مردم امریکا را با پرتاب اولین موشک زمین به هوا موسوم به اسپوتنیک یک، حیرت‌زده کردند و بدین‌سان پا به عصر فضا گذاردند و ایالات‌متحده امریکا را واداشتند در برتری خود تجدیدنظر کند.

در همین زمان، جک کروواک، رمان‌نویس «هیپی» و آلن گینزبرگ، شاعر «هیپی»، در آثار خود علیه تفکر دنباله‌روی و همرنگی شوریدند. تئاتر در این دوره از فوران خلاقیت در آثار تنسی ویلیامز و آرتور میلر بهره برد. در انگلستان، جورج اورول با رمان *۱۹۸٤* زندگی در زیرنگاه مراقب برادر بزرگ را دستمایهٔ کار خود قرار داد و دیلان توماس شاعر ولزی اشعاری دربارهٔ زندگی در ولز سرود. در فرانسه ژان پل سارتر و آلبرکامو با رمان‌ها و نمایشنامه‌های خود، به پژوهش در اگزیستانسیالیسم پرداختند.



اسپوتنیک

هنرهای زیبا

پیش از ورود امریکا به جنگ جهانی دوم بسیاری از هنرمندان به این کشور آمدند. نقاشان اروپایی، چون لژه، موندریان، ماسون، دالی و ارنست، فضایی الهام‌بخش و تکیه‌گاهی برای هنرمندان جوان امریکایی پدید آوردند و موجب تغییر مرکز هنر غرب از پاریس به نیویورک شدند.

نخستین گروه هنرمندان امریکایی که به شهرت بین‌المللی رسیدند، اکسپرسیونیست‌های انتزاعی مکتب نیویورک بودند که در سال‌های پس از جنگ به شکوفایی رسیدند.

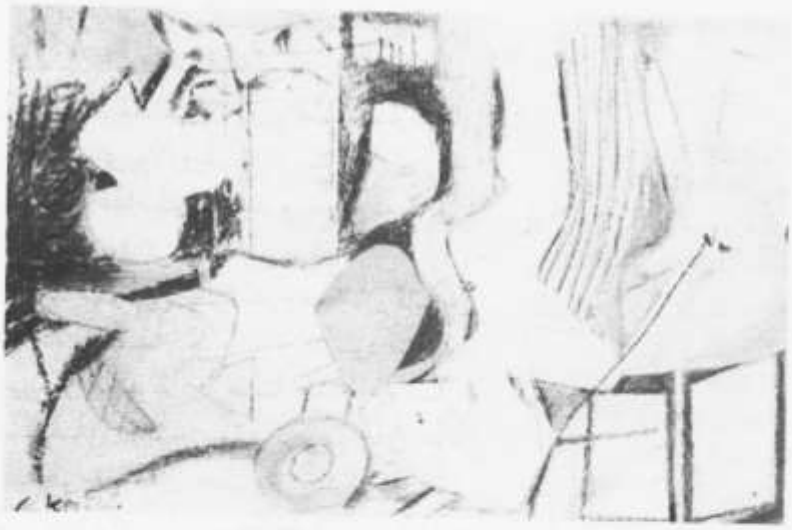
این نقاشان درصدد یافتن قالب‌بیانی خاص خود از طریق کنش فیزیکی نقاشی بودند. بوم‌های نقاشی آنان اغلب بزرگ بود و با طرح‌های اولیهٔ معدود یا بدون طرح اولیه کار می‌کردند و شکل‌نهایی کارشان‌را عمل نقاشی معین می‌کرد. این رویکرد تجربی به نقاشی به هنرمند امکان می‌داد نمودهای تصادفی یا اتفاقی را به تصویر نقاشی خود راه دهد.

دو گرایش متفاوت در مکتب نقاشی نیویورک وجود داشت. گرایش اول متعلق به «نقاشان کنش» بود که بر بیان خود انگیخته از طریق ضربهٔ قلم‌های قوی تأکید داشتند. از این نقاشان هانس هوفمن، بردلی واکر تاملین، آدولف گوتلیب، آرشیل گورکی، ویلم د کونینگ (تصویر ۱)، لی کراسنر، فرانتس کلاین، جکسون پالک (تصویر ۲) فیلیپ گاستون و رابرت مادروول بودند.

گروه دوم نقاشان، «مکتب نیویورک»، توجه خود را بیش‌تر بر کاربرد سطوح وسیعی از رنگ تخت با استفاده از ضربهٔ قلم‌های ملایم معطوف کردند. از هنرمندان برجستهٔ این گروه، مارک راتکو، کلیفورد استیل، بارنت نیومن، ویلیام بازیوتس و اد رینهارد بودند.

درمیانهٔ دههٔ پنجاه، نسل دوم اکسپرسیونیست‌های انتزاعی به شکوفایی رسیدند. هنرمندان برجستهٔ این گروه، جان میچل، گریس هارتیگان، آلفرد لزلی، مایکل گلدبرگ، و دو هنرمند مهم این نسل، یاسپر جونز و رابرت راشنبرگ(تصاویر۳و٤)، بودند.

جونز و راشنبرگ در تلاش‌بودندپویایی و خودانگیختگی اکسپرسیونیسم انتزاعی را با تصویرپردازی مردم پسند درآمیخته سازند. جونز به نقاشی ارقام، آماج‌ها، پرچم‌ها و نقشه‌ها پرداخت و راشنبرگ از عکس‌ها و مطالب چاپی برای خلق کلاژها و ترکیب‌سازی‌ها بهره برد. آثار این دو هنرمند بیش‌ترین تأثیر را بر هنر دههٔ شصت باقی گذارد.



۱

۲

۱ـ تابلوی منشی اثر ویلم دکونینگ متعلق به سال ۱۹٤۸م، نمونه اولیه‌ای از اکسپرسیونیسم انتزاعی است. سطح این تابلو با شکل‌های تجریدی ذهنی تحرک یافته است.

۲ـ شماره ۳، ۱۹٤۹: بیر اثر جکسون پالک، ویژگی سبک نقاشی کنشی پختهٔ اورا در خود نهفته دارد. در این سبک، رنگ بر سطح بوم پاشیده یا شره می‌شد تا نقشی از قدرت خشونت برجا ماند.

۳

۴

۳ـ *سد*. اثر رابرت راشنبرگ متعلق به سال ۱۹۵۹ م نمونه‌ای از نقاشی در قالب مختلط است که به شکلی آزادانه از شگردهای اکسپرسیونیسم انتزاعی و کلاژ کوبیستی بهره برده است. راشنبرگ و جونز هردو در ایجاد زمینه‌های اولیه پیدایش پاپ آرت نقش داشتند.

۴ـ *شماره‌های ۰ تا ۹* که یاسپر جونز در سال ۱۹۶۲ م با پاستل، مداد شمعی ولایه‌ای از مرکب بر کاغذ کار کرد. جونز در واکنش به ذهنیت‌گرایی شدید اکسپرسیونیسم انتزاعی، موضوع خنثای ارقام را دستمایهٔ کار خود قرار داد.

هنرهای گرافیک

سال‌های پس از جنگ شاهد فوران خلاقیت در هنرهای گرافیک بود. این زمان، دوران خوشبینی و نوجویی شمرده می‌شد، به طوری که بیش‌تر طراحان، راه‌حل‌های سنتی را کنارنهادند و به ایده‌های طراحی گرافیک جدید روآوردند. این رویکرد جدید با پذیرش رو به رشد هنر مدرن از سوی مردم تقویت شد و به نوبهٔ خود تهور ناشران و آگهی‌دهندگان را موجب شد. فضای جدید در انقلاب واقعی طراحی گرافیک بین‌المللی به‌ویژه در امریکا و سوئیس، دو کشور مصون از اثرات تخریبی جنگ نقش داشت.

طراحی گرافیک در امریکا

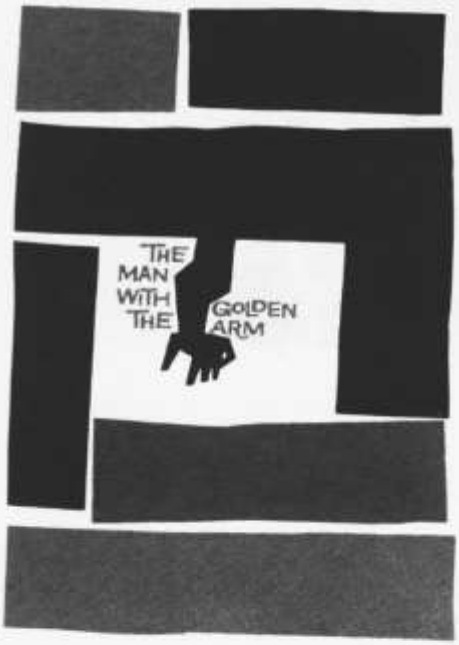
درسال‌های بین ۱۹٤۰و ۱۹٦۰م طراحان گرافیکی مطرح شدند که متولد و تعلیم دیدهٔ امریکا بودند و به شهرت و اعتباربین‌المللی رسیدند. این طراحان همراه با طراحان پیش از جنگ تغییری بنیادی در مسیر طراحی گرافیک و آگهی تبلیغاتی در امریکا پدید آوردند.

بخش وسیعی از فعالیت طراحی در شهر نیویورک صورت می‌گرفت که همچون مرکز آگهی تبلیغاتی و انتشارات، استعدادهایی را از سراسر ایالات متحد و دنیا جذب خود می‌ساخت.

سائول باس در سال ۱۹۲۰ م در نیویورک زاده شد و در مجمع دانشجویان هنر و کالج بروکلین نزد گئورگی کپس به تحصیل پرداخت. باس پس از چند سال فعالیت در نیویورک در سال ۱۹٤٦ م به لس‌آنجلس رفت و در آن‌جا طراح نوآور تیتراژهای فیلم و ساخته‌های کوتاه تبلیغاتی شد. نخستین موفقیت عمومی او در سال ۱۹۵۵ م با فیلم *مرد بازوطلایی* ساختهٔ اوتو پره‌مینجر حاصل شد (تصویر ۷).

باس استعداد خاصی در خلق تصاویر گرافیکی به یادماندنی دارد که اغلب در سکانس‌های آغازین فیلم‌ها استفاده می‌شد و تکنیکی تأثیرگذار بر کل صنعت فیلم شد. وی بعدها سکانس‌هایی از فیلم‌های معروف سینمایی، از جمله صحنهٔ ترسناک حمام را در فیلم *روح* هیچکاک کارگردانی کرد.

باس همچنین در زمینهٔ طرح‌های هویت شرکتی نیز موفق بوده است. از جمله سفارش‌دهندگان او می‌توان به شرکت‌های ای تی اند تی، شرکت سلنز، اکسون، کوآکر اوتس و وارنر کامیونیکیشن اشاره کرد. (تصاویر ۵ و ٦).



۷

۶

۵

۵ـ سه لوگوی کاملاً به یاد ماندنی که سائول باس برای شرکت‌های معروف طراحی کرد.

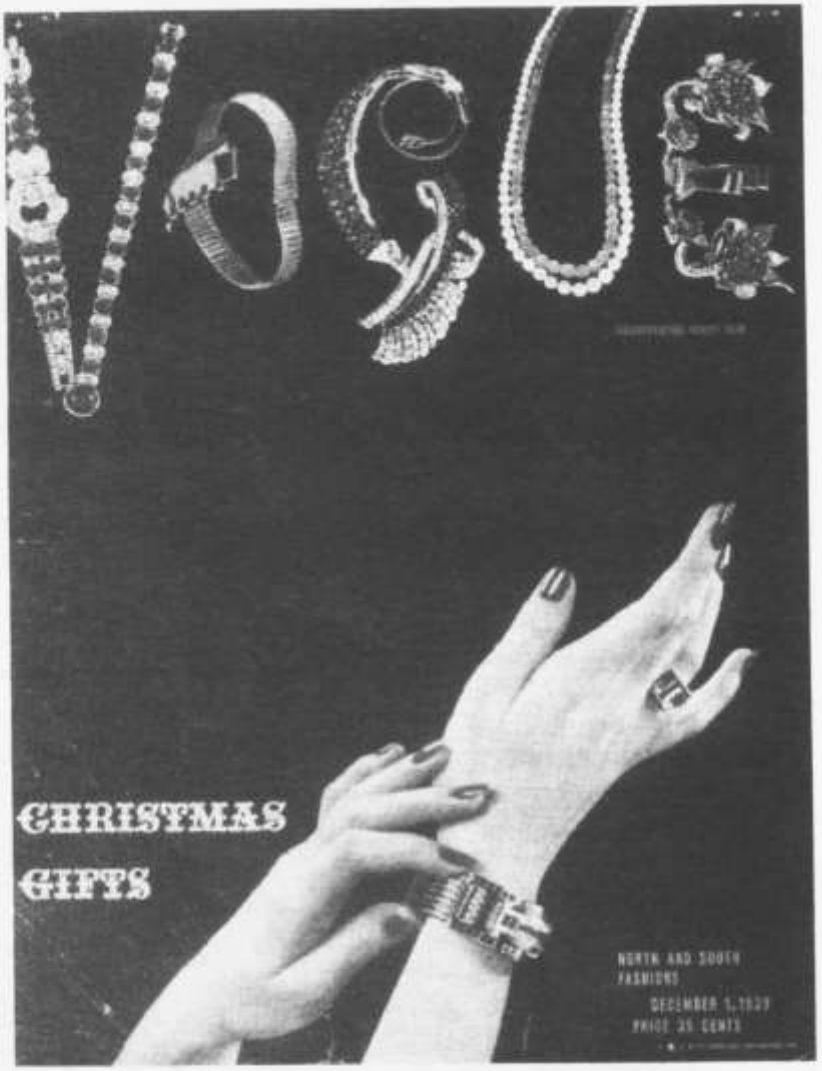
٦ـ نشانهٔ شخصی سائول باس که افزون بر قابلیت‌های طراحی او، از حس طنز وی نیز نشان دارد.

۷ـ نخستین تصویر گرافیکی موفق سائول باس برای فیلم *مرد بازو طلایی* بود. پس از این فیلم وی در ساخته‌های دیگری، چون *سلام بر غم*، *کالبد شکافی یک قتل*، *اکسلدوس* و غیره، نیز همکاری کرد.

سیپ پینلز برتین وی در وین متولد شد و در امریکا تعلیم دید. برتین یکی از نخستین زنان موفق در زمینهٔ طراحی گرافیک محسوب می‌شود. وی فعالیت خود را با یکی از اولین استودیوهای طراحی صنعتی موسوم به کانتمپورا آغاز کرد و در این‌جا این حرفه را به طور کامل فراگرفت.

اولین دستاورد برتین در سال ۱۹۳۲ م حاصل شد که به‌سمت دستیار ام.اف.آگا، مدیرهنری‌انتشارات کانده‌ناست، انتخاب شد و در طول سال‌ها در موفقیت طراحی مجلهٔ وُگ (تصویر ۹) سهم ایفا کرد. او در سال ۱۹۴۷ م مدیر هنری مجلهٔ سوئتین شد و هنرمندانی، چون بن شان، اندی وارهول و ریچارد لیندنر، را برای انجام تصویرسازی‌های مجله‌ای به خدمت گرفت (تصویر ۸).

برتین از سال۱۹۶۱م به طراحی و تصویرسازی مستقل ادامه داد. از جمله مشاغل مهم او، مشاور طراحی مرکز لینکلن و مدیر طراحی انتشارات مدرسهٔ طراحی پارسونز بوده است. وی با دو طراح گرافیک مشهور یعنی ویلیام گلدن و پس از مرگ او با ویل برتین ازدواج کرد. سیپ برتین همچنان به طراحی مشغول است.



۹

۸

۸ ـ سیپ پینلز برتین در زمان مدیریت هنری خود از این آزادی برخوردار بود که از استعدادهای فیلم سازان و عکاسان مشهوری چون رابرت فرانک بهره گیرد که عکس‌هایش در این نخستین شمارهٔ مجلهٔ *چارم* مورد استفاده قرار گرفت.

۹ ـ طرح جلد جذابی که سیپ پینلز برتین در زمان همکاری خود در سمت دستیار ام.اف.آگا برای شمارهٔ کریسمس سال ۱۹۳۹ م مجله وگ طراحی کرد.

لـو دورفزمـن وی در سـال ۱۹۱۸ م در نـیویورک مـتولد شـد و در کوپریونـیون آموزش دید. دورفزمن فعالیت طراحی خود را بـا نمایشـگاه جهانـی سـال ۱۹۳۹ م نـیویورک آغـاز کـرد و بـا ساخت فیلم‌های آموزشـی بـرای نـیروی دریایی امریکا ادامه داد. او از سال ۱۹۴۳ تا ۱۹٤٦ م مدیر هنری روزنامـه‌ای نظامـی و بعدهـا طـراح اصـلی نمایشگاه‌های سیار در خدمت ارتش امریکا بود.

دورفزمـن در سـال ۱۹٤٦ م پس از یک دوره فعالیـت کوتـاه در سـمت مدیر هنری شرکت آگهی تبلیغاتی ریس، از سوی ویلیام گلـدن بـه سـمت مدیـر هـنری و طـراح اسـتخدامی واحـد آگهی تبلیغاتی و تبلیغات فـروش رادیـوی سی بی اس مشغول به کار گـردید. پس از مرگ ناگهانی گلدن در سال ۱۹۵۹ م وی مدیـر خـلاق شبکهٔ تلویزیونی سـی بـی اس شـد و خـط‌مشی گلدن را در زمینهٔ گرافیک برتـر تلویزیونی، تبلیغات و آگهـی تبلیغاتی تداوم بخشید. (تصاویر ۱۰، ۱۱ و ۱۲).

او در سـال ۱۹٦٤ م مدیـر کـل هـنری شـرکت سـی بـی اس شد و مسئولیت همهٔ طراحـی حـروف و طراحـی گرافیک مراکز جدیـدی را بـرعهده گرفـت که ارو سارینن معمـار سـاختمان آن‌ها را طراحی کرده بود. دورفزمـن هـم اکـنون پـس از چهـل سـال فعالیت در سی بی اس معاون و مدیر خلاق این شرکت است.

۱۰

۱۱

۱۰ـ لـو دورفزمن طنز تصویری و تایپوگرافـی را به هم درآمیخت تا توجـه آگهی‌دهندگان را جلب کند و آن‌هـا را بـه عضـویت در شبکهٔ رادیویی سی بی اس وادارد.

۱۱ـ درک روشـن و عمـیق لـو دورفزمن از طراحی در آگهی سال ۱۹۵۱ م او بـرای شـبکهٔ رادیویـی سـی بـی اس نمایـان اسـت. تصویرسـازی ایـن آگهـی را اندی وارهـول انجام داد که در آن زمان گمنام بود.

۱۲ـ در اوایل دههٔ ۵۰، هنگامی که تلویزیون رو به گسترش نهاده بود، دورفزمـن بـا طراحـی ایـن آگهی سـعی کـرد آگهـی‌دهـندگان را از خصوصـیات منحصـربه فرد رادیو آگاه سازد.

۱۲

جـنه فدریکـو مـتولد سـال ۱۹۱۸ م در نـیویورک اسـت. وی در فاصـله سـال‌هـای ۱۹۳٦ تـا ۱۹۳۸ م نزد تام بنریمو در مؤسسهٔ پرات به تحصیل پرداخت و دوره‌های شبانه را با مربیان معروفی، چون هاوارد ترافتون و هربـرت بایـر، گذرانـد. فدریکـو در دورهٔ جـنگ از فعالیـت دسـت کشـید و بـیش از چهار سال در ارتش امریکا خدمت کرد.

فدریکـو در سال ۱۹٤٦ م جانشین مدیر هـنری مجلـهٔ *فورچـون* شـد اما پس از یک سـال از ایـن سـمت کـناره گرفت و سمت مدیریـت هنری شرکت آگهی تبلیغاتی گری را پذیرفـت. وی در دهـهٔ بعد پس از کسب تجـربهٔ کاری در چند شرکت دیگر، یکی از سـهامداران شـرکت خـود بـه نام لرد، گلر، فدریکو، اینشتین شد.(تصاویر۱۳،۱٤ و ۱۵).

فدریکـو بـیش از چهـل سـال سـابقهٔ فعالیت در صنعتی را دارد که به داشتن عمر طولانـی شـهره نیسـت. موفقیت او تا حدی ناشـی از توانایی رشد و دگرگونی او در هر دوره و خلـق آگهـی‌هـا و طـرح‌هـای منحصربه‌فرد و پرقدرت است.

۱۴

۱۵

۱۳

۱۳ـ فراخوان داوطلب که در سال ۱۹۵٦ م برای موسسهٔ هنرهای گرافیک امریکا ای آی جی ای طراحی شد. فدریکو در این‌جا از حروف برای خلق یک اعلامیه تجسمی برجسته و مشخص بهره برده است.

۱٤ـ جنه فدریکو حروف و عکس را به گونه‌ای مطایبه آمیز با یکدیگر تلفیق کرد تا پیام را در این آگهی روز زن متعلق به سال ۱۹۵۱ م که در مجله *نیویورکر* چاپ شد، پر رنگ نماید.

۱۵ـ فدریکو در این دو صفحه پیوسته که برای هفته‌نامهٔ *سترده ایونیک پست* طراحی کرده، نفرت و انزجار دختر را با استفاده از بریدهٔ روزنامه و سنجاق ته‌گرد مورد تأکید قرار داده است.

باب گیج ـ ویلیام برنباخ. باب گیج، طراح گرافیک، و ویلیام برنباخ، آگهی‌نویس، از اعضای شرکت تبلیغاتی دویل، دین، برنباخ به تغییر نگرش نسبت به آگهی تبلیغاتی یاری رساندند. ویلیام برنباخ، یکی از بانیان این شرکت در سال ۱۹۴۹ م، و باب گیج، معاون و مدیر هنری اصلی آن، مفهوم جدیدی از آگهی تبلیغاتی را مطرح ساختند که عبارت از پیوند هر چه نزدیک‌تر آگهی و تصویر تا آن زمان بود. نویسندگان آگهی در شیوهٔ سنتی تعیین‌کنندهٔ شکل ظاهری آگهی بودند. متن‌های آگهی معمولاً طولانی و به لحاظ بصری ضعیف بود. برنباخ و گیج آگهی‌نویس و مدیر هنری را در گروهی کاری کنار یکدیگر قرار دادند. در این نگرش، متن آگهی باید کوتاه می‌بود و توجه آن به محصول معطوف می‌شد و تصویر نیز قدرت و باورپذیری کافی را می‌یافت. طراحی آگهی تبلیغاتی نهایی، باید به منظور جلب توجه بیننده، سرگرمی و فروش محصول باشد.

از جمله کارهای تحسین‌برانگیز شرکت دویل، دین، برنباخ می‌توان به آگهی‌های تبلیغاتی شرکت‌های اورباخ،و فلکس واگن و شرکت نانِ لوی اشاره کرد (تصاویر ۱۶ و ۱۷).

۱۶

۱۷

۱۶ـ باب گیج فلسفهٔ تبلیغاتی ساده‌ای داشت؛ یعنی یافتن حقیقت بنیادی یک محصول و ارائهٔ زبردستانهٔ آن بدون توسل به شگردهای بصری. نمونهٔ خوب این موضوع، آگهی سال ۱۹۵۸ م او برای شرکت اورباخ است. گربهٔ شیک‌پوش رشک همسایگان را برمی‌انگیزد زیرا لباس‌های فاخر او از تولیدات ارزان فروشگاه اورباخ است.

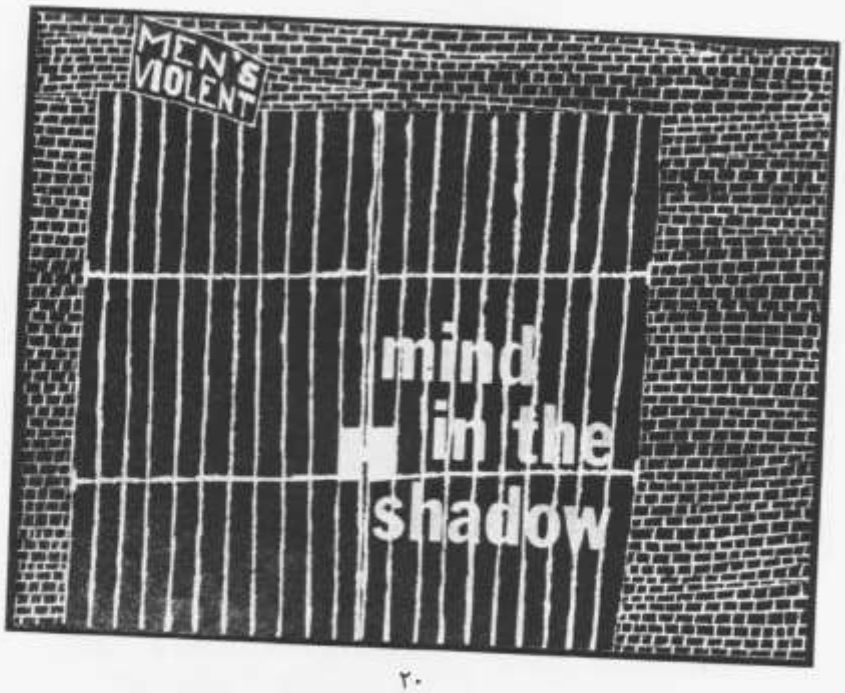
۱۷ـ گیج در آگهی شرکت نان لوی پیام را با نشان دادن نانی که به تدریج محو می‌شود، قوت بخشیده است.

ویلیام گلدن شاید او نخستین طراح گرافیک بود که در تلویزیون به شهرت رسید. گلدن که درسال ۱۹۱۱ م در لاور ایست ساید نیویورک به دنیا آمد، در یک هنرستان فنی و حرفه‌ای نام‌نویسی کرد و به تحصیل در رشته‌های طراحی تجاری و گراوورسازی عکس پرداخت.

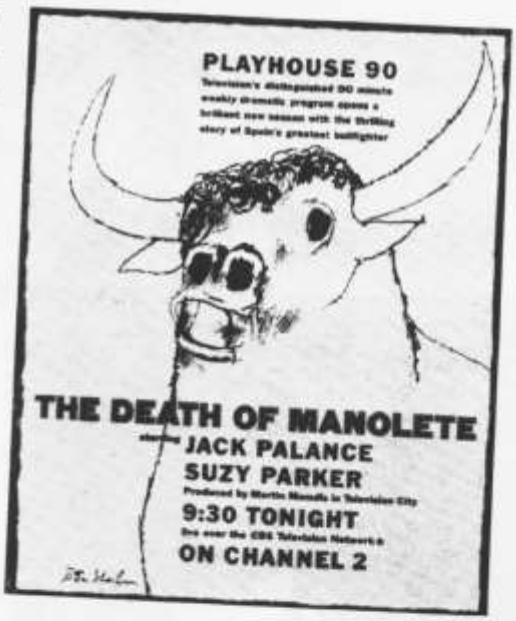
گلدن پس از پایان تحصیلات به کالیفرنیا رفت و کاری نزد یک گراوورساز عکس پیدا کرد و سپس در مجلهٔ *لس‌آنجلس اگزمینر* لیات آگهی‌های تبلیغاتی را تهیه می‌کرد. وی پس از دعوت ام. اف. آگا برای همکاری در طرح ویژه‌ای دربارهٔ تاریخ انتشارات کانده‌ناست در سال ۱۹۳۶م به نیویورک رفت و در همین سال استعدادهای او در همکاری با آگا به شکوفایی رسید.

او درسال۱۹۳۷م به شبکهٔ رادیویی سی بی اس پیوست و به زودی مدیر هنری آن شد. هرچند فعالیت او در اثر جنگ جهانی دوم متوقف شد اما پس از جنگ به سی بی اس بازگشت و آثار تبلیغاتی بسیاری را با بهره‌گیری از استعدادهای برخی از بهترین تصویرسازان و نقاشان این دوره خلق کرد که این آثار جوایزی را به خود اختصاص دادند (تصاویر ۱۹ و ۲۰).

شاید منحصر به فردترین اثر گلدن لوگوی «چشم»برای تلویزیون سی بی اس باشد که نخستین بار در ٦ نوامبر ۱۹۵۱ م پخش شد (تصویر ۱۸). گلدن چند ماه پیش از مرگ خود در چهل و نه سالگی از سوی کانون مدیران هنری نیویورک به عنوان مدیر هنری سال ۱۹۵۹ م مورد تقدیر قرار گرفت.



۲۰



۱۹

۱۸ـ شاید ماناترین اثر گلدمن چشمی باشد که وی برای شبکهٔ تلویزیونی سی بی اس طراحی کرد. این طرح که نخستین بار در اوائل دههٔ پنجاه پخش شد، تازگی خود را همچنان حفظ کرده است.

۱۹ـ گلدن در این آگهی نیز از یکی از تصویر سازی‌های بن شان بهره می‌گیرد تا به درون‌مایهٔ یک نمایش تلویزیونی دست یابد. در اینجا نیز تایپوگرافی، مکمل تصویر سازی است.

۲۰ـ ویلیام گلدن در آگهی سال ۱۹۴۹ م خود برای برنامه‌ای تلویزیونی دربارهٔ بیمارستان‌های امراض روانی، تصویرسازی بن‌شان را به گونه‌ای مؤثر با طراحی حروف تلفیق می‌کند تا احساس حبس و بند نومیدکننده را به نمایش درآورد.

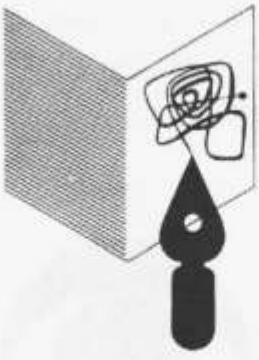
۱۸

مورتـــون گلدشُـــل در ســـال ۱۹۱۱ م در شـیکاگو مـتولد شـد و در مؤسسـهٔ هـنر و مؤسسـهٔ طراحـی شـیکاگو بـه تحصـیل پرداخـت. از سـفارش دهندگان اولیهٔ او، پل تـئوبالد ناشر اهل شیکاگو و شرکت مارتین سـنور پینـت بودنـد کـه بـرای شرکت‌اخیر نمودارهـای‌رنگـی، بسـته‌بـندی‌هـا و نمایشگاه‌های مرکز فروش تحسین‌برانگیزی را طراحی کرد (تصاویر ۲۱، ۲۲ و ۲۳).

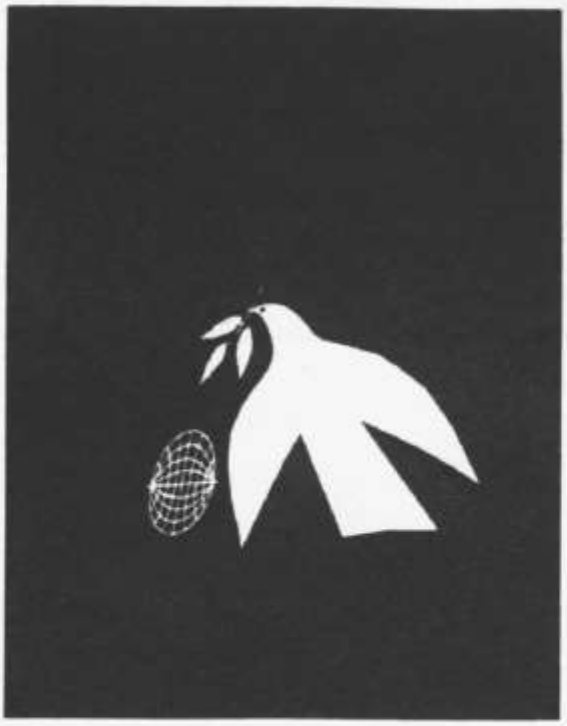
گلدشـل بـرای شـرکت کاغذسـازی کیمبرلی ـ کلارک و اچ. یو. اچ هافمن طرح هویـت شـرکتی را طراحـی و فـیلم‌هـای تبلیغاتـی شـرکتی و تبلیغات تلویزیونی نیز تهـیه کـرده اسـت. وی هـم اکـنون مشـاور طراحـی اسـت و شـرکت خـود را بـا نـام گلدشل اسوشیتس اداره می‌کند.

۲۱

۱



۲۳



۲۲

۲۱ـ «نظام بسته بندی یکپارچه»ای که گلد شل در سال ۱۹۵۵ م برای فروشـگاه‌هـای زنجـیره‌ای مـواد غذایی اعلای هیلمنز طراحی کرد.

۲۲ـ نشـانه‌ای کـه گلـد شل برای سپاه صلح امریکا در سال ۱۹۶۱ م طراحی کرد.

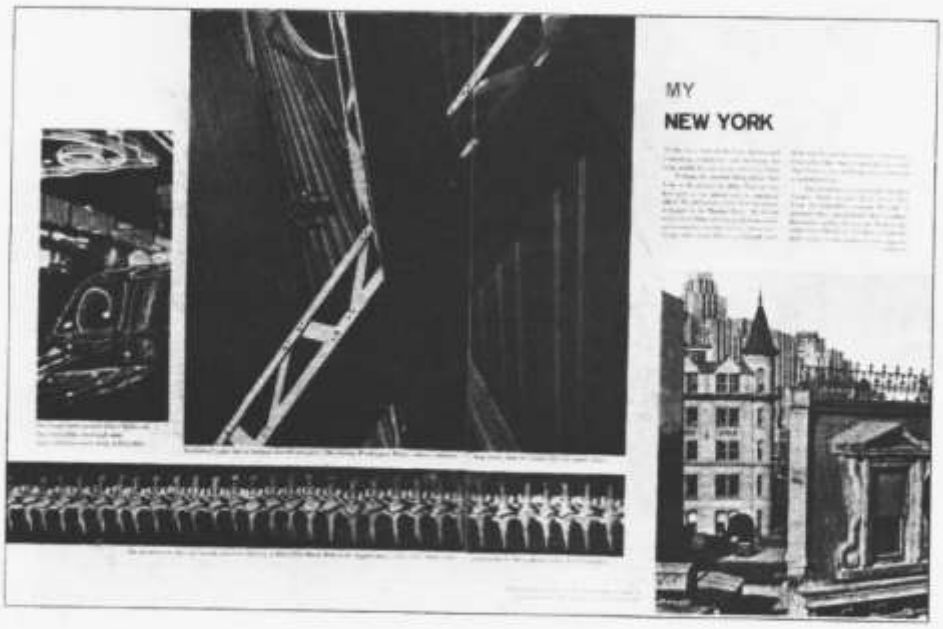
۲۳ـ دو علامـت تجارتـی کـه مورتـون گلـد شـل در اواخر دههٔ چهل طراحی کرد. طرح بالا، برای شـرکت رنـگ مارتیـن ـ سـنور، قلـم‌مویـی را بـا چـند نقطه رنگ نشان می‌دهد. طرح پایین، علامت تجارتـی پـل تـئوبالد، ناشـر کتبی دربارهٔ طراحی است.

آلن هرلبرت در سال ۱۹۳۲ در بحبوحهٔ رکود اقتصادی امریکا در رشتهٔ اقتصاد از دانشگاه پنسیلوانیا فارغ‌التحصیل شد. وی در هنگام تحصیل در دانشکده رشتهٔ اصلی خود را با گذراندن دوره‌های ترسیم، طراحی و روان‌شناسی تکمیل کرد و سردبیری و طراحی مجلهٔ دانشکده را نیز برعهده داشت.

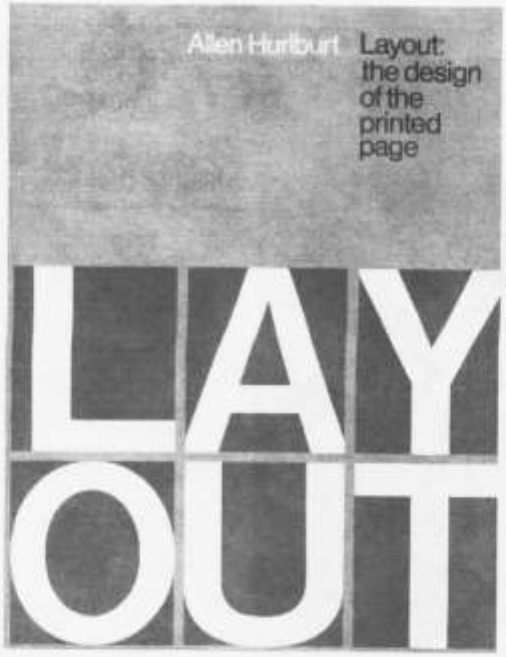
هرلبرت در دوسال اول پس از دانشگاه کاریکاتوریست مستقل بود تا آن‌که از سوی ناشر هشت مجلهٔ تجاری در سمت طراحی به کار گرفته شد و ظرف یک سال مدیر هنری همهٔ این نشریات گردید. جنگ جهانی دوم در فعالیت او وقفه ایجاد کرد اما با گذشت این دوران در سال ۱۹٤٦ م مدیر هنری سی بی اس شد و مسئول برخی از کارهای گرافیک و تبلیغات اولیهٔ این شرکت گردید.

هرلبرت در سال ۱۹۵۱ م در شرکت آگهی تبلیغاتی وینتراب با پل رند همکاری کرد اما در سال ۱۹۵۳ م از این شرکت بیرون آمد و به مجلهٔ *لوک* پیوست و تا سال ۱۹۷۱ م همکاری خود را با آن ادامه داد (تصاویر ۲٤ و ۲۵).

هرلبرت معلم و نویسنده‌ای در زمینهٔ آموزش طراحی بود. از کتاب‌های مشهور او *طراحی نشریه*، *لیات* و *جدول‌بندی* است. او سال‌های آخر عمر خود را در لندن صرف تدریس و نگارش کرد و در سال ۱۹۸۳ م درگذشت.



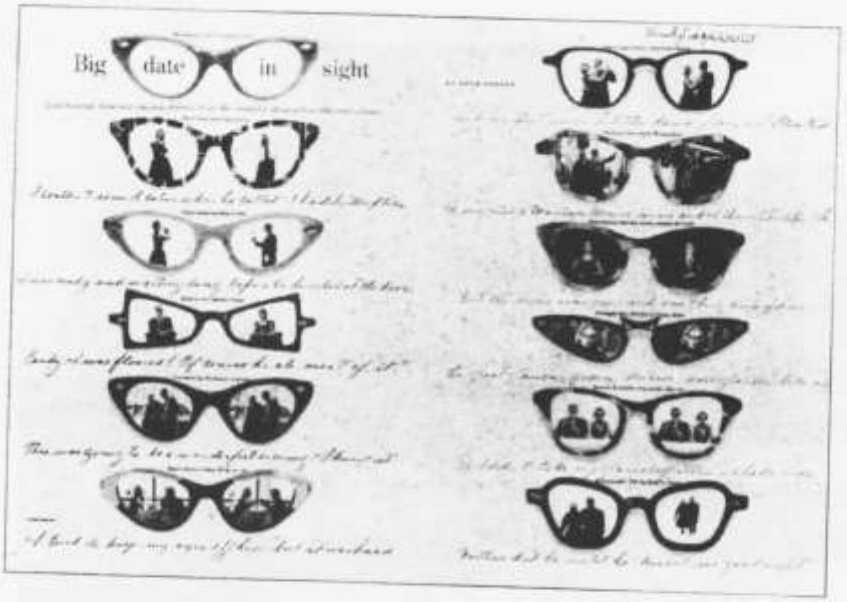
۲۴



۲۵

۲٤و۲۵ـ شهرت آلن هرلبرت پیش از هر چیز به همکاری دراز مدت او با مجلهٔ *لوک* باز می‌گردد. در بالا نمونه‌ای از صفحات دوتایی پیوسته با طراحی او متعلق به اوایل دههٔ شصت و در پایین طرح جلد کتاب *صفحه‌آرایی: طراحی صفحهٔ چاپی* به قلم خود او دیده می‌شود.

آرت کین سال ۱۹۲۵ م در برونکس نیویورک متولد شد و با آغاز جنگ جهانی دوم پس از گذراندن دومین نیم سال تحصیلی خود در کوپریونیون به خدمت سربازی رفت. پس از جنگ، تحصیلات خود را ادامه داد و در سال ۱۹۵۰ م فارغ‌التحصیل شد. وی در سن ۲۶ سالگی مدیر هنری مجلهٔ سونتین شد و مدت شش سال همکاری خود را با آن ادامه داد (تصاویر ۲۶، ۲۷ و ۲۸) . کین در این دوره به عکاسی علاقه‌مند شد و مطالعهٔ طراحی را نزد الکسی برودویچ آغاز کرد. با افزایش علاقهٔ خود به عکاسی، مجلهٔ سونتین را ترک کرد و عکاس تمام وقت شد.



۲۶

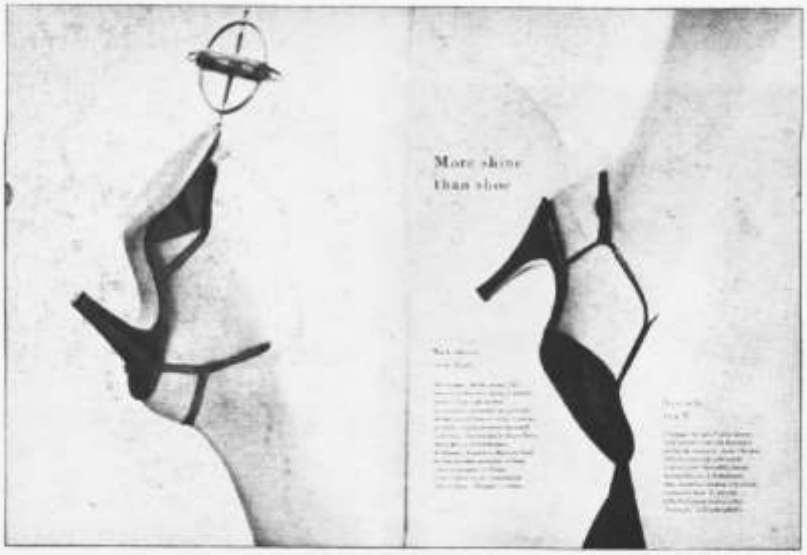
۲۷

۲۸

۲۶ـ دو نمونه از صفحات دوتایی پیوسته که آرت کین برای یکی از شماره‌های سال ۱۹۵٤م مجله سونتین طراحی کرد و حس طنز او را دربارهٔ آداب قرار ملاقات‌های دوره نوجوانی و مسئلهٔ عینک زدن نشان می‌دهد.
۲۷ـ آرت کین در زمان تصدی خود در سمت مدیر هنری مجلهٔ سونتین از خدمات‌بسیاری‌از تصویرسازان مشهور بهره برد. بن شان یکی از آن‌ها بود.
۲۸ـ آگهی سال۱۹۵٦م آرت کین برای آی‌میلر با عکاسی برت استرن که حس نفسانیت‌رمانتیک را بیان‌می‌دارد.

الکساندر لیبرمن سال ۱۹۱۲ م در شهر کیف در روسیه زاده شد و پس از انقلاب به همراه خانوادهٔ خود به انگلستان گریخت. لیبرمن در اوایل دههٔ سی در مدرسهٔ هنرهای زیبای پاریس به تحصیل پرداخت. سپس ویراستار طراحی مجلهٔ وو شد. او در سال ۱۹۳۷ م مدال طلای طراحی مجله در نمایشگاه بین‌المللی پاریس را برد.

لیبرمن در سال ۱۹۴۱ م ناگزیر به امریکا عزیمت کرد و در این کشور همکاری با مجله وگ را آغاز کرد و سه سال بعد مدیر هنری و جانشین ام. اف. آگا شد. او در سال ۱۹۶۱ م سردبیر همهٔ نشریات کانده‌ناست در سراسر جهان شد و تاکنون این سمت را حفظ کرده است (تصاویر ۲۹، ۳۰ و ۳۱).



۲۹

۳۰

۳۱

۲۹و۳۰ـ طرح جلد شمارهٔ دسامبر مجلهٔ وگ و طرح دوصفحهٔ پیوسته از این‌مجله کار الکساندر لیبرمن که گرایش هنری او به مینی مالیسم و هارد اج را نمایان می‌سازد. لیبرمن خواه با مدل‌ها به کار پردازد یا با کفش‌ها قادر است به جوهر درونی موضوع دست یابد و آن را به شیوه‌ای آراسته و شکیل ارائه‌دهد. عامل تقویت طرح‌های او استفاده مناسب از تایپوگرافی‌است.

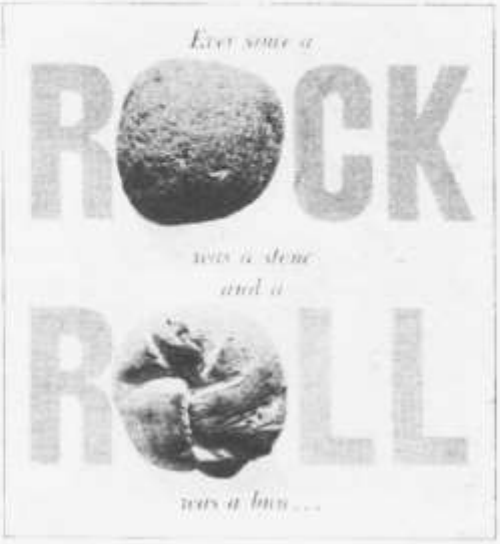
۳۱ـ طرح جلد سال ۱۹۵۳ م لیبرمن برای شمارهٔ مارس مجلهٔ وگ که آمیزه‌ای از تصویرسازی مُد و عکس برای ایجاد واقعیتی جدید است.

هرب لوبالین به گفتهٔ لو دورفزمن «طراح حروف نمونه» و بی‌شک از کسانی بود که به کاربرد نوآورانهٔ طراحی حروف اعتقاد داشت. موفق‌ترین کارهای او به شدت به تایپوگرافی شبیه‌اند. این آثار منعکس کنندهٔ رجحان بخشیدن او به‌حروف‌چینی انبوه، کاربرد درشت حروف چاپی نمایشی و شکل حروف ترکیبی‌اند.

لوبالین فعالیت خود را در شرکت ریس در اوایل دههٔ چهل آغاز کرد و سپس به شرکت سادلر و هنسی پیوست و مدت بیست سال مدیر هنری آن شد (تصاویر ۳۲، ۳۳ و ۳٤). او در اوایل دههٔ شصت استودیوی شخصی خود را دایر کرد و مجموعهٔ وسیعی از مشاغل را برعهده گرفت.

لوبالین که در سمت طراح مجله با سفارش‌های بی‌شماری‌مواجه بود، مسئولیت طراحی مجلات *اروس*، *آوانگارد* و *فکت* و طراحی مجدد مجلهٔ *استردی ایوننگ پست* را برعهده داشت. او همچنین به همراه تام کارنیس تعدادی حروف چاپی متداول طراحی کرد که معروف‌ترین آن‌ها حروف چاپی *آوانگارد* بود که آن را در ابتدا به منظور استفاده در مجله طراحی کرد.

لوبالین یکی از اولین طراحانی بود که قابلیت طراحی فوتوتایپوگرافی را درک کرد و مورد استفاده قرار داد. او همچنین یکی از بانیان اصلی شرکت بین‌المللی حروف چاپی بود و نشریهٔ این شرکت با نام یو اند ال سی (حروف چاپی بزرگ و کوچک) از طرح‌های او است.



۳۲

۳۳

۳٤

۳۲ـ طرح جلد بروشوری متعلق به سال ۱۹۵۷ م که نمونه‌ای عالی از توانایی لوبالین برای یافتن روشی نو در به یادماندن عبارتی ساده است.

۳۳ـ آگهی شخصی دیگری برای شرکت سادلر و هنسی که نشان از ایجاز لوبالین برای استفاده از آگهی نوشته و طراحی دارد.

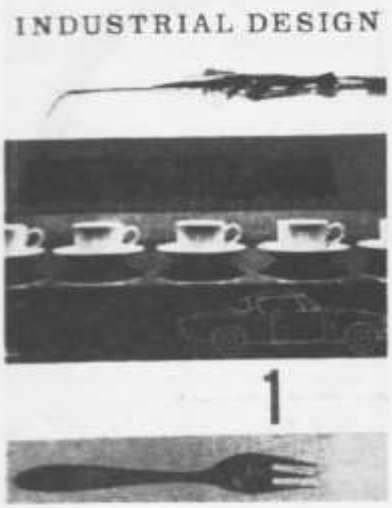
۳٤ـ تبلیغ شخصی ساده و چشمگیر هرب لوبالین برای شرکت تبلیغاتی سادلر و هنسی که مدت بیست سال مدیر هنری آن بود.

آلوین لوستیگ سال ۱۹۱۵ م در دنور کلرادو متولد شد اما در جوانی به لس‌آنجلس رفت و در مدرسهٔ مرکز هنر نام‌نویسی کرد. لوستیگ که در اندیشهٔ معمار شدن به سر می‌برد، مدت کوتاهی نزد فرانک لوید رایت به کار پرداخت و سپس از این خیال دست کشید و استودیوی طراحی خود را در سال ۱۹۳٦م راه‌اندازی کرد.

لوستیگ سال‌های ۱۹٤۵ تا ۱۹٤٦ م را در نیویورک در سمت مدیر طراحی بصری مجلهٔ *لوک* به کار پرداخت و در سال ۱۹۵۱م به منظور فعالیت در زمینهٔ طراحی کتاب، طراحی هویت شرکتی و مجله برای همیشه در این شهر مقیم شد. برخی از بهترین آثار لوستیگ را می‌توان به صورت طرح جلدهای بسیاری از کتبی مشاهده کرد که در مجموعهٔ کتاب‌های انتشارات راهنمای جدید (*نیو دایرکشن بوکز*) و انتشارات نون دی پرس به چاپ رسیدند (تصاویر ۳۵ و ۳۷). همچنین صفحه‌آرایی‌ها و طرح جلدهای جذاب و دیدنی مجلات *آرت دایجست* و *اینداستریال* دیزاین نیز از این جمله است (تصویر ۳۵).

یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد لوستیگ در سمت طراح این بود که افزون بر خدمت به مشتریان خود درصدد آموزش آنان نیز بود. همین تعهد نسبت به آموزش طراحی او را به ایجاد برنامهٔ طراحی گرافیک در دانشگاه ییل در سال ۱۹۵۱م سوق داد. متأسفانه لوستیگ که به بیماری رو به رشدی مبتلا شده بود، در سال ۱۹۵٤م بینایی خود را به طور کامل از دست داد. با این حال به کمک همسرش الن لوستیگ کوهن طراحی را تا زمان مرگ زودرس خود در سال ۱۹۵۵ م ادامه داد.

۳۵



۳۶

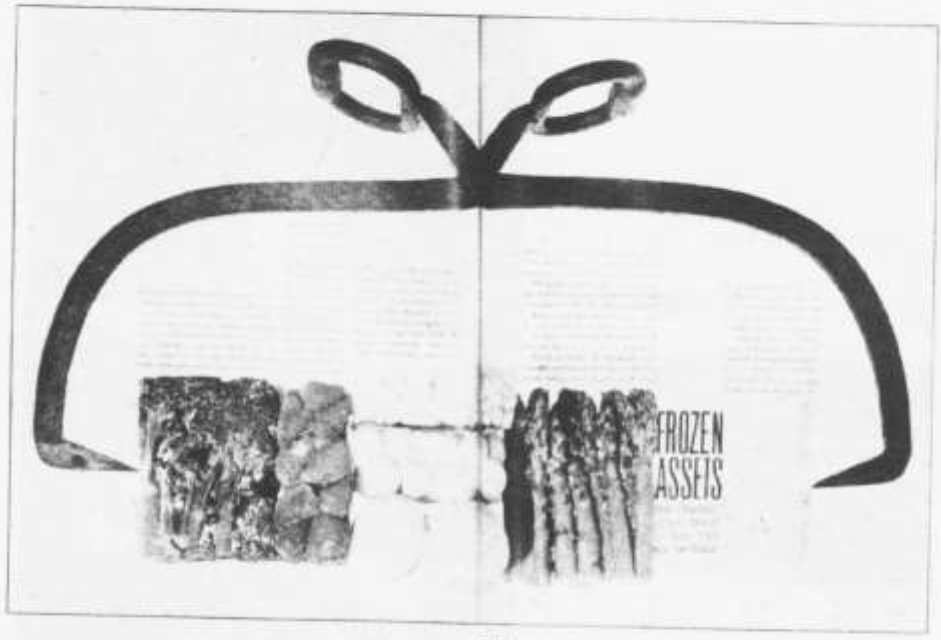
۳۷

۳٦ـ آلوین لوستیگ، نخستین مدیر هنری مجلهٔ *اینداستریال دیزاین* بود که انتشار آن از سال ۱۹۵٤ م آغاز شد. لوستیگ برای طرح جلد نخستین شمارهٔ این مجله درون‌مایهٔ آن را به گونه‌ای گرافیکی به تصویر کشید.

۳۵ و ۳۷ـ لوستیگ استعداد خاصی در خلق طرح جلدهای دراماتیک و به یاد ماندنی کتاب داشت که بسیاری از آن‌ها برای آثار نویسندگانی چون فرانتس کافکا و فدریکو گارسیا لورکا بود. در این‌جا دو طرح جلد از او برای انتشارات نیودایرکشن دیده می‌شود.

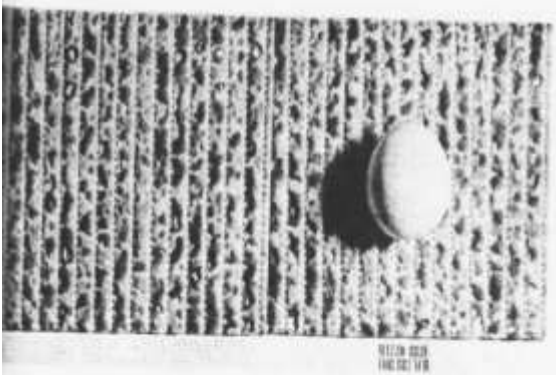
اوتو استورچ شاگرد و دانشجوی الکسی برودویچ بود. وی در بروکلین نیویورک متولد شد و در همین شهر تحصیل کرد. او در سال‌های رکود اقتصادی امریکا سخت در جست‌وجوی کار بود. اولین فرصت شغلی او کار موقت در انتشارات دل بود که در نهایت وی را تبدیل به مدیر هنری تمام وقت این شرکت کرد. استورچ با توصیه برودویچ از این انتشارات بیرون آمد و روند هفت سالهٔ مشاغل آزاد خود را تجربه کرد که تمامی جنبه‌های طراحی گرافیک را دربرداشت.

استورچ پس از جنگ سمت معاون مدیر هنری انتشارات بترلیوینگ و بعدها مدیریت هنری مجلهٔ والدین آن با نام مک کالز را پذیرفت و در محل اخیر فرصت یافت تا مجله را از نو طراحی کند (تصاویر ۳۸، ۳۹ و ۴۰) استورچ پس از آن‌که مدیریت این مجله عوامل خود را تغییر داد، به امید یافتن آزادی خلاقهٔ بیش‌تر تصمیم به افتتاح استودیوی شخصی خود گرفت. از این پس استورچ و همسرش دولوروس به طور مشترک در زمینهٔ عکاسی و مدیریت هنری مشغول کار هستند.



۳۸

۳۹



۴۰

۳۸و۳۹و۴۰ـ صفحه آرایی‌های اتو استورچ برای مجلات، نمونه‌ای عالی از موردی است که در اثر همکاری یک مدیرهنری خلاق و سردبیری خیال پرداز و مشهور (هربرت مه‌یس و جان مک کارتر) حاصل می‌شود. آزادی عمل استورچ در این میان، به وی امکان تجربه و رسیدن به نتایجی اغلب خیره کننده می‌بخشید.

طراحی گرافیک در سوئیس

در دورهٔ جنگ جهانی اول، سوئیس بهشت دادائیست‌ها و دیگر هنرمندان آوانگاردی شد که در پی پناهندگی سیاسی بودند. با شروع جنگ جهانی دوم، این کشور بار دیگر محمل هنرمندان و طراحان گرافیکی شد که از اروپای جنگ‌زده می‌گریختند. بیش‌تر این هنرمندان در شهرهای آلمانی زبان باسل و زوریخ ساکن می‌شدند.

طراحی گرافیک سوئیس خیلی پیش از جنگ به تثبیت رسیده بود و از الگوهایی چون داستیل، ساختارگرایی، باهاوس و آثار یان تشیچهلد بهره می‌برد. از جمله طراحان پیشگام سوئیس در دورهٔ پیش از جنگ، ارنست کلر، تئو بالمر، ماکس بیل و امیل رودر، بودند (تصاویر ۴۱ و ۴۲).

پس از این طراحان، گروه طراحان جوان‌تر پا به میان گذاردند که در سال‌های پس از جنگ به شهرت و اعتبار رسیدند. از جملهٔ این طراحان، ماکس هوبر، یوزف مولر بروکمان، آرمین هافمن و کارل گرستنر بودند (تصاویر ۴۳ و ٤٤). شاید مهم‌ترین سهم سوئیس در این دوره رویکرد طراحی موسوم به «سبک سوئیس» و به عبارت دقیق‌تر «سبک بین‌المللی» باشد.

ویژگی‌های برجستهٔ سبک بین‌المللی استفاده از جدول‌بندی، حروف چاپی بدون سریف، آرایش نامتقارن عناصر طراحی و ترجیح دادن حروف چاپی سطربندی نشده است.

اصول اخلاقی طراحی گرافیک سوئیس با نشریاتی چون *گرافیس* که در سال ۱۹٤٤م پایه‌گذاری شد (تصویر ٤٦) و *نیوگرافیک دیزاین* که مولر بروکمان همراه با نشریات دیگری در سال ۱۹۵۹ م منتشر کرد، در سراسر جهان گسترش یافت (تصویر ٤٥).

۴۱

۴۱ـ ماکس بیل یکی از پیشگامان طراحی سوئیس بود. در این پوستر متعلق به سال ۱۹٤۵ م، بیل از یک جدول بندی مورب پویا بهره می‌گیرد تا فضا را به صورت مجموعهٔ مستطیل‌های مختلطی ساماندهی کند که هریک حاوی تصویری با انتخاب دقیق هستند.

۴۲ـ پوستر سال ۱۹٤٦ م ماکس هوبر در بزرگداشت نهضت مقاومت ایتالیا، آمیزه‌ای از فتومونتاژ و حروفی است که به گونه مورب جای داده شده‌اند تا کنش تصویر را قوت بخشند.

۴۲

۴۴

۴۳

۴۳ـ پوستر آرمین هافمن برای نمایشگاه پارچه‌های تور. هافمن دو عنصر را به گونه تأثیرگذار با یکدیگر تلفیق کرده است تا به تصویری واحد و مستقل دست یابد. او با تغییر مسیردر تنها سطر حروف این کار توجه بیننده را به درون مستطیل پارچهٔ تور معطوف می‌کند.

۴۴ـ پوستری که یوزف مولر بروکمان در سال ۱۹۵۵ م برای کنسرت موسیقی طراحی کرد و بازتاب سبک کاملاً پیشرفتهٔ سوئیس است. عناصر برجسته و مشخصی که باضرب و ریتم در این پوستر جای گرفته‌اند، دلالت بر موسیقی آهنگسازان نامبرده دارد.

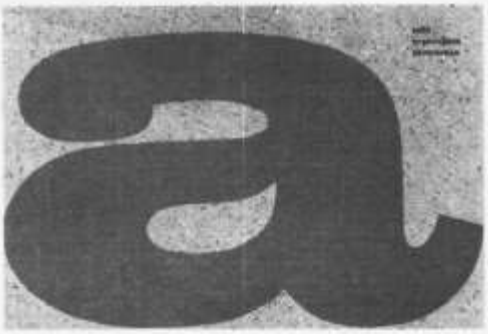
۴۵ـ *نیوگرافیک دیزاین* که نخستین بار در سال ۱۹۵۹ م انتشار یافت، عرصه‌ای برای نمایش آثار طراحان گرافیک برجسته سوئیس بود.

۴۶ـ مجلهٔ گرافیس را نخستین بار در سال ۱۹۴۴ م والتر هردگ منتشر کرد. این مجله از آغاز انتشار خود، عامل عمده‌ای در ترویج طراحی سوئیس و آثار طراحان سراسر جهان بوده است.

۴۵

۴۶

۴۷



۴۸

طراحی گرافیک در هلند

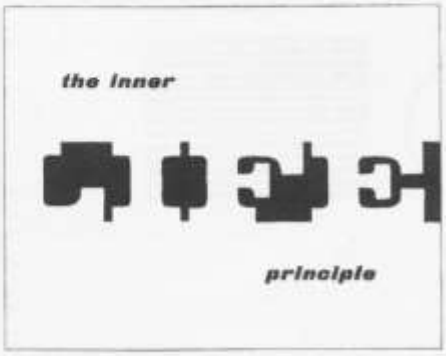
در جنگ جهانی اول، هلند کشوری بی‌طرف بود. این کشور به رهبری گروه د استیل یکی از فعال‌ترین مراکز طراحی گرافیک تجربی بود. اما با آغاز جنگ جهانی دوم و اشغال هلند از سوی ارتش آلمان، طراحان هلندی فعالیت خود را مخفیانه پی گرفتند و تنها امکان نمایش خصوصی آثار خود را داشتند. برخی از این طراحان در این راه جان باختند. اچ. ان. ورکمان در سال ۱۹۴۵ م چند روز پیش از آزادی هلند به دست نیروهای نازی اعدام‌شد.

سال‌های پس از جنگ شاهد تداوم سنت طراحی حروف قدرتمند هلند به ویژه در آثار ویلیام سندبرگ بود که فعالیت خود را با تحصیل در رشتهٔ روان‌شناسی و تاریخ هنر آغاز کرد.

سندبرگ تأثیر عمیقی از آثار اچ. ان. ورکمان، به ویژه استفادهٔ او از طراحی حروف درشت، حروف چوبی بزرگ و بریده‌های کاغذ برای ایجاد شکل‌های جذاب پذیرفت. سند برگ در سمت رسمی خود، مدیر موزهٔ مونیسیپال، و سپس موزهٔ استدلیک آمستردام، کاتالوگ‌های نمایشگاهی و پوسترهایی را طراحی و تهیه کرد که تأثیر تایپوگرافیک و بصری قدرتمند دارند (تصاویر۴۷، ۴۸ و ۴۹). این کارهای چاپی در موزه‌های سراسر جهان موجودند و مورد تقلید قرار گرفتند.

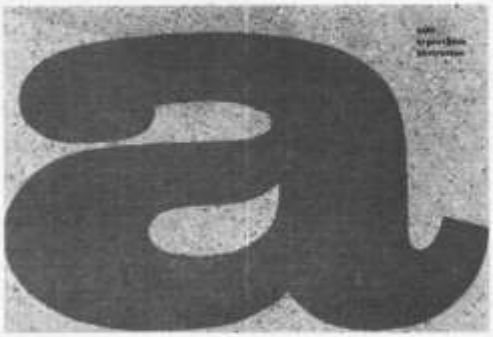
۴۷و۴۸ـ آثارویلیام سندبرگ به خاطر بهره‌گیری او از حروف درشت، کاغذهای بافت‌دار، فرم‌های لبه ناصاف و طرح‌های قوی پس زمینهٔ تصویر، به راحتی قابل تشخیص‌اند.

۴۹ـ یکی از طرح های سند برگ که بارها به چاپ رسیده است، مطالعه‌ای است که او در کتاب خود *تجربیات تایپوگرافی*، متعلق به سال ۱۹۵۶ م، دربارهٔ پس زمینهٔ تصویر انجام داده است.



۴۹

۴۷



۴۸

طراحی گرافیک در هلند

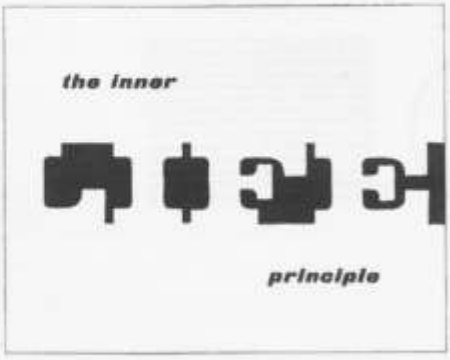
در جنگ جهانی اول، هلند کشوری بی‌طرف بود. این کشور به رهبری گروه د استیل یکی از فعال‌ترین مراکز طراحی گرافیک تجربی بود. اما با آغاز جنگ جهانی دوم و اشغال هلند از سوی ارتش آلمان، طراحان هلندی فعالیت خود را مخفیانه پی گرفتند و تنها امکان نمایش خصوصی آثار خود را داشتند. برخی از این طراحان در این راه جان باختند. اچ. ان. ورکمان در سال ۱۹۴۵ م چند روز پیش از آزادی هلند به دست نیروهای نازی اعدام‌شد.

سال‌های پس از جنگ شاهد تداوم سنت طراحی حروف قدرتمند هلند به ویژه در آثار ویلیام سندبرگ بود که فعالیت خود را با تحصیل در رشتهٔ روان‌شناسی و تاریخ هنر آغاز کرد.

سندبرگ تأثیر عمیقی از آثار اچ. ان. ورکمان، به ویژه استفادهٔ او از طراحی حروف درشت، حروف چوبی بزرگ و بریده‌های کاغذ برای ایجاد شکل‌های جذاب پذیرفت. سند برگ در سمت رسمی خود، مدیر موزهٔ مونیسیپال، و سپس موزهٔ استدلیک آمستردام، کاتالوگ‌های نمایشگاهی و پوسترهایی را طراحی و تهیه کرد که تأثیر تایپوگرافیک و بصری قدرتمند دارند (تصاویر۴۷، ۴۸ و ۴۹). این کارهای چاپی در موزه‌های سراسر جهان موجودند و مورد تقلید قرار گرفتند.

۴۷و۴۸ـ آثارویلیام سندبرگ به خاطر بهره‌گیری او از حروف درشت، کاغذهای بافت‌دار، فرم‌های لبه ناصاف و طرح‌های قوی پس زمینهٔ تصویر، به راحتی قابل تشخیص‌اند.

۴۹ـ یکی از طرح های سند برگ که بارها به چاپ رسیده است، مطالعه‌ای است که او در کتاب خود *تجربیات تایپوگرافی*، متعلق به سال ۱۹۵۶ م، دربارهٔ پس زمینهٔ تصویر انجام داده است.



۴۹

طراحی حروف چاپی پس از جنگ

پس از جنگ جهانی دوم، تقاضای بسیاری برای حروف چاپی جدید به ویژه برای حروف بدون سریف پدید آمد. آدرین فروتیژه، طراح سوئدی ساکن پاریس، خانوادهٔ حروف چاپی یونیورس را خلق کرد که دارای مجموعهٔ وسیعی از وزن‌ها و عرض‌ها بود.

در سال ۱۹۵۷ م. ادوارد هوفمن، طراح سوئدی دیگری، حروف چاپی قدیمی نیوهاس گروتسک را برگرفت و طرح جدید آن را به کمک مکس میدینگر به اجرا درآورد. حاصل کار حروف چاپی هلوتیکا بود که تبدیل به حروف چاپی محبوب طراحان سوئیس و بسیاری از طراحان دیگر جهان شد.

آلدو نواره‌زه در ایتالیا دو نوع حروف چاپی بدون سریف تقریباً منحصر به فرد به نام‌های میکروگراما و اونوواستیله آفرید.

در آلمان، یکی از برترین طراحان گرافیک و بی‌شک خلاق ترین طراح حروف هرمان زپ بود. از جمله بسیاری از حروف چاپی پرکاربرد او، پالاتینو، ملیور و اُپتیما بودند که همگی در دههٔ پنجاه طراحی شدند.

در امریکا، فریمن کرا سه نوع حروف چاپی کرا کلارندون، کرامدرن و آدلیب در دههٔ پنجاه طراحی کرد که در قاموس حروف نمایشی رواج فراوانی یافتند.

Helvetica

Univers

MICROGRAMMA

Eurostile

Palatino

Melior

Optima

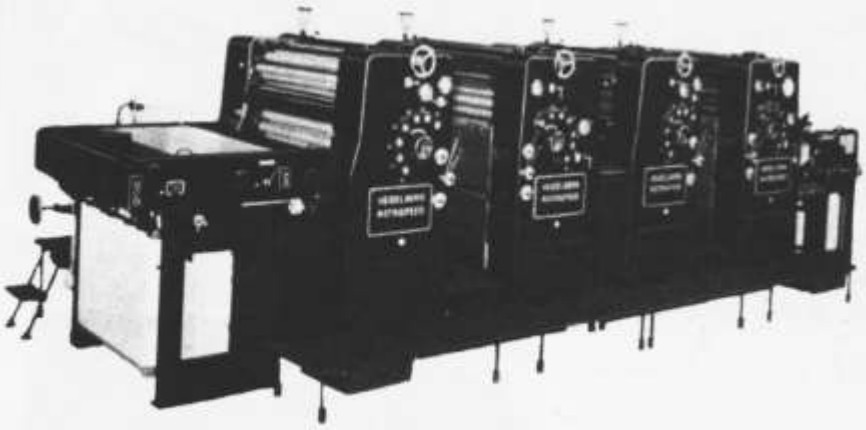
Craw Clarendon

Craw Modern

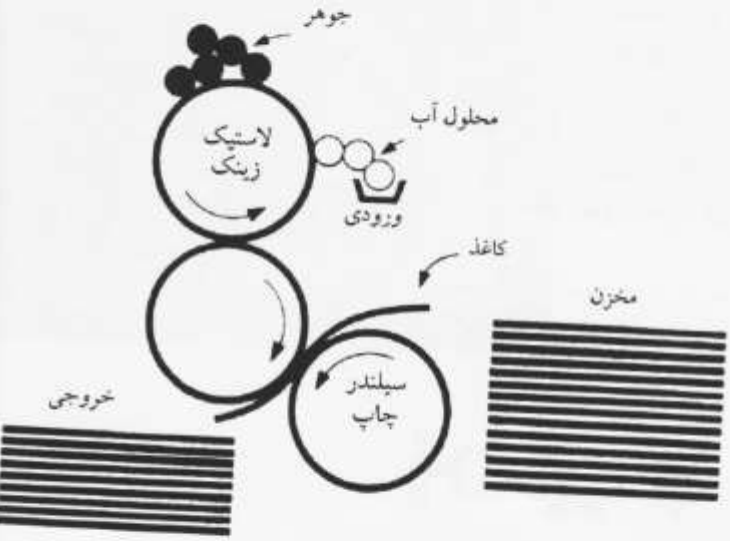
شکوفایی لیتوگرافی افست

با پایان گرفتن جنگ جهانی دوم، چاپ برجسته (لترپرس) تفوق خود را بر صنعت چاپ از دست داد. نخستین بار از زمان گوتنبرگ فرایند چاپ دیگری موسوم به لیتوگرافی فوتوافست تفوق خود را آغاز کرد.

مزیت افست انعطاف‌پذیری آن است، یعنی به جای آن‌که لیاقتی برای اجرا به چاپگر داده شود، طراح باید ماکت یا نسخهٔ اولیهٔ کار را تهیه کند تا از آن عکسبرداری و لوح چاپ گرفته شود. از آن‌جا که در این روش همه چیز با عکاسی انجام می‌شود، طراح آزادی و تسلط کامل بر طراحی کار چاپی دارد.



دستگاه چاپ لیتوگرافی افست چهار رنگ



دهۀ شصت با احساس خوش‌بینی و اشتیاق به دگرگونی و تغییر آغاز شد و با یأس و سرخوردگی به پایان رسید. در سال ۱۹۶۰ م جان اف. کندی به ریاست جمهوری امریکا برگزیده شد و با خود انرژی جوانی و راه‌های نوینی برای حل مسائل داخلی و بین‌المللی به همراه آورد.

در جبههٔ داخلی امریکا، اعتصاب‌های خیابانی و قانون‌گذاری‌های دادگستری دستاوردهایی در زمینهٔ حقوق مدنی درپی آورد و نبردی علیه فقر و بیماری خوانده شد. در همین زمان سازمان هوانوردی و فضانوردی امریکا (ناسا) با هدف رساندن انسان به کرهٔ ماه تأسیس و راه‌اندازی شد.

در پایان این دهه، رئیس‌جمهور کندی، برادرش رابرت و مارتین لوترکینگ رهبر حقوق مدنی امریکا ترور شدند. تداوم جنگ اعلام نشده و غیرمردمی ویتنام، رئیس‌جمهور لیندن جانسون را از موفقیت در دور جدید انتخابات سال ۱۹۶۸ م بازداشت. ریچارد نیکسون به ریاست جمهوری امریکا برگزیده شد و مردم این‌کشور به‌دو دسته تقسیم‌شدند.

در اوایل دهۀ هفتاد، ایالات متحده هنوز در باتلاق جنگ ویتنام گرفتار بود و جوانان امریکا ـ موسوم به بچه کانگروها که جمعیت این کشور را پس از جنگ جهانی دوم به مرز انفجار رسانده بودند ـ کشور را به سوی حقوق مدنی، تظاهرات ضد جنگ، مسائل زیست‌محیطی و انقلاب جنسی سوق دادند. زنان خود را بازیافتند و نبرد برای رسیدن به حقوق برابر با مردان را آغاز کردند.

جنگ ویتنام در سال ۱۹۷۳ م به پایان رسید. رسوایی واترگیت، رئیس‌جمهور نیکسون را وادار به کناره‌گیری از قدرت کرد و اوپک، کارتل بین‌المللی نفت، با قطع تولید خود افزایش قیمت‌ها را موجب گردید و برای نخستین بار، کسری بودجهٔ بسیاری را در پی آورد.

در سال ۱۹۷۶م، امریکا رفته رفته به وضع عادی خود بازگشت. جیمی کارتر به ریاست جمهوری امریکا برگزیده شد وجشن دویستمین سالگرد استقلال امریکا به امریکاییان کمک‌کرد تا حس هویت و میهن‌پرستی خود را بازیابند.

سپس در پایان این دهه، دوران ریاست جمهوری کارتر در اثر افزایش تورم و تداوم بحران گروگان‌گیری در ایران به تزلزل افتاد.

دهۀ شصت و هفتاد، با شمار زیادی از تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی مواجه بود که نسل زاده شدهٔ پس از جنگ جهانی دوم الهام‌بخش و عامل آن بودند.

فلسفهٔاین‌نسل بیش‌تر در موسیقی‌بت‌هایی چون باب دیلان، جان بیز، بتیلز، رولینگ استونز، هو، دورز، جیمی هندریکس، یانیس جاپلین، و سیمون و گارفانکل خلاصه می‌شد. به هیپی‌های جوان و نوجوان گفته می‌شد با مصرف ماری‌جوانا، ال اس دی و مسکالین «درس و مدرسه را رها کنند، خود را بسازند و نشئه کنند.» اگر عوالم نشئگی مؤثر واقع نمی‌شد، این افراد آگاهی را در هم‌صحبتی با گوروها (مرشدها) اسالن، گروه‌های‌مواجهه،عشق‌های‌مشترک،تاخَت‌زدن همسر یا فریادزدن‌های‌وحشیانه می‌جستند.

در عالم مُد، مینی‌ژوپ، شلوارک، لباس‌های شنای بدون بالاتنه، پیراهن‌های بدن‌نما، خال‌کوبی بدن و اصلاح موی افریقایی رواج داشت، در سینما «موج نو» با ژان لوک گدار، آلن رنه و فرانسوا تروفو آغاز شد. در این زمان پاپ آرت از طریق فیلم‌های زیرزمینی به عالم سینما راه یافت. در ادبیات، چهره‌های برجسته شامل ادوارد آلبی، جیمز بالدوین، گونترگراس، جیمز کارول اوتس، آلکساندر سولژنیتسین، فیلیپ روث، جان آپدایک و کورت وونه‌گوت بودند.

در پایان دهۀ هفتاد، زمان پختگی رسید و بچه کانگروها تشکیل خانواده دادند و به راه خود در نردبان زندگی مشترک ادامه دادند. در این حال، نسل جدید جان تراولتا، بی‌گیز، رقص دیسکو، جنگ *ستارگان* و آرتودی‌تو را کشف می‌کرد.

در دنیای مصرف، ژاپن با سیل اتومبیل‌ها، دوربین‌ها، ماشین‌حساب‌ها، تلویزیون‌ها و ضبط‌صوت‌های ارزان قیمت و مرغوب بازار امریکا را به تصرف خود درآورد.

هنرهای زیبا

در اوایل دههٔ شصت، جنبش اکسپرسیونیست انتزاعی بیش‌تر توان و انرژی خود را از دست داد و نسل جدید هنرمندان مسیرهای تازه‌ای را جست‌وجو کردند. در این‌دوره، جنبش‌های بی‌شماری به ظهور رسیدند که برخی از آن‌ها تنها چند سال دوام داشتند. از مهم‌ترین این جنبش‌ها، پاپ، کالرفیلد، آپ، مینی مالیسم، هارد اج، کانسپچوال و کاینه‌تیک بودند. دههٔ هفتاد با بازگشت اشکال مختلف رئالیسم و از آن‌جمله فوتورئالیسم‌وسوپررئالیسم مواجه‌بود.

۱

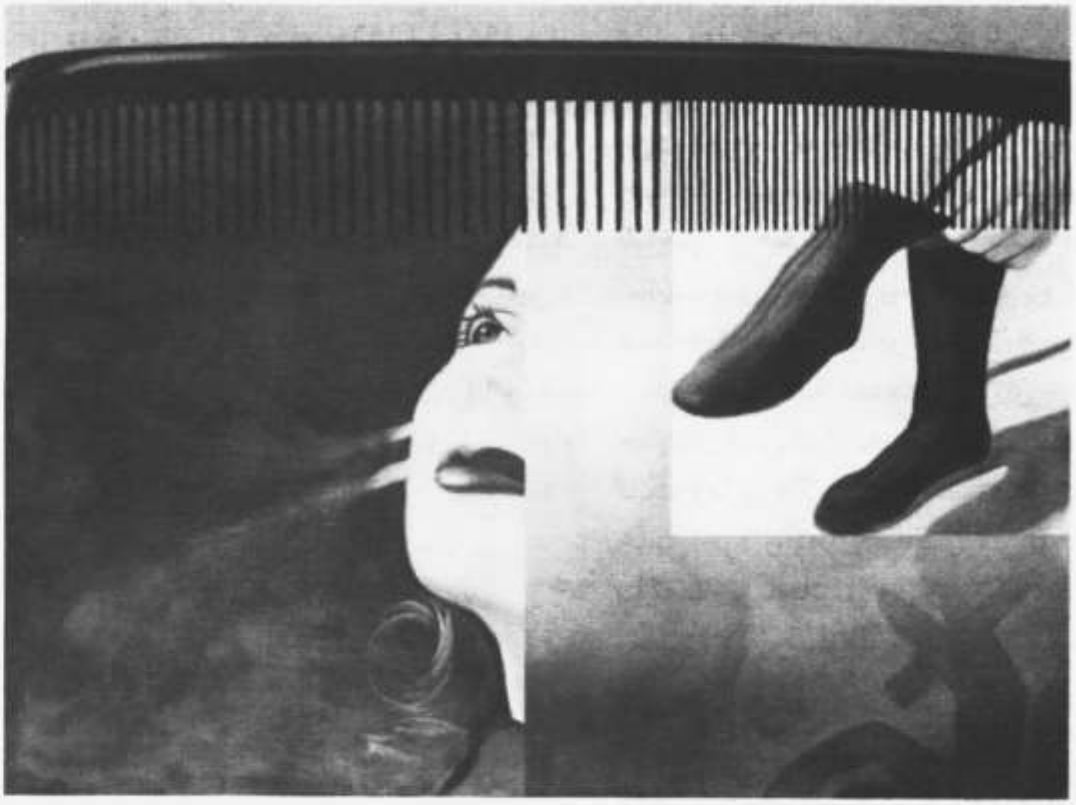
۱ـ روی لیختنشتاین منبع الهام هنر خود را کمیک استریپ قرار داد. وی با بزرگ نمایی تک قاب‌های این تصاویر، توانست به هجو روابط عاشقانه و ماجراجویی‌های شخصیت‌های کمیک استریپ بپردازد.

پاپ آرت (هنر مردم پسند) واکنشی به احساس‌گرایی افراطی‌وجدیت شدید اکسپرسیونیسم انتزاعی‌بود. هنرمندان پاپ با الهام از ایده‌های یاسپر جونز و رابرت راشنبرگ آثاری خلق کردند که تصاویر آن از فرهنگ مردمی برگرفته شده بود. از جملهٔ این آثار می‌توان به نقاشی‌های فکاهی روی لیختنشتاین و قوطی‌های سوپ کمپبل اثر اندی وارهول اشاره کرد (تصاویر ۱ و ۳) نقاشان دیگر پاپ، جیمز روزنکیست (تصویر ۲)، جیم داین، تام وسلمن و رابرت ایندیانا، بودند.

بسیاری ازهنرمندان پاپ ازجمله وارهول و روزنکیست، متکی بر هنرهای گرافیک بودند و به همین دلیل اکراهی در استفاده از چاپ تجاری، نقاشی علائم و نشانه‌ها و تکنیک‌های تبلیغاتی نداشتند. تجلیات دیگر پاپ آرت، مجسمه‌های نرم[۳۷] کلز اولدنبرگ، قالب‌های گچی جورج سگال، پیکره‌های چوبی و پارچه‌ای ماریسول و سازه‌های نئونی کرایسا بودند. هنرمندان پاپ همچنین از اجراهای خود انگیخته موسوم به هپنینگز (پیشامدها) نیز بهره می‌بردند.

در شیوهٔ نقاشی کالرفیلد (گسترهٔ رنگ)، هنرمند برای خلق اشکال دو بعدی با رنگ تخت به سطح بوم اهمیت بیش‌تری می‌داد و بدین‌سان طراحی و ضربهٔ قلم‌ها را از کار خود حذف می‌کرد. در این شیوه، رنگ می‌توانست به طرق مختلف از جمله با قلم‌مو، اسفنج، یا تکه پارچه به‌کار برده شود یا بر سطح بوم پاشیده شود. هنرمندان این مکتب موریس لوئیس، کنت نولاند، یولز اولیتسکی و هلن فرانکنتالر، بودند.

در همین دوره، گروه دیگری از هنرمندان به تجربه با جلوه‌های نوری حاصل از رنگ‌ها و اشکال هندسی متضاد و متغیر پرداختند. این جنبش موسوم به *آپ آرت* (هنرنور) عمر چندانی نداشت و نتوانست هواداران بسیاری را جذب خود سازد. معروف‌ترین هنرمندان آپ، ویکتور وازارلی، بریجت رایلی، ریچارد آنوژکیه ویچ و لاری پونز، بودند.



۲

گروه دیگری از نقاشان که به *مینی‌مالیست‌ها* (کمینه‌گرایان) یا *هارد اج* موسوم بودند، قصد داشتند فرم را به رنگ‌های تخت یا اشکال ساده تقلیل دهند. نمونه‌هایی از نقاشی هارداج، آثار الزورث کلی، آل هلد، و جک یانگرمن، است.

هنرمندان *کانسپچوال* (مفهومی) از بوم‌های نقاشی شده و موضوعات هنر سنتی کناره گرفتند و به جای آن نمودهای تصادفی و موقعیت‌هایی را خلق‌کردند که در مرحلهٔ بعد عکسبرداری می‌شدند. برای مثال یک اثر کانسپچوال که در مقیاس عظیم انجام گرفت، آثار خاکی[۳۸] رابرت اسمیتسون و لفاف‌بندی‌های ساختمان‌ها، پل‌ها و جزایر اثر کریستو بود. هنرمندان دیگری چون جوزف کاسوت زبان را وسیلهٔ بیان ایدئولوژی زیبایی شناختی و دستمایه کار خود قرار دادند.

هنرمندان کاینه تیک (جنبشی) مجسمه‌سازانی بودند که به سنت الکساندر کالدر کار می‌کردند. برخی از آثار کاینه تیک، نظیرکارهای جورج ریکی، با باد به جنبش درمی‌آمدند و برخی دیگر به نیروی برق تکان می‌خوردند. نمونه‌هایی از آثار دسته دوم، کارهای لن لای و جین تینگولای، است. دیگر هنرمندانَ کاینه تیک با استفاده از نورهای نئون یا فلورسنت توهم حرکت را پدید می‌آوردند. این جلوه را می‌توان در آثار دَن فلاوین مشاهده کرد.

۳

۲ـ پرتره همیشه *تابان*، نقاشی متعلق به سال ۱۹۶۱ م اثر جیمز روزنکیست، تلفیقی از تصاویر تبلیغاتی و اشیای بزرگ شدهٔ روزمره برای ایجاد آگاهی تشدید یافته نسبت به جامعهٔ مصرفی است.

۳ـ *نوزده* سنت نقاشی اثر اندی وارهول متعلق به سال ۱۹۶۰م. وارهول تصاویر آشنای روزمره را موضوع اصلی آثار خود قرار داد و احساسات‌گرایی و هیجان اکسپرسیونیسم انتزایی را نفی کرد.

هنرهای گرافیک

دورهٔ میان سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ م در هنرهای گرافیک، همچون هنرهای زیبا، دورهٔ نوآوری و تجربه‌گری بود. در این دوره ایده‌ها و تصاویر به شکلی آزادانه بین هنرهای زیبا و گرافیک در تبادل بود. راشنبرگ، وارهول، لیختنشتاین و روزنکیست، تصاویر و تکنیک‌های خود را از دنیای تجاری برمی‌گرفتند و طراحان نیز به گونه‌ای پیوسته از هنرهای زیبا الهام می‌پذیرفتند.

طراحی گرافیک در امریکا

اوایل دههٔ شصت استمرار شکوفایی طراحی پس از جنگ را شاهد بود. طراحانی، چون پل رند، سائول باس، برادبری تامپسون و جنه فدریکو، به قدرت‌های جدیدی در طراحی گرافیک تبدیل شده بودند و اکنون شرکت‌های تبلیغاتی و مؤسسات بزرگ در صدد به کارگیری آنان بودند.

در میانهٔ دههٔ شصت، نیروی حیاتی جدیدی امریکا را دربرگرفت. نسل بچه کانگروها بزرگ شدند و ذائقه‌ها و سلایق خاص خود را مطرح ساختند. هنر توهم‌گرا با تصاویر نامأنوس و پیچیدهٔ خود کاربرد وسیعی در پوسترها، مجلات و صفحات موسیقی جوان‌پسند یافت (تصاویر ٤ و ٥). اما این شیوه بر جریان غالب طراحی تأثیر کمی گذارد. آثار جدی طراحی گرافیک را نسل جدید طراحان خلق کردند.

٤و٥ـ هنر توهم زای میانهٔ دههٔ شصت و اوایل دههٔ هفتاد بیانی تجسمی به ضد فرهنگ موسیقی پاپ و مواد مخدر هوش‌افزا بخشید. در این آثار، تصاویر و حروف، مخدوش و واپیچیده می‌شدند و با رنگ‌های فسفری به چاپ می‌رسیدند تا اثراتی توهم زا پدید آورند. طراحی پوسترها در این شیوه برای تجربه شدن بود نه برای درک کردن.

۴

۵

شرکت چرمایف و گیسمار بی‌شک از موفق‌ترین و شناخته شده‌ترین شرکت‌های طراحی گرافیک مشغول به کار امروز است. این دو طراح استعدادهای خود را در هر زمینه‌ای از طراحی‌ساک‌های خرید تا طرح‌های هویت شرکتی به کار گرفتند.

ایوان چرمایف و تام گیسمار در زمان تحصیل در رشته طراحی گرافیک دانشگاه ییل با یکدیگر آشنا شدند. پس از اتمام تحصیلات در میانهٔ دههٔ شصت به رابرت براون‌جان پیوستند که طراح گرافیک مطرح و شناخته شده‌ای بود. این دو در سال ۱۹۶۰ م شرکت طراحی گرافیک خود را تأسیس کردند و تقریباً بلافاصله با طرح‌های هویت شرکتی موفق خود برای چیس منهتن بنک (تصویر ۹) جلب توجه کردند. چرمایف و گیسمار از آن پس بیش از دویست طرح هویت شرکتی را تکمیل کرده‌اند که برخی از آن‌ها برای شرکت‌های موبیل، زیراکس و برلینگتون اینداستریز بوده است (تصویر ۷).

چرمایف و گیسمار در زمینهٔ طراحی نمایشگاه به ویژه نمایشگاه‌های کوچک موزه‌ای در نمایشگاه‌های بین‌المللی نیز موفق بوده‌اند. از جمله طرح‌های این دو در این زمینه طراحی غرفهٔ دولت امریکا در نمایشگاه‌های بین‌المللی سال ۱۹۶۷ م مونترئال و سال ۱۹۷۰ م اوزاکا و همچنین نمایشگاه «ملت ملت‌ها» برای شرکت اسمیتسونیان است.

چرمایف و گیسمار در پروژهٔ جشن دویستمین سالگرد استقلال‌امریکا مسئولیت برنامهٔ طراحی گرافیک و نشانه‌سازی رسمی آن‌را برعهده داشتند (تصویر۶). از دیگر طرح‌های‌نمایشگاهی مشهورآنان، طرح نمایشگاه کتابخانهٔ یادبود جان اف کندی بود.

چرمایف‌افزون‌برآن‌که در طراحی‌هویت شرکتی موفق است، تصویرساز موفقی نیز هست که آثارش را در بسیاری از پوسترها و آگهی‌های تبلیغاتی برای شرکت پابلیک برودکستینگ سیستم، شرکت موبیل و موزه هنر مدرن نیویورک می‌توان مشاهده کرد (تصویر ۸).

۷

۹

۸

۶

۶ـ یکی از سفارش‌های معتبر شرکت چرمایف و گیسمار طراحی نشانهٔ رسمی مراسم دویستمین سالگرد استقلال امریکا بود.

۷ـ پوستر متعلق به سال ۱۹۷۰ م که گسستی نو از پوسترهای مسافرتی پرزرق و برق سنتی است. تصویر واضح و مشخص و تایپوگرافی موجز این پوستر ازسنت طراحی گرافیک سوئیس پیروی می‌کند.

۸ـ پوستری برای اقتباس تلویزیونی رمان *جنگ و صلح* اثر تولستوی در سال۱۹۷۳ م که با تصویرسازی ایوان چرمایف جذابیت ویژه‌ای یافته است.

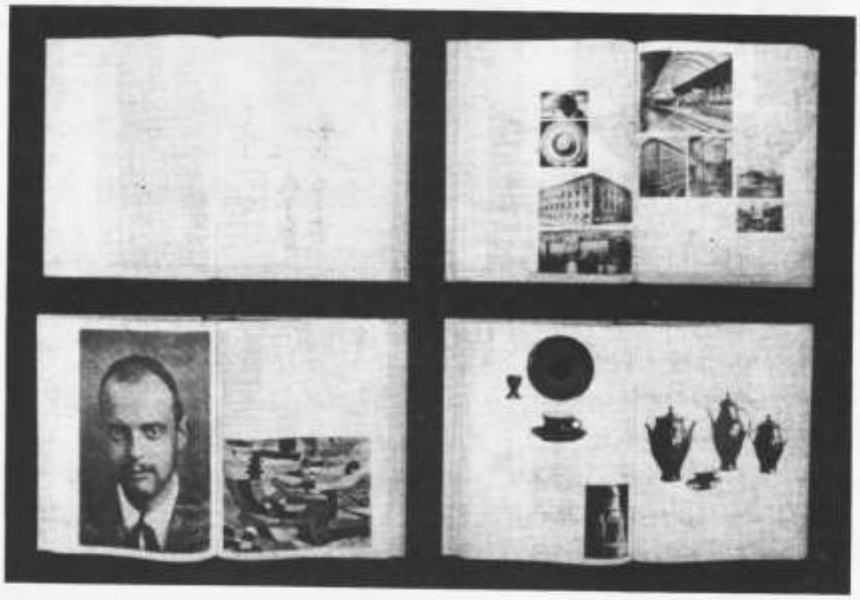
۹ـ ایوان چرمایف و تام گیسمار در اوایل دههٔ شصت با طراحی این لوگوی منحصر به فرد و به یادماندنی برای چیس منهتن بانک خود را به تثبیت رساندند.

موریل کوپر طراح برجستهٔ دیگر این دوره است. او بیش از سی سال با مؤسسهٔ فناوری ماساچوست (ام آی تی)، یکی از اولین نهادهای معتقد به اهمیت طراحی به منزلهٔ عامل ارتباطی ارزشمند، همکاری داشته است.

خانم کوپر در سال ۱۹۵۱ م طراح تمام وقت ام آی تی شد تا طراحی نشریات این مؤسسه را بهبود بخشد. هشت سال بعد به سمت اولین مدیر هنری انتشارات ام آی تی انتخاب شد و در این سمت، نکته‌ای را تثبیت کرد که اکنون به نگرش ام آی تی موسوم است. (تصویر ۱۰). شاید نمونهٔ عالی این نگرش را بتوان در کاتالوگ سال ۱۹۶۹م او مشاهده کرد که تاریخچهٔ بسیار دقیقی از باهاوس است و در پانزدهمین سالگرد تأسیس این مدرسه انتشار یافت.

کوپر استادیار مطالعات بصری در ام آی تی است. او یکی از بانیان و مدیر کارگاه زبان بصری این مؤسسه است و در این سمت به تدریس و پژوهش در زمینهٔ ویژگی‌های گرافیک جدید در محیط الکترونیک می‌پردازد.

۱۰



۱۰ـ موریل کوپر هنگامی که مدیریت هنری انتشارات ام آی تی را بر عهده داشت، این مجلد از *کتاب باهاوس* را طراحی کرد که در سال ۱۹۶۹ م به مناسبت پنجاهمین سالگرد تأسیس این مدرسه انتشار یافت.

رودلف دهارک در سال ۱۹۲٤م در کلورسیتی کالیفرنیا زاده شد. او طراح خودآموخته‌ای بود که فعالیت خود را در وست کوست آغاز کرد و در سال ۱۹۵۰ م به نیویورک رفت و در آن‌جا به طراح گرافیکی تأثیرگذار مبدل شد.

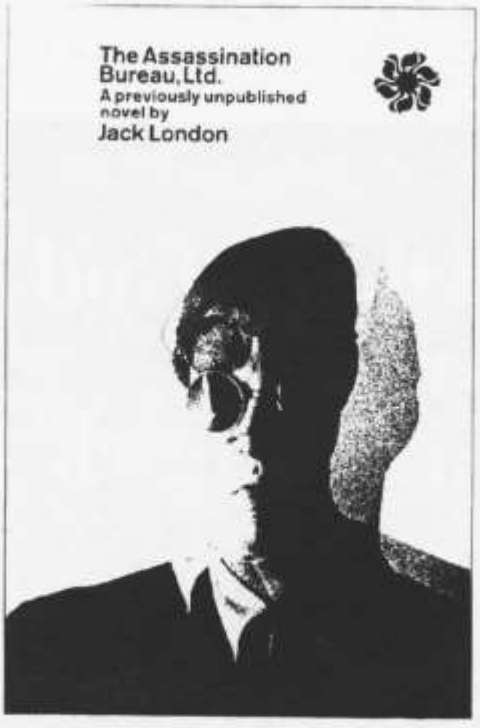
وی افزون بر تصویرسازی‌های بی‌شمار برای مجلهٔ *اسکوایر*، طرح جلدهای صفحات موسیقی شرکت کلمبیا و لوگوها و پوسترهای مختلف خود، ۳۵۰ جلد فوق‌العاده موفق برای کتب انتشارات مک‌گراهیل، طراحی کرد. (تصاویر ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱٤)

وی در همین دوره فعالیت معلمی خود را آغاز کرد که بیش از سی و پنج سال ادامه داشته است. وی استاد ممتاز طراحی مدرسه هنر و معماری کوپریونیون در نیویورک است.

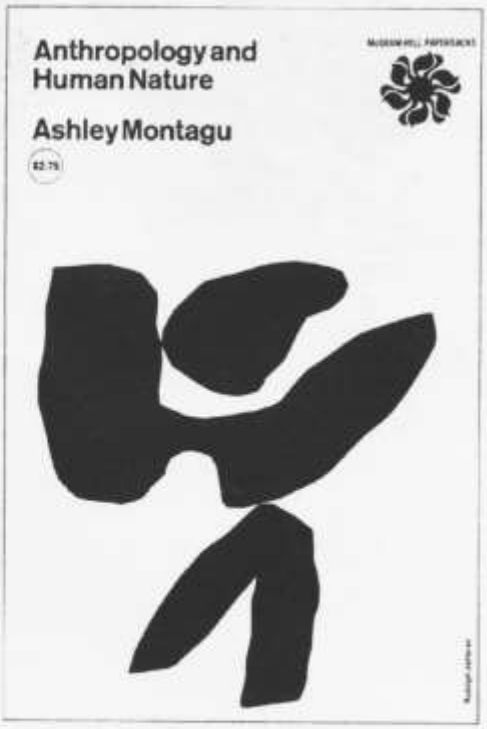
دهارک به‌خاطر طرح‌های نمایشگاهی و گرافیک معماری خود شهرت بسیاری کسب کرده است. از کارهای او در این زمینه، غرفه‌هایی برای نمایشگاه بین‌المللی سال ۱۹٦۷م مونترئال کانادا و نمایشگاه بین‌المللی سال ۱۹۷۰ م اوزاکای ژاپن است.

۱۱

۱۲



۱۳



۱٤

۱۱ـ دهارک برای پوسترشرکت مرل مارسیکانو اند دنس در سال ۱۹٦۲م تک چهرهٔ درشت و تیرهٔ رقصنده‌ای را برگزید تا عمق احساس را بیان دارد.

۱۲ـ بخشی از لوگویی که رودلف دهارک در سال ۱۹۵۹ م برای طرح هویت‌شرکتی‌ورسن لایتینگ کارکرد.

۱۳و۱٤ـ دو طرح جلد کتاب که دهارک در سال ۱۹٦۳ م برای کتب جلد شمیز تجاری انتشارات مک گراهیل طراحی کرد. این طرح‌ها بخشی از مجموعه طرح‌هایی بودند که با قلم بدون سریف واحدی براساس یک جدول‌بندی طراحی شدند. هدف دهارک، خلق نشانه‌ای توانمند برای بیان منحصر به فرد بودن هر یک از این کتب بود. لوگوی این مجموعه کتاب‌ها، که به صورت خورشید رخشان یا گلی شکفته است، حکم مظهر و نمادی مثبت داشت.

گنورگ لویس نمونه‌ای از نسل جدید مدیران هنر تبلیغاتی است. لویس در سال ۱۹۳۱ م در خانوادهٔ یونانی مهاجری زاده شد و در مؤسسهٔ پرات در بروکلین به تحصیل پرداخت. او به گفته خود «خروس بی‌محل» دنیای تبلیغات بود.

در دههٔ پنجاه، حرفهٔ تبلیغات، تحت‌الشعاع اخلاق پروتستان انگلوساکسون سفیدپوست قرار داشت و آگهی‌های تبلیغاتی نیز بازتاب همین گرایش خشک و بی‌روح بودند. لویس با خلق آگهی‌های جسورانه، نامتعارف، طنزآمیز و موفق (تصویر ۱۶)، این دنیای مألوف را حیرت‌زده کرد. او پس از آن‌که طراحی جلدهای مجلهٔ *اسکوایر* به وی پیشنهاد شد، همین روح جسورانه را به دنیای طراحی مجله نیز وارد ساخت. (تصاویر ۱۵ و ۱۷)

لویس اولین مدیر هنری بود که پیش از سی‌سالگی شرکت تبلیغاتی خود موسوم به پیپرت کونیگ لویس را اداره می‌کرد. او تا سال ۱۹۶۷ م در این شرکت باقی ماند و پس از آن شرکت‌های دیگری را نیز تأسیس کرد. لویس مؤلف کتاب *هنر تبلیغات* است.

۱۵

۱۶

۱۷

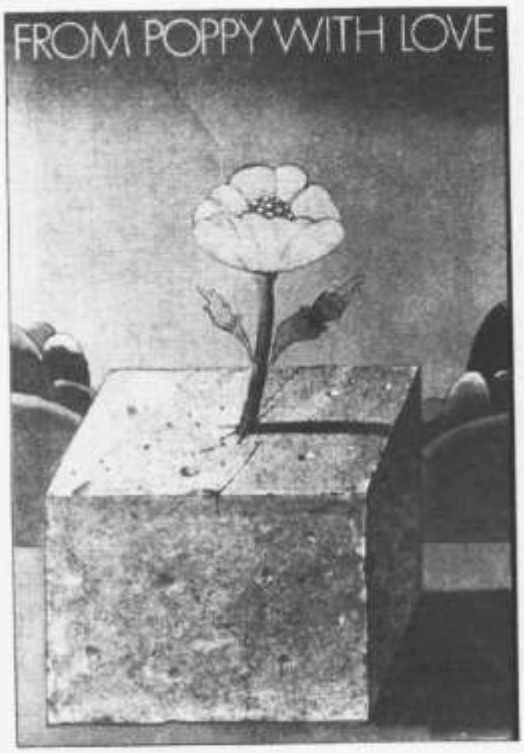
۱۵و۱۷ـ قابلیت گنورگ لویس در خلق اعلامیهٔ بصری به یاد ماندنی بیش از همه در مجموعه طرح‌هایی نمایان است که وی در دههٔ شصت برای جلد مجله *اسکوایر* خلق کرد.
۱۶ـ یکی از بزرگ‌ترین امتیازهای لویس، حس طنز وی بود. وی در این‌جا برای معرفی محصولی معمولی از شوخ‌طبعی خود بهره می‌گیرد.

استودیوی پوش پین شرکت طراحی گرافیک موفقی بود که در سال ۱۹۵٤م سه تن از فارغ‌التحصیلان کوپر یونیون، میلتون گلیزر، سیمور چاست و اد سورل، آن را تأسیس کردند. این سه تن که به شکلی ساده تصویرسازی و طراحی جلد کتاب را آغاز کرده بودند، در اندک زمانی مجموعهٔ وسیعی از خدمات طراحی گرافیک را ارائه دادند.

نگرش پوش‌پین بی‌درنگ شناخته شد و به تمایز رسید. این گروه از اصول محدودکننده و دست‌و پاگیر مکتب سوئیس به نگرش التقاطی‌تری سوق یافت که از تمام صور دوره‌های هنر شامل هنرهای زیبا و تجاری الهام می‌پذیرفت. نگرش پوش‌پین به صور مختلف بر طراحان و تصویرسازان سراسر جهان تأثیر گذارد (تصاویر ۱۹ و ۲۰).

این استودیو برای تبلیغ آثار خود، ماهنامهٔ *پوش‌پین گرافیک* را انتشار داد که به هنرمندان مختلف امکان می‌داد برای تجربه و ترویج استعدادهای خود به این استودیو بپیوندند (تصویر ۱۸). این هنرمندان برخی از تصویرسازان مطرح امریکا، از جمله رینولد روفینز، بری زید، جان الکورن، جیمز مک‌مولن و پل دیویس، بودند. استودیوی پوش‌پین به چنان موفقیتی رسید که توانست در مقام اولین استودیوی امریکایی، نمایشگاهی در موزهٔ معتبر هنرهای تزیینی پاریس برگزار کند. در سال ۱۹۷۵ م، سورل به شراکت خود با این استودیو پایان داد و فعالیت‌های خود را دنبال کرد. گلیزر نیز چندی بعد برای تأسیس شرکت خود از پوش‌پین کناره گرفت و هم اکنون چاست گروه پوش‌پین را مدیریت می‌کند.

۱۸

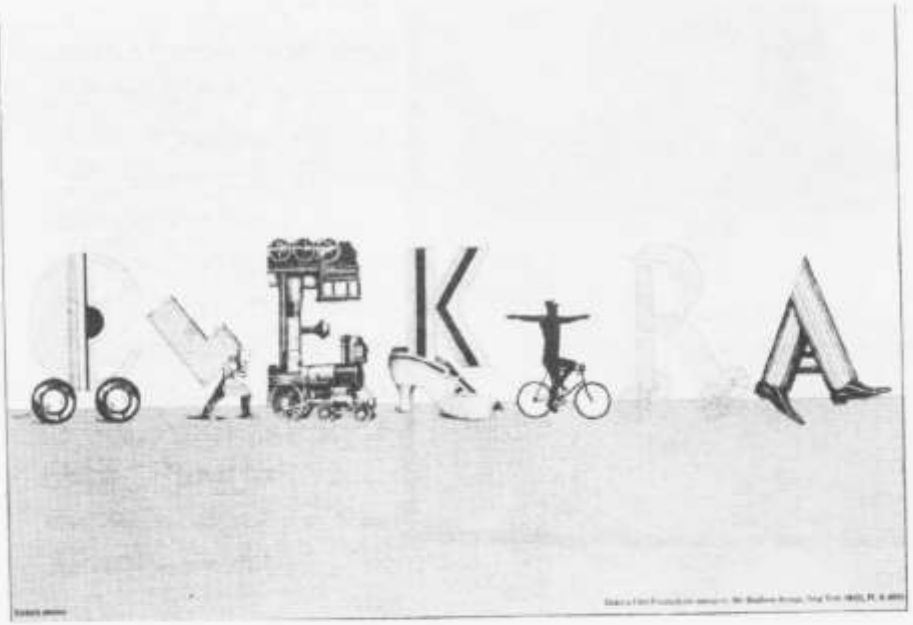


۱۹

۱۸ـ مجلهٔ *پوش پین گرافیک* را استودیوی پوش پین همچون وسیلهٔ تبلیغ شخصی و محلی برای نمایش آثار بسیاری از تصویر سازان و طراحان باذوق پدید آورد. در این‌جا طرح جلدی از سیمور چاست برای شمارهٔ سال ۱۹۸۳ م این مجله دیده می‌شود.

۱۹ـ میلتون گلیزر که نقاشی آموزش دیده بود، قابلیت‌های گوناگونی برای کار به سبک‌های گوناگون داشت و این یکی از بزرگ‌ترین قابلیت‌هایی بود که وی به استودیوی پوش پین آورد. پوستری که در این‌جا دیده می‌شود، یکی از پوسترهای بی‌شماری است که او در طول سال‌ها طراحی کرده است.

۲۰ـ الفبای ابتکاری سیمور چاست برای استودیوی نقاشی متحرک الکترا فیلمز.



۲۰

۲۱

گـــئورگ تچرنـــی در ســـال ۱۹۲٤ م در بوداپست زاده شد اما خانوادهٔ او در همان سال‌های کودکی وی به برلین آمدند و سپس در سال ۱۹٤۱ م به امریکا مهاجرت کردند. تچرنی پس از خدمت در ارتش امریکا در مؤسسهٔ پرات در بروکلین نام نویسی کرد و طراحی گرافیک خواند. پس از پایان تحصیل، ابتدا طراح استخدامی شرکت داناددسکی و سپس شرکت جورج نلسون شد که هر دو از طراحان صنعتی مشهور بودند.

گئورگ تچرنی در سال ۱۹۵۵ م شرکت مستقل خود را تأسیس کرد و مجموعهٔ وسیعی از فعالیت‌ها از جمله طراحی هویت شرکتی، طراحی سالنامه‌ها، تمبرهای پستی، پوسترها و نمایشگاه‌ها را برعهده گرفت. (تصاویر ۲۱، ۲۲ و ۲۳)

از میان شرکت‌های بسیاری که تچرنی با آنان همکاری داشته است می‌توان به تگزاس گلف، شرکت دبلیو. آر. گریس، راک ول اینترنشنال، آی بی ام، آر سی‌آی، و برلینگتون ایندستریز اشاره کرد.

سبک تچرنی را به بهترین وجه می‌توان کلاسیک برشمرد. او از کلیشه‌های جنبش‌های مختلف بیست و پنج سال گذشته چشم پوشی کرده است.

۲۲

۲۳

۲۱ـ تچرنی در طراحی پوستر برای مرکز فرهنگی آلمان، تصاویری تداعی بخش را با دقت انتخاب کرد تا موسیقی، فناوری، ادبیات، نقاشی، علم و ریاضیات را به نمایش درآورد.

۲۲ـ تچرنی برای پوستر دویستمین سالگرد استقلال امریکا، تصویر گرافیکی توانمندی را متعلق به جنگ جهانی اول با تایپوگرافی ساده درآمیخت تا به بزرگداشت این موقعیت بپردازد.

۲۳ـ گئورگ تچرنی با برگزیدن حروف نویسی دستی، در این طرح جلد برای کاتالوگ سال ۱۹٦۲ م موزه هنر مدرن، دریی دستیابی به حالت خودانگیخته در فرایند خلاقه بوده است.

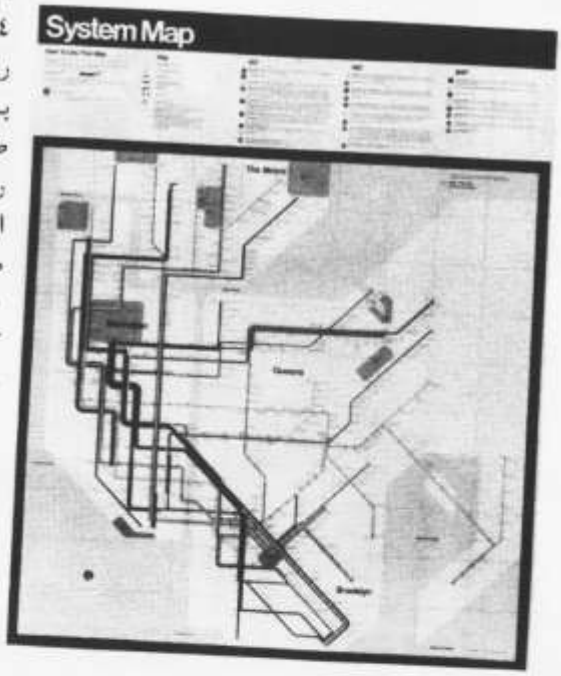
ماسیمو وینیه‌لی زاده و تحصیل کردهٔ ایتالیا، فعالیت خود را در این کشور در رشتهٔ معماری آغاز کرد. وینیه‌لی نخستین بار در سال ۱۹۵۷ م با بورس مؤسسهٔ طراحی شیکاگو به امریکا آمد و پس از بازگشت به میلان دفتری برای انجام طراحی گرافیک، صنعتی و معماری دایر کرد.

وینیه لی در سال ۱۹٦۵ م به امریکا بازگشت و آثار خیره‌کننده‌ای را برای شرکت یونیمارک اینترنشنال در شیکاگو طراحی کرد و کار برای سفارش‌دهندگانی چون نول اینترنشنال را آغاز کرد. (تصویر ۲٤) از معروف‌ترین کارهای وینیه‌لی، نشانه سازی‌ها و نقشه‌های سیستم متروی نیویورک در سال ۱۹٦٦ م (تصاویر ۲۵ و ۲٦) و متروی واشنگتن در سال ۱۹٦۸ م بودند. او در سال ۱۹۷۱ م شرکت وینیه‌لی را در نیویورک تأسیس کرد و با همسرش لالا، آفرینش طرح‌های تحسین برانگیز خود را ادامه داد.

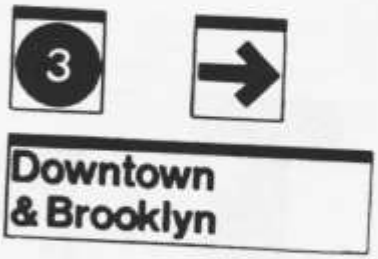
۲۴

۲٤ـ ماسیمو وینیه لی که کار خود را به سمت معمار شروع کرده بود، به سرعت خود را در حکم طراح گرافیک برجسته‌ای به ثبیت رساند. در این‌جا برخی از کارهای او که برای شرکت نول اینترنشنال طراحی کرده، دیده می‌شود.

۲۵ـ و۲٦ـ یکی از مهم‌ترین کارهای وینیه لی طراحی مجدد علائم گرافیک و نشانه سازی شبکه متروی شهر نیویورک بود. هرچند نشانه سازی‌های او با موفقیت همراه شد، اما نقشهٔ او مورد اختلاف قرار گرفت. مسئولان حمل و نقل این نقشه را رد کردند اما چند سال بعد نقشهٔ دیگری را از او مورد تأئید قرار دادند.



۲۶



۲۵

۲۷

۲۷ـ ولفگانگ وینگارت یکی از نخستین طراحان سوئیس بود که از سنت طراحی گرافیک کلاسیک این کشور پیوند گسست و به جست‌وجوی فرهنگ بصری جدیدی برآمد. وینگارت فارغ از تعصبات خشک، مرزهای طراحی گرافیک سوئیس را توسعه بخشید.

۲۸و۲۹ـ دونمونه از کارهای زیگفرید اودرمات و رزمری تیسی که ویژگی آثار آنها را در خودنهفته دارد. این‌دو از سال ۱۹٦۹به گونه مشترک به کار مشغول‌اند. درطرح اودرمات برای پوئیون سیف کومپانی، حروف به شیوه‌ای کاملا آزاد به کارگرفته شده و عملا سرو ته شده‌اند. در طرح تیسی حروف کلمه «Tips» برهم گذاری و پس و پیش شده تا تأثیر یک لوگوی توانمند را ایجاد نماید.

۲۸

طراحی گرافیک در سوئیس

نسل جوان‌تری از طراحان‌گرافیک، در سوئیس‌که از فلسفهٔ طراحی براساس نظم مطلق دل‌زده شده بودند، به جست‌وجوی راه‌حل‌های دیگر برآمدند. آنان احساس می‌کردند طراحی گرافیک سوئیس، بیش از حد قالبی شده و از آن‌جا که طرح‌ها ظاهری آراسته و کاملاً منظم داشتند، اغلب برای مخاطبان قابل پیش‌بینی بودند.

طراحانی چون ولفگانگ وینگارت، زیگفرید اودرمات و رزمری تیسی، برای مقابله با این گرایش و دمیدن روح نوینی در آثار خود از این سنت دست کشیدند و سعی کردند عناصر طراحی را به شیوه‌ای سرزنده‌تر و غیرقابل انتظارتر به کار گیرند (تصاویر ۲۷، ۲۸ و ۲۹). حس شهودی و همچنین منطق در کار آنان، تعیین‌کنندهٔ محل قرارگیری عناصر طراحی در کلیت کار بود، بدین معنا که حروف و تصویرسازی‌ها بدون فکر قبلی در ترکیب کار جای می‌گرفتند و ظاهری پویا به یک صفحه می‌بخشیدند. این نگرش که با نام موج نو مورد اشاره قرار می‌گرفت، تخیل بسیاری از طراحان جوان را مجذوب خود ساخت.

وینگارت‌تجربیات خود را گسترش داد و شاهکارهایی از جلوه‌های بصری آفرید که از ویژگی‌های آن‌ها تصاویر روی هم افتاده، نقوش بزرگ شدهٔ نقطه‌دار نیم سایه، قطعات حروف معکوس، خط‌کش‌های زیر کلمات، خط‌های ستون مانند، و دیگر عناصر طراحی بود که هیجان بصری را افزایش می‌دهند.

۲۹

طراحی گرافیک در انگلستان

انگلستان نیز همانند امریکا تأثیرات نسل پس از جنگ را تجربه کرد. این دوره در انگلستان نیز دورهٔ جوانان، جنب و جوش شدید، موسیقی راک، اعتراض و احساسات ضددولتی بود. این دوره همچنین دورهٔ کامل و تمام‌عیاری برای طراحان مستعد و با ذوق بود تا آثار جدیدی بیافرینند.

سه تن از این طراحان، کالین فوربس، آلن فلچر و باب گیل، بودند. گیل مهاجری امریکایی بود که در سال ۱۹۶۲ م برای تأسیس استودیوی فلچر، فوربس و گیل به این گروه پیوست. این طراحان، سبک التقاطی داشتند و تابع هیچ فلسفهٔ خاصی نبودند. از این‌رو، آگهی‌هایی را خلق کردند که مستقاوت و توجه برانگیز بودند (تصاویر ۳۰، ۳۱و۳۲). پس از سه‌سال، باب گیل از این استودیو کناره گرفت و تئوکراسپای جانشین وی شد.

در طی سال‌ها، عضویت در این شرکت گسترش یافت، اعضای جدیدی به آن افزوده شد، خدمات آن گسترش یافت و در سال ۱۹۷۱م به شرکت طراحی پنتاگرام تغییر نام داد. هفت سال بعد، این گروه دفتری در نیویورک دایر کردند. امروز گروه طراحی پنتاگرام مجموعهٔ وسیعی از خدمات طراحی معماری، گرافیک و صنعتی را به شرکت‌های بزرگ سراسر جهان ارائه می‌دهند. دیگر شرکت‌های طراحی مشهور این دوره، امنیفیک ال تی دی، ولف اولینز ال تی دی و مهندال تترسفیلد پراوینسیال ال تی دی بودند.

درحالی‌که شرکت‌هایی‌چون پنتاگرام، طرح‌های گرافیک «هنری» می‌آفریدند، طراحان دیگری در همین دوره وجود داشتند که بیش‌تر به قالب طراحی جدید، جسورانه‌تر و برانگیزنده‌تری موسوم به پانک گرایش داشتند.

طرح‌های پانک در موسیقی، مُد و طراحی، از شیوهٔ زندگی جوانان ناراضی و بیکار انگلستان مایه می‌گرفت. تصاویر گرافیک پانک، همچون طرح‌های وهم‌انگیز دههٔ شصت، در صدد ایجاد تکان بودند. این تصاویر به سرعت در رسانه‌های گرافیک به کار گرفته شدند تا به صورت روشی مؤثر برای دستیابی به بازار پرسود جوانان از آن‌ها بهره‌برداری شود، تصاویری که تناسب مطلوبی با تبلیغ و فروش صفحات موسیقی، نشریات مد و پوستر داشتند.

۳۰

۳۱

۳۲

۳۰ـ استودیوی طراحی پنتاگرام از آغاز پیدایش خود رویکردی التقاطی (گزینه گرا)داشته که بیش‌تر بازتابی از استعدادهای تک‌تک اعضای آن بوده تا مکتبی خاص. از جمله کارهای بی‌شمار این استودیو، طراحی جلدهای کتاب برای مجموعه کتب پنگوین بوکس بود.

۳۱ـ کارت تبریک پیش از موعدی که از قریحهٔ سه طراح، کالین فوربس، آلن فلچر و باب گیل، نشأت می‌گیرد.

۳۲ـ طنز نقش عمده‌ای در بسیاری از طرح‌های اولیه پنتاگرام داشت. در آگهی برای شرکت پرلی اسلیپرز، بخش‌های ناپیدای بدن مسافران کابین بالای اتوبوس، با پوشاک تولیدی این شرکت تکمیل شده است.

طراحی گرافیک در ژاپن

طراحان ژاپن در پایان جنگ جهانی دوم به منظور نوگرایی در تفکر گرافیک خود کوشیدند تکنیک‌های کلاژ، مونتاژ، قلم بادی (اربراش) و سبک تایپوگرافیک بین‌المللی را با نمادها، خوش‌نویسی و زیبایی‌شناسی ژاپنی درآمیخته سازند.

نتایج کار آنان از نظر غربی‌ها به شدت التقاطی به نظر می‌رسد. گاه این نتایج، پیوند ناهمگنی میان دو فرهنگ متفاوت‌اند اما در بیش‌تر موارد، طرح‌ها بازتاب درآمیختن وقار و آرامش شرقی با تنوع و انرژی غربی‌اند.

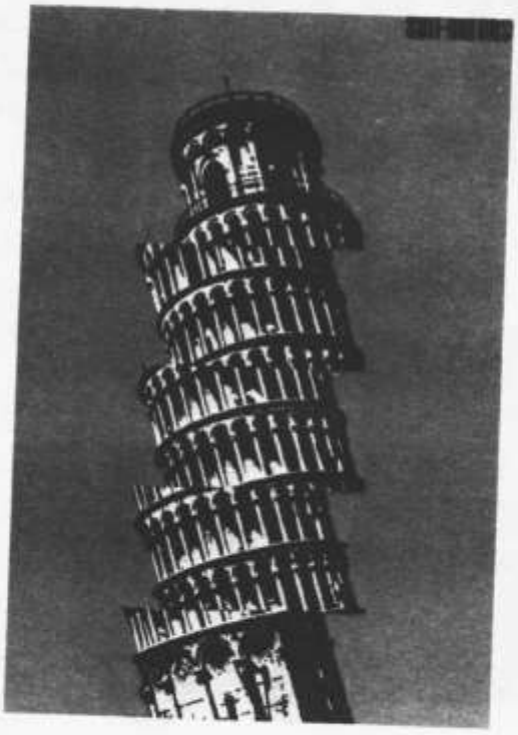
یکی از طراحان ژاپنی، که شاید بتوان وی را بیش از دیگران عامل این رویکرد جدید برشمرد، یوساکو کامه کورا است که احتمالاً در خارج از ژاپن طراح پوسترهای بازی‌های المپیک تابستانی سال ۱۹٦٤ م توکیو شناخته می‌شود (تصویر ۳۵) از طراحان برجستهٔ دیگر ژاپن، ایکو تاناکا (تصویر ۳۳)، شیگه‌او فوکودا (تصویر ۳٤) ماکاتو ناکامورا، کازوموزا ناگل و میتسوئوکاتسوئی هستند.

۳۳

۳۳ـ پوستر سال ۱۹۷٦ م ایکو تاناکا تلفیقی از عکس پرسنلی، خوش‌نویسی ژاپنی و فضای سفید برای خلق یک موقعیت قدرتمند است.

۳٤ـ پوستر سال ۱۹۷٤ م شیگه او فوکودا با نام *دفاع شخصی* از تصویر برج کج پیزا بهره می‌گیرد تا دلالتی ظریف بر اهمیت توازن در دفاع شخصی را بیان دارد.

۳۵ـ بسیاری یوساکو کامه کورا را پیشکسوت طراحی گرافیک ژاپن و یکی از نخستین طراحانی می‌دانند که ایده‌های غربی را به آثار خود وارد ساخت. در این‌جا یکی از پوسترهای مشهور او دیده می‌شود که برای بازی‌های المپیک سال ۱۹٦٤ م توکیو طراحی کرده است.



۳۴

۳۵

حروف‌چینی نوری

گرچه نخستین اختراعات در زمینهٔ ماشین‌های حروف‌چینی در سال‌های ۱۸۹۰ م به ثبت رسیدند اما در دههٔ سی معدود افرادی چون ادوارد روند تالر از شرکت فوتولترینگ قابلیت حروف‌چینی نوری را جدی گرفتند. با این حال، این نوع حروف‌چینی، در وهلهٔ نخست به منظور استفاده از حروف چاپی نمایشی بود. حروف متنی همچنان به صورت فلزی چیده می‌شد.

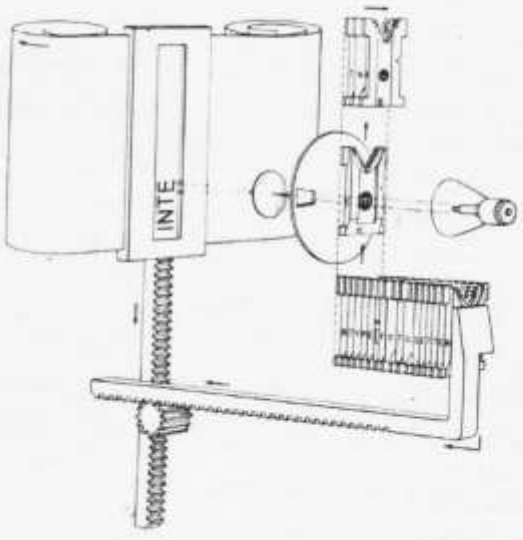
نسل اول سیستم‌های عملی حروف چینی نوری در اواخر دههٔ چهل با ماشین اینترتایپ فوتوستر پا به میان نهاد. ماشین فوتوستر در اصل همان ماشین سطرریزی اینترتایپ قدیمی بود که با استفاده از دوربین به جای دیگ فلز و نگاتیو به جای ماتریس حروف ریزی، به سیستم حروف‌چینی نوری تبدیل شده بود. ماشین فوتوستر با استفاده از دو فونت اصلی و مجموعه‌ای از لنزهامی‌توانست حروف ٤ تا ٣٦ پوینتی را حروف‌چینی کند.

در دههٔ شصت، نسل دوم ماشین‌های حروف‌چینی به بازار راه یافتند. این سیستم‌ها که قطعات کم‌تری داشتند، به طور الکترونیک کنترل می‌شدند و سریع‌تر و قابل انکاتر بودند. در این سیستم، حروفی که باید چیده می‌شد، به جای آن‌که روی ماتریس‌های منفرد جای گیرد، روی دیسک‌ها یا نوارهای فیلم جای می‌گرفت.

یکی از سیستم‌های اولیه بسیار موفق نسل دوم فوتون‌بود. در این‌سیستم که به‌صورت‌الکترونیکی کنترل می‌شد، پرتو گزنون از طریق‌دیسک یا صفحه‌گردانی که حاوی چندین حرف الفبا و نویسه‌های روباز بود، بر روی رل کاغذ حساس به نور یا فیلم موجود در کاست تابانده می‌شد تا بعد به ظهور رسد. برای سرعت عمل در گرفتن خروجی، فوتون با نوار کاغذی سوراخ‌داری به کار می‌افتاد.

در دههٔشصت سیستم‌های نسل‌سوم معرفی شدند که تمام الکترونیک بودند و از لامپ پرتو کاتدی همچون ابزار ایجاد حروف بهره می‌بردند. در این روش دیگر کل‌حروف روی‌کاغذ تابانده‌نمی‌شدبلکه اطلاعات مربوط به ترکیب ظاهری آن‌ها به شکل دیجیتالی در کامپیوتر ذخیره می‌شد و حروف به صورت مجموعه‌ای از نقطه‌های کوچک یا خطوط عمودی به هم نزدیک، ایجاد یا چیده می‌شد. حروف پس از چیده شدن به صورت پررنگ و یکدست نمودار می‌شدند. از ویژگی‌های سیستم‌های نسل سوم سرعت‌های خروجی ۱۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰ حرف در ثانیهٔ آن‌ها بود؛ هرچه سرعت‌کم‌تر می‌شد، کیفیت بالاتر می‌رفت. با دستکاری نقطه‌ها یا خط‌ها حروف چاپی می‌توانست فشرده‌تر، از هم بازتر، ایتالیک شده، عقب برگشته و نازک و ضخیم شود.

ازاوایل دههٔهشتاد، حروف‌چینی‌دیجیتالی یا تصویرپردازی صنعت سنتی را به مرحله‌ای رساند که تولیدکنندگان عمده به جز تولید وسایل دیجیتالی به تولید دیگری روی نمی‌آوردند.



دستگاه حروف‌چینی نوری اینترتایپ

آی تی سی

شرکت بین‌المللی حروف چاپی یا به اختصار آی تی سی مسئول برنامهٔ گسترده‌ای در زمینهٔ تحول حروف چاپی است که مشابه آن را شرکت مونوتایپ انگلیس در همین سده به انجام رساند. شرکت آی تی سی که در سال ۱۹۷۰ م آرون برنز، هرب لوبالین، و ادوارد روندتالر آن را بنیان نهادند، طراحی مجدد بسیاری از حروف چاپی استاندارد از جمله حروف گارامون، کسلون، باسکرویل، سنچری و چلتنهام را برعهده داشته است. این حروف کلاسیک که در اصل برای شیوه‌های حروف‌چینی دستی و سیستم‌های سطرریزی طراحی شده بودند، پس از بازنگری با روش‌های حروف‌چینی نوری و دیجیتالی انطباق یافتند.

آی تی سی همچنین طرح‌های جدیدی از طراحان برجستهٔ حروف چاپی دنیا را، از جمله هرمان زپ، ماتیو کارتر، آلدو نوارزه و ادبنگوئیت، به اجرا درآورده است. بسیاری از این طراحان نخستین بار به خاطر کوشش‌های خود حق امتیاز دریافت می کردند.

Usdc.

۱۹۸۰ـ
تروریسم و جنگ ستارگان

دهۀهشتاد با انتخاب رونالدریگان، رئیس‌جمهور محافظه‌کار، به ریاست جمهوری امریکا آغاز شد. جو حاکم بر امریکا همچون قبل گرایش چشمگیری به راست یافت و از لیبرالیسم و برنامه‌های اجتماعی فاصله گرفت. در دور نخست ریاست جمهوری ریگان، اقتصاد ریگانی تورم را به مهار خود درآورد اما بدهی‌های کشور را دوبرابر کرد.

در سال ۱۹۸۲ م، امریکا سفینۀ کلمبیا را به منظور آغاز برنامۀ شاتل فضایی ناسا با موفقیت به فضا پرتاب‌کرد اما در سال۱۹۸٦م، فضا پیمای چالنجر منفجر شد و هفت سرنشین آن کشته شدند و فضاپیما نیز منهدم شد. پنتاگون با حمایت ریگان برنامۀ پژوهش دفاع موشکی خود موسوم به «جنگ ستارگان» را در همین زمان به پیش می‌برد. در میانۀ این دهه، مسئلۀ مصرف غیرمجاز مواد مخدر چنان گسترش یافت که دولت امریکا را به یافتن راه‌حل‌های جدی واداشت.

موضوعات مورد توجه دیگر در امریکا ضمن این دوره، افزایش مهاجرت‌های غیرقانونی به این کشور، تغییر مشاغل از صنایع تولیدی به صنایع خدماتی، از دست دادن فعالیت‌ها و بازارهای واردات خارجی، تأثیرات آلودگی بر کرۀ زمین و جو، افزایش بی‌رویۀ جمعیت بی‌خانمان و گسترش نشانۀ بیماری ایدز بود.

جهان در این دهه افزایش شمار فعالیت‌های تروریستی را تجربه کرد که از جملۀ آن‌ها ترور انور سادات رئیس جمهور مصر، قتل ۲۳۷ تفنگدار دریایی امریکا در بیروت و کشتار شمار زیادی از افراد عادی و بی‌گناه در فرودگاه‌ها، اردوگاه‌های مهاجران و خیابان‌های شهرها بود. وقوع جنگ‌های مرزی از دیگر رخدادهای این دهه بود که از میان آن‌ها می‌توان به استقرار نیروهای شوروی در افغانستان، حملۀ عراق به ایران، تصاحب جزایر فالکلند به دست آرژانتین و دامن زدن به جنگ با بریتانیا، حملۀ اسرائیل به لبنان و مداخلۀ امریکا در گرانادا اشاره کرد. افزون بر این، درگیری‌های داخلی در ایرلند شمالی، افریقای جنوبی، نیکاراگوئه و السالوادور نیز که تعداد معدودی از کانون‌های بحران بودند، ادامه داشت. برای کاهش تنش‌های بین‌المللی میان شرق و غرب در این دهه دو ابرقدرت دربارۀ پی‌گیری گفت‌وگوهای خود به توافق رسیدند.

از وجهی خوشبینانه‌تر، در وال استریت میانگین صنعتی داوجونز به بالاترین حد خود رسید اما در سال ۱۹۸۷ م، اعتماد عمومی به یکباره در اثر رسوایی‌های مالی به تزلزل رسید.

مهندسی ژنتیک در دنیای علم باب کاملاً تازه‌ای از پژوهش در زمینۀ ساختار بنیادی زندگی گشود، به این امید که به برطرف شدن نقایص مادرزادی و عوارض ژنتیک بیانجامد. در حوزۀ اخترشناسی، فضاپیماهای پژوهشی اطلاعاتی دربارۀ سیارات خارج از منظومۀ شمسی، به کرۀ زمین ارسال داشتند تا شاید روزی به توضیح خاستگاه‌های عالم یاری رساند.

در عالم پزشکی، پیوند اعضای انسانی و استفاده از اندام‌های مصنوعی بسیاری را امیدوار ساخت. بارداری با واسطه نیز برای بسیاری از زوج‌های بی‌فرزند، روزنۀ امید و برای برخی دیگر، انتخابی آمیخته به قیودات اخلاقی و شرعی بود.

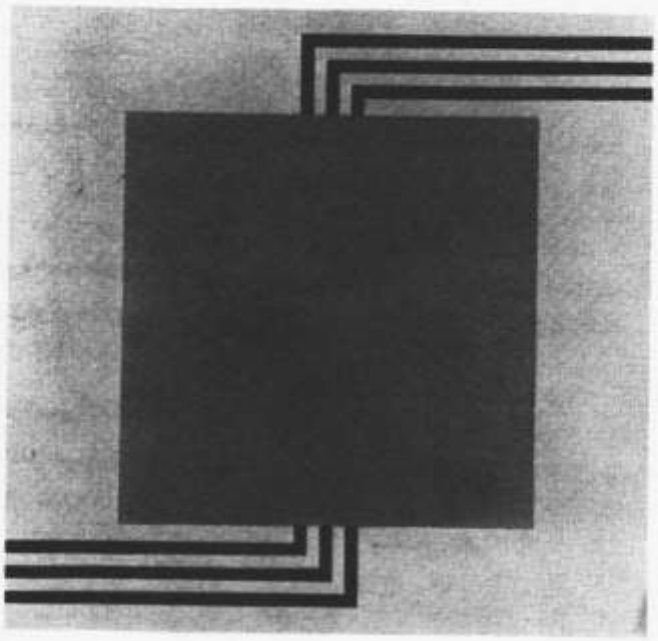
کوچک‌سازی رادیوها و تلویزیون‌ها نیز در این دهه ادامه یافت و معرفی کامپیوترهای شخصی، واژه‌پردازها، دیسک‌های فشرده دیجیتالی، دوربین‌های ضبط ویدیویی و دوربین‌های دیجیتالی عکس فوری، شیوۀ زندگی و فعالیت بسیاری از افراد را دگرگون ساخت.

هنرهای زیبا

بسیاری از جنبش‌های هنری رایج در دهۀ شصت و هفتاد، تا دهۀ هشتاد نیز طرفدار داشتند. تنها جنبش جدید در این دهه ـ اگر بتوان آن را جدید خواند ـ نئواکسپرسیونیسم بود که تأثیری عمیق از اکسپرسیونیست‌های آلمان وجنبه‌هایی از اکسپرسیونیسم انتزاعی و پاپ امریکا پذیرفت.

آن‌چه نئواکسپرسیونیسم را از جنبش‌های قبل متمایز می‌ساخت، این نکته بود که گویی این جنبش برخاسته از شهر یا کشوری واحد نبود بلکه خیزش جهانی داشت. در امریکا جولیان‌شنابل، دیوید سال (تصویر۲)، نیل جنی، جان بوروفسکی و اریک فیشل، از جمله نئواکسپرسیونیست‌ها بودند.

هنوز زمانی از پذیرش نئواکسپرسیونیسم نگذشته بود که گروهی از نقاشان در واکنش به زیاده‌روی‌های نئواکسپرسیونیستی، به جنبش احیای نقاشی هندسی پیوستند. از معروف‌ترین نقاشان نئو ـ گئو (هندسی جدید) راس بلکنر، پترهالی (تصویر ۱)، فیلیپ تافه و مایکل یانگ بودند.



۱

۲

۱ـ پیتر هالی یکی از چهره‌های برجسته در گروه نقاشان جوانی است که آثارشان به نام سبک نئوگئو شناخته می‌شود. این اثر نقاشی او متعلق به سال ۱۹۸۶، *سلول آبی رنگ با مجاری سه‌گانه* نام دارد.

۲ـ دیوید سال یکی از نقاشان مطرح نئو اکسپرسیونیست است. در این‌جا بخشی از نقاشی سال ۱۹۸۲ م او با نام *فقر عار نیست* که در سه پرده کار شده است، دیده می‌شود.

هنرهای گرافیک

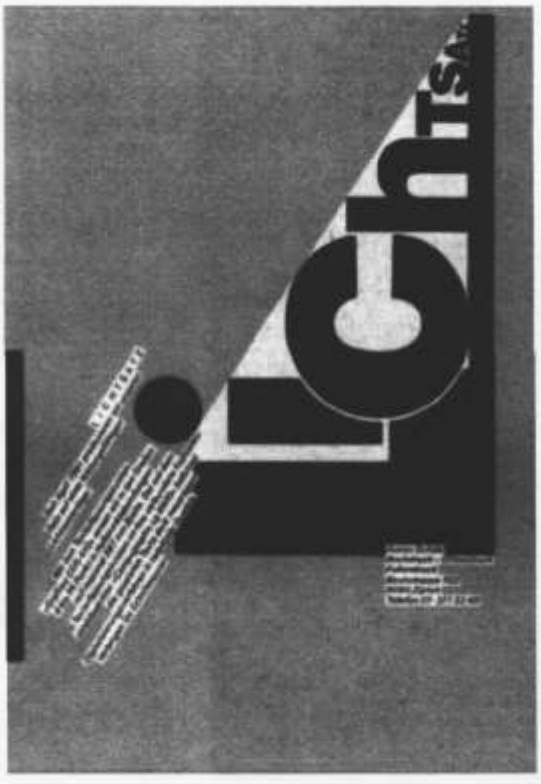
دههٔ هشتاد استمرار انقلاب فناورانه را در هنرهای گرافیک به منزلهٔ صنعت شاهد بود و روش‌های کارا و سریع‌تری را در طراحی، حروف‌چینی و چاپ پدید آورد. تردیدی نیست که طراحی گرافیک چه در کاربردهای محیطی و چه بر روی کاغذ با کوله‌باری از فناوری پا به عصر دیجیتالی گذاشت.

در آینده، هر چه بیش‌تر به سوی طراحی به کمک کامپیوتر (CAD) پیش رویم، نقش مداد و کاغذ کم‌رنگ‌تر می‌شود. طراحان در پایانه‌های ساخت تصویر به کار می‌پردازند و تمام نیازهای طراحی خود را از انتخاب حروف تا تصویرسازی‌ها تنها با فشار یک دکمه از بانک اطلاعات مرکزی دریافت می‌کنند. تصاویر را پس از انتخاب می‌توان جرح و تعدیل، سایه نمایی، دستکاری و تصحیح رنگ کرد یا تغییرات دیگری بر رویشان اعمال کرد، اما قابلیت و توانایی‌های طراحی تنها به تخیل انسان منحصر می‌شود.

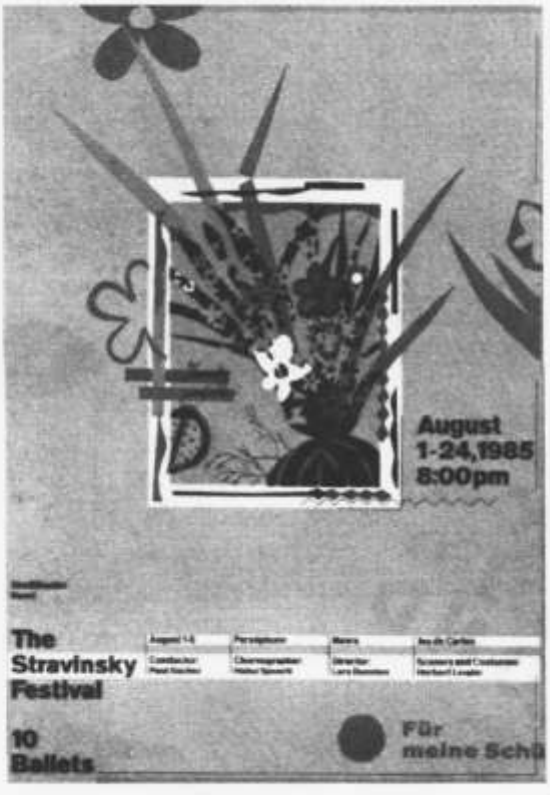
پس از تأیید کار، طراح می‌تواند تنها با فشار یک دکمه، طرح خود را به شکل الکترونیکی ذخیره کند و با ماهواره به هر نقطه از جهان ارسال کند تا به چاپ رسد.

چاپ و تصویرسازی دیگر به لوح‌های فلزی و مرکب‌زنی نیازی ندارد و شکل ظریفی از تصویرسازی الکترونیکی و فناوری لیزری است. آیا مجموع این ابداعات و نوآوری‌های فناورانه قادرند نقش طراح را تغییر دهند؟ مسلماً خیر. با وجود پیدایش سیستم‌های ظریف و پیچیدهٔ امروزی، نقش طراح همچنان ارتباط بصری است. در حالی که تصاویر می‌توانند تا جای ممکن گوناگون و متنوع باشند، حروف همچنان باید خوانا به نظر رسند. دیدگاهی که یان تشیچهلد در سال ۱۹۳۵ م بیان کرد، حتی در سال ۲۰۳۵ م نیز مصداق دارد: «خوانندگان دوست دارند موارد مهم به وضوح در کار جای گیرد. آن‌ها چیزی را که خواندنش دشوار باشد، نمی‌خوانند.»

اگر گذشته را چراغ راه آینده بدانیم، می‌پذیریم فناوری جایگزین طراح گرافیک نمی‌شود. طراحان به فراگیری مهارت‌های جدید ادامه می‌دهند و خود را با یکایک تغییرات فناوری منطبق می‌سازند. در واقع فرصت‌های دیگری بیش از پیش برای طراحان فراهم می‌شود.



۳

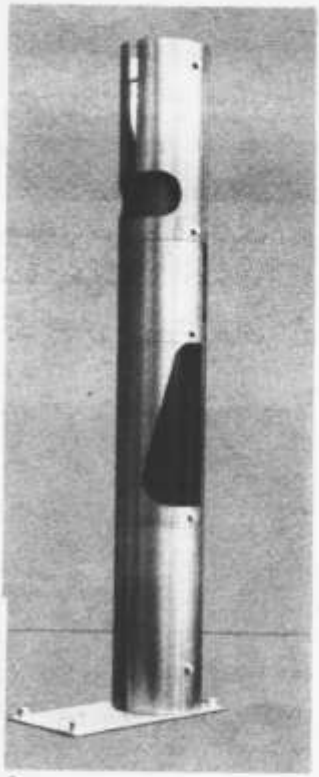


۴

۶

۵

۳ـ رزمری تیسی
٤ـ ولفگانگ وینگارت
٥ـ زیگفرید اودرمات
٦ـ استودیوی طراحی پنتاگرام
۷ـ جئورجه جیوستی
۸ـ بردبری تامپسون
۹ـ جنه فدریکو
۱۰ ـ آرمین هافمن

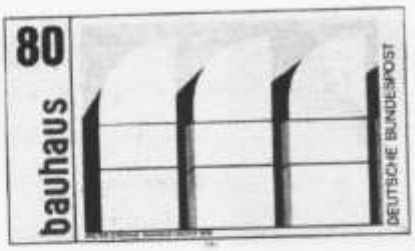


۷

۸

۹

۱۰



۱۱

۱۴

۱۳

۱۲

۱۱ـ اریک نیچه
۱۲ـ ژاکلین کیسی
۱۳ـ پل رند
۱۴ـ آرت کین
۱۵ـ میلتون گلیزر
۱۶ـ سیمور چاست
۱۷ـ مارتین پدرسن
۱۸ـ وارن لرر
۱۹ـ گئورگ لویس
۲۰ـ ایپریل گرایمن
۲۱ـ گئورگ تچرنی

۱۶

۱۵

وقایع و اشخاص

وقایع تاریخی

۱۹۸۰ـ پیروزی رونالد ریگان بر کارتر در انتخابات ریاست جمهوری امریکا. تحریم المپیک مسکو از سوی امریکا. آغاز جنگ ایران و عراق. قتل جان لنون. مرگ می‌وست.

۱۹۸۱ـ ترور انور سادات. سندرا دی اوکانر نخستین زن قاضی در دیوان عالی امریکا شد. آزادی گروگان‌های امریکایی از سوی ایران. ازدواج پرنس چارلز با لیدی دیانا اسپنسر در انگلستان. مرگ جولوئیس. ترور نافرجام ریگان. پرتاب فضاپیمای کلمبیا.

۱۹۸۲ـ شکست آرژانتین از انگلیس در جنگ فالکلند. ملکه الیزابت به کانادا مشروطیت اعطا کرد. مرگ پرنسس ریس (کلی) اهل موناکو. مرگ لئونید برژنف و جانشینی یوری آندروپوف. پیوند قلب مصنوعی به بارنی کلارک. حملهٔ اسراییل به لبنان. صد سالگی پل بروکلین. حمله امریکا به گرانادا.

۱۹۸٤ـ انحلال شرکت تجاری ای. تی. اند تی. پرفروش شدن دوبارهٔ رمان *۱۹۸٤* اثر جورج اورول. مرگ یوری آندروپوف و جانشینی کنستانتین چرنینکو. تحریم بازی‌های المپیک امریکا از سوی شوروی. تلاش جرالدین فرارو برای دستیابی به مقام معاون ریاست جمهوری امریکا.

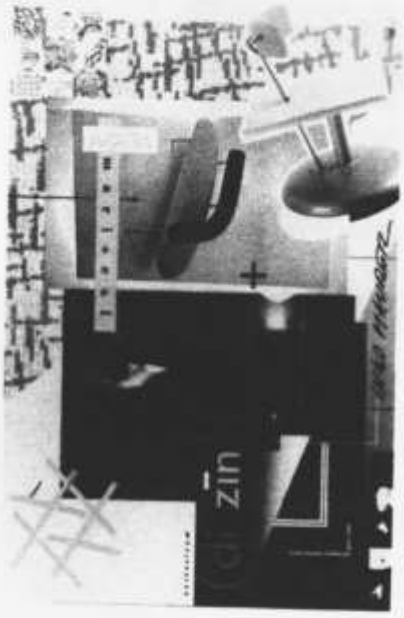
۱۹۸۵ـ کوکا ـ کولا پس از ۹۹ سال فرمول جدید خود را معرفی کرد. غواصان گنجی اسپانیایی را به ارزش ٤۰۰ میلیون دلار کشف کردند. چهلمین سالگرد نخستین بمباران اتمی. مرگ مارک شاگال وژان دو بوفه. مرگ چرنینکو و جانشینی میخائیل گورباچف.

۱۹۸٦ـ انفجار فضاپیمای چالنجر و مرگ سرنشینان آن. جشن صدمین سالگرد پردیس‌داری از مجسمه آزادی بقایای کشتی تایتانیک کشف شد. شیوع ایدز.

۱۹۸۷ـ تزلزل قدرت ریگان در پی رسوایی ایران ـ کنترا. دادرسی پروندهٔ بیبی. ام دربارهٔ روش بارداری باواسطه. میخائیل گورباچف، رهبر حزب اتحاد جماهیر شوروی، سیاست «گلاس نوست» را تحقق بخشید.

۱۸

۱۷



۲۰

۱۹

۲۱