ال لیسیتزکی، سفیدها را با گوه قرمز بکوبید، ۱۹۲۰

فوتوریسم

زیرسبک‌های مدرنیسم

طراحی گرافیک از ویکتورین تا پست‌مدرن(۷)

ترجمهٔ شروین شهامی‌پور

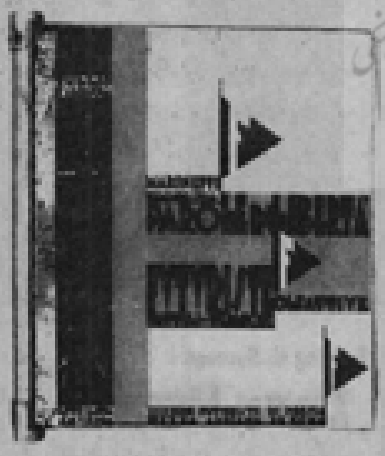
Futurism

در سال‌های آغازین قرن بیستم، جریانی فکری که از جهان مادی و روحانی تصویری تازه داشت به پیشگامان هنری که سرانجام مدرنیسم را فرمان می‌دادند، نیرو سرایت کرد. نخستین خیزش از آن نویسنده، شاعر و منتقد ایتالیایی اقدامی مارینتی F.T.Marinetti بود که در سال ۱۹۰۹ نخستین بیانیه فوتوریستی را انتشار داد. این بیانیه دعوت از هنرمندان برای جنگ بود.

هیچ نوستالژی مورد قبول نیست، هیچ بازبینی و هیچ بازگشتی به مارینتی از انقلاب دائمی هنری و سیاسی حمایت می‌کرد. او با افراط در میهن‌پرستی اعتقاد داشت که جنگ جریانی پاکننده است. او با هدف پیروزی دادن به فاشیسم بنیتو موسولینی، ارزش‌های مادی طبقه حاکم بورژوا را مردود می‌شمرد. مارینتی و شاعران، نقاشان و مجسمه‌سازانی که به فوتوریسم و مذهب نوین سرعت ایمان آورده بودند به اسطوره‌سازی از «ماشین» به عنوان روح محافظ مدرنیسم پرداختند. این گرایش به نصر ماشین را از طراحی روی جلد کتاب مارینتی می‌توان دریافت.

شیوا گرافیکی فوتوریستی از این اندیشه ایده می‌گرفت که انرژی کیهان می‌بایست در نقاشی و گرافیک بصورت حسی پویا نمایان باشد و افزون بر حرکت و سبکی، مادیت و پیکرهای اشیاء را از میان بردارد و بدنبال آن واقعیت را جابجا کند. این تئوری‌ها نیازمند دستیابی به خلاقیت تصویری نو بود که امبرتو بوچیونی Umberto Boccioni نقاش در بیانیهٔ نقاشی فوتوریستی آن را به عنوان مبنای فوتوریسم بیان کرد. حس پویاء خطوط نیرو و جنگ سطوح، رویکردهای متحلات و روی جلد کتاب‌های این دوره نشان می‌دهند که چگونه این اصول در هنر گرافیک اعمال شده است.

انقلاب فوتوریستی حوس در سرعت‌ها شد و نیازمند تا هدف کوکردن تمامی جنبه‌های زندگی بشر او گذاشت. فیر تومازو دپرو Fortunato Depero از پیروان فوتوریسم در اشاعهٔ اصول این سبک خستگی‌ناپذیر می‌نمود. او که موسس و مدیر اشریه هنری و ماشینی Dinamo بود با انتشار کتابی، هنر فوتوریستی را ارتقا داد و برنامه رادیویی فوتوریستی نیز تهیه کرد. دپرو همچنین به طراحی لباس و صحنه نیز پرداخت. او در ایتالیا و نیویورک Casa d'Arte Futurista را تاسیس کرد. دپرو با ارائه ویژگی‌های دوره فوتوریسم (از ۱۹۱۹ تا حدود ۱۹۳۰) خود را به عنوان مکتشف‌ترین شخص در به‌کارگیری تئوری‌هایی که بعدها در بخش تجارت چندان دست‌یافتنی به نظر نمی‌رسیدند، معرفی کرد. تلفیق فرمهای گرافیکی بویا و اکسپرسیونیستی او بطور غیرقابل انکاری نوآورانه بود. او با اعتقاد به این امر که تبلیغ محصولات شیوایی درست و شایسته برای برانگیختن ارتباط و مکالمه با همگان می‌باشد با شرکت‌هایی نظیر Campari، Magnesia San Pellegrino و Venus Pencils همچنین تعداد زیادی از ناشران کتاب و مطبوعات قرارداد بست.



Tullio D'Albisola آلبوی جلد فلزی برای کتاب مارینتی

Vorticism

Vorticism که در سال ۱۹۱۴ توسط ازرا پاوند Ezra Pound (از کلمه Vortex ـ گرداب ـ مرکز تمام انرژی‌ها) نام‌گذاری شد، یکی از پرشورترین جنبش‌های آوانگارد بریتانیایی‌ها به شمار می‌رود.

Vorticism باوجود داشتن رگه‌های هنری و فلسفی مشترک با فوتوریسم مارینتی، اما آن‌گونه که سخنگویان اصلی‌اش باوند و لوئیس Wyndham Lewis اعتقاد داشتند، تفاوت‌هایی با فوتوریسم داشت.

Vorticism در حالی که خود را از فوتوریسم جدا می‌کرد، اما آن را به عنوان قالب فکری انقلابی با اشتیاق می‌پذیرفت و تفاوت ناچیز و اغلب جزیی آثار این دو فرم با یکدیگر بیانگر میزان ارتباط این دو فرم است. لوئیس نشریهٔ خودرا با نام Blast (ترمزه) طراحی و مدیریت کرد و می‌کوشید با حفظ روح آوانگارد در این نشریه نه تنها با متنهایش، بلکه با قطع، طرح روی جلد و تایپوگرافی کوبیکش تکانی ناگهانی را ایجاد کند. تمام شمارههای نشریه به رنگ صورتی یا آبی‌رویی تند چاپ می‌شد که به گفته یک منتقد، رنگ‌های یک سردرد بیمارگونه حاده بود. نشریه در بهترین شکل‌اش مفهومی پرخاشگر و سرسخت را القا می‌کرد. همان‌گونه که نویسندگان نشریه می‌گفتند برآنند که در این مسیر هر چیز کهنه و روبه‌زوال را نابود کنند. اگرچه نشریه ادبی ورتیسیستی Coterie (مجمع کوچک) روحیهٔ فشنفانگیزی کمتری داشت. پی‌مک تایت کافیر E.McKnight Kauffer مسیحیان‌پرست پیشین آمریکایی که در بریتانیا تبدیل به طراحی پیشرو شده بود، نخستین و مشهورترین پوستر خود را تحت تأثیر لوئیس طراحی کرد.

Constructivism

پیش از آن که جریان کانستراکتیویسم در روسیه

پروتاکوف و پوریسف، پوستر سینمایی ۱۹۲۷

به‌وجود بیاید، تجربه‌های هنری پیش انقلابی هنرمندی نظیر Cubo-Futurism Psychoism و سوپرماتیسم سوفیزم کازیمیر مالویچ Kazimir Malevich جریان داشت.

این سبک که توسط مالویچ تا اندازه‌ای ابداع و گسترش یافته بود به جنبش اولیه جوانان شوروی جان گشت و خواهان آن بود که تمام فعالیت‌های مادی، اقتصادی و روحانی بشر را در خود یگانه‌اند. پیروان این سبک با ابراز نمایلشان برای انقلاب انتظار داشتند که به زودی بتوانند برنامه‌های خود را برای آینده اعلام کنند.

لازار ال لیسیتزکی Lazar El Lissitzky در صدد خلق هنری مدرن بود که از طریق آن بتواند بیننده را از نقش منفعل سنتی خارج ساخته و از او یک تماشاگر فعال بسازد. در واقع در سراسر مسیر تاریخ هنر روسی (به ویژه شمایل‌نگاری مذهبی ارتودوکس) این اعتقاد نیرومند جاری است که هنر باید نقش منجی اجتماعی را ایفا کند و به بروز واکنش‌های حاد و ملموس کمک کند. لیسیتزکی با پوستر خود در زمینه جنگ داخلی نه‌تنها سعی داشت که مشروعیت آرمان‌های بلشویک را به بیننده بقبولاند، بلکه از آن‌ها می‌خواست فاطعانه برای انقلاب مبارزه کنند. او تحت‌تأثیر سوپرماتیسم می‌نویسد: «مربع منبع تمام بیان‌های خلاقانه است.»

می‌ساخت. ژدچنکو Rodchenko عقیده داشت که طراحی گرافیک باید غیرمبهم، هدفدار و با فرم‌های تزئینی آزاد باشد. گن Gan و تیلدگالرد Tellingadter از حروف برای تصویرسازی استفاده کردند. برای آن‌ها حروف‌نگاری کارکردی مفهومی و نیز حسی داشت.

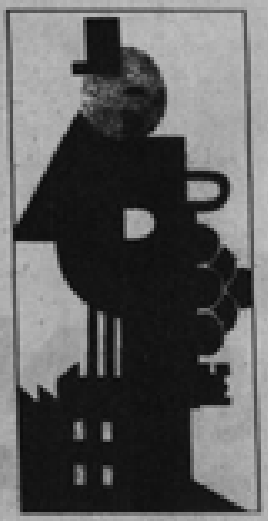
از سال ۱۹۲۱ که سیاست اقتصادی نوین استقرار یافت همگان این امید را داشتند که اتحاد شوروی در مسیر انتقال اقتصادی و پلورجایی سیاسی گام بردارد. عنوناً در همین زمان بود که ژدچنکو، تاتلین Tatlin استپانوا Stepanova و دیگر اعضای INKHUK (انستیتو فرهنگ هنری مسکو) انقلابی و مجسمه‌سازی را رها کردند و به کار طراحی خیابانی سرگرم شدند. آن‌چه آن‌ها محصول گرایی Productivism می‌نامیدند میل به طراحی وسایل مورد استفادهٔ روزمره مثل ظروف، لباس، مبلمان و نظایر آن‌ها بود. همان‌گونه که برای دیگر رشته‌های فرهنگی پوستر طراحی می‌کردند، به تبلیغ امور اقتصادی و فروشگاه‌ها نیز می‌پرداختند. ژدچنکو و مایاکوفسکی Mayakovsky مشترکاً یک شرکت تبلیغاتی تأسیس کردند و به تبلیغات برای خدمات آموزش و فعالیت‌های بازرگانی ملی پرداختند و خود را «شعله‌های تبلیغات» Advertising Constructors نامیدند. مایاکوفسکی شعر و شعار می‌نوشت و ژدچنکو

ای مک‌نایت کافر، پوستر پرواز پرندگان

کتاب کودکان او با نام «دو مربع» حکایتی است درباره همکاری مربع قرمز و سیاه برای متفرق کردن اقتشاش و برپایی یک سامان نو.

کانستراکتیویست‌ها برای جمع‌گرایی شیوهٔ خاصی داشتند که در آن هر فرد و کارش تابع و پیرو گروه بود. ایشان می‌کوشیدند نوآوری هنرمندانه و پای‌بندی سیاسی را در قالب هنری بگنجانند که منعکس‌کنندهٔ دورهٔ انقلابی‌شان باشد. به اعتقاد بسیاری، تایپوگرافی کانستراکتیویست‌ها مشخصه‌های هنر انقلاب را

الکساندر رادچنکو، پوستر، ۱۹۲۳



فرد دلتروه، طراحی برای کتاب، ۱۹۲۰

برادران استنبرگ، پوستر، ۱۹۲۸

تصاویری می‌ساخت که هندسه نیرومند، رنگ‌های روشن و حروف برجسته‌شان گیرایی خاصی داشت.

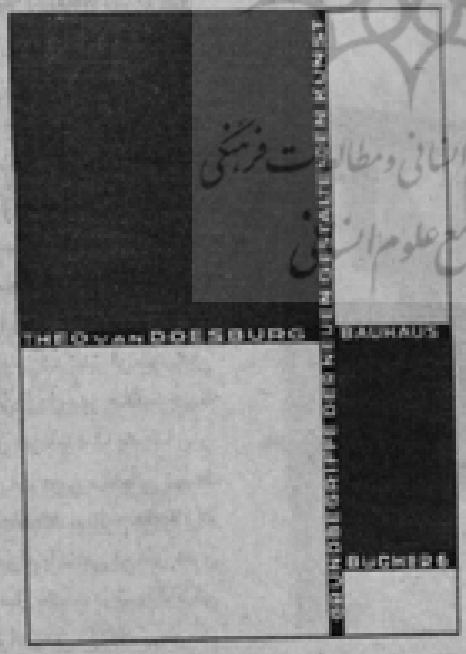
پس از مرگ لنین در ۱۹۲۴، کولاژ و فوتومونتاژ تکنیک‌هایی گرافیکی بودند که هم محافظه‌کاران و هم نوآوران آن را به عنوان وسیله‌ای تأثیرگذار پذیرفتند. مونتاژ در میان هنرمندان جوان در آلمان و روسیه به طور همزمان گسترش یافت. فوتومونتاژ، ساخت یک تصویر از بهم چسباندن دو یا چند عکس، طبق نوشته Hanna Hoch، ابزاری برای ترکیب اشیای دنیای ماشین و صنعت در دنیای هنره بود.

سینمای شوروی در آن زمان مدیوم انقلابی تمام‌عیار محسوب می‌شد، همان‌گونه که کارهای چاپی در این زمینه چنین ماهیتی را داشتند. پوسترهای فیلم شوروی که در سال‌های میانی دهۀ بیست بیولوژ گسترش یافت متأثر از الگوهای گرافیک کانستراکتیویستی بود. طراحان پیشرو پوستر در آن زمان از جمله برادران Stenberg و سیمون سیمونوف Semion Semionov به یک سبک ویژه با استفاده از حروف بدون لبه Sans-Serif- و فوتومونتاژ به تصاویر جالبی دست یافتند. از جالب‌ترین آثار استنبرگ طراحی پوستر رنگی برای فیلم‌های سیاه و سفید بود. این شکوفایی پوسترهای سینمایی به مانند خود سینمای شوروی در آن دوره طی مدت کوتاهی تا ظهور استالینیست‌ها در اوایل دهه ۳۰ دوام یافت. تئوری و سبک کانستراکتیویسم با انتشار بیانیه‌ها، نشریات و تلاش خود اعضای اصلی آن، در دیگر نقاط اروپا گسترش یافت. به عنوان مثال لیسیتزکی مدت زمان زیادی را با کرت شویترز Kurt Schwitters در هانور با مجله‌ی دادائیستی با نام Merz و با ایلیا ارنبرگ Ilya Ehrenburg در برلین روی نشریه کانستراکتیویستی Object همکاری کرد.

De Stijl

گروه (The Style) De Stijl توسط یک معمار به نام H.P.Berlage به عنوان موحدت در کثرت معرفی شد. این شیوه نامش را از یک نشریه برگزید که طی سال‌های ۱۹۲۱ـ۱۹۱۷ توسط نقاشی، طراح و نویسنده هلندی Theo Van Doesburg انتشار می‌یافت. اکثر کسانی که با De Stijl مرتبط بودند پیوند بسیار مختصری با یکدیگر نداشتند و برخی از آن‌ها هندیگر را هرگز ملاقات نکرده بودند. دغدغه De Stijl این بود که شیوه و روح عیانی و آرمان‌گرایانه را گسترش دهد نه این که تنها چیزها را فرم بخشد. از این دیدگاه هرچیز احساسی و عاطفی حرام بود.

این سبک به گونه‌ی آثار گرافیکی van Doesburg و Vilmas Huszar طی جنگ جهانی اول بر پایه مربع و استفاده از رنگ‌های سیاه، سفید، خاکستری و رنگ‌های اصلی استوار بود. پس از جنگ بسیاری از هنرمندان این شیوه به راه دیگری رفتند و van Doesburg آن‌ها را با هنرمندان هم‌گرایش خارجی نظیر ال لیسیتزکی جایگزین کرد. و در پی آن شیوه صفحه‌بندی نشریه او نیز بسیار پخته‌تر و یکدست‌تر شد و به سوی شیوۀ تایپوگرافی نوین گام برداشت.



Van Doesburg,Moholy _ Nagy، روی جلد باهاوس ۱۹۲۵

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

هربرت بایر، پوستر شانزدهمین سال تولد کاندینسکی، ۱۹۲۶

Bauhaus باهاوس

از سال ۱۹۱۴ جنبش اصلاح‌گرایانه در آلمان برای تغییر شیوه و کیفیت آموزش هنری با ترکیب کردن هنرهای زیبا و کارکردی در یک دایره واحد آغاز شد. در سال ۱۹۱۹ مدرسه Das Staatliche Bauhaus براساس اصول کارگاههای هنر و صنعت ویلیام موریس پایه‌گذاری شد. این مدرسه با مدیریت معماری بنام والتر گروپیوس Walter Gropius از ادغام دو مدرسه به نامهای Kunstgewerbeschule به مدیریت هنری ون د ولد Henry Van De Velde از پیشگامان مدرنیسم در وایمار و مکتب هنر و صنعت در دوسلدورف به مدیریت پیتر بهرنز Peter Behrens تأسیس شده بود.

در مدرسه گروپیوس معلمان، استاد و ارباب نامیده می‌شدند و دانش‌آموزان کارآموز و کارگر. دلیل این نامگذاری‌ها القای این حس بود که مدرسه در دنیای واقعی فعالیت می‌کند؛ محیط کار نیز کارگاه نامیده می‌شد، نه استودیو. در این محیطها پایبندی برای آموزش در باهاوس ساخته می‌شد که در آن صنعتگران و هنرمندان دانش‌آموزان را با رموز خلاقیت آشنا می‌کردند و آن‌ها را یاری می‌دادند تا به یک زبان شخصی مناسب دست یابند. درس مقدماتی توسط یوهانس ایتن Johannes Iten به نام Vorkurs ارائه می‌شد که در آن دانش‌آموزان با تمامی فرمهای هنری آشنا می‌شدند. در چهار سال نخست در شیوه گرافیکی باهاوس هیچ اتفاق خارق‌العاده‌یی رخ نداد.

گروپیوس از ابتدا اعتقاد داشت که باهاوس باید از تحمیل هرگونه سبک ویژه خودداری کند و این فرصت را به شاگردان بدهد تا قردیت خود را گسترش دهند. هنگامی که تئو ون دوسبورگ Theo Van Doesburg برای تدریس به باهاوس آمد گروپیوس را به حرکت به سمت کانستراکتیویسم آوانگارد تشویق کرد. با ورود نقاش و طراح مجلل لازلو مولی ناگی Laszlo Moholy Nagy علاقه به تایپوگرافی، چاپ و عکاسی در باهاوس شدت گرفت. با این که روش او مورد انتقاد بود اما سرانجام مولی ناگی موفق شد تایپوگرافی نامتقارن و در عین حال خوانا و منعکس خود را پیروز گرداند.

با گسترش تایپوگرافی، برنامه‌های آموزشی مدرسهٔ گروپیوس نیز دستخوش اصلاحات شد و بعدازآن کارگاه تایپوگرافی در مدرسه راه‌اندازی شد. نخست زیر نظر هربرت بایر Herbert Bayer و سپس به مدیریت یوست اشمیت Joost Schmidt (که مدتی بعد نام واحد درسی را به هنر بازرگانی تغییر داد) از میان طرح‌های متعدد بایر حروف الفبایی او که از استفاده از حروف بزرگ Capital اجتناب می‌کرد شهرتی بین‌المللی پیدا کرد.

مکتب باهاوس در اواخر دههٔ ۲۰ نمونه کامل و بارز طراحی گرافیک کاربردی شناخته می‌شد.

هربرت بایر، روی جلد مجله باهاوس، ۱۹۲۳

Joost Schmidt ، پوستر باهاوس ۱۹۲۸

Ladislav Sutnar، روی جلد اسکان کمینه ۱۹۳۰

Piet Zwart، پوستر PCH ۱۹۲۸

Paul Schuitema، تبلیغ پنیر

حروف‌نگاری نوین New Typography

تایپوگرافی نوین همان‌طور که از نامش پیداست کنار گذاشتن قوانین کلاسیک تایپوگرافی بود. تایپوگرافی ال لیسیتزکی نخستین دستیابی به فرمی نو بود و حروف بدون لبه، استفاده از دامنه محدود رنگ‌های اصلی و فرم‌های هندسی‌اش تبدیل به کلیشه‌یی ماندگار در تایپوگرافی تبلیغاتی شد. ال لیسیتزکی از اولین کسانی بود که توانست آموزه‌های هنر مدرن را درک کند و آن‌ها را در آثارش به خوبی به کار ببرد. مولی‌ناگی نیز اصول او را در مکتب باهاوس تثبیت کرد.

در سال ۱۹۲۴ ماکس بورکارتس Max Burcharts آژانس تبلیغاتی خود با نام Werbau را تأسیس کرد و برای مشتریان صنعتی خود شیوه‌های نوین را به‌کار گرفت.

آن دوران نیازمند تایپوگرافی نوین و با نشاطی بود که نه در بارهٔ صفحه‌نگاری‌های حاضر و آماده بلکه بیانگر روح، زندگی و حساسیت‌های تصویری آن دوره باشد. این نیاز در چکسلواکی در اواخر دهه ۲۰ و اوایل دهه ۳۰ تأمین می‌شد. لادیسلاو سوتنار Ludislav Sutnar در سال‌هایی که مدیر طراحی خانه چاپ پراگ بود شیوهٔ شخصی خود از تایپوگرافی نوین را در طراحی به یادماندنی جلد کتاب‌هایی از آثار اپتون سینکلر و جرج برنارد شاو به کار برد. روی جلد او برای Minimum Housing شاهکاری از سادگی و وضوح تصویری است. سوتنار عکاسی را کامل‌ترین مدیوم برای بازتولید واقعیت و رساندن پیامی موجز و مشخص به خواننده می‌دانست. تایپوگرافی پالایش‌شده De Stijl، تأکید بر خطوط افقی و عمودی، استفاده از مربع و رنگ‌های اصلی مجموعه مشخصه‌های آثار Piet Zwart و Paul Schuitema پیشروان تایپوگرافی هلند بود. Zwart از نخستین کسانی بود که در هلند عناصر عکاسی را به تایپوگرافی افزود و بدین وسیله به نحوی شگرف پیام‌های پیچیده را شرح می‌داد. Schuitema با قرار دادن عکس‌ها در رنگ‌های اصلی زیر طرح‌های تایپوگرافیک قادر بوه تا حرکت سینماتیک را شبیه‌سازی کند.

آن‌ها هر دو کارکردگرایی پویای خود را عرصه کاتالوگ‌های تجاری، تبلیغ محصولات و خدمات گوناگونی چون: سیم‌های الکتریکی، کابل، پنیر، اداره پست هلند (PTT) آزمودند.

Zdenek Rossmann، روی جلد کتاب حروف و عکاسی در تبلیغات، ۱۹۳۸

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی