



توجه شروین شاهی پور

طراحی گرافیک از ویکتورین تا پست مدرن (۱)

ویکتورین Victorian

با این که ملکه ویکتوریا در سال ۱۸۳۷ تاجگذاری کرد، سبک معماری و هنرهای تزئینی که نام او را یدک می‌کشد، از سال ۱۸۲۰ تولد یافت و تا سال ۱۹۰۰ در انگلستان، آمریکا و بسیاری از نقاط اروپا گسترش یافت. سبک ویکتوریایی نه چیزی ساخته این ملکه مقتدر، بلکه محصول واکنش زیبایی‌شناسانه جامعه نسبت به صنعتی شدن بود.

اگرچه انقلاب صنعتی موهبتی مضاعف در بریتانیا بود. اما با خود جنایت، نابودی جمعی و قدرت گرفتن طبقه خودمحمور نوکیسه Nouveau Rich را نیز به همراه آورد. از اواخر قرن هجدهم تا اواسط قرن نوزدهم از حس مسئولیت اجتماعی، مدنی و هنری انگلیسی کاسته شد و ثروت و تجمل عملاً نیروی محرک فرهنگی به شمار آمد.

به همان اندازه که تمایل به آسایش نامحدود از طبقه ثروتمند به طبقه متوسط گسترش می‌یافت، به همان اندازه زیبایی‌شناسی عوام‌پسند به طور فزاینده‌یی عاری از هرگونه معیار نقادانه گردید. با انحطاط معیارهای زیبایی‌شناسی، هنرمندان دوره ویکتوریایی برای الهام به گذشته روی آوردند. آنان با

مرور لذت‌بخش ویرانه‌های قرون وسطی، مشترکات فراوانی در هنر گوتیک و معماری قرون گذشته با فضیلت‌های عصر خود مشاهده کردند. با این حال عناصر وام گرفته شده از اعصار گذشته در سبک ویکتوریایی کاملاً از فرهنگ اصلی خود جدا شد.

رالف نیکولسون Ralf Nicholson در «تحلیل تزئینات» Analysis of Ornaments 1856 با حمله به طرفداران احیای هنر قدیم می‌گوید: «یک طراح ممکن است که مجموعه‌یی از فرم‌ها و رنگ‌ها را به کمال در کنار یکدیگر خلق کند، اما فاحش‌ترین حماقت‌ها را هم در کاربرد آن به نمایش گذارد.»

پیروان اولیه سبک ویکتوریا سرمست از خودنمایی و جلوه‌گری بودند. پس از نمایشگاه بزرگ ۱۸۵۱ تمایل به تزئینات که بر پایه قالب‌های تاریخی بود به طور گسترده‌یی رواج پیدا کرد.

ویکتوریایی‌ها عقیده داشتند بزرگ نشان دادن سوزه چشم را محظوظ می‌کند. تزئینات نیاز آن‌ها را به یک گواه قابل رویت برای ابراز وضعیت اجتماعی‌شان، فرونشاند. آرایش و تزئینات اغراق‌آمیز کمابیش در هر خانه سبک ویکتوریایی فضایی از آسایش تزلزل‌ناپذیر را

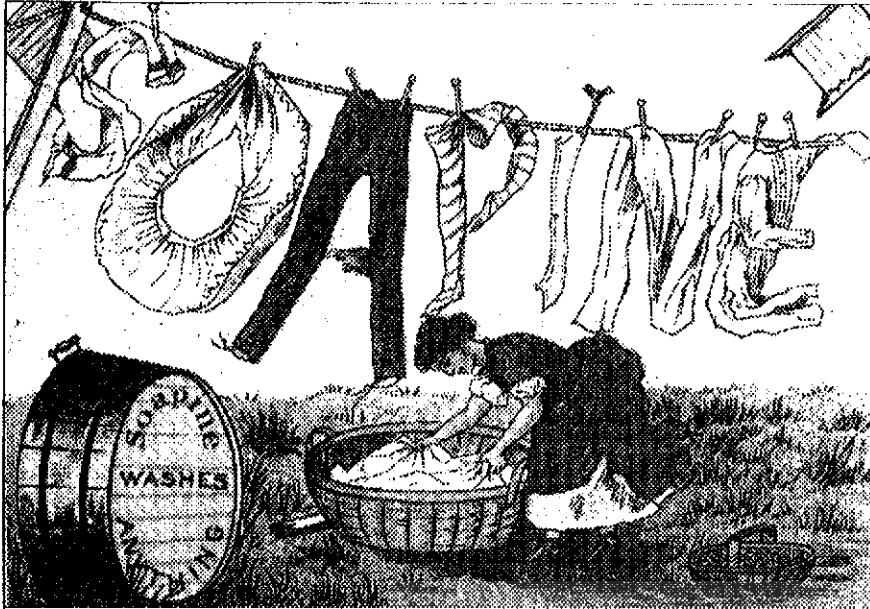
ایجاد می‌کرد و به خوبی نشان دهنده ظاهر شلوغ این سبک است.

ممکن است به نظر رسد که تزئینات به پیروان سبک ویکتوریا محملی برای تفاخر اجتماعی و لذت زیبایی‌شناسانه بخشیده اما یکی از منتقدان معاصر نظر بر این دارد که تزئینات برای پنهان کردن هوس‌های گمراه‌کننده طبیعت بشر به کار رفته است و اگر صنعتی شدن را استعاره‌یی از این هوس‌های انحرافی بگیریم، ویکتوریایی‌ها پیشرفت طراحان خود را در سایه زیاده‌روی‌های تزئیناتی که تقلید نسخه‌دارانه اشکال طبیعی بود، پنهان می‌کردند.

سلیقه ویکتوریایی تنها با این اعتقاد که تزئینات و طراحی را دارای کارکردهای همسان می‌پنداشت، دچار آشفتگی شده بود. معمار و منتقد هنری آگوستین ولیی نورث مور پیوجین Augustus Welby Northmore Pugin این مطلب را عنوان می‌کند که: «هنرمند ویکتوریایی به جای جست‌وجوی راحت‌ترین شکل و سپس تسزین و وسایلی با استفاده کاملاً معمولی، حجم‌هایی می‌سازد با ابعادی عظیم و مسخره و در موردشان چنان اغراق می‌شود که هدف واقعی ساخت

British Victorian

امروزه افراط‌های تزئینی در آثار گرافیکی عصر ویکتورین بسیار غریب به نظر می‌رسد. اما جدای از هنر و سیاست‌های آن دوره، این آثار چایی زیبایی ساده و نوستالژیک دارند. با این حال همواره عذاب این باور گیج‌کننده که تزئینات و سوزه اصلی را هم سنگ می‌شمردند با این آثار همراه بوده است. سده ویکتورین شاهد زوال استانداردهای تایپوگرافی بود و این زوال در استفاده از حروف چاق و تغییر دادن حروف Bodoni و Didot و استفاده از حروف نوع مصری مشهود است.

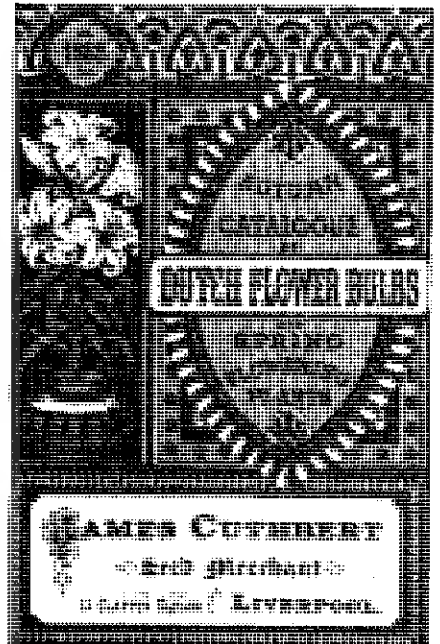


آن‌ها پوشیده می‌ماند.


مفسر دیگری در این باره با مباحث پاسخ می‌دهد: نقاب، چاشنی زندگی است، با این که انگلستان به عنوان پایه‌گذار سبک ویکتوریایی شناخته می‌شود، مراکز بازرگانی در اروپا و آمریکا از طریق رسانه‌های همگانی مکتوب تأثیر آن را احساس می‌کنند. تولید مازاد که محصول انقلاب صنعتی بود رقابت در بازار فروش را افزایش می‌داد و فروشنده‌ها را وامی‌داشت تا تلاش کنند به نحوی امکانات و مزایای کالاها و خدماتشان را به اطلاع خریداران برسانند. برای این منظور پیشرفت‌هایی که در روند چاپ متن و تصویر به طور همزمان صورت گرفت، رسانه جدیدی به نام ایلوسترسیون تبلیغاتی را در دامان خود پرورش داد. و به زودی به بانکی برای اعلام مزایای شیوه زندگی ویکتوریایی تبدیل شد.

معیارهای حاکم بر تولید هنرهای گرافیکی - که هادی هنرهای تزئینی بودند - انگشت شمار بوده و با گام‌های بلندی که تکنولوژی برمی‌داشت هیچ تشابهی نداشتند.

مشخصه کارهای چاپی تبلیغاتی دوره ویکتوریا همراه با تزئین کاری‌های شایع این عصر بود که اغلب از ویژگی‌های عجیب و غریب معماری معاصر آن روز تقلید می‌کرد. تصاویر بیشتر به صورت خام و خشن طراحی و حک می‌شد. حروف نگاری Typography مشخصاً ضعیف بود. تقاضای تاجران برای اعلانات مشخص، به نمایش قالب‌های پرداخت شده از حروف جدید به نوع حروف تاپیی زیبای Bodoni و Didot قرن هجدهم شدیداً آسیب زدند و آن‌ها را زشت کردند و از



A L'CEIL
8 Rue Rivoli, Rue Malher, 1
ET DE ROU DE SICILE, 1



ON DONNE A L'CEIL.

1 Belle Redingote	200
1 Pantalon Noir	12
1 Gilet Noir	10
HABILLEMENT COMPLET. 400	

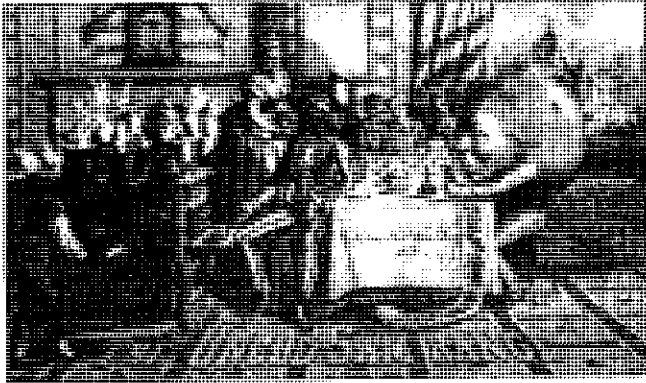
A L'CEIL

ریخت انداختند. این بدل سازی پست که حروف فربه Fat Face Type نامیده می‌شدند، مبدل به علامت قالب‌های اولیه سبک ویکتوریا شد. با مهارت یافتن حروف سازان در رسانه خود، حروف خطی، دور سفید و سایه‌دار بسیار بیشتر مورد استفاده قرار گرفتند.

حروف مصری که در پی کشورگشایی ناپلئون در مصر مورد بازرگاری قرار گرفته بود، به حروف فربه پیوست و تبدیل به یکی از اصلی‌ترین فرم‌های حروف نگاری قرن شد. قالب‌های چوبی به علت استفاده مداوم چاپگرهای تجاری در انگلستان و دیگر نقاط، استفاده عمومی پیدا کرد. سبک ویکتوریایی صفحه‌بندی - تنوع شدید حجم و اندازه حروف که در یک تیتر واحد به صورت فشرده آورده می‌شد - اختراعی مصلحتی بود که به چاپگر اجازه می‌داد که از هر ذره فضای گرانبها استفاده کند. از سال ۱۸۴۵ ماشین‌های پرسرعت چاپ میزان کارهای چاپی را به اندازه‌ی افزایش بخشید که بسیاری از مناظر شهری با اعلامیه و پوسترهایی که سانت به سانت دیوارها را می‌پوشاند مورد تجاوز قرار گرفت.

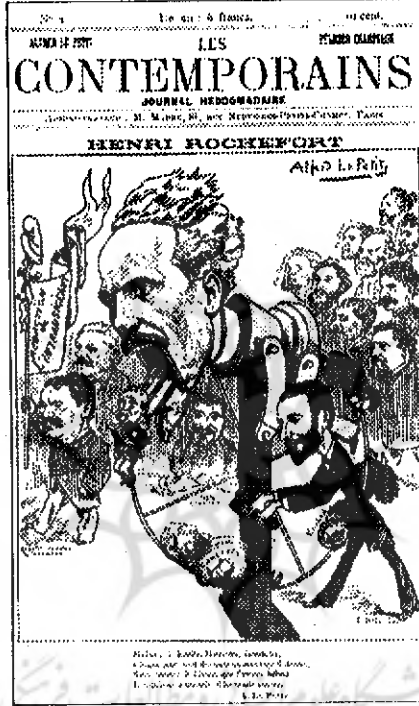
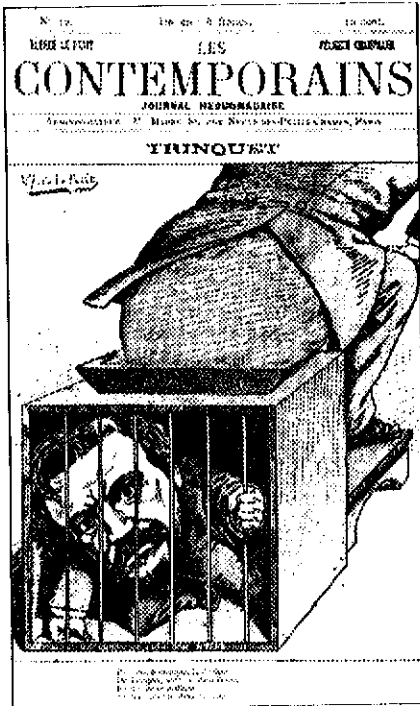
قوانینی وضع و مالیات‌هایی در نظر گرفته شد تا به مقابله با این حمله گرافیکی بپردازند و سرانجام تبلیغات محدود به نواحی خاصی شد. اما تبلیغ‌گران همچنان به حیات خود ادامه دادند و حرفه‌شان به یکی از واقعیت‌های مسلم زندگی بدل شد و به تدریج هنر تبلیغات نیز با آن تعالی یافت.

از دهه ۱۸۶۰ جریانی از صنعت‌گران و پیشه‌وران تحصیل کرده وارد هنر تبلیغات شدند و در نتیجه



American Victorian

شیوه غالب گرافیک آمریکایی در قرن نوزدهم الهامی بود از فرم کارهای انگلیسی و آلمانی که اغلب هم آن‌ها را در نشریات آن زمان تصویرسازی می‌کردند. تایپوگرافی در این کارها معمولاً محافظه کارانه است. لافال از زمانی که متوجه شدند بخش مهم و ویژه اثر تصویر آن است. با روی آوردن جامعه آمریکایی به مصرف‌گرایی پس از جنگ‌های داخلی، نیاز به آموزش مردم در مورد محصولات تولید شده، آگهی‌های ساده کارخانه‌ها را به تبلیغات گسترده بدل کرد. همان پیشرفت‌های تکنولوژی که موجب انباشته شدن بازارها از اجناس مختلف شده بود با تأثیر خود بر روی صنعت چاپ دریچه‌های تازه‌تری را به روی تبلیغات می‌گشود. پوسترهای این دوره غالباً فقط به منظور آگاهی دادن و جلب مشتری بود و توجه کمتری به طراحی هنری آن می‌شد. در اواخر دوره با ظهور امکانات چاپ رنگی بازرگانان متوجه شدند که تبلیغات رنگی تأثیر بیشتری می‌تواند داشته باشد. چاپ رنگی - مانند تلویزیون رنگی در یک قرن بعد - استعاره‌ی بود از گستردگی و فزونی امکانات.



French Victorian

فرانسه نیز مانند انگلستان و آمریکا تحت تأثیر انقلاب صنعتی و به صحنه آمدن طبقه متوسط قرار گرفت. همچنین از سال‌های ۱۸۳۰ فرانسه متأثر از افکار جمهوری خواهی و انقلابی شد. عمده طرح‌های اولیه گرافیکی فرانسه طرح‌های سیاسی و اجتماعی افرادی نظیر **Henri Meunier**, **Honoré Daumier**, **Charles Philipon** و... بود. کمی بعد کاریکاتورست‌هایی از جمله **Alfred Le Petit** و **Ardre Gill** طرح‌های «کله بزرگ» - بدن کوچک» را رواج دادند. استاندارد تایپوگرافی در فرانسه نیز ضعیف بود تا این که حدود سال‌های ۱۸۷۰ **Jules Chéret** انقلابی را در طراحی پوستر پایه‌گذار ده که پیوندی بود میان تصویر و متن که می‌توان آن را ریشه‌های هنر فرانسه دانست.

کم‌کم طراحان به بن‌مایه‌ها و تزئینات هم شکل استاندارد شده‌ی متکی شدند که از طریق کاتالوگ‌های چاپی فروخته می‌شد.

حکاکی روی چوب، کلیشه‌سازی و حروف گوتیک اروپایی در نهایت راه را برای ظهور اشکال منحنی‌دار، ارگانیک و منحنی - خطی گشود.

سبک ویکتوریایی در طول استیلای ۷۵ ساله خود به گونه‌ی تکامل یافت که از عامل تجدید حیات نوستالژیک گوتیک، به پیش‌تاز مدرنیسم تبدیل شد. □

کارهای چاپی از یک طرف جاذبه بصری بیشتری یافت و از طرف دیگر از لحاظ ادراکی شکلی پیچیده‌تر یافت. البته برخی از آن‌ها نیز بسیار زیبا بودند.

پیشرفت‌های تکنولوژی، که مشخصه عصر ویکتوریا بودند همراه با تغییر سیمای آن، در طول سده نوزدهم ادامه داشت. نخست با پیشرفت چاپ رنگی **Chromolithography** در آلمان و آمریکا در دهه ۲۰ قرن نوزدهم میلادی و سپس در پایان سده هنگامی که دوربین به پیدایش کلیشه‌سازی به وسیله عکاسی **Photoengraving** انجامید.

