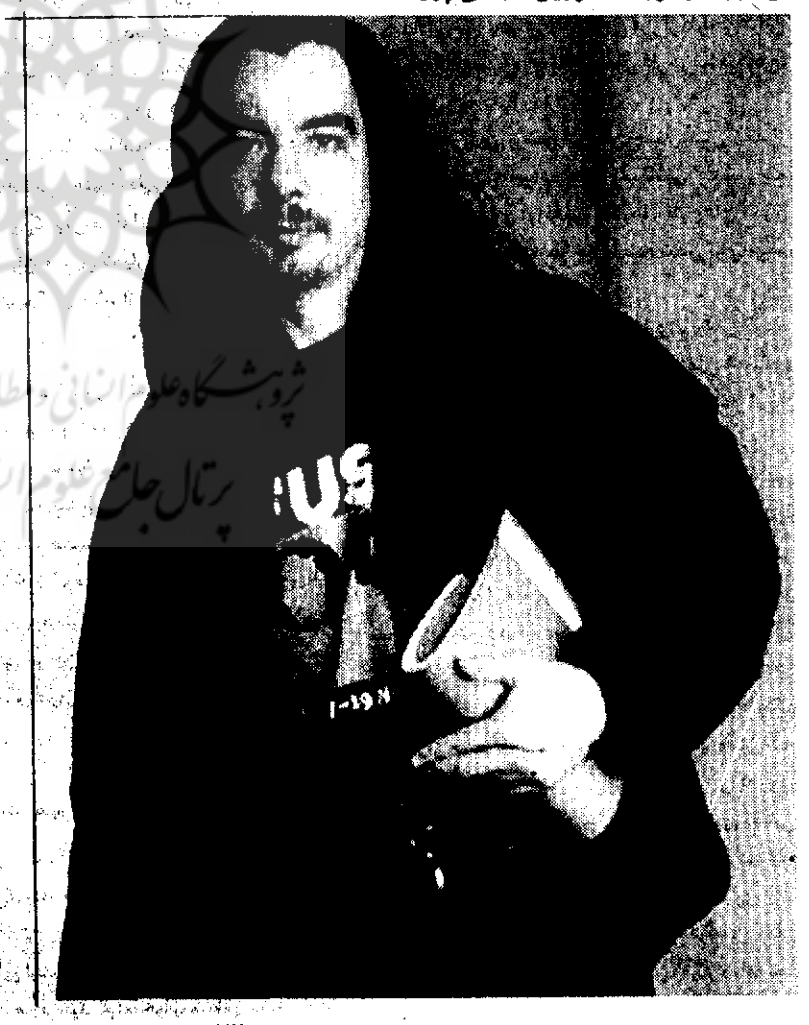
نویل برادی و تمرین چشم و هوش

گردآوری و ترجمه شروین شهامی پور



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

Neville Brody

نویل برادی از مشهورترین طراحان گرافیک نسل خود است. او طراحی گرافیک را در دانشگاه چاپ لندن آموخته است و اولین کارهایش طراحی روی جلد آلبوم‌های موسیقی بود که‌از اوائل دهه ۸۰ آغاز شد.

او به عنوان مدیرهنری کمپانی Fetish شروع به نخستین تجربه برای خلق یک زبان نوین تصویری کرد که ترکیبی از عناصر تصویری و معماری بود. بعدها با ممارست بیشتر بر روی این ایده، شیوه نوینی را با طراحی نشریه The Face بدست گذارد (۱۹۸۶-۱۹۸۱). کار او در این نشریه شهرتش را به عنوان یکی از طراحان پیشرو گرافیک در جهان پابرجا ساخت، به ویژه حضور هنرمندانه‌اش در نشریه The Face تصویر زیبایی‌شناختی دیگر طراحان و خوانندگان نشریه را به کلی دگرگون کرد. با وجودی که برادی از تجاری ساختن شیوهٔ خود قاطعانه امتناع می‌ورزید، اما به زودی طرح‌های بی‌همتایش مدلی برای نشریات، تبلیغات و دیگران شد و در واقع مسیر گرافیک را برای دههٔ ۸۰ جهت بخشید.

برادی همچنین تحسین همگان را برای ایده بسیار بدیعش در ترکیب و مخلوط کردن اشکال حروف در طراحی برانگیخت. پس از آن او این ایده را یک قدم پیش‌تر برد و خود شروع به طراحی حروف کرد و با این کار راهی را برای ظهور طراحی دیجیتال گشود. تفکر پیشرو او در زمینهٔ تایپوگرافی Typography امروزه در پروژه‌هایی همچون Fuse متجلی شده است؛ مجموعهٔ تجربی منتشر شده‌یی با قاعده و مرتب از حروف و پوستر که مرزهای میان طراحی گرافیک و تایپوگرافی را از میان می‌برد.

کار او در نشریه Arena (۱۹۹۵-۱۹۸۷)، رویه‌یی کاملاً متفاوت را نشان می‌دهد که استفاده از تایپوگرافی غیرتزئینی Non Decorative Typography و خالی گذاردن فضا بود و این شیوه تا هنگام بازگشت به سبک تصویری پربارش که اکنون نیز به کمک کامپیوتر در حال ترویج آن است، ادامه می‌یابد.

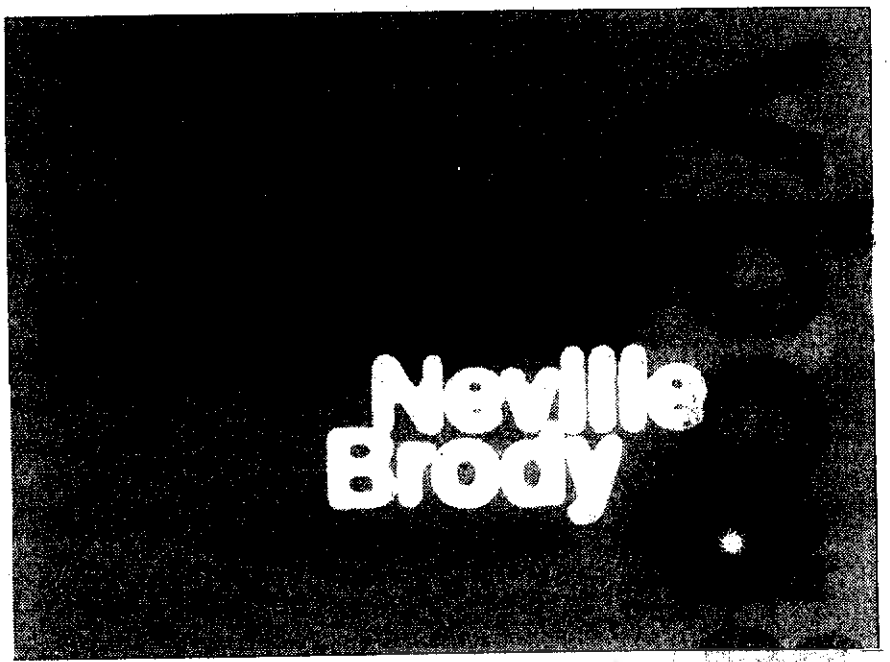
در سال ۱۹۸۷ استودیویی در لندن تأسیس می‌کند و طرح‌های غیرمعمول او با کامپیوتر شهرت کم‌سابقه‌یی را برایش به ارمغان می‌آورد. به خصوص در خارج از انگلستان.

در همین زمان است که برادی از جانب سفارش‌دهندگان خارجی مورد حمایت قرار می‌گیرد تا با ایجاد شرکت‌هایی به آنان این توانایی را ببخشد که طراحی‌های شخصی‌شان را با امکانات کامپیوتری در کشور خودشان انجام دهند. بر همین اساس سفارش‌هایی از جانب Haus der Kutturen der Welt در برلین، Mensa Bigi و Parco در ژاپن و طراحی تمبر پستی برای Dutch PTT می‌رسد. به دنبال آن دو پروژهٔ بزرگ برای تلویزیون که یکی برای شبکه کابلی آلمان به نام Premiere و دیگری برای شرکت تلویزیونی ایالتی استرالیا به نام ORF بود، به وی پیشنهاد می‌شود.

هم‌اکنون برادی روی تصاویر الکترونیکی متمرکز است که بازتابی از تجربهٔ او در زمینهٔ حروف دیجیتال است. او همزمان به‌کار تأثیرگذار خود در زمینهٔ طراحی حروف دیجیتال ادامه می‌دهد.

برادی در سال ۱۹۹۰ Fontwork را با همراهی استوارت جنسن Sruart Jensen در لندن افتتاح می‌کند و با تعدی مدیریت Fontshop International در برلین Fuse را پایه‌گذاری می‌کند.

تکامل زبان تصویری از دیدگاه برادی دریچه‌یی را برای گسترش نقش طراحی الکترونیک در ارتباطات می‌گشاید. تمرکز و کمک این طراح به جهان گرافیک و تایپوگرافی دیجیتال ارزش‌هایی آفریده که او را اغلب ستارهٔ تایپوگرافی می‌نامند. او تاکنون چندین نوع حروف بسیار شناخته شده را طراحی کرده است. □



تایپوگرافی کامپیوتری فقط یک پله بالاتر از لتراست

گفت‌وگو از یان فوزنکرافت
Jon Wozencraft

Typography

در غرب، الفبای رومی و یونانی طراحی هوشمندانه فرم حروف را پایه‌گذارد، اما شما می‌توانید عقب‌تر هم بروید، به مصر باستان و استفاده آن‌ها از خط تصویری و علائم آیینی در غارها. به نظر شما از چه زمانی تایپوگرافی حقیقی آغاز شد؟

سنت و جریان مدرن در تایپوگرافی به طور ملموس و واقعی با تولد چاپ از قرن پانزدهم آغاز شد. و قوانین اصلی حروف طراحی شده از آن زمان هیچ تغییری نکرده است. با این حال، به قوانین نباید به عنوان یک محدودکننده نگریست ـ همه چیز باید پس از عبور از یک جریان طبیعی پرسشگری تغییر کند ـ قوانین همواره در بستر سلیقه‌ها و ایده‌ها وجود دارد و در طول دوران‌ها به عنوان چارچوب پذیرفته شده‌اند، اما هیچ پایه‌یی برای آنچه که پیش روست وجود ندارد.

چه عواملی بر طراحی یک نشریه حکومت می‌کند؟

شبکه و قطع کاغذ اسکلت اصلی است که همه چیز را به آن می‌آویزند هم‌ارز با چوب‌بست یا دیوارها و تیرهای ساختمان است. در این شبکه باید از فضایی کافی بهره برد به طوری که احساس نکنید همه چیز در حال رها شدن از مرکز صفحه است. باید فضایی ایجاد شود بدون گسیختگی میان فضایی با فضاهای دیگر. در مورد The Face در ساده‌ترین سطح تصمیم گرفتم به خواننده نشان دهم یک مطلب که صفحات متوالی را در بر می‌گیرد از کجا آغاز می‌شود و به دنبال کدام مطلب آمده است. شما تصمیم می‌گیرید که از صفحه فهرست مندرجات به‌عنوان یک کلید استفاده کنید. این صفحه به شما می‌گوید چه مطلبی از کجا آغاز می‌شود و عنصر سودمندی که از آن استفاده می‌کنید اعداد است و شما باید در این مورد تصمیم بگیرید که از چه فرم عددی در چه اندازه و در کجای صفحه استفاده کنید. حتی ممکن است از نشانه‌ها به جای اعداد استفاده کنید.

نکته‌یی دیگر ـ می‌خواهید خواننده را تشویق کنید تا مطلبی را بخواند. راه‌های متفاوتی را می‌توانید برگزینید ؛ می‌توانید از یک نشانه، یک فرم و یک نوع دیگر از حروف و یا حتی از فضای سفید استفاده کنید. دقیقاً در مورد The Face این مسأله از اصلی‌ترین تاکیدات من بود و سادگی هدایت‌کنندهٔ تایپوگرافی راه چاره‌ام. راه ساده‌تر برای درک این مسأله دیدن آن به صورت چیزی شبیه به نقشه شهر است.

وقتی شما در حال نشان دادن نقطهٔ شروع یک مطلب توسط یک نشانه یا اعلان هستید آیا این خطر را حس نمی‌کنید که ممکن است خواننده بیشتر با فرم اعلان یا نشانه درگیر شود تا خود مطلبی که به آن اشاره می‌شود؟

نشانه‌های راهنما باید به سطح بالاتری برسند. قرار نیست که آن‌ها به عنوان آشکارترین عنصر ظاهر شوند. پایه اصلی The Face یک نوع مشق چشم و هوش بود. نشانه‌های راهنما تاکنون نقش انفعالی برای خوانندگان داشته‌اند اما این که آن نشانه‌ها چه فرمی داشتند عکس‌العملی را سبب شد. من در حال اشاعه پرسشگری و تردید بودم. به سرشت پنهان نشانه‌ها اشاره می‌کردم که عادتاً این کار را نمی‌کنند. استفاده از حرف بزرگ در آغاز مطلب روش پذیرفته شده این مقصود است، اما یک فرم انتزاعی هم می‌تواند این کار را انجام دهد. حالا این ایده را یک پله جلوتر ببریم، شما آمدید چند کلمه نخست سطر اول مطلب را بزرگ کردید تا چشم خواننده مستقیم به سمتش جلب شود. یک بار شما قوانین را شکسته‌اید، بی‌اغراق پس هر چیزی امکان‌پذیر است. من در The Face به هیچ‌وجه قصد ارائه راه حل نداشتم، تنها سؤال برمی‌انگیختم، دربارهٔ راه‌ها و وسایل درک این که آیا شما می‌توانید همه چیز را به مواد خامش تجزیه کنید و آن‌را با آگاهی از عملکرد دوباره‌سازی کنید؟ من هیچ‌گاه سعی نکردم که نشانه‌های راهنما را مخفی کنم.

تیترها را در نظر بگیرید. یک تیتر توجه خواننده را به یک صفحهٔ خاص جلب می‌کند و این پیام را می‌رساند که این شروع یک قطعهٔ جدید است و چیزی است مجزا از قطعهٔ قبلی، ما می‌خواهیم که این را بخوانید، پس ما به این منظور به این صفحه وزن بیشتری داده‌ایم. این اساس و روش شماست ولی راه‌های دیگری هم برای این کار وجود دارد ـ شما می‌توانید از فضای سفید و تیتری بسیار ریز استفاده

کنید، حتی ریزتر از متن، بالنجام این کار، قانون تیتر را زیر سوال می‌برید و بار دیگر همه چیز امکان‌پذیر می‌شود. متأسفانه وقتی من از این شیوه استفاده کردم مردم آن را به عنوان یک قانون جدید تلقی کردند.

در دورهٔ اخیر، مردم مایوسانه به سنت چنگ زده‌اند و این استطاعت از سبک‌ها گرفته شده که زمان را بسنجند و دریابند که چه چیزی ارزش تجدید نسل را دارد و چه چیز باید به نسل بعدی منتقل شود.

صادقانه بگویم، فکر می‌کنم این به علت ترس از فناپذیری است. سبکی که خود را در فرهنگ معاصر انگلیس ظاهر کرد از روی ترس از فرسودگی بود، ترس از این که کهنه به نظر برسد.

فرهنگ جوان، سخنِ گیرای سال‌های اولیه دهه ۸۰ بود. در مورد تایپوگرافی، حرف ما این است که: «آن‌ها مشکلات ما هستند، آن‌ها قوانین ما هستند و این‌ها هم راه‌های دیگر برای انجام دادن هستند.» ولی حالا می‌بینم که‌ما در حال گیرافتادن در همان تله‌یی هستیم که The Face افتاد. ما نمونه‌هایی به عنوان راه‌حل‌های ممکن ارائه دادیم و حالا همان نمونه‌ها به صورت قانون‌هایی جدید در آمده‌اند.

چه عاملی باعث شد تا شما از طراحی تأثیرگذار و تصویربتان بر روی جلد محصولات موسیقی به کار در زمینهٔ تایپوگرافی در نشریه روی آورید؟

یک دلیل قطعی وجود دارد. تا زمانی که من شروع به کار برای The Face کنم آزادی و انعطاف‌پذیری در زمینهٔ محصولات موسیقی برای من وجود داشت تا بتوانم ایده‌هایم را به صورت تصویری ابراز کنم. از زبان تصویری برای بسط افکارم و ایجاد بازتاب در ذهن مردم سود ببرم. در اواخر دهه ۷۰ صنعت موسیقی بیشتر به سمت تجاری شدن پیش رفت و اعتبار کاربرد تصاویر شگفت‌انگیز برای جلد محصولات موسیقی از بین رفت. آن‌چه آن‌ها خواهانش بودند استفاده از تصویر گروه و یک نوشته بسیار واضح بود. اگر از نوع دیگری از تصویر استفاده می‌کردید، تنها به عنوان یک زبان موجود تلقی می‌شد و دیگر شگفت‌انگیز و یا کار محرک دیگر نبود.

این وضعیت تغییر کرد شد با نخستین مرحلهٔ کار من در نشریهٔ The Face، در حالی که من، مثل هر دیوانه‌ی دیگر، می‌دانستم هم هرگز به طراحی نشریه فکر نمی‌کردم و نمی‌خواستم با تصویر سروکار داشته باشم. تنها به عنوان راهی برای جزیی از تصویرسازی محسوب می‌شد. به تدریج با این نشریه با مسائل و مشکلات تایپوگرافی مواجه شدم. در کارهای اولیه‌ام برای نشریه، هنوز سعی داشتم طراحی را به نشریه استفاده از تصویر پیش ببرم و از طراحی‌های دستی استفاده کردم. ولی به زودی دریافتم که این الزام به پیروی از سبک پیشین‌ام، در استفاده از حروف نباید وجود داشته باشد. دیدم پیروی از آن الزام مرا به نوعی خنثی می‌سازد، چرا که خودم را در حال استفاده از حروف به همان شکلی دیدم که بقیه استفاده می‌کردند. در آغاز فکر می‌کردم که تایپوگرافی زمینهٔ خسته‌کننده‌یی برای کارکردن دارد. انباشته از رسومی است که راه هرگونه تحولی را سد می‌کند.

آیا در آن مقطع زمانی از همین سنت‌ها پیروی می‌کردید؟

نه. از آن واهمه داشتم. در دانشگاه واحدهای تایپوگرافی را حذف کردم. سوژه‌اش را به طور باورنکردنی کسل‌کننده می‌دیدم. آن را تنها به عنوان تمرینی برای تکامل هوشمندانه فرض می‌کردم نه یکی از آن ارتباطات هیجان‌انگیز. من از به کار بردن حروف ترس داشتم، زیرا کلاً در مورد تایپوگرافی فکر می‌کردم قابلیت و ظرفیت کافی را ندارد و به علت این که فرصت آموختن تایپوگرافی را از دست داده بودم، فکر می‌کردم که یک طراح تایپوگرافی واقعی نیستم، که البته این یک مزیت هم داشت و آن این بود که هرگز خودم را محدود نکردم. وقتی شروع به کار روی The Face کردم به هیچ‌وجه قواعد و سنت‌های تایپوگرافی را رعایت نمی‌کردم، چرا که اطلاعی از آن‌ها نداشتم. اما چیزهایی را که در اطرافم می‌دیدم درک می‌کردم. من تایپوگرافی را در آثار دادائیست‌ها و فوتوریست‌ها Futurists تحسین می‌کردم.

آیا قواعد و سنت‌های تایپوگرافی اشکالی دارد؟

قواعد تایپوگرافی مشروع نیست، ارتباط باید سرگرم‌کننده باشد.

اما اگر شما برای سرگرم شدن طراحی کنید، تنها در زمینهٔ سرگرمی موفق خواهید شد که در حال حاضر از حد نیاز هم بیشتر وجود دارد.

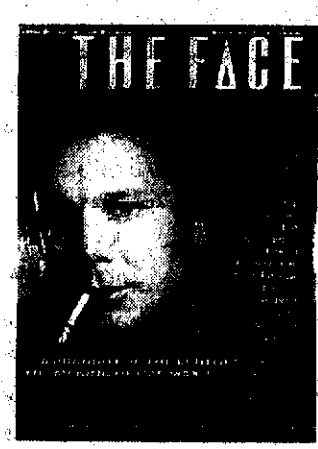
نه. تنها سرگرم شدن صرف نیست. اگر شما به تایپوگرافی امروز، به تایپوگرافی مدرن، از نگاه هنرهای تجسمی نگاه کنید، همان است که شما آن را پوچ و بیهوده می‌نامید - از کلمات همان استفاده‌یی را می‌کنند که شما از یک فرم غریب می‌کنید. یک اشاره ضمنی می‌کنند، اما در واقع حرف خاصی برای گفتن ندارد.

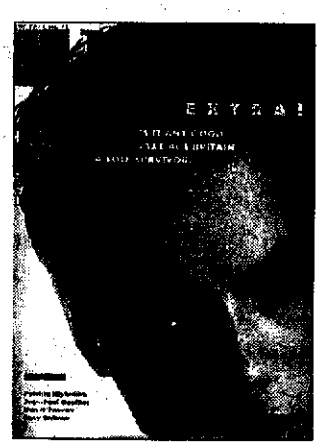
ببینید The Face نشریه‌یی است با موضوع سرگرمی، اما در پشت آن تفکری بسیار هوشمندانه قرار گرفته است. The Face از یک سبک سطحی استفاده نمی‌کرد، بلکه سبکی داشت که در پی شکستن قالب‌های همیشگی و سنتی ظهور کرد.

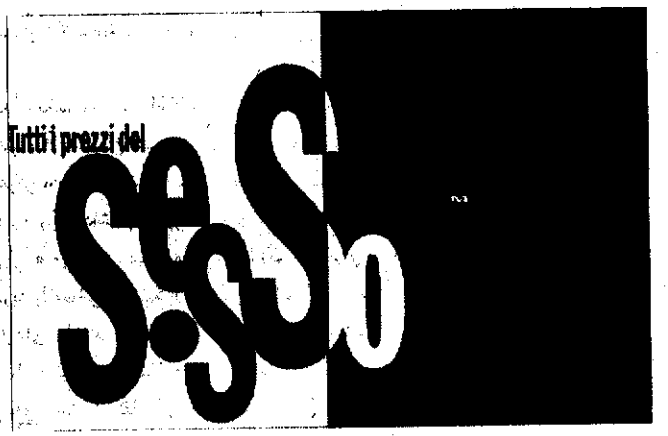
وقتی شما قالبی را می‌شکنید، فرم می‌تواند به چند مسیر منتهی شود: یکی این که بسیار تک بعدی و کسل‌کننده شود؛ ممکن است با استفادهٔ خشن و ناموزون از چیزهایی که به طور معمول مورد قبول نیستند، اثر نامطلوبی به جا گذارد؛ یا این که ممکن است واقعاً با ارزش‌های سرگرم‌کننده‌اش مخاطبان را اغوا کند. اکثریت مردم از این امر آگاه نبودند که The Face واقعاً چه می‌کرد، چه ایده‌هایی را دور می‌انداخت و چه قاطعیتی پشت آن وجود داشت.

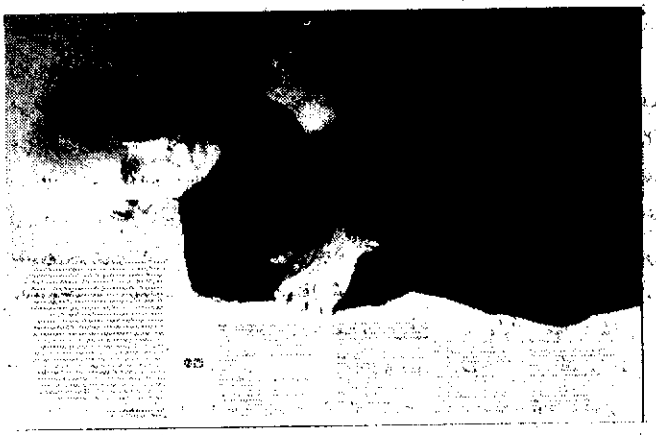
آیا فکر می‌کنید که تایپوگرافی شما سیما و منظری سرگرم‌کننده داشته که بسیاری را به هم‌چشمی و رقابت با آن واداشته است؟

من می‌خواستم که طراحان در مورد شکستن قالب‌ها و سنت‌ها با من رقابت و هم‌چشمی کنند، نمی‌خواستم









تنها از روی نمونه‌هایی که من استفاده می‌کردم کپی کنند. انتخاب نوع حروفی که در هر کاری استفاده می‌کنیم همواره تابع موضوع مورد استفاده آن است.

با وجود محدودیت‌ها وقتی حروف Baskerville را طراحی کردم می‌خواستم به مردم بفهمانم که نباید خود را به حروفی که تنها طراحان در اختیار آن‌ها می‌گذارند محدود کنند. طراحی دستی حروف عکس‌العملی بود در مقابل رشد بی‌رویه استفاده از حروف کامپیوتری، که شما را مجبور نمی‌کرد در مقابل انبوهی از حروف، خودتان حروف مورد علاقه‌تان را طراحی کنید. با وجود نرم‌افزارهای نشر رومیزی یک طراح تایپوگرافی از احمق‌ترین آدم‌ها محسوب می‌شود، بسیار ساده است، حتی لازم نیست خود را درگیر اندازه چیزها کنید. استفاده فراگیر از لتراست Letraset در دهه شصت نشانی از بی‌فکری داشت و حالا تایپوگرافی کامپیوتری تنها پله‌یی از آن بالاتر است.

در واقع در The Face من ابتدا از لتراست استفاده کردم تا کنترل بیشتری بر حروف به طور جداگانه داشته باشم. بعد متوجه شدم که می‌توانم لتراست را تحت فرمان خود در آورم، به سادگی حتی می‌توانستم انواع متفاوت حروف را کنار هم بچینم. می‌توانستم آن‌ها را تغییر دهم و این روال به زودی به جای یک کار مکانیکی، تبدیل به یک جریان خلاقانه شد. من نشانه‌های طراحی شدهٔ دستی و علائم را درون حروف جای دادم و معرفی کردم. بعضی مواقع قسمت‌هایی از یک حرف را حذف می‌کردم ولی با این حال فرم کلی حرف، کاملاً مشخص بود. به تمام مراحل کارم کنترل کامل داشتم و بیشتر چیزی شبیه به کار با رنگ بود تا آن‌چه به عنوان یک کار مکانیکی به نظر بیاید.

باور به کمال حروف کامپیوتری واقعاً یک دید کورکورانه است. هر چه بیشتر به کمال آن باور داشته باشید، از آزادی کمتری هنگام استفاده از آن‌ها برخوردارید، چرا که اسیر تکنولوژی می‌شوید و سردرگم. برده‌ای با اعتقاد کامل به کمال تکنولوژی. تکنولوژی نهایتاً باید تنها یک ابزار باشد، به خودی خود تمام‌کننده نیست بلکه یاری‌کننده است.

فکر می‌کنم خود چشم‌ها داوران بهتری در مورد مزیت حروف طراحی شده به جای حروف کامپیوتری هستند.

بله. اما باید بگویم اگر من به تیترهایی که در سال گذشته طراحی کرده‌ام بازگردم، حالا جور دیگری آن‌ها را طراحی خواهم کرد.

چه چیز باعث شد که فاصله انداختن بین حروف را انتخاب کنید حتی در اندازه‌های بسیار کوچک؟

در یک نشریه کلمات عواملی شناخته شده هستند سپس فواصل بین حروف تبدیل به بخشی از سیستم تعدیل کننده می‌شود. ساختمان شما یک سیستم نشانه‌یی است. عناصر به شما این موضوع را دیکته می‌کنند که این سیستم را نشانه‌ها، سمبول‌ها و کلمات تشکیل می‌دهند. در طراحی The Face کمی این‌ها پایین کشیده شد و به سمت همان مقطع تعدیل کردن پیش رفتیم. این کار را کردیم تا نشان دهیم، کلمات این توانایی را دارند تا در موارد دیگری هم مورد استفاده قرار گیرند. آن‌ها می‌توانند راهنمای مسیرها باشند. در آغاز این نوعی واکنش در برابر عادت نسل دهه ۷۰ در طراحی فشرده و شلوغ بود. با انفجار اطلاعات، مردم با سیاهه‌ای بر من چیزها برانگیخته نمی‌شدند بلکه فقط در جایگاه بودن آن‌ها را راضی می‌کرد. از حروف راضی می‌شدند بلکه به سادگی فضاهای خالی و فواصل را کنترل کنند تا راضی حروف کامپیوتری حروف بسیار به هم نزدیک شدند و روی هم افتادند. به عنوان مثال در دو سطر قسمت بالای حروف بزرگ A با قسمت پایینی حروف کوچک g یا y تماس پیدا می‌کنند. پس با طراحی The Face و ایجاد فاصله میان حروف قصد داشتم بگویم: «باید میان بیشتری روی این موارد تمرکز کنید.» می‌خواستم قدمها را کند کرده و فضایی برای تفکر ایجاد کنم. فضایی برای تمرکز و تفکر. این روش همچنین شما را قادر می‌سازد که به شخصیت ویژه یک حرف توجه کنید و این که چگونه با حروفی دیگر ترکیب می‌شود تا کلمه‌یی را بسازد. یک نوع ریتم را ایجاد یا معرفی می‌کند و تا قبل از این که تیترها را با دست بنویسم به چنین نتیجه‌یی نرسیده بودم. اهمیت فضا یا بهتر بگویم فضای منفی به همان میزان فضای مثبت است. هر نوع طراحی، روش خواندن یک مطلب را رنگ‌آمیزی می‌کند. نوع حروفی که انتخاب می‌کنید، اندازه‌اش و روشی که آن را فضاسازی می‌کنید و مکانی که برایش برمی‌گزینید تمام این موارد در نوع خواندن یک مطلب تأثیرگذار است.

اگر شما اطلاعات زیادی در مورد تایپوگرافی نداشتید، چگونه به این نتیجه رسیدید که فونت‌های Helvetica و Futura را برای متن انتخاب کنید؟

زمانی از این حروف استفاده کردم که دریافتم حروف Sans-Serif حس موضوع ذهنی را بیان می‌کند. از لحاظ هندسی Futura اصالتاً ناموزون است و Helvetica دارای اقتدار زیبایی است. Futura به علت کوچکی حرف "x" در آن مقبول نیست و همچنین کمی کلمات در یک سطر، حتی اگر کمی آن‌ها را به هم نزدیک کنیم بیشتر توی چشم می‌خورد. Helvetica را با ترجیح بر Univers انتخاب کردم که به نظر من بی‌روح‌ترین و خشک‌ترین نوع حروفی است که تا به حال طراحی شده. بسیار مکانیکی است و نمی‌تواند هیچ ارتباطی با کیفیت حسی برقرار کند.

حروفی بسیار هوشمندانه اما خشک و بی‌روح است. Helvetica بسیار گرم‌تر و دارای ریزه‌کاری‌های بیشتری است. پیش از این از استفاده از آن امتناع می‌کردم چرا که حروف مورد استفاده در دهه ۷۰ بود. اما استفاده غیرحسی و به صورت فشرده بدون فضای خالی از Helvetica موفق نبود، چرا که Helvetica قابلیتی غیر از آن داشت. تفاوت بین حروف k در Helvetica و Univers این نکته را به خوبی بیان

می‌کنند.

من همیشه در این مسیر سعی کردم از حروفی استفاده کنم که برخلاف مُد و رسم معاصر باشد. برای متن در The Face و نیز در Arena از Garamond استفاده کردم چراکه حس می‌کنم با متن مناسبت دارد و دارای گرمای خاصی است. دارای فرم و روانی حروف است و نیز بسیار خوانااست که این چیزی است که من در Univers و Century نمی‌بینم. گرچه Garamond بیشتر طبق عادت برای کتاب استفاده می‌شود اما ما آن را برای گرفتن نشریه به کار بردیم.

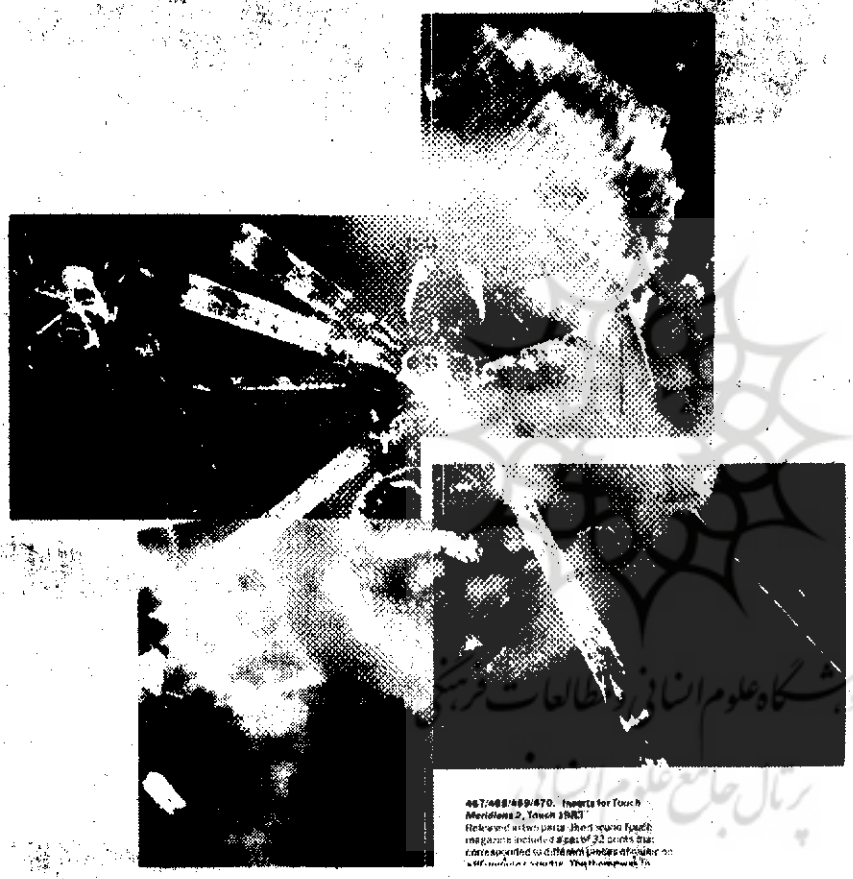
Times فونتی است که من همیشه از آن متنفر بوده‌ام، اما اغلب از آن کمک می‌گیرم چراکه در برخی موارد تنها راه‌حل است. Times برای استفاده در روزنامه طراحی شده و در بسیاری موارد تنها چیزی است که می‌توان از آن استفاده کرد. Times در انواع چاپ‌ها بهتر از هر فونت دیگری جواب می‌دهد، اما بسیار زشت است؛ وقتی شما به یک قطعه که با Times نوشته شده نگاه می‌کنید، هیچ چیز نمی‌بیند مگر قطعه‌یی راکه با Times نوشته شده، هیچ حس دیگری ندارد؛ همان خشکی و سردی دهه ۷۰ را دارد. Garamond ارتباط پرانرژی‌تری برقرار می‌کند و دیگر صفحه را تنها حاوی یکسری کلمات نمی‌بینی. این چیزیست که Times از آن ناتوان است.

از ITC - (International Type Corporation)، خوشم نمی‌آید. برخی از حروف را به علت مشکلات چاپی حذف می‌کنند. نمی‌دانم که آن‌ها چه فکر می‌کنند. از یک دیدگاه این‌ها کوششی است برای ایجاد تایپوگرافی آمریکایی خارج از حروف اروپایی. حروف مورد قبول ITC شبیه به حروف دهه ۷۰ است و اگر آن‌ها را بزرگ استفاده کنید، این کار آن‌چه را که شما می‌خواستید خالصانه انتقال دهید به نوعی رنگ‌آمیزی و مقصود شما را پایمال می‌کند. فونت‌های ITC آن ویژگی گمنامی و ناشناختگی راکه مثلاً یک رنگ خوب در نقاشی داراست، ندارد و وقتی شما از یکی از آن‌ها استفاده می‌کنید در حقیقت آن قسمتی از نقاشی را آشکار کرده‌اید که خود آن را نکشیده‌اید.

نوع فونت‌هایی که من معمولاً استفاده می‌کنم زمینه‌یی تاریخی دارد و این نیز برمی‌گردد به عادت من در استفاده از چیزهایی که درجریان روز نیست. به همین علت برای نشریه Arena به سراغ Helvetica رفتم چراکه در زمینهٔ تایپوگرافی عصر ماز همه مقدم‌تر است.

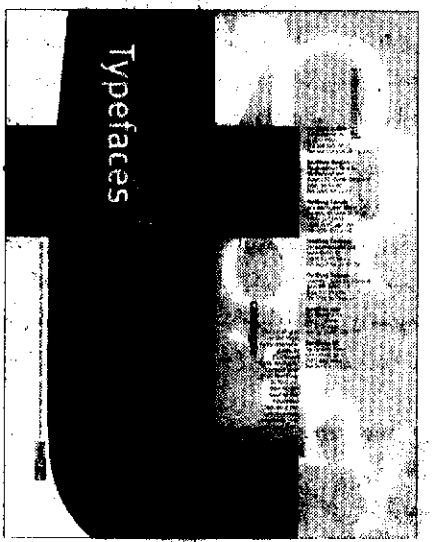
نوعی دیوانگی به جان طراحان افتاده است که نمی‌دانند چه کار می‌کنند، آن‌ها مقصود خود را می‌دانند اما راه و روش و قواعد آن‌چه را که در حال انجامش هستند نمی‌دانند و کنترلش از دستشان خارج می‌شود. کار به جایی می‌رسد که طراحی فقط به درد همان استادیوم خیابان‌های سطح بالای شهر می‌خورد. سفارش‌دهنده با کلی جزییات و شناسنامه می‌آید و دوسال بعد تمامی آن‌هاباید عوض و دوباره طراحی شوند. به این ترتیب بار دیگر تبلیغات تندیس‌های معتبر و با ارزش تایپوگرافی را می‌دزدد، عقلانیت را می‌برد و با کاربرد تایپوگرافی به عنوان یک سبک سطحی، آن را به عنوان یک زبان عمومی تبیر می‌کند. آن‌ها صحبت می‌کنند اما با کلمات پوچ. مفهوم در تبلیغات همیشه در یک نوع ترس از محصور بودن Chustrophobia قرار دارد، همیشه بسته در یک دایره است که هر چیزی را می‌تواند درون خود بکشد.

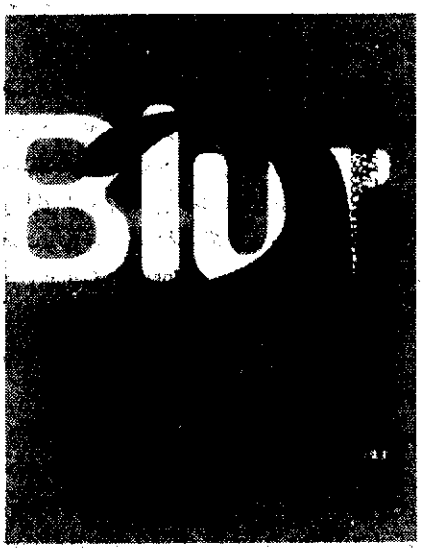
دیگر هیچ قانونی باقی نمانده که شکسته شود، همه چیز فروریخته، سنت‌ها و قوانین پابرجا توسط پانک‌ها Punks تسخیر گردید و هیچ کس هم به بازسازی آن‌ها نپرداخت. به این دلیل و نیز انفجار اطلاعات که هنوز هم در میانه آن به سر می‌بریم می‌توانیم آن‌چه را در انتظارمان است ببینیم. من از یک راه‌حل واقعی حرف می‌زنم نه راهکاری زودگذر. تا اکنون به علت حرص و طمع صنعت تبلیغات است که آن‌ها از مقیاس‌ها و نمونه‌های عصر کنونی بودن یک «حقیقت همیشگی» را مطالبه می‌کنند. با این کار آن‌ها مخاطبان را می‌ربایند. ما نمی‌دانیم که راه حل چیست و چگونه است، اما می‌توانیم هنگام مکاشفهٔ مشکل و بحران، راهمان را حس کنیم و بیابیم. هر چند آن آدم‌های تحت‌کنترل که نیازمند این زبان عمومی هستند، قبول دارند که به آخر خط رسیده‌اند. برای من Helvetica مانند این است که از یک صخرهٔ تیز بالا روم، جایی در آن بالا برای نشستن بیابم و از آن‌جا ببینم آن پایین چه خبر است. این هزل نیست. یک نوع نوستالژی هم نیست، بلکه یک نوع محکم شدن است و گفتن این که: «یک دوره کاوش در تایپوگرافی به اتمام رسید، بیاید پیش از برداشتن گام بعدی نگاهی به آن‌چه کرده‌ایم بیاندازیم.» و همچنین بازگشتی است به سطح اساسی و پایه‌یی اطلاعات خالص و ناب. Helvetica به نوعی اطلاعاتی را که مشاهده می‌کنیم رنگ‌آمیزی می‌کند.



آیا تا به حال از دستخط در The Face استفاده کرده‌اید؟

این از آن مواردی است که از آن بیزار بودم چون که در آن زمان نوعی دید به این موضوع وجود داشت. هر وقت هرکس می‌خواست چیزی را «از دست رفته»، «مدرن» و





یا «مطابق با زمان» بنمایاند از تیترهای دست‌نویس استفاده می‌کرد. هرچند در مواردی از Arena برای لطیف کردن نوع اطلاعات استفاده کردم. در آغاز کار در The Face مایل بودم با فرمی خشن تیترها را دستی کنم، اما این واکنشی بود نسبت به سادگی و بی‌مایه بودن طراحی نشریات در آن زمان.

در مدت کوتاهی پی بردم این روشی را که در پیش گرفته‌ام بسیار بی‌مایه و سنت است و بسیار شخصی و خام به نظر می‌رسد.

مثل لیست غذای رستوران‌ها؟

نه آن‌ها بسیار موفق و فکر شده هستند و شما نباید «دست‌خط» و «بادست کشیدن» را با هم قاطی کنید. من می‌دانم منظور شما چیست. اما آن لیست‌ها می‌خواهند عنوان کنند که بسیار دوستانه‌اند و می‌خواهد حتی برای مدتی کوتاهی به شما بگویند که «شما هم از ما هستید» هر چند که این «ما» واقعاً وجود نداشته باشد. و مهم‌تر این که دستی نوشتن لیست غذا به جای به کار بردن حروف چاپی این را می‌تواند القاء کند که صاحب رستوران نظارت مستقیم بر نحوهٔ پخت و کیفیت غذا دارد. اصولاً هر چه را که شما می‌خواهید طبیعی جلوه کند با دست می‌نویسید، راهی است برای شیرین و ملایم کردن چیزها.

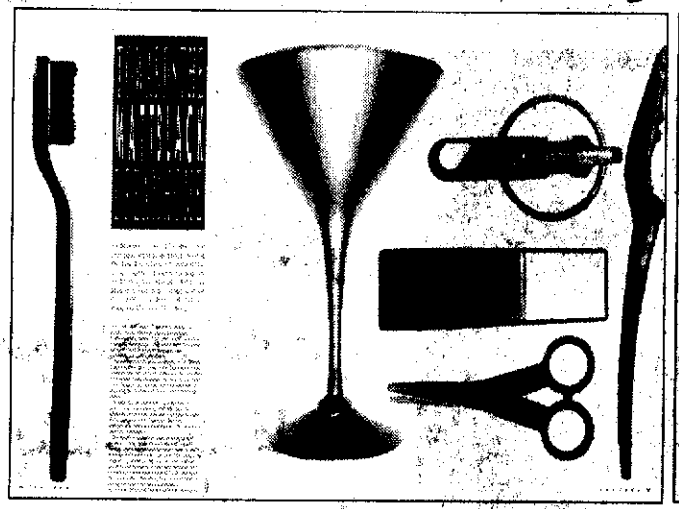
مقصود شما از تایپوگرافی سازمانی چیست؟

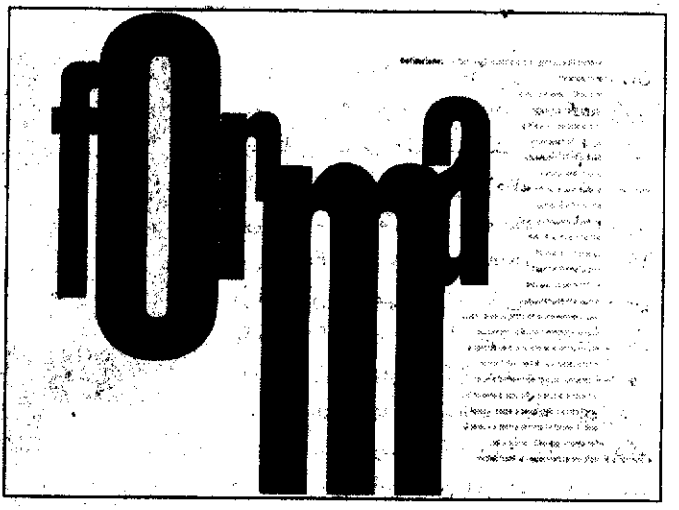
Organic Typography

حروف بیان‌کنندهٔ احساسات و بازتاب‌های درونی است. می‌بایست این گونه باشد. یک پدیدهٔ طبیعی نیست. حروف یک جریان فکری را با علائم و نشانه‌های رمزی بیان می‌کند. این ساخته بشر است. از طرف دیگر اگر به ناب بودن فرم حروف باور داشته باشید شما به یک اشتباه اعتقاد دارید. شما باید قادر باشید فرم حضور حروف را با مقصود خود تطبیق دهید. برخی مردم به ناب بودن پایدار حروف معتقدند. اما اگر حروف Baskerville خوب کار نمی‌کنند پس باید حروف آن را اصلاح کنید و سنت‌طلبان خواهند گفت: «این توهین به مقدسات است.» زیرا اصول تایپوگرافی بر این منوال است که به کامل و بی‌نقص بودن حروفی که از آن استفاده می‌کنید باید باور داشته باشید. قوانینی که توسط نسلی دیگر برای منظورهای دیگر وضع شده است باید برای این لحظه اصلاح شوند. با به کار گرفتن کلمه «سازمانی»، می‌خواهم این نکته را بفهمانم که «ارتباطات» همواره در حال تغییر و تکامل است. در The Face من همه چیز را زیر و رو کردم و بدین‌وسیله شناختن و درک کلمات را مورد توجه قرار دادم. لوگوی فهرست در ابتدا به صورت دستی شروع شد اما به فرمی انتزاعی که باز هم به عنوان کلمه قابل خواندن است، ختم شد.

اگر The Face درباه معنی و مفهوم بود، همان‌گونه که خود شما می‌گویید، پس نباید تعجبی داشته باشد که فرم آن ـ و همچنین آثار خود شما ـ مورد تقلید و پیروی قرار بگیرد.

مسأله این است که در The Face برای نخستین بار برای خود سنتی غریب پایه گذارد. نشریه‌یی بود که مردم انتظار داشتند که هر هفته سبک آن تغییر کند. هنگامی که می‌خواست فرمی به صورت سنت در آید به سرعت تغییر می‌کرد و پس از مدتی آن تغییر خود تبدیل به سنت می‌شد و نشریه باید تعطیل می‌شد. ضروری بود که یک نوع جریان فوری خود ـ تغییری موجود باشد.





کاری که من می‌کردم این بود که چندباره و چندباره این موضوع را مورد توجه قرار دهم که تمام چیزها می‌توانند به سرعت تغییر کنند ـ حتی همان چیزهایی که من انجام می‌دادم. هیچ حقیقتی وجود ندارد. همیشه یکسری چیزهایی باقی‌مانده و راه‌چاره وجود دارد. در مورد مطلبی خاص در The Face من سعی کردم زشت و گریه‌ترین حروف دنیا را برایش به کار ببریم، فکر کنم Jackson را انتخاب کردم، سعی کردم خود را مجبور به نوعی تغییر کنم و آن را به روشی به کار برم که از نظر زیبایی‌شناسی مورد قبول واقع نشود.

فکر می‌کنید چه مقدار از کیفیت حروف طراحی شده توسط خودتان که در The Face به کار بردید به خوانندگان منتقل شده؟

این مقصود برای آغاز وجود نداشت. من عصبانی بودم که دیگران بلافاصله آن‌چه را که من انجام می‌دادم کپی می‌کردند. پیدا کردن حروفی که ما از آن‌ها استفاده می‌کردیم ساده بود و همچنین اصلاح کردن آن‌ها، همان‌گونه که ما می‌کردیم. بعضی‌ها حتی زنگ می‌زدند و می‌پرسیدند در فلان صفحه از چه نوع حروفی استفاده کرده‌ایده می‌خواستم چیزی تهیه کنم که تقلیدش توسط بقیه دشوار باشد.

و دلیل بعدی این بود که من می‌خواستم مستقیماً بار دیگر از دستانم استفاده کنم. ما حروف را زیراکس می‌کردیم و بعد آن‌ها را کنار هم در یک سطر می‌چسباندیم که بدین ترتیب کنترل بیشتری روی آن‌ها داشتیم و به این منجر شد که در طول آخرین سال همکاری من با The Face من تمام تیترها را برای مقاصد مخصوص به خودشان به صورت دستی بنویسم. من فکر نمی‌کنم دیگر می‌توانستیم بیش از این پیش بروییم.

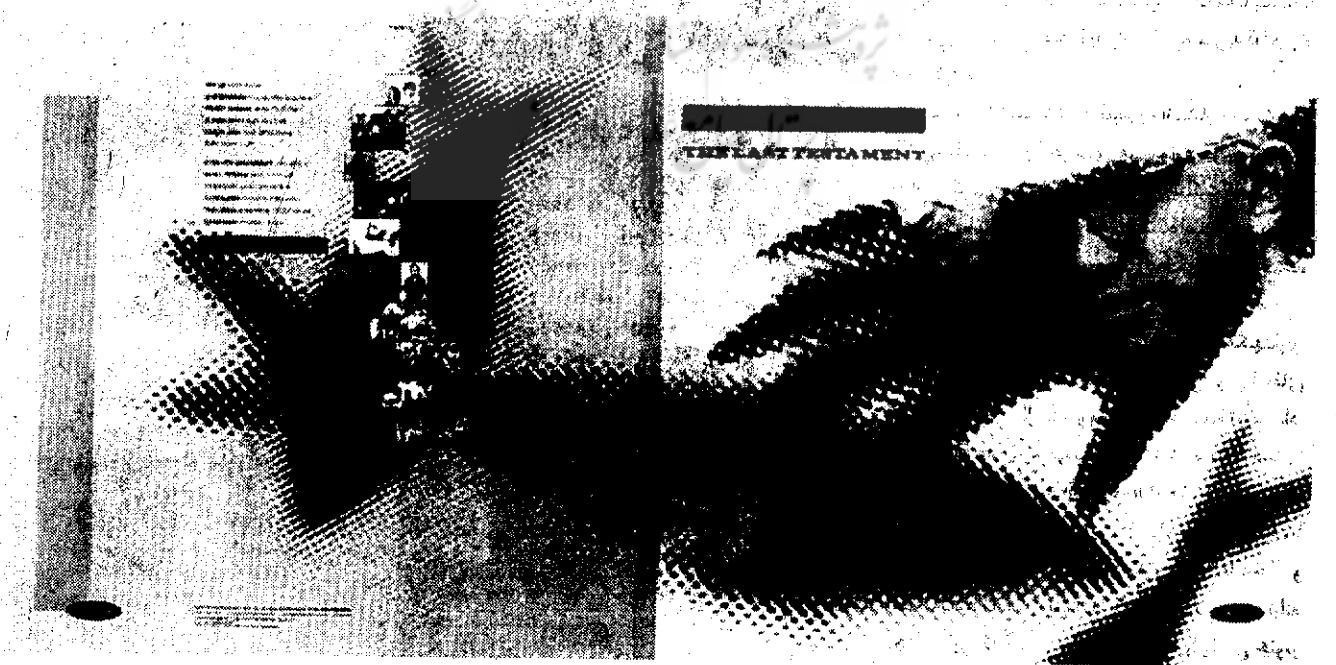
آیا تا به حال نگران ایجاد لکه‌های کوچک در حروفی که دستی می‌کشیدید شده بودید؟

وقتی که کار به مرحله چاپ می‌رسد در این جریان مقداری لکه در آن‌چه کشیده‌اید پیدا می‌شود، چیزهای زیادی بود که من نمی‌دانستم. جزییات کوچک مرا اذیت می‌کند، اما کامل بودن جریان کلی مهم‌ترین چیز است. برخی مواقع کاردستی انسان حتی با اشتباهات بهتر عمل می‌کند.

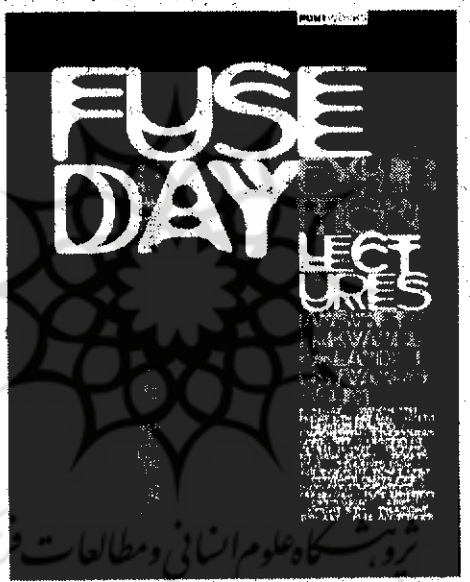
آیا تا به حال پیش آمده که مشاهده کنید که کسی از حروف طراحی شده شما استفاده کرده و شما خوشتان بیاید؟

خیر. نمی‌توانم این را بگویم. امیدوارم که می‌توانستم، اگر دیگران درک می‌کردند، از حروف من استفاده نمی‌کردند، بلکه حروف خود را طراحی می‌کردند.

□



تفکر هوشمندانه در پشت حرکات واژه‌ها



در طول تاریخ ۵۰۰ ساله تایپوگرافی محسوس‌ترین تحولات در ۵ سال اخیر رخ داده است. گفت‌وگوی دیجیتال بر تمامی قلمرو فعالیت‌های انسان تأثیر گذاشته است و این نکته قابل ملاحظه است که چگونه این تحولات باید به وسیله مدیوم تصویری ارائه شود. پروژه Fuse توسط Neville Brody در اکتبر ۱۹۹۰ در استودیوی شخصی‌اش پایه‌گذاری شد نه به عنوان یک شرکت اقتصادی بلکه بنابر ضرورت و احساس نیاز به این جریان برادی Fuse را به عنوان یک مدیوم جدید برای توجه به امکانات خلاقهٔ تایپوگرافی دیجیتال معرفی کرد. Fuse راه فراری را ایجاد کرد که به طراحان حروف این امکان را می‌داد که تفکر سنتی را در مورد فرم و طرز استفاده از تایپوگرافی تغییر دهند. همکاران مجموعه تنها به این می‌اندیشند که موانع حروف چاپی و ترکیباتش را بشکنند و آن‌ها را به سمت زبان الکترونیک پیش ببرند.

دسترسی به تایپوگرافی دیجیتال شمار بیشتری از طراحان را قادر می‌سازد تا فرم‌های زبان تصویری را گسترش و یا تغییر دهند. با جرح و تعدیل معروف قدیمی و طراحی فونت‌های جدید، کاربرها قادر می‌شوند تا پایه و اساس را از روی وسیله‌یی که اکنون برای بنا کردن زبان نوشتاری مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ برای زبان تصویری شبیه سازی کنند. به همین صورت فرم‌ها و نشانه‌های تصویری جدید به سرعت ظهور کردند.

Fuse یک پروژه تحقیقی در مورد زبان است و طراحان را به گسترش طراحی تجربی حروف فرامی‌خواند، به این شرط که به دنبال یک جریان فکری برای بخشیدن قابلیت تصویری به کلمات باشند. طراحان نیز حضور خود را با ارائه یک پوستر به قطع A2 اعلام کردند.

به این ترتیب Fuse اقدام به انتشار یک نشریهٔ الکترونیک کرد و برادی برای هر شماره نیز پوستری را طراحی کرد. در هر شماره علاوه بر دیسکت کامپیوتری که حاوی حداقل ۵ فونت طراحی شده است، پنج پوستر دو رنگ نیز در یک جعبه مقوایی جای گرفته است. Fuse با برقراری پیوند میان چاپ و نمایش روی صفحه مانیتور و تفاوت این دو روش از نقطه‌نظر نگهداری پایدار و نمایش آن، تبدیل به سکویی برای ارتقای گفت‌وگوی دیجیتال شد و مسیر ارتباطات را تغییر داد. Fuse همچنین کوشش می‌کند که استانداردهایی برای تایپ متقابل Interactive ایجاد کند. حروف Fuse با همسویت کپی رایت همراه نیستند. کاربرها می‌توانند از طرح‌ها استفاده کنند و در آن‌ها دخل و تصرف کنند تا شاید بتوانند چیزی تازه‌تر و بهتر ارائه دهند و این که آیا می‌توانند این ایده را پله‌یی جلوتر

ببرند؟

Fuse در سطحی آموزش کار می‌کند و فعال‌ترین مخاطبان آن دانشجویان هستند که Fuse برای آن‌ها بخش تحت عنوان Student Fuse تأسیس کرده و نمایشگاهی نیز از آثار دانشجویان برپا می‌کند. Fuse تمام طراحان تایپوگرافی را که در زمینه‌یی خلاقانه فعالیت می‌کنند و تا روند کاری ویژه و نو ارائه دهند دعوت به همکاری می‌کند.

Fuse سعی می‌کند که جریان بی‌نظم ارتباطات را سامان بخشد و حساسیتی مسئولانه را برانگیزاند.

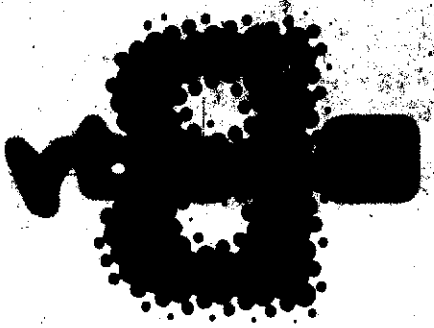
Fuse به عنوان نخستین پله در مسیر رسیدن به فرم‌های جدید فونت‌های الکترونیک به شمار می‌رود و مسلماً آخرین حرف نیز در مورد فرم‌های انتزاعی تایپوگرافی نیست.

Fuse در ارائه حس آزادی به طراحان در برابر قواعد سنتی یگانه است. این آزادی باعث پیشنهاد نظریه‌هایی جسورانه در باب تحول ارتباطات را می‌شود.

برادی در سخنرانی خود در کنفرانس Fuse می‌گوید: «قصد ما این بود که به درون ساختار الفبا نفوذ کنیم و حالت‌هایی از حروف را به تصویر بکشیم که در زبان نوشتاری پنهان هستند. فرم‌های نگاتیو به همان اندازه حروف که به صورت پوزیتیو ظاهر می‌شوند مهم هستند. خوانایی یک نکته مهم است که باید مورد توجه قرار گیرد. من می‌خواستم که نقش تایپوگرافی را از سودمندی و اطلاع رسانی صرف خارج کنم و آن را بیشتر تصویری سازم.»

Eric Kermann می‌گوید: «هر چه دقیق‌تر به یک واژه نگاه کنیم، مفهوم خود را بیشتر آشکار می‌کند و این نکته را روشن می‌کند که بینندگان باید به چشمان خود ایمان داشته باشند، با قلب و عقل خود آن را بنگرند و آن را تنها یک نام نبینند.»

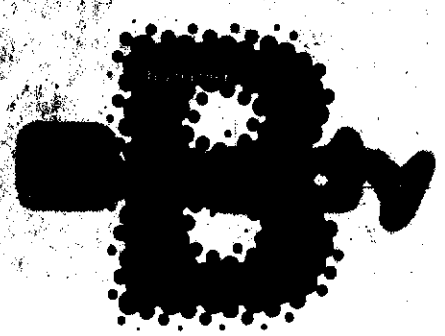
همچنین Fuse نیاز به پرورش و توانایی در ابراز احساسات و تجربیاتی را که نمی‌توانند در قالب یک برنامه کامپیوتری جای گیرند، یادآوری می‌کند.



elliven

طراحی امروز
تزئینی و خودتکرار

روندا روبینشتین
Rhonda Rubinstein



neville

نوبل برادی ۷۲ ساعت را به همکاری با گروه فرا-طراحی Meta Design در جریان اولین کنفرانس Fuse در آمریکا - سن‌فرانسیسکو - گذراند. در خلال این مدت روندا روبینشتین نویسنده و مدیر هنری با ستاره طراحی گرافیک به گفت‌وگو پرداخت. آن چه می‌خوانید گزیده‌یی از این گفت‌وگوست.

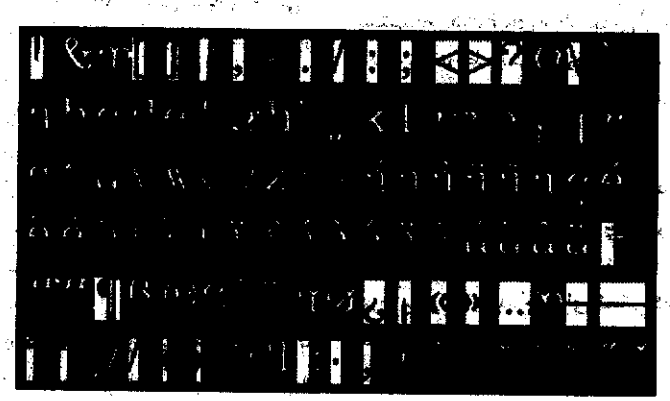
عنوان شده بود که کنفرانس Fuse قصد دارد مسیری را از مبدا تکنولوژی تا مضمون و ملزومات تکنولوژی روشن کند. آیا می‌توانید کمی در این مورد توضیح بدهید؟

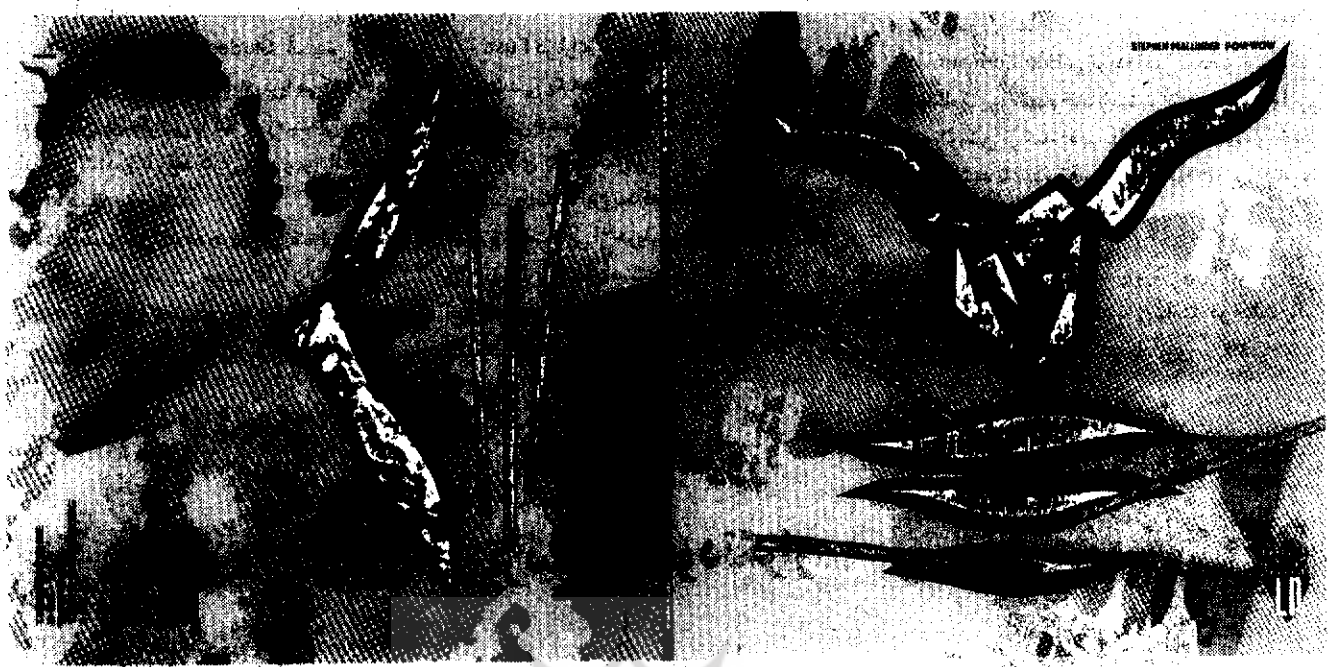
پرسش‌های اصلی در این کنفرانس این است که چگونه می‌توان تجارب را اشاعه داد؟ دیگر این که چه باید بکنیم وقتی اطلاعات را کافی و راضی‌کننده نمی‌بینیم؟ اطلاعات دلیل و بهانه‌یی برای تکنولوژی است. و به تنهایی قانع‌کننده نیستند. شما نمی‌توانید فقط جاده بسازید، مسیرهای بسیاری وجود دارد که باید با مسیرهای دیگر ارتباط داشته باشند. چه باید بکنیم؟ چرا باید از این ابزار استفاده کنیم؟ ذکاوت جایگزین اندیشه شده و تکنولوژی جایگزین احساس. تمایل به این است که تکنولوژی عظیم‌تری را خلق کنیم و این به عدم توجه به مضامین و ملزومات آن منجر می‌شود، ما ابزار تکنولوژی را بیش از حد به کار می‌بریم.

سایت اختصاصی هنرمندان، موسیقیدانان و معماران برای اجرا و بیان هنری با زبان کامپیوتر، طراحی شده است. اما چرا این سایت The New Body Electric (بدن جدید الکتریکی) خوانده می‌شود؟

اصل و مبنای Body Electric «نیروی زندگی چینی» Chinese Chi است یا انرژی‌یی که مربوط به نیروی حیات Chi است و به زندگی ما و یا تمام این نوع پردازش‌های درونی مربوط می‌شود.

New Body Electric از درون این ایده در آمده که ما نحوهٔ ارتباط انسانی را با تکنولوژی و جغرافیای جدیدی که خلق می‌کند فرانگرفته‌ایم و واقعیت این که ما در





حال باز-تعریفی خود هستیم. ما خود را بر مبنای مدیومی که ما را احاطه کرده تعریف می‌کنیم. خود را بر مبنای توانایی فرد در برقراری ارتباط و جست‌وجوی ارتباطات تعریف می‌کنیم. ما حس درون-پردازی را از دست داده‌ایم.

این چگونه به طراحی مربوط می‌شود؟

به طراحی مربوط است چراکه طراحی مبدل به یکی از راه‌های آشکار ساختن این نوع جریانات درونی شده است. یکی از راه‌های داشتن دغدغه در مورد سبک و تکنولوژی است. *من می‌توانم دوباره بیاندیشم پس هستم.* I Can Rethink Therefore I Am. ۵۰ یا ۱۰ سال پیش طراحی تنها در قلمرو خلاقیت طراحان موجودیت پیدا می‌کرد، اما اینک تبدیل به تمایلی همگانی شده است.

چرا فکر می‌کنید که طراحی قدرت خود را از دست داده است؟

چون قدرت تأثیرگذاری‌اش را از دست داد و در خود تکرار شد، به نوعی خودشیفتگی رسید و توان فرهنگی برای تغییر چیزها را از دست داد. باور من این بود که طراحی دارای قدرتی مشابه دیگر شاخه‌های هنری است و به عنوان آینه‌یی جریانات مخفی و غیرمعمول جامعه را آشکار می‌کند، اما بسیار تزئینی Decorative و خود تکرار Self-Referetial شد.

چرا سن‌فرانسیسکو را برای Fuse انتخاب کردید؟

یکی از دلایلی که Fuse در سن‌فرانسیسکو مستقر شد این است که صنایع فرهنگی صنایع حمایت‌کننده‌اش (مانند صنعت نرم‌افزاری) در این منطقه متمرکز است. بنابراین حال به یک نقطهٔ اشباع از گسترش ابزاری دست یافتیم. گرفتاری ابزاری بسیار دست‌وپاگیر است.

تصور شما از خشک بودن تکنولوژی چیست؟

تکنولوژی نیروبخش و زمینه‌ساز است، جانور غریبی است و راهی نیست برای این که چیزی را بسازی و همین طور آن را به دست آوری. فرستنده و گیرنده، وسیلهٔ انتقال چیزهای واقعاً تأثیرگذار و ارتباط برقرارکننده، برنامه‌هایی مانند Freehand یا Photoshop هستند. من واقعاً هیچ چیز را تا این اندازه برقرارکنندهٔ ارتباط ندیدم که هر چیز با رد و بدل کردن اطلاعات متقابل تغییر کند.

E.Mail هم همین طور است. سایت‌های Web مانند جاده‌ها با ما ارتباط برقرار می‌کنند. انتخاب‌های مختلفی را به شما معرفی می‌کند. اما تمام این انتخاب‌ها قبلاً پیش-انتخاب شده‌اند.

اما تکنولوژی آزادی بیشتری را برای آفرینش در تایپوگرافی و تصویرسازی می‌دهد.

آن‌ها دقیقاً ما را با لوترک Lautrec و سزان همزمان می‌کنند که تمام عناصر ناباوه‌پشان را تحت کنترل داشتند. اما وقتی که آمریکا اعلام کرد ارتباطات باید صنعت ویژه در دهه ۵۰ باشد فراموش کردیم که طراحی را در صنعت ارتباطات چگونه به کار بندیم. ما تبدیل به تصویرگر یا مدیر هنری و یا طراح تایپوگرافی شدیم، اما هیچ‌گاه همهٔ آن‌ها با هم نبودیم. در حالی که اکنون در شبکه جهانی همه آن‌هارابا‌هم هستیم. ما خودمان را نویسندگان و کارگردانان بزرگی می‌دانیم ولی نیستیم. نظر Fuse برای انجام تمامی آن‌ها این است که ما احتیاج داریم برای این کار [illegible] و ضوابط دیگری بهره‌گیریم. من خیلی از استودیوهای طراحی را می‌بینم [illegible] طراحی می‌کنند و فکر می‌کنند که می‌توانند برای آن‌ها صدا، [illegible] بسازند که نمی‌توانند.

[illegible] کنفرانس را برگزار کنید که در آن مردم احساس کنند که بیشتر در [illegible] شرکت کنند تا ناظر صرف؟ چه چیز این کنفرانس را موفق کرد؟

[illegible] که اگر ما مدلی تعریف شده داشتیم این بود که این کنفرانس یک تجربه و برکه باشد، چه برای کسانی که سخنرانی می‌کردند و چه کسانی که ناظر [illegible] بودند. من از این دوران بهای‌اش را انجام کرد و در شب بارانی سن‌فرانسیسکو ناپدید شد تا پاسخ «چه‌همایش را پیدا کند.) □