

# تئوری‌های دیزاین گرافیک

گردآوری هلن آرمسترانگ

ترجمه مرجان زاهدی

ویرایش محسن صلاحی‌راد

تئوری‌های دیزاین گرافیک

گردآوری هلن آرمسترانگ

ترجمه مرجان زاهدی

ویرایش و بازنگری محسن صلاحی‌راد

مقابله آیدین رشیدی

صفحه‌آرایی استودیو مشکی، فاطمه حاتمی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی واژه‌پرداز اندیشه

چاپ پنجم ۱۳۹۹

نشرمشکی . تهران

www.meshkipublication.com

info@meshkipublication.com

@meshkipublication



همه حقوق برای ناشر محفوظ است.

تکثیر یا تولید همه یا بخشی از کتاب به‌هرصورت

(انتشار الکترونیکی، چاپ، فتوکپی، تصویر، صوت)

بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.



دیزاین مشکی / ۱۷

عنوان و نام پدیدآور: تئوری‌های دیزاین گرافیک/گردآوری هلن آرمسترانگ

ترجمه مرجان زاهدی.

وضعیت ویراست: ویراست دوم.

مشخصات نشر: تهران: نشر مشکی، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۲۴۰ص.

شابک: ۷-۳۳-۶۶۶۹-۶۲۲-۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: *Graphic design theory: readings from the field.*

موضوع: گرافیک

موضوع: Graphic arts

موضوع: هنر تجاری

موضوع: Commercial art

شناسه افزوده: آرمسترانگ، هلن، ۱۹۷۱- م.، ویراستار

شناسه افزوده: Armstrong, Helen

شناسه افزوده: زاهدی، مرجان، ۱۳۶۰- مترجم

رده‌بندی کنگره: NC۹۹۷

رده‌بندی دیویی: ۷۴۱/۶

شماره کتابشناسی ملی: ۷۴۱۲۱۵۰

وضعیت رکورد: فیبا

## فهرست

۹ پیشگفتار | چرا نظریه؟

۱۳ مقدمه | ۱۳

### ۲۵ | ۱ | دوره آغازین

۲۷ بیانیه فوتوریسم | ف. ت. مارینتی

۳۱ ما کیستیم | بیانیه گروه ساخت‌گرا | الکساندر رودچنکو، واروارا استپانووا، الکسی گان

۳۷ کتاب ما | ایل لیسیتسکی

۴۷ تایپوفتو | لاسلو موهولی-ناجی

۵۱ تایپوگرافی جدید | یان چیشولد

۵۷ جام بلورین | یا چرا چاپ باید نامرئی باشد | بیاتریس وازد

۶۵ درباره تایپوگرافی | هربرت بایر

### ۷۵ | ۲ | دوران شکوفایی

۷۷ برنامه‌های دیزاین کردن | کارل گریستنر

۸۳ گرید و فلسفه دیزاین | یوزف مولر-براکمن

۸۷ دیزاین خوب اعتبار است | پل زند

۹۵ آموختن از لاس وگاس | رابرت ونتوری، دنیس اسکات براون، استیون آیزنور

۱۰۷ شیوه من در تایپوگرافی | ولفگانگ وینگارت

۱۱۳ تایپوگرافی به مثابه گفت‌وگو | کاترین مک‌کوی به همراه دیوید فری

۱۱۹ تار و پود مقاومت | لورین وایلد

۱۲۵ تاریکی در میانه پلکان | پائولا شر

۱۲۹	۳   مسیریابی آینده
۱۳۱	جریان غالب زیرزمینی   استیون هلر
۱۳۹	دیزاین و اندیشه‌ورزی   یان فان‌تورن
۱۴۹	آنارشی دیزاین   کاله لاسن
۱۵۱	دیزاینر به مثابه مؤلف   مایکل راک
۱۶۳	سنگ قبر خود را دیزاین کنیم   دیمیتری سیگِل
۱۶۹	ماده‌زدایی از فضای صفحه‌نمایش   جسیکا هلفند
۱۷۷	دیزاین کردنِ دیزاین   کنیا هارا
۱۸۳	ورود/صدور   باگردش‌کارِ دیزاین و زیباشناسیِ معاصر   یف مانویچ
۱۹۳	جهان مقابله‌به‌مثل می‌کند   اِن و جولیا لاپتن

## ۲۰۱ نظریه در عمل

۲۲۵ یادداشت‌ها

۲۳۱ واژگان و نام‌ها

۲۳۹ منابع

## پیشگفتار

### اِن لاپتن

سرپرست رشتهٔ دیزاینِ گرافیک  
مقطع کارشناسی‌ارشد هنرهای زیبا  
دانشکدهٔ هنر مؤسسهٔ مریلند

### چرا نظریه؟

این کتاب پیش‌درآمدی است بر نظریهٔ دیزاینِ گرافیک. هر مقاله در زمان و فضای مخصوص خودش، در طول یک قرن سیر تطوّر دیزاین، نوشته شده و در هریک اهداف زیباشناختی و اجتماعی‌ای که در پس عملِ دیزاین نهفته است بررسی می‌شود. تمام نویسندگان این مقالات، خود، در این حوزه به‌طور مستمر آثار بصری تولید کرده‌اند، یا می‌کنند، و با مسائل مربوط به ارتباط گرافیکی درگیر بوده‌اند. چرا آن‌ها در روند تولید آثارشان و سروسامان دادن به زندگی‌شان وقفه انداخته‌اند تا دربارهٔ کاری که می‌کنند بنویسند؟ چرا دیزاینری جوان امروز باید درنگ کند و نوشتهٔ آن‌ها را بخواند؟

نظریه تماماً دربارهٔ پرسشی «چرا»ست. روندِ تبدیل شدن به دیزاینر عمدتاً بر پرسشی «چگونه» تمرکز دارد؛ چگونه از نرم‌افزار استفاده کنیم؟ چگونه مسائل را حل کنیم؟ چگونه اطلاعات را سازمان‌دهی کنیم؟ چگونه مشتری را جلب کنیم؟ چگونه با چاپگر کار کنیم؟ و مانند آن. با این‌همه کار، درنگ کردن و اندیشیدن به اینکه چرا به تلاش‌هایمان ادامه می‌دهیم نیازمند آن است که لحظه‌ای نقشهٔ پروازِ دیوانه‌وارِ توسعهٔ حرفه‌ای را کنار بگذاریم. دوره‌های آموزشی دیزاین در سراسر جهان نیاز به این تأملات انتقادی را به رسمیت شناخته‌اند و دیزاینرها و دانشجوهای بی‌شماری تشنهٔ آن‌اند.

این کتاب، که به‌همت هلن آرمسترانگِ دیزاینر و پژوهشگرِ جوان با دقت گزینش و سامان‌دهی شده، به متن پایهٔ دوره‌های آموزشی «تاریخ و نظریهٔ دیزاینِ گرافیک» و به یکی از منابع دست‌یافتنی برای پژوهش‌های عمومی تبدیل شده. این کتاب در اصل رسالهٔ فارغ‌التحصیلی آرمسترانگ در رشتهٔ دیزاینِ گرافیکِ مقطع کارشناسی‌ارشد هنرهای زیبا در دانشکدهٔ هنر مؤسسهٔ مریلند است. از دل پژوهش‌های دانشجویان در مقطع تحصیلی کارشناسی‌ارشد تاکنون مجموعه‌ای از کتاب‌های تألیفی فراهم آمده، اما این نخستین کتاب از

این مجموعه است که یک دانش‌آموخته به‌تنهایی تدوینش کرده است. در لابه‌لای صفحات آن، متن‌های هیجان‌انگیز و تأمل‌برانگیز کسانی عرضه شده که به ساخت شالودهٔ حوزهٔ کاری‌شان کمک کرده‌اند. این نویسندگان، با اتکا بر درک عملی‌شان از ماجراها و مشکلات زندگی، دربارهٔ دیزاین به طرح پرسش‌هایی از منظر فلسفه و زیباشناسی و سیاست پرداخته‌اند و سپس از آن پرسش‌ها برای الهام بخشیدن به آثار بصریِ خودشان و اطرفیان‌شان استفاده کرده‌اند.

دیزاین فعالیتی اجتماعی است. دیزاینرها، که به‌ندرت تنها یا در خلوت کار می‌کنند، پاسخ‌گوی مشتریان، مخاطبان، ناشران، نهادها، و همکاران‌شان هستند. کار ما ارائه می‌شود و در معرض دیدهای بسیار قرار می‌گیرد، اما خودمان اغلب ناشناس باقی می‌مانیم و مشارکت‌مان در بافتِ زندگی روزمره پایین‌تر از آستانهٔ شناخت عامهٔ مردم است. دیزاینرها، علاوه‌بر اینکه ضربان عادی تجربه‌های اجتماعی را تندتر کرده‌اند، خُرده‌فرهنگ خاص خودشان را هم ساخته‌اند: گفتمانی جهانی که ما را در طول زمان و فضا مثل اجزای یک کوششِ مشترک – با قهرمان‌ها و روایت‌های خاص خودمان از کشف و انقلاب – به هم می‌پیوندد؛ برای مثال، فقط اندک‌شماری از عامهٔ مردم از امواج شدید احساساتی که تایپ‌فیس هِلوْتیکا<sup>[۱]</sup>، نسل‌درنسل، میان دیزاینرها برانگیخت خبر دارند، حال آنکه تقریباً هر باسوادی، در بخش شهرنشین جهان، این تایپ‌فیس یا نوشتارهای جان‌گرفته با آن را دیده است. دیزاین همه‌جا دیده می‌شود، بااین‌حال، نامرئی و ناشناخته و دور از توجه است.

نظریه‌پردازی در مورد دیزاین یعنی ساختنِ جامعه‌ای اختصاصی: برپا کردنِ یک شبکهٔاجتماعی که کارِ هرروزه را به چالش می‌کشد و آشکار می‌کند و در معرض دید می‌گذارد. اغلب نویسندگانِ این کتاب به‌جهت آثار بصریِ خود پُرآوازه‌اند و بقیه بیشتر منتقد یا مدرس شناخته می‌شوند؛ بااین‌حال، در هر دو گروه از این نویسندگان، ارتباط زنده و پویا با کار عملی است که ایده‌ها را شکل می‌دهد.

همهٔ متن‌های این کتاب به این منظور نوشته شده‌اند که دیزاینرها را به کار و

<sup>[1]</sup> Helvetica، مشهورترین تایپ‌فیس

بدون‌سریف جهان که در سال ۱۹۵۷

مَکس میدینر و ادوئارت هافمن، دیزاینرهای

 تایپ‌فیس سوئیسی، دیزاینش کردند.

هدف از دیزاین این تایپ‌فیس بهره‌مندی از

بیشترین تشخیص‌پذیری حروف و دستیابی

به ابتدایی‌ترین فرم‌های ممکن در دیزاین

تایپ‌فیس بود که بتوان ازشان در گسترهٔ

متنوعی از تابلوها استفاده کرد.

عمل و تجربه، با استفاده از اصول قاطع و روشن ذهنشان، تشویق کنند. اِل لیسیتسکی، که پوسترها و کتاب‌ها و نمایشگاه‌هایش از مهم‌ترین آثارِ قرن بیستم در عرصهٔ دیزاین است، با کارهایش در مقام ناشر، نویسنده، مدرس، و نمایشگاه‌گردان، تأثیر زیادی بر همتایانش گذاشت. یوزف مولر-براکمن و پل رَند در نیمهٔ قرن بیستم، با اتکا به تجارب حرفه‌ای‌شان، روش‌های دیزاین و دنیای تجارت را به هم پیوند زدند. وُلfgانگ وِینگارت، لورین واپلد و کاترین مک‌کوی با آموزش دادن و با آثارِ بصری‌شان الهام‌بخش نسل‌هایی از دیزاینرها بوده‌اند. کِنیا هارا، هم‌زمان که – در مقام نویسنده و نمایشگاه‌گردان – نوآوری و کندوکاو را برمی‌انگیخت، به ایجاد یک برندِ مصرفی جهانی (MUJI) یاری رساند. گونهٔ دیگری از نظریهٔ دیزاین ممکن است ایده‌هایش را از خارج از این حوزه، مثلاً از روان‌شناسی شناختی یا نقد ادبی، زبان‌شناسی ساختارگرا یا فلسفهٔ سیاسی، برگرفته باشد. دیزاینرها از آن گفتمان‌ها هم می‌توانند بسیار بیاموزند، اما در این کتاب ما از خودمان می‌آموزیم.

چرا نظریه؟ دیزاینرها دربارهٔ دیزاین مطالعه می‌کنند تا کارشان را بهتر کنند و تغییر دهند. نوشتار انتقادی راه‌های جدیدی برای پرسشگری ایجاد می‌کند و افق‌های نظری تازه‌ای پیش چشم می‌آورد. چنین ایده‌هایی مردم را حول یک پرسش مشترک گرد می‌آورند. دیزاینرهایی که امروزه وارد این حوزه می‌شوند باید بر گونه‌های مختلف و اعجاب‌آوری از فناوری‌ها تسلط یابند و خود را برای حرفه‌<sup>۲</sup>ای آماده کنند که وضعیت و لوازمش پیوسته تغییر می‌کند. امروزه دیزاینر، نسبت به هر زمان دیگری در گذشته، کارهای بیشتری برای «انجام دادن» دارد؛ با مطالب بیشتری هم برای خواندن مواجه است و موضوعات بیشتری برای فکر کردن و موقعیت‌های بسیار بیشتری برای درگیریِ جدی با این گفتمان دارد. این کتاب زمینهٔ غور در این گفتمان و آمادگی برای مشارکت در آن را فراهم می‌کند.

## مقدمه

### بازبینی آوانگارد

مقالات این مجموعه دربردارنده ایده‌هایی است که راهگشای تکامل دیزاین‌گرافیک خواهد بود. این مقالات، در کنار هم، داستان رشته تحصیلی‌ای را بازگو می‌کنند که پیوسته میان دو سرحد در نوسان است: گمنامی و تألیف، دغدغه‌های شخصی و مسائل جهانی، گوشه‌گیری و مشارکت اجتماعی. دیزاینرها از خلال چنین تقابل‌هایی موقعیت خود را در گفتمان دیزاین، و جامعه‌ای گسترده‌تر، تعیین می‌کنند و تغییر می‌دهند. ردگیری این تعیین‌موقعیت آشکارکننده تغییر اساسی پارادایم در موقعیت کنونی ماست. امروزه فناوری، از اساس، فرهنگ ما را تغییر می‌دهد؛ اما در اوایل قرن بیستم هم، فناوری تغییراتی بنیادین را موجب شده بود. مباحث کلیدی گذشته، بار دیگر، در قالب مباحث سرنوشت‌ساز کنونی پدیدار می‌شوند: تألیف و جهان‌شمولی<sup>۲</sup> و مسئولیت اجتماعی موضوعاتی هستند که آینده دیزاین‌گرافیک از دل آن‌ها سر برمی‌آورد.

1. Authorship

2. universality

### تألیف اشتراکی<sup>۳</sup>

3. Collective Authorship

به تازگی برخی از دیزاینرهای گرافیک، از راه تولید محتوای شخصی و امضادار کردن اثرشان و برندسازی شخصی به عنوان خالق اثر، جانی تازه به حوزه دیزاین‌گرافیک بخشیده‌اند. فناوری دیجیتال دست دیزاینرها را در آفرینش و تولید و توزیع باز می‌گذارد و امکان حضور جسورانه هنرمندان آن‌ها را فراهم می‌کند. این عمل مؤلفان گرافیکی در الگوی درحال تکامل و گسترده‌تر تألیف اشتراکی می‌گنجد که شالوده ارتباط میان تولیدکننده و مصرف‌کننده را تغییر می‌دهد.

مدل‌های اولیه دیزاین‌گرافیک بر پایه آرمان‌های گمنامی استوار بودند نه تألیف. در اوایل قرن بیستم، هنرمندان آوانگاردی همچون ال لیسیتسکی، الکساندر رودچنکو، هربرت بایر، و لاسلو موهولی-ناجی تألیفات دنیای هنر قدیم را نخبه‌گرایانه و خودخواهانه و، برای همین، شرم‌آور ارزیابی می‌کردند. از

نگاه این هنرمندان، این قبیل نگرش‌های بورژوایی و ذهنی جامعه را به تباهی کشانده بودند. آن‌ها، درعوض، توجه خود را معطوف به یک فرم آینده‌نگر کردند که از ماشین الهام گرفته بود، یعنی یک فرم کارکردی، مینیمال، منسجم، و منطقی. با تبدیل شدن دیزاین‌گرافیک به حرفه و شغل، آرمانِ عینیتِ جانشینِ ذهنیتِ شد و بی‌طرفیِ جانشینِ ابراز احساسات<sup>۴</sup>. آوانگاردها، با تحقیق در ارتباطاتِ بی‌طرفانه، بر کار هنرمندان/ دیزاینرها تأثیر گذاشتند.

پس از جنگ جهانی دوم، دیزاینرهای گرافیک سوئیسی آرمان‌های عینیت‌گرایانه و بی‌طرفانه را از ریشه‌های انقلابی آوانگاردیسم اقتباس کردند. دیزاینرهایی چون ماکس بیل، اِمیل رودر، یوزف مولر-براکمن، و کارل گِرسِتر این آرمان‌ها را به رهیافت‌های عقلانی و نظام‌مند تبدیل کردند که بر سیستمِ گرید متمرکز بود؛ به‌این‌ترتیب، حامیان سبکِ بین‌المللیِ دیدگاهِ شخصی را مطیع («وضوح») ارتباط کردند و دیزاینرهای گرافیک را رودرروی سیستمِ دیزاینِ منظم‌شان قرار دادند. مولر-براکمن گفت: «مخفی کردن شخصیتِ دیزاینر در پسِ ایده، موضوع، جسارت، یا محصولِ چیزی است که هوشمندترین‌ها، همگی، می‌کوشند به آن دست یابند.»<sup>۵</sup> دیزاین به‌سبک سوئیس به فضای کاری نامشخصِ دیزاینر، در همان چارچوبِ عینیت‌گرایانه‌ای که ساختارش را آوانگاردها بنا نهاده بودند، قوام بخشید.

امروزه پاره‌ای از دیزاینرهای گرافیک همچنان به جانب‌داری از آرمان‌های بی‌طرفی و عینیت ادامه می‌دهند که برای شکل‌گیری اولیهٔ حرفه‌شان ضروری بود. این دیزاینرها پیام سفارش‌دهنده را هستهٔ مرکزی اثرشان می‌دانند و، با اینکه اکنون چشمِ پسامدرنِ آن‌ها بر ناممکن بودنِ بی‌طرفی و عینیت گشوده شده، باز هم می‌کوشند آن پیام را دقیق و واضح انتقال دهند.

در تقابل با کانسپت مسلط مدرن که دیزاینر را انتقال‌دهندهٔ بی‌غرض اطلاعات می‌دانست، اکنون بسیاری از دیزاینرها، در کل برای اهداف منتقدانه و ماجراجویانه، محتوای مطلوب خودشان را تولید می‌کنند. این تأکید بر منش هنری یکی از وجوه جذاب کارهای عملی است. این کارها شامل متون نظری،

- ↑ Michael Rock, “The Designer as Author,” Eye 5, no. 20 (Spring 1996): 44–53.
- ↑ collective

[۹] DIY (Do It Yourself): جنبش «خودت انجامش بده» افراد را تشویق می‌کند تا، به‌جای وابستگی به کالاهای تولیدانبوه و مؤسسات سازندهٔ آن‌ها، خودشان وسایل‌شان را بسازند. فناوری‌های جدید امکانات لازم برای چنین فردگرایی‌هایی را در اختیار گذاشته تا، عوض اینکه مصرف‌کنندهٔ صرف باشیم، تولیدکننده هم باشیم. برای اطلاعات بیشتر دربارهٔ جنبش «فرهنگ آزاد»، به وبگاه http://freeculture.org مراجعه کنید. این جنبش در پی توسعهٔ فرهنگی است که همه بتوانند در انتقال و رشد آن، بدون هیچ محدودیتی از جانب اشخاص و آزادانه، مشارکت کنند.

<sup>۱۰</sup> برای بحثی دربارهٔ ساختار شبکه و جامعه، نک: Pierre Lévy, *Cyberculture*, trans. Robert Bononno (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001).

[۱۱] prosumerism: اصطلاحی است با دو ژرف‌ساخت که از دو ترکیب انگلیسی متفاوت پدیدار شده: یکی‌شان از ترکیب دو واژهٔ professional به‌معنی حرفه‌ای و consumer به‌معنی مصرف‌کننده تشکیل شده، و دیگری از ترکیب دو واژهٔ producer به‌معنی تولیدکننده و consumer پدید آمده است. ترکیب اول (Profressional-Consumer) یعنی همان مصرف‌کنندهٔ حرفه‌ای بیشتر موردتوجه حوزهٔ تجارت و بازرگانی است، درحالی‌که اقتصاددانان ترکیب دوم یعنی مصرف‌کنندهٔ تولیدگر (Producer-Consumer) را هم مدنظر دارند و بر این باورند که این دسته از مصرف‌کنندگان بسیار مستقل‌تر از جریانِ غالبِ اقتصاد عمل می‌کنند. به‌عبارت دیگر، بنا به ترکیب نخست، مصرف‌کننده نقشی منفعل و پذیرنده دارد، درحالی‌که با توجه به ترکیب دوم، در کنار مصرف‌کنندگی نقش فعال و کنشگر تولیدکننده را هم برای ادارهٔ نیازهایش عهده‌دار است.

<sup>12</sup> Dmitri Siegel, "Designing Our Own Graves," Design Observer blog, http://www.designobserver.com/ archives/015582.html (accessed April 28, 2008).

مجلات و کتاب‌های ناشرمؤلف، و دیگر محصولات سفارشی می‌شوند. مایکل راک به سال ۱۹۹۶ در مقالهٔ «دیزاینر به‌مثابهٔ مؤلف»<sup>۶</sup> الگوی گرافیکِ تألیفی را نقد کرد و مقاله‌اش به معیاری برای مناظره‌های پس از آن تبدیل شد.<sup>۷</sup> ایدهٔ مناقشه‌برانگیز گرافیکِ تألیفی، با آنکه هنوز پارادایمِ غالب حرفه‌ای یا اقتصادی برای دیزاینرها نیست، ذهن ما را به خود مشغول کرده و جزو موضوعات موردتوجه در مباحث مربوط به آیندهٔ دیزاین است و به‌عنوان مدلی که توان عملی دانشجویان را ارتقا می‌دهد در برنامه‌های آموزشی بسیاری از دوره‌های دانشگاهی رشتهٔ دیزاین رواج دارد.

به‌دلیل استقبال زیادی که تازگی‌ها از گرافیکِ تألیفی شده، دیدگاه‌های اشتراکی<sup>۸</sup> جدیدی، با الهام گرفتن از آوانگاردها، پدید آمده‌اند. تولید محتوای شخصی، به‌لطف فناوری، از هر زمان دیگری آسان‌تر شده است (محبوبیت جنبش‌های «خودت انجامش بده» و «فرهنگِ آزاد» را درنظر بگیرید).<sup>[۹]</sup> با پیوستنِ روزافزونِ دیزاینرها، و سایر مردم عادی، به جرگهٔ آفرینندگان و تولیدکنندگانِ محتوا کم‌کم نوعی برابری پدیدار شده است: نوع جدیدی از دیدگاه اشتراکی درحالِ شکل‌گیری است که، بیشتر از فردیت، بر گمنامی تأکید دارد. این دیدگاه اشتراکیِ خلاقانه بازتاب‌دهندهٔ فرهنگی است که پارادایمِ مرکزی‌اش ساختارِ شبکه و فقدان قدرت متمرکز در شبکه است و هم‌رسانیِ آزادانهٔ مالکیت معنوی و ایده‌ها و ابزارها را ترویج می‌کند.<sup>۱۰</sup>

اینکه آیا برابریِ دیدگاه‌ها برای دیزاینرهای گرافیکِ پدیده‌ای مثبت است یا منفی محل‌مناقشه است. دیمیتری سیگِل در مطلب اخیرش در وبلاگ «دیدبانِ دیزاین»، که در این مجموعه نیز آمده، در مورد جایگاه دیزاینرها در پارادایمِ جدیدی که او با اصطلاح «پروسیومیورِیسم»<sup>[۱۱]</sup>: تولید و مصرفِ هم‌زمان» از آن یاد می‌کند پرسش‌هایی جدی پیش می‌کشد.<sup>۱۲</sup> سیگل می‌پرسد: «دیزاینرها در بازار مصرف باید چه خدمات و تخصص‌هایی عرضه کنند؟» پاسخ البته این است که هنوز روشن نیست، اما تکثُرِ پُرشتاب دیدگاه‌های تألیفی و برابریِ این کثرت دیدگاه‌ها در یک حرکت اشتراکیِ خیر از آیندهٔ حال‌وهوای کار ما می‌دهد.

دیزاینرها هم‌اکنون، به‌طور روزافزون، ابزارها و قالب‌ها و منابعی برای کار با مشتری‌هایشان و دیگر کاربران خلق می‌کنند. دیزاینرهای گرافیک باید دقت کنند و خود را آگاهانه با فرهنگ پروسیومر وفق دهند، وگرنه باید خطر منزوی شدن در این عرصه را به‌جان بخرند.

### سیستم‌های جهانیِ ارتباط

فناوری، هم‌زمان با قدرت بخشیدن به‌گونهٔ جدیدی از مشارکت، جهان‌شمولی را هم بازتعریف می‌کند. برای درک چگونگی شکل‌گیری و رشد این کانسپِت بسیار مهم دیزاین، باید چگونگی پیدایش آن را بررسی کرد.

اعضای مدرسهٔ پُرنفوذ باوهاوس، که در سال ۱۹۱۹ در وایمار بنیاد نهاده شد، به‌دنبال نوعی بینش پلایش‌یافتهٔ عینی بودند. باوهاوس تحت‌تأثیر ساخت‌گرایی<sup>[۱۳]</sup> و فوتوریسم و دواسِتیِل<sup>[۱۴]</sup> بود؛ تحت‌تأثیر این گفتمان‌ها، در این مدرسه نوعی زیباشناسی ماشینی و هویت‌زُدوده در برابر انحراف ذهنی اکسپرسیونیسم ایستاد و سرانجام تبدیل شد به الگوی غالب برای مدرسه. هنرمندانی همچون موهولی–ناجی عینیّت را معادل حقیقت و شفافیت می‌دانستند و معتقد بودند که، برای تبیین همین حقیقت، هنرمندان باید –به‌نفع رهیافتی عقلانی‌تر و جهان‌شمول‌تر– به‌لحاظ احساسات از کارشان جدا شوند.<sup>۱۵</sup>

این جداسازیِ عینی موجب شد تا دیگر استادان باوهاوس، ازجمله هربرت بایر و یوزف آلبرس که در پی کشف فرم‌هایی مثالی برای برقراری ارتباط آشکار و دقیق بودند، ذهنیّت و ابهام<sup>۱۶</sup> را از زبان بصری بزدایند<sup>۱۷</sup>؛ بر همین اساس، موهولی–ناجی در مقاله‌اش با عنوان «تالیپوفتو»<sup>[۱۸]</sup> خوش‌بینانه ادعا می‌کند که به این دنیای بصری جهانی و جدید، «ذره‌ذره بهداشتِ بینایی <sup>۱۹</sup> و سلامتِ دیدنی‌ها <sup>۲۰</sup> راه می‌یابد». <sup>۲۱</sup> در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰، پسامدرنیسم، با تأکید بر تنوع پایان‌ناپذیرِ افراد و جوامع و معنای پیوسته‌متغیّرِ فرم‌های بصری، ایدهٔ جهان‌شمولی را مردود شمرد.

[۱۳] constructivism: با «ساختارگرایی» که اساساً رهیافتی زبان‌شناختی است و بر اثر انتشار درس‌گفتارهای فردینان دوسوسور، زبان‌شناس فرانسوی، شکل گرفت اشتباه گرفته نشود.

[۱۴] De Stijl: معادل هلندی «سبک» و نام یک جنبش هنری که عده‌ای از نقاشان و معماران هلندی در سال ۱۹۱۷ بنیان نهادند و تا ۱۹۳۱ ادامه یافت. اعضای این جنبش، ازجمله پیت موندریان و تتو فان دوسپرِخ، به یک نوع هنر ناب و جهانی اعتقاد داشتند که اساسش بر رنگ‌ها و شکل‌های بنیادی بود و در آثارشان عناصر بصری را با بهره‌گیری از رنگ‌های سیاه و سفید و اصلی به‌صورت افقی یا عمودی ترکیب می‌کردند.

۱۵. برای اطلاعات بیشتر دربارهٔ موهولی–ناجی در مدرسهٔ باوهاوس، نک: Victor Margolin, The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy, 1917-1946 (Chicago: University of Chicago Press, 1997).

16. ambiguity

۱۷. برای اطلاعات بیشتر دربارهٔ جست‌وجوی مدرسهٔ باوهاوس در زبان بصری، نک: Ellen Lupton and J. Abbott Miller, eds., The ABC's of Triangle Square Circle: The Bauhaus and Design Theory (New York: Princeton Architectural Press, 2000), 22.

[۱۸] این اصطلاح از مهم‌ترین بیان‌های ایچاد ارتباط بصری است و از تلفیق دو واژهٔ typography و photography ساخته شده است.

19. hygiene of the optical

20. health of the visible

21. Laszlo Moholy-Nagy, "Typophoto," in Painting, Photography, Film, trans. Janet Seligman (Cambridge: MIT Press, 1973), 38- 40.

فناوری‌ای که امروزه دیزاینرها به‌وسیلهٔ آن می‌آفرینند و ارتباط برقرار می‌کنند جهان‌شمولی را بی‌سروصدا در زیرساخت کارمان پنهان کرده است. این روزها دیزاینرها در چارچوب مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها دست به آفرینش می‌زنند. ابزارهای نرم‌افزاریِ خصوصیت‌های خلاقانهٔ فردی را در قالب ابزارها و پالت‌های استانداردشده می‌ریزند. نتیجهٔ این دگرگونیِ زیباشناختی، همچنان‌که لِف مانویچ در مقاله‌اش با عنوان «ورود/صدور» توضیح می‌دهد، عظیم و تاریخی است.<sup>۲۲</sup> فنون ویژه و زبان‌های هنری و واژه‌هایی که پیش از این در دل حرفه‌های جداگانه از دیگر واژه‌ها دور افتاده بودند از ابزارهای نرم‌افزاری به حرفه‌ها و برعکس «ورود» و «صدور» می‌شوند تا یک «فرارسانهٔ» مشترک بیافرینند. جهان‌شمولیِ قدرت‌گرفته از فناوری، در گرایش به این زبان همگانیِ جدید و، به‌قولِ مانویچ، «زبانِ پیوندی <sup>۲۳</sup> و بازترکیب‌پذیر <sup>۲۴</sup>» بی‌سابقه، از الگوهای محدودکنندهٔ گذشته فاصلهٔ زیادی گرفته است.

این زبان جهانیِ چندرگهٔ اصلاح‌شده مرزِ بین رشته‌ها و افراد، بین کشورها و فرهنگ‌ها، را درمی‌نوردد. اِلن و جولیا لاپتن در مقاله‌شان با عنوان «جهان مقابله‌به‌مثل می‌کند» اشاره می‌کنند که این «نوعی زبان بصریِ محصور در محیط ارتباطاتِ درحال‌رشد به‌لحاظ فناوری است که بین گسترهٔ بسیار وسیعی از انسان‌ها شکل گرفته و آزموده شده است». <sup>۲۵</sup> انبوه آثار برآمده از این جهان‌شمولی –هم آثار جهانی و آثار بومی– و ابهام حاصل از این بینش استثناییِ حتی ذهن آوانگارد‌ها را هم به حیرت واکواهد داشت. سیستم‌های جهانیِ ارتباط که امروزه رایج‌اند فرق دارند با جهان‌شمولیِ کلی‌نگرانهٔ آوانگارد‌ها که در پی آفرینش یک زبانِ بصری یگانه و آرمانی بود تا بتواند فرهنگ انسانی را متحد سازد. امروزه دیزاینرها و تولیدکنندگانِ بی‌شمار، صاحب‌نام و گمنام، شاغل هم به‌عنوان تحصیل‌کردهٔ این حوزه هم غیر از آن، اغلب با به‌کارگیری ابزارها و فناوری‌های همگانی، باهم، به دامنهٔ وجوه اشتراک بصریِ جدید و گسترده می‌افزایند و از خلال این «وجه اشتراکِ» جدید پارادایم دیزاین تغییر می‌کند.

### مسئولیت اجتماعی

همان فناوری دیجیتالی که تألیف اشتراکی را تقویت می‌کند و بروز نوع جدیدی از زبان جهانی را ممکن می‌سازد الهام‌بخش دیدگاه‌های انتقادی تندوتیز در جامعهٔ دیزاین هم هست. دیزاینرها فعلانه درگیر سیاست و فرهنگ جامعهٔ خویش‌اند و در دنیایی که به‌شدّت شبکه‌ای شده، به‌طور روزافزون، در سطح جهانی می‌اندیشند. هرچه شمار بیشتر و بیشتری از دیزاینرها با اتکا به فناوری به تولید فرم و محتوا می‌پردازند، موضوعاتی چون پایداری و عدالت اجتماعی اولویت پیدا می‌کنند. دیزاینرها، فراسوی تجارت موفق و فعالیت‌های زیباشناختی، به تأثیرگذاری گسترده‌ترِ فرهنگی می‌اندیشند که به‌کمک هم درحالِ ایجاد آن‌اند.

نقد فرهنگیِ دیزاین‌محور اخیراً در دنیای دیجیتالی رواج پیدا کرده، بااین‌حال، همچون موضوع تألیف و جهان‌شمولی، ریشه در آوانگاردها دارد. رودچِنکو، لیسیتسکی، موهولی-ناچی و بایر فعلانه تلاش می‌کردند جوامع خود را به‌وسیلهٔ دیزاین، با هرس کردن آشفتگی‌های حیات و تبدیل‌شان به فرم‌هایی منظم و منطقی، از نو شکل‌بندی کنند. هم زبان و هم دیزاین‌شان، که بخشی از آن در مجموعهٔ حاضر آمده است، قدرت بینش اجتماعی آن‌ها را به تصویر می‌کشد. از دههٔ ۱۹۲۰، ساخت‌گرایان روسی همچون رودچنکو و لیسیتسکی، به‌طور ویژه، به حاکم شدن یک برنامهٔ انقلابیِ آونگارد کمک کردند. آن‌ها در شوروی جدید، به‌امید دستیابی به جامعه‌ای بهتر و معقول‌تر و برابری‌طلب‌تر، قصد فردیِ هنر را به بینشِ آرمان‌شهریِ اشتراکی تغییر دادند. هنرمند برجسته به‌کارگری بی‌نام‌ونشان تبدیل شد، یعنی به «سازنده».

بی‌طرفی خنثای سبک بین‌المللی، به‌ویژه آن‌گونه که در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در آمریکا مرسوم شد، دیزاینرها را از آرمان‌های اجتماعی انقلابی دور کرد. دیزاینرهای آمریکایی، همچون پُل رَند، لِستِر بیل، و هربرت بایرِ کوچ‌کرده از باوهاوس، از عینیتِ کم‌وبیش علمی سیستم‌های دیزاینِ سوئیس استفاده کردند تا دیزاین‌گرافیک را در نظر شرکت‌های بزرگ آمریکا به‌عنوان فعالیتِ

۲۶. برای بحثی در مورد هنرمندان آوانگارد و شرکت‌های بزرگ آمریکا، نک: Johanna Drucker, The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909-1923 (Chicago: University of Chicago Press, 1994)

۲۷. موج نو دیزاین را «تایپوگرافی جدید»، «پسامدرنیسم»، یا «مدرنیسم متأخر» نیز نامیده‌اند.

۲۷. موج نو دیزاین را «تایپوگرافی جدید»، «پسامدرنیسم»، یا «مدرنیسم متأخر» نیز نامیده‌اند.

28. intuition

29. openness of meaning

30. self-expression

31. multiplicity of meaning

32. global consciousness

۳۳. برای توضیح مختصری در مورد جنبش مسئولیت اجتماعی، نک: Steven Heller and Veronique Vienne, eds., Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility (New York: Allsworth Press, 2003).

حرفه‌ای و ارزشمند جا بیندازند. این دیزاینرها، جای اینکه هویت‌شان را در پارادایم انتقادی و آوانگارد تحول اجتماعی غرق کنند، تلاش می‌کردند تا با تقویتِ ساختارهای قدرتی که در زمانه‌شان وجود داشت هویت خود را در یک تصویرِ کاملاً‌سازمانی محو‌کنند.<sup>۲۶</sup>

در اواخر دههٔ ۱۹۶۰ این جریان تغییرجهت داد و به کانسپتی تازه از مسئولیت اجتماعی در جامعهٔ دیزاین منجر شد. جدالِ پسامدرن با بی‌طرفیِ مدرنیستی یک‌باره بالا گرفت. ولفگانگ وینگارت که نزد نخبگان برجستهٔ تایپوگرافی، امیل رودر و ماکس بیل، «حروف‌چینی» آموخته بود و بعد از آن خود در مدرسهٔ بازل تدریس می‌کرد، جنبشی را رهبری کرد که در سوئیس «موج نوِ دیزاین» نامیده شد.<sup>۲۷</sup> او شهود<sup>۲۸</sup> را محور فعالیت دیزاین قرار داد و فرم‌ها و سیستم‌های مدرنیست را به‌سمت رهیافتی رمانتیک و خودبیانگرتر هدایت کرد و تحت‌نفوذ درآورد.

کاترین مک‌کوی، رئیس آکادمی هنرِ کِرنبوروک در بلومفیلدهیلزِ ایالتِ میشیگان، در ایالات‌متحد، دانشجویانِ خود را از دههٔ ۱۹۷۰ تا اوایل دههٔ ۱۹۹۰ به درگیریِ ذهنی بیشتر با آثارشان وادار کرد. مک‌کوی، در طول بررسی نظریه‌های پساساختارگرا در مورد ناپایداری و گشودگیِ معنا<sup>۲۹</sup>، پایه‌های دیزاینِ عینی و عقلانیِ سبکِ بین‌المللی را لرزاند. او بر اهمیت احساسات و خودبیانگری<sup>۳۰</sup> و نیز کثرتِ معنا<sup>۳۱</sup> که نمی‌توان در پیام مدنظر سفارش‌دهنده مهارشان کرد تأکید کرد. با این کار، ضمن ایجاد حسی مرکب از صدا و عاملیت، بار دیگر به مخاطب یادآوری کرد که هر دیزاینر با دیزاینر دیگر تفاوت دارد.

در دههٔ ۱۹۹۰، این امواج شورشی بازگشت به ساحت احساسات و خودبیانگری همراه شد با نوعی افزایش آگاهیِ جهانی<sup>۳۲</sup> و تسلط دوبارهٔ دیزاینرها بر شیوه‌های تولید. این نیروها در کنار هم شمار بیشتر و بیشتری از دیزاینرهای گرافیک را برانگیخت تا بار دیگر با دید انتقادی با جوامع خود مواجه شوند. در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ که حوزهٔ دیزاینِ گرافیک به‌سمت رهیافتِ ذهنیت‌گرایانه‌تری از دیزاین تغییرجهت داد، گونه‌ای جنبش «مسئولیت اجتماعی» راه افتاد.<sup>۳۳</sup>



دیزاینرهای گرافیک، برای هشدار دادن راجع به خطرات فرهنگِ مصرف‌گرایی، به فعالان رسانه‌ای پیوستند؛ کاله لاسن مجلهٔ کانادایی *آدباستیز* را منتشر کرد که در برابر زبان و راهبرد تبلیغات رویکردی انتقادی داشت؛ نیومی کلاین لوگو ممنوع<sup>۳۴</sup> را نوشت که رساله‌ای تأثیرگذار علیه جهانی‌سازی و برندسازی بود؛ سی‌وسه نفر از دیزاینرهای نام‌آور گرافیک، در مخالفت با سیطرهٔ صنعت تبلیغات بر حرفهٔ دیزاین، «اولویت‌ها، نخستین بیانیهٔ ۲۰۰۰» را امضا کردند. دیزاینرها، هم از درون رابطهٔ دیزاینر و سفارش‌دهنده و هم از بیرون آن، به تولید محتوا در نقد جامعه پرداختند.<sup>۳۵</sup>

با آغاز هزارهٔ جدید، دیزاینرهای گرافیک در شبکه‌ای گسترده و زنده دست به آفرینش می‌زنند که در آن انبوه مخاطبان امکان نقد و تولید دارند. در چنین دنیای به‌شدت به‌هم‌پیوسته‌ای، دیزاینرهایی همچون کنیا هارا، مدیر خلاقیت MUJI و مدیر اجرایی مرکز دیزاین نیپون، روش‌های خلاقانه‌ای را برای دیزاین کردن در عین مسئولیت‌پذیری اجتماعی رواج می‌دهند. هارا نیز، همچون آوانگاردها، پاسخ را در ذهن عقلانی، و نه در تمایلات فردی، نهفته می‌داند. درهرحال، این رهیافت عقلانی جدید تقاضا برای کارهای تجاری و الگوهای دیزاین را با نوعی منش محیط‌زیستی نیرومند ترکیب می‌کند و، از این طریق، «هماهنگی جهانی و سود دوجانبه» پدید می‌آورد.<sup>۳۶</sup> مباحث مربوط به مسئولیت اجتماعی، از جمله تألیف گرافیکی، در برنامهٔ آموزشی دیزاین گرافیک نیز گنجانده شده و دانشجویان را برمی‌انگیزد تا، در کنار دل‌مشغولی‌های رسمی، به تأثیر جهانی آثارشان هم توجه کنند. عرصهٔ دیزاین که دیگر عینیت و بی‌طرفی ارتباط را اصلی‌ترین آرمان خود نمی‌داند با دیدگاه انتقادی صریح‌تری با جهان اطراف خود مواجه می‌شود.

## آوانگاردهای هزارهٔ جدید

این کتاب به سه بخش اصلی تقسیم می‌شود: دورهٔ آغازین، دوران شکوفایی، و مسیریابی آینده. بخش «دورهٔ آغازین» تحول دیزاین گرافیک را در اوایل دههٔ

۱۹۰۰ ره‌گیری می‌کند که شامل ایده‌های آوانگارد و تأثیرگذار فوتوریسم، ساخت‌گرایی، و باوهاوس می‌شود. بخش «دوران شکوفایی»، با نگاهی به سبک بین‌المللی و پاپ و پسامدرن، به سیر تطوّر دیزاین در نیمهٔ دوم قرن بیستم می‌پردازد. «مسیریابی آینده» از اواخر قرن بیستم شروع می‌کند و به بررسی ایده‌های نظری کنونی در رشتهٔ دیزاین گرافیک می‌پردازد که هنوز کامل شکوفا نشده‌اند.

اگر از خلال اندیشه‌های این دیزاینرهای تأثیرگذار به سیر تاریخی دیزاین نگاهی بیندازیم می‌توانیم موضوعات بنیادین را، مانند آنچه در این مقدمه به آن‌ها اشاره کردیم، شناسایی کنیم؛ موضوعاتی همچون تألیف و جهان‌شمولی و مسئولیت اجتماعی که برای مکتب آوانگارد بسیار کلیدی بودند و هنوز هم در مباحث انتقادی و نظری معاصر در حوزهٔ دیزاین گرافیک از جایگاه بسیار مهمی برخوردارند.

جسیکا هلفند، در مقاله‌اش با عنوان «ماده‌زدایی از فضای صفحه‌نمایش»، از جامعهٔ دیزاین امروز می‌خواهد به‌سمت نوآوانگارد<sup>۳۷</sup> شدن پیش برود. مجموعهٔ مقالات حاضر با توجه به همین خواسته فراهم آمده است. هلفند از ما دعوت می‌کند تا به فراسوی امکانات فنی بیندیشیم و واقعاً برای «شکل‌دهی به دنیای جدید و بی‌سابقه» اقدام کنیم. همان‌گونه که دیزاینرها در اوایل قرن بیستم برای مواجهه با چالش‌های جامعه‌شان به‌پا خاستند، ما هم می‌توانیم در برابر پیچیدگی‌های این هزارهٔ تازه از راه‌رسیده بایستیم. تحقیق در مباحث نظری‌ای که گذشته و حال‌مان را به‌هم پیوند می‌دهد نقطهٔ آغاز خوبی است.



کنیا هارا | تبلیغ MUJI، ۲۰۰۵. پوسترهای خانهٔ جای. فلسفهٔ تبلیغات هارا برای MUJI مفاهیم قدیمی «گمنامی» و «جهان‌شمولی» را بازتفسیر کرد. همان‌طور که خود او توضیح می‌دهد، «ارتباط فقط زمانی تأثیرگذار خواهد بود که تبلیغ طرفی تهی را پیش روی بیننده بگذارد تا او آزادانه ایده‌ها و تمناهای خود را درونش قرار دهد».

\* Kenya Hara, Designing Design, trans. Maggie Kinser Hohle and Yukiko Naito (Baden: Lars Müller, 2007), 243.

34. No Logo (New York: Picador, 2002).

35. Rick Poyner, "First Manifesto 2000," AIGA Journal of Graphic Design 17, no. 2 (1999): 6-7. Note: This manifesto references the "First Things First" 1964 manifesto authored by Ken Garland.

37. new avant-garde

۱۸۷۰ ۱۸۸۰ ۱۸۹۰ ۱۹۰۰ ۱۹۱۰ ۱۹۲۰ ۱۹۳۰ ۱۹۴۰ ۱۹۵۰ ۱۹۶۰ ۱۹۷۰ ۱۹۸۰ ۱۹۹۰ ۲۰۰۰ ۲۰۱۰ ۲۰۲۰

۱۸۷۶-۱۹۴۴ | فیلیپو تومازو مارینتی

۱۸۹۰-۱۹۴۱ | ایل لیسیتسکی

۱۸۹۱-۱۹۵۶ | الکساندر رودچنکو

۱۸۹۵-۱۹۴۶ | لاسلو موهولی-ناجی

۱۹۰۰-۱۹۶۹ | بیاتریس وازد

۱۹۰۰-۱۹۸۵ | هربرت یایر

۱۹۰۲-۱۹۷۴ | یان چیشولد

۱۹۱۴-۱۹۹۶ | یوزف مولر-براکمن

۱۹۱۴-۱۹۹۶ | پل رند

۱۹۲۵-۲۰۱۸ | رابرت ونتوری

۱۹۳۰-۲۰۱۷ | کارل گریستنر

۱۹۳۲-۲۰۲۰ | یان فان تورن

۱۹۴۱ | ولفگانگ وینگارت

۱۹۴۲ | کاله لاسن

۱۹۴۵ | کاترین مک کوی

۱۹۴۸ | پائولا شر

۱۹۵۰ | استیون هلر

۱۹۵۳ | لورین وایلد

۱۹۵۸ | کنیا هارا

۱۹۵۹ | مایکل راک

۱۹۶۰ | جسیکا هلفند

۱۹۶۰ | لف مانویچ

۱۹۶۳ | ایلن لاپتن

۱۹۷۳ | دیمیتری سیگل

● | تاریخ انتشار مقاله

— | طول عمر دیزاینر

# ۱

## دوره آغازین

دیزاینرهای آوانگارد جسارت و بینش داشتند. بیشترشان جوانانی بیست و خُرده‌ای ساله بودند. به کمتر از تغییر دادن جهان راضی نبودند. در اوایل قرن بیستم، بدون هیچ تردید و دلهره، از طریق دیزاین به مقابله با جامعه خود پرداختند. با وجود آنکه آشفتگی حاصل از صنعتی شدن و اغتشاش ناشی از فناوری و جنگ جهانی احاطه‌شان کرده بود، به جست‌وجوی نظم و معنا برآمدند. این هنرمندان حرف‌هایشان را در بیانیه‌هایشان می‌زدند و، با بهره‌گیری بسیار از واژه‌های بصری جدید، پوستر و کتاب و مجله و تایپ فیس پدید می‌آوردند. آن‌ها از ارتباط جمعی استقبال کردند و از سه پایه نقاشی دست کشیدند. آوانگاردها سنت‌های زیباشناختی تقارن و تزیین را ته‌مانده‌هایی مندرس می‌شمردند که به هر قیمتی باید دور ریخته شوند؛ در عوض، ماشین را منبع الهام می‌دیدند: شیک، کارآمد، نتیجه‌بخش، پُر قدرت. در تلاش برای کشف فرم‌های بصری غیرکلیشه‌ای بودند که شایسته دنیای مدرن جدید باشد. از راه چنین تجربه‌هایی، آوانگاردها صفحه‌آرایی نامتقارن، فضای سفید فعال، دیزاین سریالی، تایپ فیس‌های هندسی، مینیمالیسم، نظم‌دهی سلسله‌مراتبی، کارکردگرایی، و جهان‌شمولی را گسترش دادند. عرق‌ریزی آن‌ها منجر به شکل‌گیری جنبش‌های فوتوریسم، دادائیسم، دواستییل، ساخت‌گرایی، و تایپوگرافی جدید شد. ایده‌های آوانگاردها باهم تلاقی کردند و به هم گراییدند تا بنیان مدرنی پدید آوند که صنعت دیزاین‌گرافیک روی آن بنا شده است.

1. ornament

2. hierarchy

هربرت ایپر | جلد فتومونتاز برای نخستین شماره از bauhaus zeitschrift [مجله باهاوس]، ۱۹۲۸. پایز ابزارهای دیزاینر گرافیک، فرم‌های هندسی بنیادی، و صفحه حروف‌چینی شده را با هم ترکیب کرده است. واژه و تصویر، برای برقراری ارتباط با خواننده، با هم آورده شده‌اند.



**فیلیپو تومازو مارینتی** <sup>\* ساختار صفحهٔ متقارن را زیرپا گذاشت و اجزای آن را جدا کرد و سپس از نو آن‌ها را با استفاده از قطعات و تکه‌های حروف، علایم دستگاه‌های چاپ، و تصاویر تبلیغاتی سرهم کرد.</sup> او، پیش و بیش از هر چیز، شاعر بود؛ اما در سال ۱۹۰۹ که «بیانیۀ فوتوریسم» را در روزنامهٔ فیگاروی پاریس منتشر کرد، مبارزه‌ای را در پیش گرفت که او را بسیار دورتر از قلمرو شعر بُرد. درواقع، این بیانیه او را وسط رشتهٔ تحصیلی نوپایی به‌نام «دیزاین‌گرافیک» کشاند. مارینتی معرکه‌گیر و فرومایه و فاشیست بود؛ باوجوداین، امروز اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. او، اغلب به‌منظور صرفه‌جویی و راحتی، از تولیدات چاپی (پوستر و کتاب و آگهی) برای ارتباط با تودهٔ مردم استفاده می‌کرد. او تایپوگرافی را خم و راست می‌کرد و تاب می‌داد تا تناسب بهتری با شعرهایش و پیام کلی‌اش در مورد سروصدا و سرعت و پرخاشگری پیدا کند؛ سرانجام اینکه اولویت کاری‌اش نمایش دادن ماهیت بصری ملموسی حروف بود. او هنوز هم ما را به آغوش گشودن به روی آینده فرا می‌خواند – به‌قول خودش، «تجلیل» از «مشت و سیلی»، اعتقاد به اینکه ظهور فرم‌های جدید صرفاً محتمل نیست بلکه قطعی است.

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

فیلیپو تومازو مارینتی، پوستر برای نمایش "تجلیل" از "مشت و سیلی"، ۱۹۱۰، موزهٔ لوور پاریس، فرانسه

## بیانیۀ فوتوریسم

**ف. ت. مارینتی**

| ۱۹۰۹ |

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

|

۱. ما بر آنیم که عشق به خطر و رسمِ قدرت و بی‌پروایی را بسراییم.

۲. دلیری و بی‌باکی و شورشِ عناصر اصلیِ شعر ما خواهند بود.

۳. ادبیات، تا امروز، ستایشگر نوعی سکونِ فکورانه و خلسه و خواب‌آلودگی

بوده است. ما بر آنیم که از عملِ خشونت‌آمیز، بی‌خوابی تب‌آلود، گام بلند

دوندهٔ سرعت، جهش مرگ‌بار، و مشت و سیلی تمجید کنیم.

۴. حرف ما این است که شکوهِ جهان با یک زیباییِ جدید پُربارتر شده است:

زیباییِ سرعت. یک اتومبیل مسابقه که کاپوتش با لوله‌های بزرگی همچون

افعی‌مارانِ آتشین‌دم آراسته شده – اتومبیلِ غرّنده‌ای که گویی سوارِ توپ

شراپنل به پیش می‌راند– زیباتر است از «پیروزی ساموتریس»<sup>[۱]</sup>.

۵. ما می‌خواهیم نیایشگرِ مردی باشیم که سکان را در دست دارد؛ همو که نیزهٔ

روحش را به سراسر زمین، در امتداد مدار دایره‌ایِ آن، پرتاب می‌کند.

۶. شاعر باید خودش را وقف شوروشوق و زرق‌وبرق و دست‌ودل‌بازی کند تا بر

حرارتِ مشتاقانهٔ عناصر اولیه بیفزاید.

۷. بدون تنازع هیچ زیبایی‌ای در کار نخواهد بود. بدونِ سرشتی تهاجمی، هیچ

اثری ممکن نیست شاهکار شود. شعر را همچون تاخت‌وتازی بی‌رحمانه به

نیروهای ناشناخته باید دید که آن‌ها را خُرد می‌کند و در پای آدمی به خاک

می‌افکند.

۸. ما بر واپسین بلندای قرن‌ها ایستاده‌ایم!… چرا باید نگاه‌مان به پشت‌سرمان

باشد، زمانی که خواستِ ما در هم شکستنِ دروازه‌های اسرارآمیز امور ناممکن

است؟ دیروز، زمان و فضا مُردند. ما اکنون در مطلق زندگی می‌کنیم، چراکه

سرعتِ سرمدی و همه‌جاحاضر را خلق کرده‌ایم.

۹. ما جنگ را که تنها راهِ درمانِ جهان است، نظامیگری را، میهن‌پرستی را،

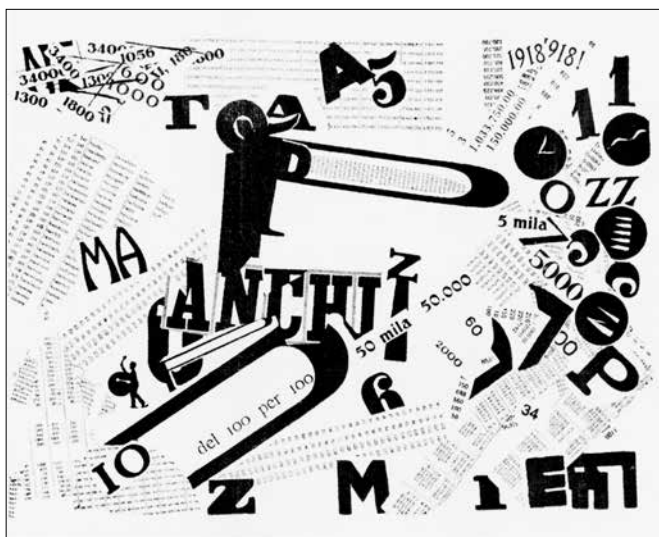
حرکات تخریبی آزادی‌آوران را، اندیشه‌های زیبایی را که می‌توان برایشان از جان

گذشت، و خوار شمردن زنان را ستایش خواهیم کرد.

۱۰. ما موزه‌ها و کتابخانه‌ها و هر نوع فرهنگستانی را نابود خواهیم کرد و با اخلاق‌گرایی و فمینیسم و هر گونه بُدلی فرصت‌طلبانه و سودجویانه به مبارزه خواهیم پرداخت.

۱۱. ما در ستایش انبوه توده‌هایی که از کار و کوشش و از لذت و از عصیان به وجد آمده‌اند خواهیم سرود؛ جریان‌های رنگارنگ و چندصدای انقلاب در پایتخت‌های مدرن را خواهیم ستود؛ در تجلیل از شور شبانه و پُرتپش کارخانه‌های اسلحه‌سازی و کشتی‌سازی که با نور تند مهتابی‌ها می‌درخشند نغمه سر خواهیم داد، در تجلیل از ایستگاه‌های راه‌آهن آزمندی که افعی‌های استوانه‌ای و دودزا را فرو می‌بلعند، کارخانه‌هایی که با ریسمان کج‌وکولهٔ دودشان از ابرها می‌آویزند، پل‌هایی که مانند ژیمناست‌های غول‌آسا از سر رودخانه‌ها می‌پزند و همچون تلالُؤ تیغه‌های چاقو در پرتو خورشید می‌درخشند، کشتی‌های بخار ماجراجویی که افق را بو می‌کشند، لوکوموتیوهای سینه‌ستبر که چرخ‌هایش همچون اسب‌های فولادی عظیم که با لوله‌ها افسار شده‌اند بر ریل‌ها سم می‌سایند، و پرواز صاف هواپیماهایی که ملخ‌هایشان مانند پرچم‌ها در باد سروصدا راه می‌اندازند و گویی جمعیتی مشتاق هورا می‌کشند.

اف.تی. مارینتی |  
Les mots en liberté futuristes  
(کلماتی دربارهٔ آزادی، فوتوریسم)، ۱۹۱۹.



پدرِ الکساندر رودچنکو<sup>\*</sup> تدارکاتچیِ تاتار و مادرش رخت‌شور بود. در اوایل انقلاب شوروی، او از نقاشی دور شد و به چیزی کاملاً جدید رسید. او به سازنده و مونتاژکننده تبدیل شد و بیشتر شبیه مهندس‌ها عمل کرد تا هنرمندان. او، تحت‌تأثیر نقاشی مربع سیاه کازیمیر مالویچ و کلیت جنبش سوپرماتیست، از هنرِ بازنمودیِ فاصله گرفت و سخت و سفت چسبید به دیدگاه‌های مبتنی بر سودمندی و صنعت. رودچنکو که مشتاقانه موقع کار همان «لباس‌کار» چرمی‌ای را به تن می‌کرد که خودش برای کارگران دیزاین کرده بود، به همان اندازه که برای ساختن کانسپت‌های انقلابی کارکردگرایی و صرفه‌جویی تلاش کرد، از فناوری جدید و تولید انبوه برای سر و شکل دادن به شهروندان آرمائی شوروی بهره گرفت.<sup>۲</sup> او دیزاین‌گرافیک را به‌عنوان نیروی اساسی در جامعه پذیرفت و بازتعریف کرد و ارتقا بخشید. رودچنکو در «آزمایشگاه» خود با همراهی همکار و معشوق و همسر بی‌نظیرش، وازوارا استپانووا، هنرمندان را در جایگاه کارگزارانِ تغییرِ اجتماعی نشانَد: کارگزارانی که در مرکز دنیایی جدید و بی‌باک ایستاده‌اند. ما با آثار رودچنکو آشنایی داریم؛ سبک ممتاز او \_ با حروف چاپی هندسی، رنگِ تخت، ترکیب‌بندی ضربدری، عکاسی زاویه‌دار، و فتومونتاژِ گِیرا\_ به ساخت‌گرایی صدایی بصری بخشید. بیانیۀ او یادآورِ همان تصویری<sup>[۳]</sup> از جامعه و دیزاینرهای برخاسته از آن است که این تصاویرِ آشنا بازنمایی‌اش می‌کنند.

<sup>\*</sup>Rodchenko, Aleksandr



1. representation

۲. برای جزئیات بیشتر در مورد باورهای رودچنکو دربارهٔ شهروند آرمائی شوروی، نک:

Victor Margolin, The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy, 1917–1946 (Chicago: University of Chicago Press, 1998).

[۳] منظور تصور کمونیستی از جامعه است.

الکساندر رودچنکو

واروارا استپانووا

الکسی گان

| ۱۹۲۲ |

## ما کیستیم

## بیانیۀ گروه ساخت‌گرا

ما خود را ملزم به ساختن ایستگاه‌های پنسیلوانیا، آسمان‌خراش‌ها، خانه‌های منطقهٔ هندلی پیج، کمپرسورهای توربو، و مانند این‌ها نمی‌دانیم.

فناوری را ما نساختیم.

آدمی را ما نیافریدیم.

اما ما،

هنرمندان دیروز

سازندگان امروز،

۱. انسان را

پیش راندیم

۲. فناوری را

سامان می‌دهیم

۱. ما اکتشاف کردیم

۲. تکثیر می‌شویم

۳. می‌روسیم

۴. می‌آمیزیم

پیش‌تر \_ مهندس‌ها با هنر آرامش می‌یافتند

اکنون \_ هنرمندان با فناوری آرامش می‌یابند

آنچه لازم است \_ نیاسودن است

چه کسی یک دیوار دید…

چه کسی صرفاً یک صفحه دید -

همه… و هیچ‌کس

آن که حقیقتاً دیده بود آمد و خیلی ساده

نشان داد:

مربع

این یعنی گشودن چشم‌ها به صفحه.

چه کسی یک زاویه دید

چه کسی آرمان‌تور یا اسکچ دید

همه... و هیچ‌کس.

آن که حقیقتاً دیده بود آمد و خیلی ساده

نشان داد:

یک خط

چه کسی دید:

یک پل آهنی

یک کشتی جنگی

یک زپلین<sup>[۱]</sup>

یک هلیکوپتر

همه... و هیچ‌کس.

ما آمدیم – نخستین گروه کاری ساخت‌گراها

الکسی گان، رودچنکو، استپانوا

... و به‌سادگی گفتیم: این – امروز است

فناوری – دشمن خونی هنر است.

فناوری... .

ما – نخستین نیروی مبارز و مجازات‌گر شماییم.

ما همچون آخرین بردگان کارگر شماییم.

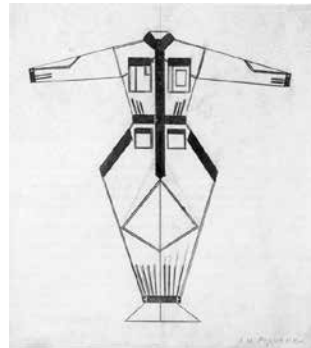
ما خیال‌بافانی از عالم هنر نیستیم که در تخیلات مان بسازیم:

برج‌های مراقبت را

آسانسورها را

شهرهای شعله‌ور را

ما – آغازیم



[۱] zeppelin: نوعی کشتی هوایی است که با گاز هلیوم پر می‌شود. سازنده آن آدولف زپلین آلمانی بود. از این وسیله هنوز هم برای عکس‌برداری و تبلیغات استفاده می‌شود.

الکساندر رودچنکو | طرح اولیه «لباس کار»، ۱۹۳۲

امروز کار ماست:

یک لیوان دسته‌دار

یک برس کف شویی

پوتین

یک کاتولوگ

و وقتی یک نفر در آزمایشگاهش

یک مربع

سره‌م کرد،

رادیوی او آن را به همه و هرکس رساند، هم به آن‌ها که خواهانش بودند و هم

آن‌ها که نبودند، و خیلی زود در همه «کشتی‌های هنر چپ» که با پرچم‌های

سرخ و سیاه و سفید دریاها را می‌نوردیدند... همه چیز همه‌جا، از اول تا آخر،

همه چیز انباشته از مربع شده بود.

و دیروز، وقتی یک نفر در آزمایشگاهش

یک خط و گرید و نقطه

سره‌م کرد

رادیوی او آن را به همه و هرکس رساند، هم به آن‌ها که لازم داشتند و هم

آن‌ها که نداشتند، و دیری نگذشت که به‌ویژه در همه «کشتی‌های هنر چپ»

که با اسم جدید «ساخت‌گرا» و با پرچم‌های متفاوت دریاها را می‌نوردیدند...

همه چیز در همه‌جا... همه چیز به‌تمامی از خطوط و گرید ساخته شدند.

البته، مربع پیش‌تر هم وجود داشت، خط و گرید پیش‌تر هم وجود داشتند.

موضوع چیست.

حُب، خیلی ساده – آن‌ها را نشان دادند.

آن‌ها را معرفی کردند.

مربع – ۱۹۱۵، آزمایشگاه مالویچ

خط، گرید، نقطه – ۱۹۱۹، آزمایشگاه رودچنکو

اما – پس از این



۱. الکساندر رودچنکو | درباره آن،  
روی جلد شعرهای مایاکوفسکی، ۱۹۲۳

۲. الکساندر رودچنکو | پوستر تئاتر ساس،  
۱۹۲۹

۳. الکساندر رودچنکو | پوستر فیلم  
رژمناو پوتمکین، ۱۹۲۶



۳

2. Communist Expression

نخستین گروه کاری ساخت‌گراها (الکسی گان، رودچنکو، استپانوا)  
اعلام کردند:

بیان کمونیستی<sup>۲</sup> سازه‌های مادی را

و

جنگ سازش‌ناپذیر علیه هنر را.

همه چیز به یک نقطه می‌رسد.

و ساخت‌گراها (جدید) از فرصت بهره‌جستند و شعرها و رمان‌ها و

نقاشی‌های «ساخت‌گرا» و دیگر مزخرفاتی از این دست پدید آوردند.

دیگران، مجذوب شعارهای ما، با این تصور که نابغه‌اند، آسانسورها و

آگهی‌های رادیویی دیزاین کردند، اما فراموش کردند که تمام توجه‌ها باید بر

آزمایشگاه‌های تجربی‌ای متمرکز باشد که به ما نشان می‌دهند:

مؤلفه‌ها و

راه‌ها و

چیزها و

آزمایش‌های

جدید را.

– آزمایشگاه تجربی نمایش و جایگاه سازه‌های مادی

نخستین گروه کاری ساخت‌گراها RSFSR.