

نگاهی کلی به تحولات تاریخی

طراحی

ژاکلین دو نوبل

از ۱۸۵۱ تا ۱۸۷۹

از نقطه نظر اقتصادی، سده نوزدهم با ظهور شمار کثیری از محصولات جدید، ثمره تسلط تدریجی مهندسیین بر علوم و فن آوری بود. این امر نه صرفاً ابزارهای ماشینی، موتورهای بخار، ابزارها و وسایل اندازه گیری که بنیان نظام تولید جدید را شکل می دهند، بلکه انواع وسایل نقلیه (قطار و کشتی بخار) و شکل های جدید معماری با ساختار فلزی را دربرمی گیرد.

مطالعات کاربرده

با استانده کردن قطعات پیش ساخته و امکان جایگزینی اجزاء، تولید انبوه امکان ظهور یافت. محصولات بومی جدید، همچون ماشین تحریر رومینگتون (Remington)، مرهون شالوده صنعتی کارخانجات بی شمار بودند. تنها از سال ۱۸۷۰ بود که این نظام تولید به دیگر اشیاء همچون دوربین و انواع لوازم خانگی گسترش یافت. صرف نظر از چند استثناء، تمامی این محصولات به اولین نسل کارکردگرایی (functionalism) متعلق است و فرم آنها بازتابی از فرهنگ مهندسی بود (نمونه بسیار نقل شده ایستگاه موتور بخار با ستون‌هایی به شکل ستون‌های دوریک استثناء محسوب می‌شود).

به علاوه، اشیایی که با توجه به فضاهای داخلی خانه‌های افراد طبقه متوسط طراحی شده بود، زیبایی دوران بازگشت نئوکلاسیک را از دست داد و به یک مجموعه نامنسجم و التقاطی بدل شد. در سال ۱۸۳۶ آلفرد دوموسه (Alfred de Musset) در کتاب اعتراضات یکی از اینها زمان دل‌واپس تکامل بی فروغ این اشیاء بود: «سده ما فاقد فرم مختص به خود است. ما مهر و نشان دوران خود را نه در خانه‌هایمان و نه بر هیچ چیز دیگری نرده‌ایم. خانه‌های مسکونی متمدلین همچون صندوقچه عجایب است؛ سبک یونان و روم، گوتیک، رنسانس، لویی سیزدهم همگی با هم درآمیخته‌اند. سلیقه التقاطی است، ما هر آن‌چه را که بتوانیم بیابیم چنگ می‌زنیم [...] گویی که فقط در میان آت و اشغال می‌توانیم زندگی کنیم، گویی که پایان دنیا نزدیک است...» از این رو جامعه جدیدی که از انقلاب صنعتی ظهور یافت نه به عنوان یک محتوای متجانس بلکه به

عنوان مکان مواجهه بی‌پایان شکاف‌های بین دگرگونی سریع عوامل فنی و صنعتی، و دگرگونی عقلانیت کوفته و زخم‌خورده‌ای که هنوز فرصتی برای التیام نیافته است ملاحظه کرد. به نوشته سیلوین اورو (Sylvain Auroux) فیلسوف فرانسوی، یک فرهنگ مجموعه‌ای از میانجی‌های نمادین، فنی است که یک گروه خاص انسانی به جهت برآوردن نیازهای خود، بین خود و محیط طبیعی‌اش برقرار می‌کند. با این حال این تعریف چندان برای دوره‌های با تحولات سریع و غیرقابل پیش‌بینی مناسب نیست.

جدایش بین انسان‌گرایی و فرهنگ علمی فن‌آورانه در تمدن غرب، نتیجه منطقی پیچیدگی فرهنگی مادی آن است. رشد بی‌نظمی تا حدی نتیجه توسعه با مدیریت ضعیف فن‌آوری و کاربردهای آن است.

این ویلیام موریس (William Morris) و پیروان جنبش انگلیسی «هنر و صنایع دستی» بودند که از سال ۱۸۶۰ به بعد نوعی زیبایی‌شناسی جدید و نیز نقد بنیادینی علیه صنعتی شدن به راه انداختند.



از ۱۸۸۰ تا ۱۹۱۷

آیا تناقضات زیبایی‌شناختی همیشه در انتهای قرن ظهور می‌یابد؟ شاید این امر برای سده نوزدهم مصداق داشته باشد. به دشواری می‌توان انحطاط نمادین و زیبایی‌شناختی که یوریس کارل هوسمان (Joris - Karl Huysmans) در شخصیت داشتیز (Des Esseintes) در رمانش با عنوان A Rebours مطرح کرد، و نیز علاقه مفرطی که گاستاو ایفل (Gustave Eiffel) به ساختارهای فلزی نشان می‌داد پنهان داشت.

هوسمان درباره زیبایی‌شناسی حس ناب نوشت: «تا مدت‌ها وی «داشتیز» مهارتی خیره‌کننده در بهره‌گیری اصیل و در عین حال ریاکارانه از رنگمایه‌ها داشت.»

از سوی دیگر برای گاستاو ایفل و بسیاری از مهندسين عمران «زیبایی‌شناسی تماماً در مقاومت مواد ساکن بود و مطابق با سرنمونی ریاضی‌گونه بود که به واسطه آن می‌توان به‌طور دقیق کوچک‌ترین قطعات را محاسبه کرد، و بهترین و مفیدترین آرایش را یافت و بدین ترتیب به سبک‌ترین و مستحکم‌ترین ساختار دست یافت. این تفکر متفاوت به تحولات هم‌زمان امپراکنده در فرم منجر شد. نخستین آن با آرت نوو (Art Nouveau) در پیوند بود که متخصصین اصلی آن هکتور گویمار (Hector Guimard)، ویکتور هورتا (Victor Horta)، آنتونی گائودی (Antonio Gaudi) و شیشه‌کاران نانس تحت حمایت‌امیل گاله (Gall Emile) بودند. آرت نوو که با سبک تزئینی مبتنی بر فرم‌های اندام‌وار (Organic) تشخیص می‌یابد، به سرعت در سرتاسر اروپا گسترش یافت. گرایش دیگر در سال ۱۸۹۹ در نمایشگاه جهانی پاریس نضج و شکل گرفت که با ساختار عظیم فلزی گالری ماشین‌ها اثر دوتر (Dutert) و کونتامین (Contamin) تشخیص می‌یابد. در همین زمان، برج ایفل پل چهارم با طراحی بنجامین بیکر (Benjamin Baker) ساخته شد.

در آغاز این سده (سده بیستم) این دو گرایش با تحولات در فناوری و ظهور جنبش‌های هنری بنیادگرا تحت‌الشعاع قرار گرفت. کوبیسم (۱۹۰۸) و فتوریسم (۱۹۰۹) زبان فرمی جدیدی را به ظهور رساندند. باز در همان زمان، تولید انبوه اتومبیل بامدل T فورد (۱۹۰۸) آغاز شد. اولین اتومبیل‌های مسابقه‌ای شکل گرفتند و مدل T را به یک شیء رویایی بدل ساختند. در این سال‌ها دستیابی به سرعت به دل مشغولی اصلی هنرمندان، روشنفکران و عموم مردم بدل شده بود. در بیانیه فتوریسم که در ۲۰ فوریه ۱۹۰۹ در «فیگارو» منتشر شد، فیلیپو توماسو مارینتی (Marinetti Filippo Tommaso) مدعی شد: «ما اعلام می‌کنیم شکوه دنیا با زیبایی جدیدی غنا می‌یابد؛ زیبایی سرعت، اتومبیل مسابقه با آگوزهای تزئینی به شکل مار با نفسی آتشین... اتومبیل‌گرانی که صدای موتورش همچون مسلسل صدا می‌دهد، زیباتر از «پیکر» پیروزی ساموترا» است. این دینامیسم جدید در مجسمه امبرتو بوچونی (Umberto Boccioni) با نام تداوم فرم از فضا (۱۹۱۳) به اوج خود رسید.

در آلمان بین سال‌های ۱۹۰۹ و ۱۹۱۴، صنعتگران، معماران و هنرمندان نیروی خود را در «ورک بوند آلمان» (Deutscher Werkbund) متمرکز کردند که در آن قصد داشتند تا نقشی درخور در فرایند فرم‌دهی به محصولات صنعتی بیابند. ورک بوند به محصولات آلمانی امکان داد تا به یک سبک کارکردگرای منسجم دست یابد.

از ۱۹۱۸ تا ۱۹۴۵

پس از جنگ جهانی اول، اعضای پیشروتر نخبگان اروپایی دریافتند که پیشرفت فن آورانانه و علمی، فرایند تولید را اساساً دگرگون کرده است، اما فرهنگ مادی بسیار سریع‌تر از سبک زندگی مردم تکوین یافت. لوکوربوزیه Le Corbusier در پاسخ به این که «معماری چیست» به اختصار گفت: «انتظام بخشیدن است». وی افزود ضروری است که گذشته و خاطرات آن را باغریال عقلانیت پالوده کنید و مسائل را به شیوه مهندسی هواپیمایی حل کنید، یعنی ابداع «ماشینی برای زندگی» ژرژ براك جمله معروف خود را با وضعیتی مشابه گفت: من به قانونی علاقه مند هستم که احساس را تحت کنترل داشته باشد.»

در مواجهه با ضرورت ساختن دنیایی هماهنگ با مدرنیته، در کشورهای مختلف، راه‌حل‌های متفاوتی تمهید و به خدمت گرفته شد.

در سال ۱۹۱۹، با همت والتر گروپیوس (Walter Gropius) یک مدرسه کاملاً جدید باهاوس (Bauhaus) در وایمار تأسیس شد. اصول راهنمای مدرسه آن بود که پیشرفت‌های علمی و فن آورانانه باید جامعه را به کنار نهادن عقاید سنتی وادارد و در عوض باید از اصولی پیروی کند که آفرینش‌گری ناب را به نظم موجود بیاورد. وقتی هانس مایر (Hannes Meyer)، که از سال ۱۹۲۸ تا ۱۹۳۰ مدیر باهاوس بود، نوشت: «هر دوره‌ای فرم خاص خود را دارد. کار ما نوسازی دنیای خود با استفاده از ابزارهای روز است. با این حال گذشته ما بر دانش ما سنگینی می‌کند و به طور غم‌انگیزی به دلیل آموزش سنتی مان به عقب مانده‌ایم. این جمله که «پذیرش حال به کنار نهادن گذشته منجر می‌شود» به خوبی این هدف را جمع‌بندی می‌کرد. باهاوس، که تأثیر و نفوذ آن هنوز نیز مشهود است، در حقیقت اولین مدرسه مدرن طراحی بود که به طور کامل از آموزش هنر فراتر رفت.

بنابه اظهار طراحان آرت دکو (Art Deco) دهه ۱۹۲۰ در فرانسه، کاری مدرن است که از سنت پیروی کند و نه با گسست از آن. این گرایش با هنرمندان تزئین‌کار مختلفی همچون ژاک امیل رال‌مان (Emile Ruhlmann)، رنه پرو (Ren Pron)، کلمنت روسو (Clement Rousseau)، آندره گرو (Andre Groult)، کلمنت مر (Clement Mre) و دومینیک (Dominique).

در ایالات متحده، که توسعه جامعه مصرفی با رفاه عمومی و رقابت در فروش تسهیل شد، اولین طراحان صنعتی تلاش کردند تا از طریق مصنوعات تولید انبوه، نوعی زیبایی‌شناسی حسی را ارائه کنند. از سال ۱۹۳۰ فرم‌های «استریم لاین» (Stream Lined) نیروی انسجام‌بخش فرهنگ مادی آمریکا بدل شد، که عملاً به یک پارچگی فرمی انجامید که مورد قبول اکثریت عظیم مصرف‌کنندگان بود.

با این حال شروع جنگ جهانی دوم نقطه توقفی بر جوشش خلاقیت شد. متعاقب آن مسائل فرمی نیز از بخش شهری به قلمرو نظامی، که تحقیقات گسترده طراحی تمامی انرژی افراد را به خود جذب می‌کرد جهت یافت. ابداعات حاصله تثبیت شد و تا سال ۱۹۴۵ انتقال فن آوری جدید به جامعه شهری تحرکی پویا به برخی از بخش‌های صنعت داد.

از ۱۹۴۶ تا ۱۹۷۳

این دوره هم در ایالات متحده و هم در اروپا با ارتقاء نامنتظرانه استانداردهای زندگی و توسعه

ایده جامعه مصرفی تشخیص می‌یابد. سه گرایش، که بیشتر متناقض می‌نمود تا مکمل، در تکوین فرم طی این دوره تعیین کننده بود.

از سال ۱۹۲۶ در اروپا سبک نئوکلاسیک که با رشد توتالیتاریانیسم پیوند خورد، مجدداً ظهور یافت. در واقع این گرایش بیشتر محصول دوره‌ای بود که به پایان می‌رسید تا این که تلاشی تازه در تنفس زندگی جدید در عصر گذشته باشد. زمانی که آثار طرح مارشال آشکار شد، فرم‌های متنوع و رنگارنگ، به مثابه نمادهای «لذت زندگی»، سرانجام پس از سال‌ها محرومیت و جیره‌بندی ظهور یافت.

این به اصطلاح «سبک دهه پنجاه» تا نمایشگاه جهانی ۱۹۵۸ در بروکسل ادامه یافت. از جمله مهم‌ترین و شاخص‌ترین اشیاء این دوره اتومبیل سیتروئن Atomium، DS19 موتورسیکلت و سپا، چراغ سرژ موید و طرح‌های معماری داخلی ژان رویر (Jean Royer) بودند. همین گرایش پر شور در ایالات متحده با کثرت اتومبیل‌های با فرم‌های دیونیزوسی، همچون کادیلک و پلی‌موس مشهود بود. در حوزه مبلمان خانگی نیز، دانش‌آموختگان فرهنگستان کران بروک Cranbrook، همچون چارلز اما (ایمز) (Charles Eames)، ایرو سارنین (Eero Saarinen) و جورج نلسون (George Nelson) با اتکا به طراحی، تنوع گسترده‌ای از فرم‌های اصیل را خلق کردند.

از سال ۱۹۵۹، مدرسه اولم (Hochschul fur Gestaltung) تأثیری قوی بر تولیدکنندگان آلمانی همچون براون، کروپ و آ.ای.گ (AEG) نهاد. نسل جدیدی از طراحان کارکردگرا ظهور یافتند و تأثیر آنها بر بخش‌های زیادی از صنعت غلبه یافت. در سال ۱۹۶۲، دینو گاوینا (Dino Gavina) پیشرو که خود را یک «فراخردگرا» (ultra rationalist) می‌خواند، تولید و ساخت طرح‌های مبلمانی که مارسل بروئر (Marcel Breuer) در سال ۱۹۲۵ ارائه داده بود، آغاز کرد.

در سال ۱۹۶۶، واکنشی تند علیه کارکردگرایی در ایتالیا از سوی گروه‌هایی چون «آرکی زوم» و «سوپر استودیو» آغاز شد. در همین زمان، در آمریکا، رابرت ونتوری (Robert Venturi) معمار یک اثر نظری با نام «پیچیدگی و تناقض در معماری» نوشت که خود نشانگر آغاز پست مدرنیسم شد. نقد ونتوری و افزایش آگاهی از محیط منجر به ظهور نوعی طراحی جایگزین شد.

از ۱۹۷۲ تا دهه ۱۹۹۰

برای کسی که در جست و جوی چیزهایی است که هرگز ندیده، هیچ‌الگویی وجود ندارد.

پل الوار Donner avoir, Paul Eluard, ۱۹۳۹

ظهور بحران‌های مدرنیته، در زمانی که متخصصین قادر به یافتن راه‌حل‌های مناسب برای مشکلات حاصل از بحران نفتی ۱۹۷۳ نبودند، به اوج خود رسید. امروزه فرهنگ مادی نتیجه یک دیدگاه مشترک نسبت به جامعه، آن‌گونه که پیش‌تر رایج بود، نیست. خلاء معنایی حاصله صرفاً با بخش‌هایی از نظام‌های بازنمایی فرهنگی پر می‌شود. سه عامل اصلی، که تأثیر عملی و نظری آن قطعی بود، مرحله طراحی را در سال‌های اخیر شکل داده است.

مطالعات کاربر

پذیرش مفهوم پیچیدگی ما را به پرسش در باب محدوده‌های واقعیت، تعریف مجدد نقش طراحی در دنیایی بی‌ثبات رهنمون کرده است. حسی از پوچی و بی‌قدرتی، که با سبک «پانک»

طراحی چون رن آراد (Ron Arad) یا با آثار گروه آلمانی «پنتاگون» تجسم یافته وجود دارد. حال گفته می‌شود که غیر ممکن است یک محصول فنی را بدون در نظر گرفتن زمینه و متنی که قرار است در آن کار کند، طراحی کرد. مشکلات حاصل از شیفتگی افسون کننده ما به خودروهای موتوری و نادیده انگاشتن مشکلات مربوط به آلودگی و ترافیک از جمله این موارد است.

افزایش روز افزون اهمیت لوازم الکترونیک خود نشان گر کم فروغ شدن دوره‌ای است که طی آن کثرت قطعات مکانیکی توجیه اصلی اخلاقی و زیبایی شناختی کارکردگرایی جنبش مدرن بود. قطعات الکترونیکی که بنیان تمامی تجهیزات ارتباطی را تشکیل می‌دهند، دلیلی است بر ناپدید شدن تدریجی زیبایی شناسی کارکردی مبتنی بر احجام. این پدیده جدید شکل یک زیبایی شناسی کلیشه‌ای را به خود گرفت. به علاوه، ارتباط متقابل مدل‌های بی‌شمار مشخصه دیگر وسایل الکترونیکی به ساخت شگنی فرم منجر شد و زیبایی شناسی



جدیدی را پدید آورد و حوزه‌های متعددی از طراحی را از جمله معماری و معماری داخلی را تحت تأثیر نهاد.

دوره پست مدرنیسم تناقضات زیادی را به زندگی روزمره ما وارد کرده است. این تناقضات را که طراحانی چون اتورسوتساس (Ettore Sottsass) و آندرنا برانزی (Andrea Branzi) به سرعت در آثار خود به خدمت گرفتند، منجر به ظهور جنبش‌هایی چون گروه ممفیس (memphis) شد.

افزایش چشمگیر و هجوم تبلیغات تلویزیونی و نیاز دائم به تصاویر جدید، غیر منتظره‌ترین «کلاژها» را به همراه آورده است؛ لذت نگاه کردن به انواع فرم‌های لجام گسیخته، فارغ از ارجاع مستقیم آنها به پیام یا معنایی که تصور می‌شود باید انتقال دهد، منبع الهام جدیدی در اختیار مبدعین نهاد است.

پست مدرنیسم هم نشانه‌ای است از دوره انتقال و هم نشانه‌ای است از هم گسستن مقولات اصلی پیشین.

منبع:

نامه هنر شماره پنجاه و دو

ظهور طراحی به مثابه یک حرفه

ظهور طراحی صنعتی در زمینه‌ای مشخص و مناسب انجام یافت. از این رو برای دستیابی به تصویر درستی از کم و کیف شکل‌گیری این حرفه باید نگاهی به شرایط عصر ویکتوریایی داشته باشیم. در واقع می‌توان گفت اگر اعتراضات پرشور ویلیام موریس و پیروانش نبود و یا در نسل بعد از آن، معترضین و عملگرایان هوشمندی چون آرتور هیگات مکموردو، چارلز فرانسویس ینسلی وویسی (C. F. A. Voysey) و چارلز ورنه مکینتاش (C. R. Mackintosh) نبودند، شاید جنبش «آرت نوو» (Art Nouvou) نمی‌توانست آن چنان که در انتهای سده نوزدهم گسترش یافت، پیشرفت حاصل کند و هم زمان نیز اگر کارهای مهندسين گمنام عصر ویکتوریایی نبود، شاید مشارکت اساسی آلمانی‌ها در مدرسه باهاوس به تأخیر می‌افتاد.

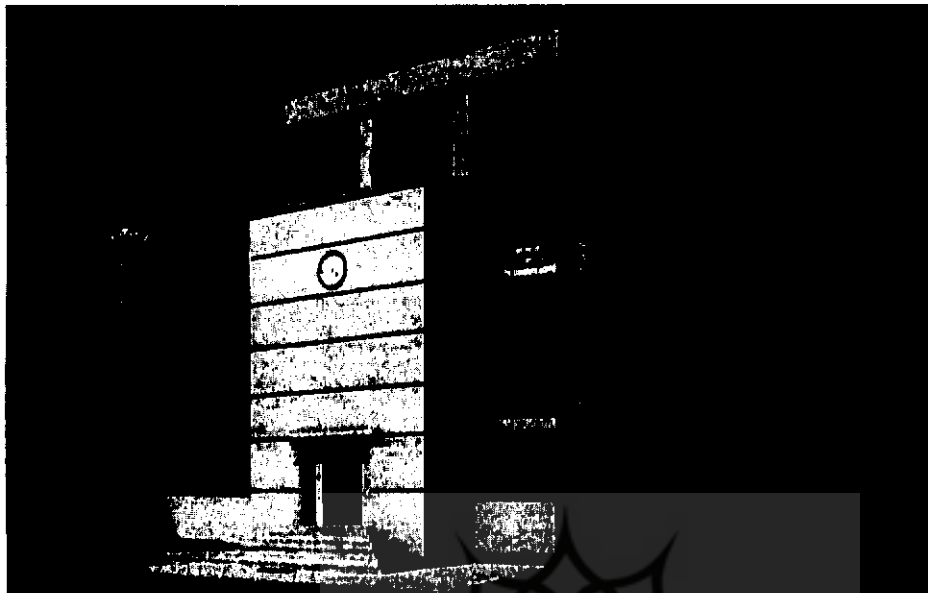
نقش هر دوی این جنبش‌ها یعنی آرت نوو و باهاوس (Bauhaus) در جهت دادن به جریان طراحی در قرن بیستم اساسی و قطعی بود و هر دوی آنها تأثیر دراز مدتی از خود به جای نهادند. آرت نوو در دوران خود هم از نظر اندیشه و هم از نظر زمانی به نظر می‌رسد پلی بود بین دو سده نوزدهم و بیستم. برخی آن را آخرین وسوسه و تمایل سده نوزدهم به تزئینات می‌دانند و نیز می‌توان آرت نوو را اولین جنبش فراگیر بین‌المللی نامید. چون هر چند از سال ۱۸۵۰ به وفور نقوش تزئینی طبیعت‌گرایانه از نقوش گل و گیاه وجود داشت، اما هیچ‌یک از آنها به اندازه طرح‌ها و تزئینات آرت نوو استیلیزه (خلاصه شده) نبوده‌اند؛ اگر طی سال دهه ۱۸۵۰ تلاش بر تقلید از طبیعت بود، در سال‌های دهه اول سده بیستم، تلاش در جهت نمادین ساختن طبیعت بود. به علاوه در اکثر موارد، چه در تصویرگری کتاب و نیز در آثار فلزی شیشه‌ای، چینی پرداخت شده، گویی تلاشی برای تأکید هر چه بیشتر بر رشد نظام‌مند یک کیفیت خطی برجسته و حتی عمودی وجود دارد. این جنبش هر چند که ریشه در طبیعت داشت ولی صرفاً تقلید از طبیعت نبود، بلکه نوعی سبک پیشرفته بود که از بیشتر سنن و رسوم متحجر آن زمان فاصله گرفت و معماران و طراحان را به تفکری دوباره به نقش‌مایه‌های تاریخی و باسمة‌ای هدایت کرد. شاید همین تلفیق اختراع و فراوانی بود که در خلال سال‌های دهه ۱۹۶۰، مجدداً سبکی را به طراحان جوان، به ویژه در زمینه طراحی گرافیک و نمایش دو بعدی عرضه داشت.

با این حال خطاست اگر آرت نوو را صرفاً سبکی تزئینی به شمار آوریم. چرا که گسستن آن از سنت‌های رایج و مرسوم آن زمان، اساسی‌تر بود. به علاوه نمایندگان معماری این جنبش یعنی مکینتاش و ویسی در انگلستان، هنری وان دو ولده و ویکتور هورتا (V. Horta) در بلژیک، لوئیس سولیوان (L. Sullivan) و حتی فرانک لوید رایت در امریکا متأثر از قدرت و توان نظام یافته جنبش بودند که بدین ترتیب راهی را برای تفکر بنیادی‌تر نسل اصلاح‌طلبان فراهم کرد. با پایان اولین دهه سده بیستم، موقعیت برای به هم پیوستن این تأثیرات متنوع کاملاً مهیا شد. هر یک در این مسئله که طراح و معمار باید خود را از مسائل از پیش فرض شده رهایی دهد، هماهنگ و متفق‌القول بودند.

مطالعات کاربر

اتفاقاتی در شرف وقوع بود. مغزهای تجربه‌گر زیادی خطوط فکری جدید و مشابهی را کشف کردند. حال نیاز بود تا کسی این حرکت‌ها و اندیشه‌ها را سامان دهد و انتظام بخشد. و

همان‌گونه که غالباً در تاریخ رخ می‌دهد، زمانه مردی را به دنیا عرضه می‌دارد. این مرد والتر گروپیوس (W. Gropius) بود.



گروپیوس معمار جوانی بود که در دفتر پیتر برنس (P. Behrens) کار می‌کرد. پیتر برنس از مبتکرین و مخترعین بزرگ آلمان بود که صرف‌نظر از ابزارها و وسایل برقی که اختراع کرد، در سال ۱۹۰۹ اولین ساختمان واقعی یک کارخانه را در برلین ساخت یک سالن بزرگ برای ساخت توربین. برنس، گروپیوس را تشویق کرد تا به جای تکیه کردن بر سبک‌های پذیرفته شده آن زمان توجه خود را به ایده مطالعه سیستماتیک مشکلات مربوط به ساختمان‌های جدید معطوف کند.

گروپیوس همان‌گونه که بعدها نوشت، این عقیده که فن‌آوری‌های ساختمانی مدرن نمی‌توانند در بیان (اکسپرسیونیسم) معماری نادیده انگاشته شوند و این شیوه بیان نیاز به ارائه فرم‌های بی‌سابقه و بدیع دارد، به دل‌مشغولی همیشگی وی بدل شد. مسئله‌ای که او بعدها در اولین ساختمان مشهورش در آلمان یعنی ساختمان اداری کارخانه کفش‌سازی فاگوس (Fagus) در سال ۱۹۱۱ و در ساختمان اداری نمایشگاه ورک بوند (Werkbund) در سال ۱۹۱۴ به مرحله اجرایی رسید.

با ساخت بنای فاگوس، «معماری مدرن»، آن‌گونه که امروزه می‌شناسیم، پای به عرصه وجود نهاد. بدین ترتیب فلسفه و تفکری که بر اساس آن جنبش نوین در طراحی پا گرفت، آغاز شد. نکته مهمی که باید به آن اشاره کرد این است که فرم‌های حاصله از معماری مدرن را نباید هوی و هوس معماران منفردی دانست که برای دستیابی به بیان خویشتن خود و یا نوگرایی برای نوگرایی (که مسلماً به همان اندازه تصور ویکتوریایی «هنر برای هنر» بی‌ثمر می‌ماند) تلقی کرد. بلکه آن‌گونه که گروپیوس معتقد بود: «باید آن را به مثابه محصول منطقی غیر قابل انکاری از شرایط فکری اجتماعی و تکنیکی دوران خود دانست.»

با ظهور این معماران جدید، نوعی رویکرد کاملاً متفاوت به طراحی با اتکا به منطقی‌ترین،

عملی‌ترین و اقتصادی‌ترین راه‌حل‌ها مورد تأکید قرار گرفت. همین رویکرد تحلیل‌گرانه و ساختار، طراحی قرن بیستم را از دوره‌های پیشین مجزای سازد. بدین ترتیب نه تنها آزادی و رهایی طراح مدرن از تفکر از پیش تعیین شده در مورد سبک‌ها و یا فرم‌ها حاصل شد بلکه انقیاد و محدودیت او به ملاحظات عملی کاربرد، مواد و ساخت را از بین برد.

در سال ۱۹۱۹ بود که گروپوس به عنوان مدیر مدرسه هنر و صنایع دستی و نیز فرهنگستان هنرهای زیبای وایمار منصوب شد. اولین اقدام او ادغام این آموزشکده در یک مدرسه طراحی بود، که از آن به بعد به اسم «مدرسه باهاوس» شناخته شد. این ادغام دقیقاً در پیوند با اعتقاد وی مبنی بر جدایی بین هنرهای زیبا و هنرهای نه چندان زیبا (not so fine arts) علت ناکامی طراحی در سده نوزدهم بود، تأکید گذارد.

وی معتقد بود که این ظهور فرهنگستان یا هنر سالنی بود که سرانجام فساد تدریجی هنر سنتی خود جوش را موجب شد و به واسطه آن نیز زندگی تمامی مردم به فراموشی سپرده شد.

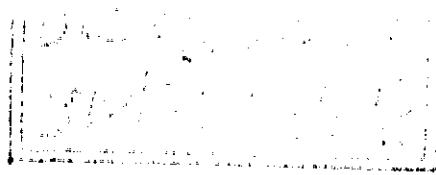
البته وی در این مرحله پیرو راسکین و موریس بود هر چند بر خلاف آنها او اصرار داشت که دانشجویان مدرسه‌اش باید با تمام وجود در عصر خود یعنی عصر ماشین زندگی کنند.

به همین ترتیب ایده طراحی صنعتی برای نخستین بار در مدرسه باهاوس به منصفه ظهور رسید تا تمامی جلوه‌های طراحی برای صنعت را در آن زمان برهم زند. پس از آن بود که کارخانه‌داران دیگر مجبور نبودند طرح‌ها و یا آثار هنری کار شده در آلتیه‌ها را برای استفاده در محصولاتشان به کار گیرند. حال این طراحان بودند که می‌بایست در کسوت یک تکنسین ماهر برای تولید ماشینی طراحی کنند.

کارگاه‌های باهاوس به آزمایشگاه‌هایی برای خلق طرح‌های جدیدی تبدیل شدند که برای محصولات روزمره به تولید انبوه می‌رسیدند. در این کارگاه‌ها دانشجویانی مشغول به کار بودند که باید دوره‌های فشرده صنایع دستی را بگذرانند تا بدین ترتیب کار با ابزار و مواد را یاد بگیرند. البته نه تا آن حد که یک صنعتگر شوند، بلکه به حدی که بتوانند تمامی مراحل ساخت محصولات را تجربه نمایند این آموزش‌های عملی خود سنگ بنایی بود برای درک و فهم استانده کردن و ساده نمودن طرح و شیوه‌های صنعتگری دستی برای تولید نمونه اولیه محصول به کار برده شد.

در مدرسه باهاوس معماران و طراحان دوشادوش هم کار می‌کردند زیرا گروپوس مایل بود که معماری با صنعت پیش ساخته و استانده کردن قطعات ارتباط یابد (که عملاً نیز چنین شد) به علاوه معتقد بود تنها از طریق آموزش مشترک به معماران و طراحان می‌توان محصولات صنعتی را در معماری نوین جایگاهی شایسته داد. گروپوس معتقد بود: «ایده وحدت کارکردی که در تمامی حوزه‌های طراحی مورد تأکید است، الهام‌بخش و هدایتگر وی در تأسیس اصل و اساس مدرسه باهاوس بود.»

وی در پاسخ به کسانی که از متحدالشکل شدن و یکنواختی حاصل از استانده کردن نگران بودند، گفت: «در هر دوره بزرگی از تاریخ، وجود استانداردها، که انطباق آگاهانه نمونه و فرم است، ملاک و معیاری از یک جامعه منضبط و سامان یافته بود. چراکه ظاهراً خیلی عادی است که تکرار چیزهای یکسان برای یک منظور واحد، تأثیری دیرپا و پیشرو بر ذهن انسان بگذارد.



متأسفانه به تدریج سیاست‌های محدود کننده ناسیونال سوسیالیست‌ها بر سرتاسر آلمان مستولی شد و سرانجام به تعطیلی مدرسه منجر شد. اما آنچه را که آلمان از دست داد، دنیا به دست آورد. زیرا استادان و مدرسین باهاوس که به خارج از آلمان (و عمدتاً به ایالات متحده) مهاجرت کردند، عملاً بذر اندیشه‌های باهاوس را به سرزمین‌های دیگر پراکندند. کسانی چون میس واندر روهه (Vander Ruhe)، مارسل بروئر (M. Breuer)، موهولی ناگی (Mogoly Nagy)، پل کله، واسیلی کاندینسکی و هربرت بایر (H. Bayer) و خود گروپیوس دستاوردهای مدرسه را به کشورهای دیگر بردند و آن را با اندیشه‌های بومی درهم آمیختند و گرایشات بومی را تقویت کردند.

در کشورهای اسکاندیناوی زمینه برای رشد طراحی صنعتی به ویژه مساعد و مناسب بود زیرا این کشورها، مانند سوئد، خود دارای «انجمن هنر و صنایع دستی» فعالی بود که در سال ۱۸۴۵ تأسیس شده بود و اعضاء آن تجربه خوبی از تأسیس ورک بوند آلمان داشتند. این انجمن‌ها، اجتماع داوطلبانه‌ای از کارخانه‌داران، طراحان و افراد غیرحرفه‌ای بود که پیش از همه از آثار و نظریات مدرسه باهاوس استقبال کردند.

منبع:

the Encyclopediā Americana, Americana Corporation, 1992.

طراحی مدرن و پست مدرن گای جولی یر

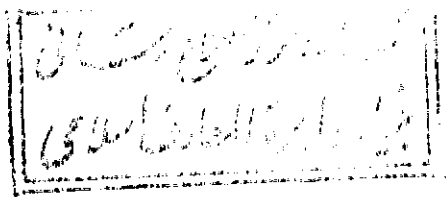
نیکولاس پوزنر Nikolai Pevsner در کتاب معروف خود با عنوان پیشگامان طراحی مدرن پیشرفت مدرنیسم را واکنشی در برابر رشد صنعتی شدن طی سده نوزدهم تا بیستم می‌داند. در باب این جنبش سخن بسیار گفته شده است ولی در اینجا فقط به نکات برجسته و کلیدی اشاره می‌شود. در مجموع می‌توان جنبش طراحی مدرن را نوعی فراخوان به هماهنگی شد با شرایط جدید صنعتی شدن دانست. یعنی شناخت قابلیت‌های جدیدی که در عرصه صنعت به کارگیری آنها در عرصه طراحی پدید آمده بود. تجلی ظهور این گرایش بیش از همه در مدرسه باهاوس رخ داد که طی آن عملاً ایده گسستن مرزهای بین تخصص‌های مختلف هنر طراحی، صنایع دستی و معماری تبلیغ و تجربه شد. در این مفهوم، اشیاء، آثار نقاشی و ساختمان به عنوان «کلیت اثر هنری» یا اثر هنری جامع خلق می‌شدند. کلیت زیبایی‌شناسی‌ای که در این مرکز به عنوان نماد و بیان جنبش مدرن معروف شد، عبارت بود از: به کارگیری اسکلت‌ها؛ فلزی و فولادی یا ترکیب بتن و شیشه در معماری، استفاده از مواد صنعتی جدید همچون لوله‌های فولادی و تخته‌های چند لایه در مبلمان خانگی، کاربرد شکل‌های انتزاعی و حذف تزئینات و رنگ و در عوض نمایش و آشکارسازی ساختار زیرین کار. اما در بیان کلی‌تر می‌توان به ویژگی‌های دیگری از این جنبش همچون ذوقیات کلی و فراگیر (در ابعاد جهانی)، اعتقاد

فصلنامه هنر شماره پنجاه و دو



پیشرفت ضد تاریخ‌گرایی، باور به فن‌آوری، رویکرد کارکردگرا، اعتقاد به اخلاق اجتماعی (مبلغین این جنبش قصد داشتند تا شرایط اجتماعی را بهبود بخشند) اشاره کرد. با این وجود باید توجه داشت که تمامی این ویژگی‌ها، خود بخشی از دگرگونی و تحولات عنان گسیخته‌ای بود که در ابعاد هنری و اجتماعی اروپای بین سال‌های ۱۹۰۰ تا ۱۹۳۰ به وقوع پیوست. در کنار شهری شدن و صنعتی شدن سریع اروپا و ظهور برق، اتومبیل، تلفن، سینما، آسمان‌خراش‌ها و هم‌چنین تأثیر متفکرین چون مارکس، نیچه و فروید که مادی‌گرایی دنیوی آنان، چشم‌اندازهای جدیدی را پیش روی نهاده بودند، مشهود بود. از این رو در چنین دورانی این اندیشه موج می‌زد که: جهان مستعد و دستخوش دگرگونی‌های اساسی و بنیادین است.

اما این جنبش با ابعاد وسیع آن به تدریج در میانه سده بیستم رو به افول نهاد. برخی این افول را نتیجه تقابل بین اعتقاد به حقیقت ثابت و عام شمول از یک سو و هجوم تحولات شتابنده دنیای صنعتی از سوی دیگر می‌دانند. از نظر برخی از مفسرین نیز تبدیل مدرنیسم به سبک بین‌المللی (International Style) به مفهوم «حراج آن در پیش پای سرمایه‌داری» بود. یعنی آن که مدرنیسم به جای تبدیل شدن به یک برنامه مقدس و بنیادگرا، صرفاً به یک سبک تجملی بدل شد. بازتاب سبک مدرنیسم در بعد تولید فرهنگی تحت کنترل دولت، چه به ظهور نیروهای فاشیسم در آلمان، ایتالیا، اسپانیا و پرتغال طی دهه ۱۹۳۰، یا توسط رژیم‌های تحت حاکمیت سوسیالیسم در مرکز و شرق اروپا به درجات مختلف مورد بهره‌برداری قرار گرفت. به هر ترتیب اعتراضات و مخالفت‌هایی که در دوره پس از جنگ جهانی دوم بالا گرفت موجب شد



تا مدرنیسم از سوی بسیاری از طراحان رد شود، اگر چه نزد بسیاری دیگر که در کنار موج مشابهی از اعتراض شکل یافتند و ارج نهادن به تمامی بشر را پیش نیاز مطلق برای فعالیت‌های فرهنگی می‌دانستند هم چنان به یاد مانده است.

اما در نیمه دوم سده بیستم تحولات دیگری در حال وقوع بود که تمامی ابعاد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را دستخوش دگرگونی کرد. این دوره که بعدها تحت عنوان پست مدرنیسم شناخته شد، به نوعی آمیزش نخبه‌گرایی و عامه‌پسندی بود، یعنی آن‌چه که در آثار هنرمندان و طراحانی «پاپ آرت» و نیز نظریات معماری رابرت ونتری (Robert Venturi) مشهود است. طراحان پست مدرنیست معتقدند که تمایلات پیشروانه بی‌حد و حصر جنبش مدرن منجر به ظهور آثار نقاشی و کتاب‌هایی شده است که هیچ‌کس از آن سر

در نمی‌آورد، ساختمان‌ها و بناهایی که هیچ‌کس قادر به زندگی در آنها نیست و یا تحمل دیدن آنها را

ندارد، محصولات بی‌هویت و انتزاعی که فاقد کمترین جذابیت بصری و حسی هستند. اما آن‌چه طراحان پست مدرن به ارمغان آوردند نوعی بازگشت به سبک‌های پیشین یا به نوعی نمونه‌گیری عناصر مختلف از سبک‌ها و دوره‌های پیشین است، یا به بیان دیگر نوعی تاریخ‌گرایی انتقادی است. علاوه بر این، پست مدرنیسم گویای از دست رفتن ایمان به تمامی پروژه‌های مدرنیستی، اعتقاد به پیشرفت عقلانیت و قدرت آگاهی انسان و در کل نوعی فقدان اعتقاد به حقایق است. یکی از ویژگی‌های طراحی پست مدرن، گرایش آن از عام به خاص یا تغییر توجه از همگان به فرد بود. نمود آن‌را می‌توان از تغییر توجه معماران مدرن به ساخت عمارت‌های عمومی در ابعاد وسیع به سمت عمارت‌های خصوصی‌تر و شخصی‌تر دید. در عرصه تولید صنعتی نیز، این گرایش را می‌توان از تولید انبوه همگانی به سمت نظام‌های تولید قابل انعطاف یا تولید دسته‌ای و توجه به مصرف‌کنندگان خاص و بازارهای خاص مشاهده کرد. از این‌رو ساخت و تولید مبتنی بر سفارش و به صورت انعطاف‌پذیر مورد توجه قرار گرفت و بازاریابی به‌طور چشم‌گیری پیچیده‌تر و تخصصی‌تر شد.



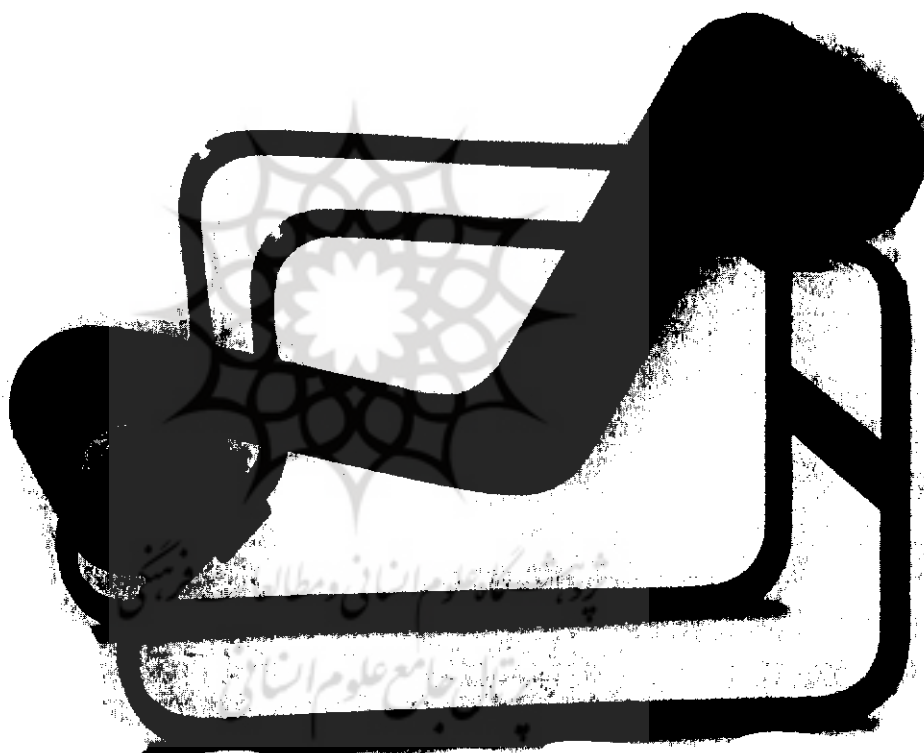
منبع:

In The Enc. of 20th Cen. of Design and Designers, Thames
1993. Juller, Guy, "Modernism" and "Post Modernism" century
aob Hudson,

ممفیس، شاخص طراحی پست مدرن

«ممفیس» Memphis جنبش پیشرو (آوانگارد) نبود که متون نظری و بیانیه منتشر کند. ممفیس در سال ۱۹۸۱ در میلان و باهمت اتور سوتساس (Ettore Sottsass) و ارنستو جسموندی (Ernesto Gismondi) تأسیس شد، و به قصد مقابله با زیبایی‌شناسی طراحی کارکردی شکل گرفت که به نظر می‌رسید قادر به نوسازی خود نبود. دستور کار زیبایی‌شناختی این گروه از چند جنبه جالب توجه است.

این سبک واژگانی از رنگ‌ها و فرم‌ها را مطابق با یک رمز سلسله مراتبی ساده به خدمت می‌گیرد، واژگانی که به قدر کافی از سنت‌های خاص فاصله داشت که بتواند از مرزبندی‌های ملی عبور کند. رنگ‌ها به ویژه همیشه با حداکثر تضاد به خدمتگرفته می‌شدند. رابطه بین فرم‌ها

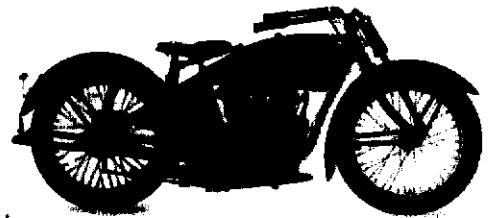


و رنگ‌ها در طرح‌های ممفیس پیچیده است و شعاع گسترده‌ای از تأثیرات را بازتاب می‌دهد. که همگی در فرهنگ عامه ریشه دارند: تبلیغات، اسباب‌بازی‌ها، هنر پاپ، تصاویر کارتونی، بسته‌بندی تجاری، گرافیک کامپیوتری، بازی‌های ساختاری و نظایر این.

فرم‌های آنها یادآور نشانه‌های توتمی است؛ این تأثیرپذیری به ویژه و بیش از همه در اشیاء خود اتور سوتساس همچون قفسه کتاب «کارلتون» (Carlton) و بوفه «کازابلانکا» (Casablanca) مشهود است. در اینجا پرسشی از تأثیری به دور از محتوای آن است، که با این وجود به درستی با اسلوب فرمی دیگر یک پارچه است. همین امر در مورد تأثیر آشکار اسباب‌بازی‌ها بر اشیاء بی‌شماری که توسط میکل دلوچی (Michele de Lucchi) و پیتر شاین (Peter Shine)

طراحی شد مصداق دارد.

کاربرد نظام مند مواد پلاستیکی چند لایه، که همیشه با نقوشی نزدیک به نقوش گرافیکی رایج تزئین شده، به این اشیاء وحدتی سبکی می دهد که یادآور جشنواره ها و بازارها است. ممفیس اولین جنبش طراحی بعد از ظهور «آرت دکو» (Art Deco) بود که مسئله تزئینات را مورد کاوش قرار داد و دریافت که هنرهای تزئینی مستلزم خلق اشیایی است که قصد دارد مفهومی را خلق کند و فرم هایش بر اهمیت تر از کارکردشان است. باربارا رادیس در کتابش درباره ممفیس نوشت: «طرح های مبلمان ممفیس، به ویژه طرح هایی که اتور سوتساس، سویدن (Soweden) و دلوچی ارائه دادند، منحصرأ بر مبنای تزئینات قابل فهمند. این تزئینات همواره انتزاعی است و شکل گیری یک نقشمایه را در تمامی جهان ممکن نشان می دهد. جنبه نامتقارن تزئینات گویای گسست ها و پرداخت فرم به صورت پویاتر و ناپایدار است.»



تأثیر سبک ممفیس بسیار قابل توجه و به ویژه بین سال های ۱۹۸۱ و ۱۹۸۶ غیر قابل بحث است. به زعم این گروه، یک زبان جدید وقتی ظهور می یابد که نظام فرهنگی مسلط آن چنان تغییر بنیادین یابد که زبان قدیم دیگر نتواند نیازهای آن را پاسخ گوید.

اتور سوتساس نقشی کلیدی در خلق یک زبان بصری مورد استفاده ممفیس داشت. برخی نشانه های این گرایش را می توان در شماری از طرح هایش برای شرکت اولیوتی در اوائل سال ۱۹۶۱ مشاهده کرد.

طراحی و تولید محصولات روزمره

پیتر دورمر

چرا این همه محصول می خریم؟ چه کسی طراحان را پیوسته به تغییر سبک هر چیز وامی دارد؟ مصرف کننده، تولید کننده یا تبلیغاتچی ها؟ و یا خود طراحان؟ چرا و به چه طریقی هنر، صنایع دستی و هنرهای دستی در فرهنگ مصرف صنعتی شده باهم مرتبط می شوند.

چیزی که اساس گرایش معاصر به اشیاء طراحی شده را شکل می دهد اگر چه نه در همه موارد، این حقیقت آشکار است که مردم به اتباع چیزها علاقه مندند. علاقه و تمایل ما به تصاحب و مالکیت اشیاء دلیلی است برای موفقیت صنایع تولیدی و طراحی. شاید یک دلیل زیرکانه برای توصیف



تنوعات، زیاده طلبی باشد، اما توصیفات ساده ای هم وجود دارد: ماشین لباس شویی و دیگر وسایل صنعتی زندگی را آسان تر می سازند (و به همان اندازه دلنشین تر)، اشیاء دیگر همچون صندلی راحتی را به ارمغان می آورند، اشیایی همه برای مشغولیت اند همچون رادیو، تلویزیون

فصلنامه هنر شماره پنجاه و دو

دستگاه‌های صوتی و تصویری و اسباب‌بازی‌ها، علاوه بر اینها اشیایی نیز هستند که به عنوان هنر و یا به عنوان صنایع دستی تقسیم‌بندی می‌شوند که ما برای تنوع بخشیدن و دلنشین کردن محیط زندگی مان از آنها استفاده می‌کنیم.

تعداد اندکی از این اشیاء برای بقای جسمانی ما ضروری هستند، اما از آنجا که افزایش جمعیت و پیچیده شدن روابط اجتماعی شانه به شانه تحولات تولید انرژي، علوم پزشکی و اقتصاد به پیش رفته است، می‌توان مدعی شد که وجود خود را به آن‌چه برخی افراد ممکن است فزون‌خواهی تعبیر کنند، متکی هستیم. پیچیدگی فرهنگ مادی مدرن به نحوی است که ما را شبیه به هزاران حشره جنگلی کرده که به صورت دوسویه به مجموعه پیچیده و به ظاهر غریبی از روابط و شرایط وابسته هستیم، بقای جسمانی، به مفهوم قبایلی در جست و جوی یافتن غذا باشیم، حتی محتمل نیست:

با این وجود، آن‌چه طراحان، تولیدکنندگان و اشیاءشان را به طور مقاومت‌ناپذیر جذاب می‌سازد، این است که در قلب فرهنگ‌های مادی کار می‌کنند. آنها جایی کار می‌کنند که بیان می‌تواند به دستاوردهای متنوع فرهنگی و تمایلات انسانی بدهد.

تمامی روابط حمایت‌کننده باید واجد ارزش‌های مشترک باشد. اگر سازندگان باید سودآوری کنند، اگر طراح باید حق‌الزحمه دریافت کند، اگر ارج مصرف‌کننده باید محترم داشته شود، در آن صورت هر کسی باید در زبان مشارکت جوید. باید توافقاتی درباره این که چه چیزی جلوه خوبی دارد، چه موادی با ارزشند، و چرا با ارزشند وجود داشته باشد. این توافقات در قراردادهای حاصل از سلیقه، طبقه و مد که مشخصه یک فرهنگ در هر مقطعی از تاریخ‌اش است، ارائه می‌شود. در نتیجه، قابلیت‌های یک جنبش پیشرو (آوانگارد) در طراحی، در قیاس با هنرهای زیبا بسیار محدودتر است این امر آشکار است زیرا اگر جنبش‌های طراحی بیش از حد از ادراک و انتظارات مردم جلوتر باشند، عملاً در جلب آنان به عنوان مصرف‌کنندگان طرح ناکام می‌مانند و عملاً مورد استفاده قرار نمی‌گیرند. در هنرهای زیبای معاصر، ایده‌ای که مردم به عنوان آوانگارد باید فرض بگیرند چندان مهم تلقی نمی‌شود، در نتیجه اکثر مردم آن را نادیده می‌گیرند. تفاوت‌های مهمی بین چارچوب اقتصادی که هنر، در مقابل طراحی، عموماً در آن عمل می‌کند وجود دارد، اما ساختار اقتصادی و آرمان‌های هنرمندان و طراحان گاه در طرح عالی و مصنوعات زیبا به هم می‌رسد. طرح و مصنوع عالی هر دو قلمرویی هستند که منحصر به فرد بودن اسباب ضروری محسوب می‌شود و جایی که قیمت‌های بالایی صرف اشیایی می‌شود که ارزش زیبایی‌شناختی آنها فقط ممکن است برای اهل فن قابل تشخیص باشد. نمونه بارز آن مبلمانی است که توسط گروه ممفیس میلان در اوایل دهه ۱۹۸۰ تولید شد. این اثر نه توجه عموم را به خود جلب کرد و نه به نظر می‌رسد که قصد چنین کاری داشت. موزه‌ها این اثر را به عنوان یک پدیده فرهنگی خریدند و اندکی از مجموعه‌داران متمول نیز به پیروی از آنها چنین کردند.

در مجموع، طراحان و تولیدکنندگان نمی‌توانند هزینه‌های پیش‌افتادن از ذوق و سلیقه مصرف‌کنندگانشان یا در دوره رشد آگاهی‌های زیست‌محیطی علایق آنها را تحمل کنند. اما این بدان معنی نیست که مصرف‌کننده تمامی تأثیرات را بر طراح یا تولیدکننده دارد. گاه تولید

کننده و طراح چیزهای جدید را آزمایش و تبلیغ می‌کند و گاه چیزهای جدیدی را هیچ مصرف‌کننده‌ای در جست و جویش نبوده و یا حتی انتظارش را نداشته امتحان می‌کند. تولید کننده برای برانگیختن اشتهای مصرف‌کنندگان بالقوه، به خدمات ترغیب‌کنندگان حرفه‌ای یعنی بنگاه‌های تبلیغاتی متکی است. تبلیغاتچی‌ها به ساخت‌ارزش‌هایی که مصرف‌گرایی را شکل می‌دهند کمک می‌رسانند.

این که چگونه این رابطه عمل می‌کند به دشواری می‌توان آشکار ساخت. عناصر متفاوتی طراحی، مصرف‌گرایی و تصویرسازی مصرف‌گرایی که از طریق تبلیغات پدید می‌آید به طور پیوسته در شکل‌گیری این رابطه دخیل هستند. این فرایندها پیوسته است، مانند ریختن رنگ روغن بر سطح آب و درهم‌آمیزی و چرخش آن. گاه شما محل تلاقی یک رنگ با رنگ دیگر را می‌بینید، گاه تعیین مرز میان آنها غیر ممکن است. رنگ روغن‌های مادی‌گرایی نیز به وسیله تبلیغات تلویزیونی، مجلات طراحی و مصرف‌کننده افزوده می‌شود.

پی‌نوشت‌ها:

Dorner, Peter, The Meanings of Modern Design, Thames and Hudson, 1995.

کتاب‌شناسی طراحی

طراحی اکتشافی: کاوشی در مطالعات طراحی

نویسندگان: Victor Margolin, Richard Buchanan

اکثر مقالات این کتاب پیش از این در کنفرانسی که با همین عنوان در نوامبر ۱۹۹۰ در دانشگاه الینوس در شیکاگو بر پا شد ارائه شده است. برخی از مقالات به بازنگری تعریف زیبایی‌شناسی هنر و فناوری، ارگونومی سیاسی، محیط اجتماعی محصول و کنش اجتماعی و طراحی مقدس می‌پردازد. کتاب شامل شرح خلاصه‌ای از کنفرانس به همراه اطلاعاتی در باب زمینه‌های تاریخی کنفرانس است.

ایده طراحی

ویراستاران: Victor Margolin, Richard Buchanan

این کتاب گزیده مقالاتی است که به ماهیت و حرفه طراحی محصول در دنیای معاصر می‌پردازد. مقالات از مجلدات ۴ تا ۹ مجله بین‌المللی مسائل طراحی Design Issues انتخاب شده و عمدتاً به سه موضوع معطوف است: مسائل و ماهیت طراحی، مفهوم محصولات و جایگاه طراحی در فرهنگ جهانی.

راهنمای کامل بورس تحصیلی هنر و طراحی

مؤلف: Conway Greene

این کتاب اطلاعات کاملی درباره بیش از ۹۰۰ مدرسه عالی، مدارک تحصیلی و برنامه موزه‌ها و

مجله هنر شماره پنجاه و دو

۲۴۰