

آشنایی با طراحان گرافیکی
معماصر جهان

کیوستی واریس و طراحی فنلاند

Juha Tantu
علی وزیریان

پروژه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال بین علوم انسانی

پوستر نمایشگاه شخصی کیوستی واریس.
کلاغ نوعی بازی با کلمه در خصوص مفهوم «واریس» است که در زبان انگلیسی کلاغ معنی می دهد

سازمان
پست

توجه قرار گرفتند، واریس روش تازه‌ای در پیش گرفت. پوست‌های او معانی تکان‌دهنده‌ای را که نسبتاً کلامی بودند تداعی می‌کرد. نیازی به کلمات نبود، یا لااقل تنها به کلمات معدودی (برای القای مفهوم پوست) نیاز بود، چنانکه در پوستر ایمنی مربوط به ترافیک مشاهده می‌شود: «تخم مرغی روی سقف یک اتومبیل و سادگی، خوش‌بینی و سرزندگی موجود در این شعار: چهارشنبه بدون تصادف» واریس معتقد است که اگر پیام تصویری به قدر کافی قوی باشد، حضور کلام غیر ضروری است، چرا که تصویر به خودی خود زبان مستقلی است.

واریس با خوشنودی تصدیق می‌کند که آثارش با آثار ساوینیاک، طراح فرانسوی نزدیکی دارند. او آثار این طراح فرانسوی را طنزآمیز و حتی مسخره، اما همواره تأثیرگذار می‌داند. او مجذوب مسایل مربوط به ارتباط جمعی است. مسأله‌ای او را برمی‌انگیزد و خلاقیت او را تحریک می‌کند. در نگاه اول به نظر می‌رسد که کارهایش خودبخود و فی‌البداهه به وجود آمده‌اند، اما کار او با شناخت عمیق «موضوع»، تشریح و تبیین و احاطه بر آن و تمرکز شدید برای حل مسأله مورد نظر همراه است.

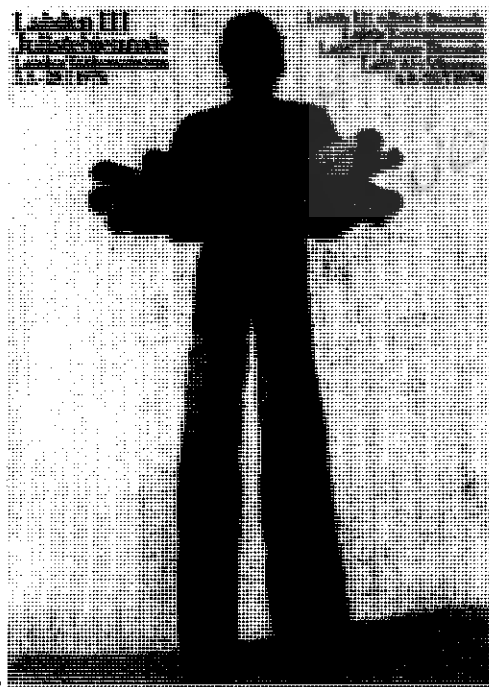
واریس می‌گوید: «همیشه با این فکر شروع می‌کنم: چگونه موجز خودم را بیان کنم؟» او از مغز به عنوان بانک اطلاعات سخن می‌گوید. جوابها را در اینجا می‌توان یافت: جوابهایی که محصول کارهای قبلی‌اند. مسأله این است که آدم

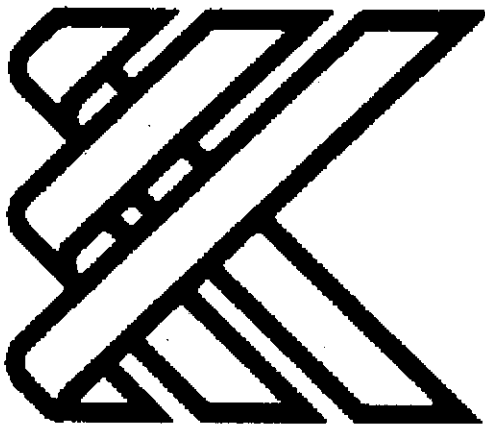


کیوستی واریس می‌گوید: «چشم‌انداز فنلاندی سرچشمه طراحی هنری و نیز طراحی گرافیک فنلاند است.»

او دوره کودکی‌اش را در جنوب شرقی فنلاند به یاد می‌آورد که وسایل کشاورزی زیبا و در عین ظرافت و سادگی آن را احاطه کرده بود: «دهقان فنلاندی چشمی تیزبین و حسی لطیف داشت که به کار طراحی و ساخت وسایل مورد نیازش می‌آمد. این میراث ماست: اتحاد میان زبان بومی ساده و فرم و کارایی و سودمندی.» آثار کیوستی واریس دارای ایجاز، صراحت، شکل ناب و غالباً طنز و سرزندگی است. پانچ کردن و پیراستن را با کار در یک شرکت تبلیغاتی آموخت که از سال ۱۹۵۷ شروع شد. اما پیش از آن درباره تایپوگرافی مطالعه کرده بود. بنابراین عجیب نیست که افکار و کارهایش نشان‌دهنده تأثیر حروف هستند.

او در ابتدا پوسترسازی و طراحی «لوگو» را نوعی سرگرمی تلقی می‌کرد و در اوقات فراغت خود به آنها می‌پرداخت. اما چون این کارها بلافاصله مورد





کزیزومالدینی ای، یک روزنامه



سروی سیستم، شرکت ملی خدمات محیطی و پاکیزه سازی



نشانه مؤسسه داروهای صنعتی

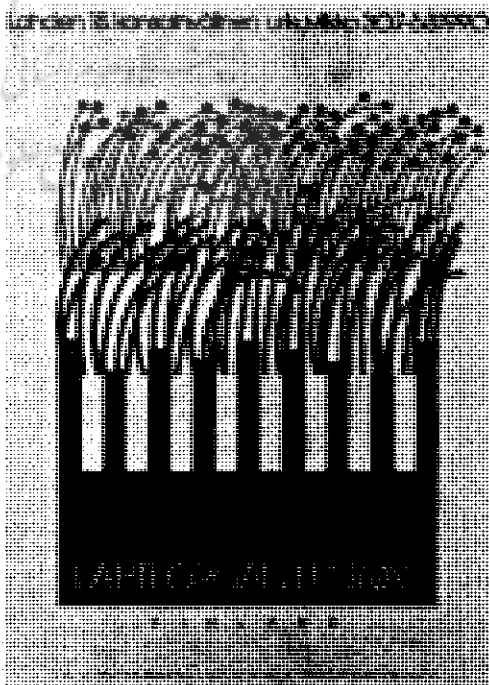


مپیلدینن،

بزرگترین بیمارستان خصوصی فنلاند، متخصص جراحی قلب

چطور زیرکانه از ذهن استفاده کند. چطور آن را به کار بگیرد، حلقه الهامبخش وظایف و راه حل هایی که یکی از دیگری نتیجه می شوند.

واریس که اکنون سه دهه است با ابداعات خویش و ربودن جوایزی در فنلاند و خارج از کشور موجب شگفتی و مورد توجه دنیای رسانه هاست، می گوید: «البته طراح موظف است که مدام خود را تجدید و احیا کند. تجدید و احیا خود به معنی پیروی از جریانهای موجود نیست، بلکه تفکر خود هنرمند باید پشت همه چیز حضور داشته باشد و شایسته است که طراح نسبت به شخصیت حقیقی خود وفادار بماند.» کیوستی واریس ذاتاً طنزپرداز است. همان گونه که طراح گرافیک برجسته ژاپنی، یوساکوکامه کورا، درباره او گفته: «واریس استفاده از طنز، برقراری ارتباط و انتقال پیام را به نحو تحسین برانگیزی انجام می دهد. بسیاری از طراحان گرافیک از جمله ساوینیاک، فرانسوا، فولون و شیگنو فوکودا از طنز به عنوان تمهیدی بیانی استفاده می کنند. اما کار آنها از خونگرمی و سلامت موجود در طنز واریس بی بهره است. به نظر من ویژگیهای خاص و دلپذیر آثار واریس از شوخ طبعی لطیف و روستایی او ناشی می شود. احتمالاً همین مسأله، کلیدی برای درک معیارهای فرهنگی متعالی فنلاند به دست می دهد.» واژه «واریس» به معنی کلاغ است. شاید همین نکته نقطه شروع مناسبی برای شوخ طبعی این هنرمند گرافیکست محسوب می شود. او روی لوگوی کلاغ

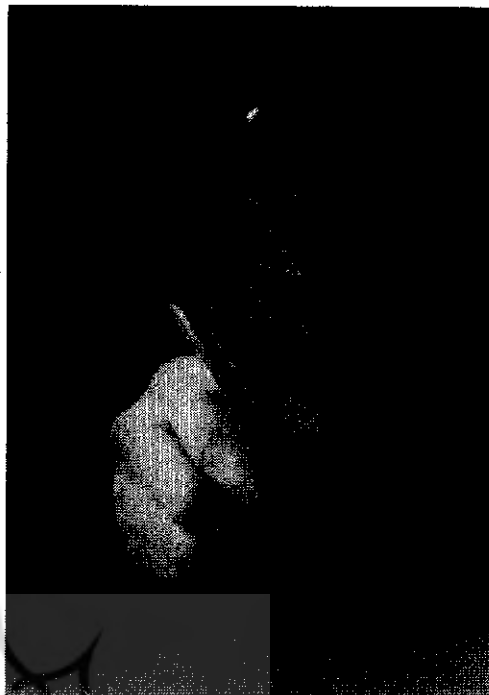


پوستر جشنواره ارهتی ارکان

لیبرین : چاپ خندگان طرحهای عالی، یوستن چاپخانه لیبرین که به واسطه کیفیت عالی کارش شهرت دارد. بهاسمیر ۱۸۸



تصویرسازی برای روی جلد هفته نامه



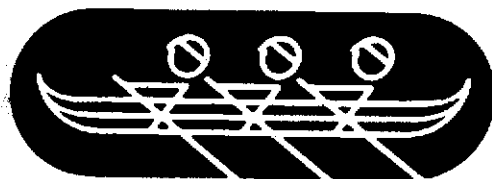
خویش به صورتهای مختلف و با استفاده از مواد و مصالح گوناگون بارها و بارها کار کرده است. اکنون سی سال است که این تصویر کوچک کلاغ آگهی‌هایی را که جوایزی کسب کرده‌اند تزیین نموده است. و هدایای جالبی که او طراحی کرده. نامه بازکن، کاغذ خشک‌کن، یا «آکارینا»یی به شکل کلاغ. به درد کلکسیونرها می‌خورند. همکاران فنلاندی واریس تصدیق می‌کنند که «آثار وی به هیچ وجه آکادمیک نبوده و با تزیین هم میانه‌ای ندارند.» آثار او، از جمله پوستره‌های سالانه و بسیاری از نشانه‌های تجاری دههٔ شصت وی، مورد استقبال قرار گرفته‌اند. برخی از آثارش، برای مثال، «کلارینت مارگونه» ای که برای «جشنوارهٔ موسیقی جازپوری» طراحی کرده است، توجه و تحسین طبقات روشنفکر را به خود جلب کرده و جریان‌ساز بوده‌اند. مشهور است که کار او همیشه «گیرایی» خاصی دارد، خصیصه‌ای به طور مشخص غیرقابل تعریف است. چگونه یک طراح می‌تواند رشد خود را تداوم بخشد و همواره اثری نو بیافریند؟ واریس می‌گوید: «کافی است که تو همیشه کنجاکو و آمادهٔ کار باشی، خواه هنگامیکه در سفری طولانی هستی و خواه زمانی که با آدم جالبی برای صرف نوشابه در رستورانی نشسته‌ای.» باید مدام گوش بزنگ بود، ارتباط برقرار کرد و آنمهای طبقات مختلف اجتماع را شناخت. باید وقت صرف کرد، انواع کتاب و مجله را خواند و موسیقی گوش کرد. وقتی طیف دلبستگیهای آدم وسیع



ساون سانومات، یک روزنامه، چاپخانه و انتشارات



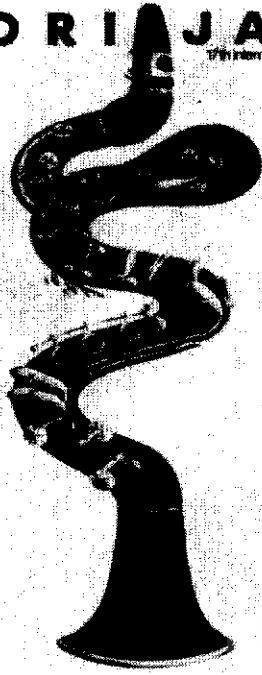
نشانه کیوستی واریس



نشانه جشن سالانه کاله والر، حماسه ملی فنلاند

PORI JAZZ

17th International Jazz Festival
12-15 July 2002



پوستر جشنواره جاز پوری که یکی از نوازندگان اصلی اش بنی گوین بود. تاریخ ۱۹۸۷

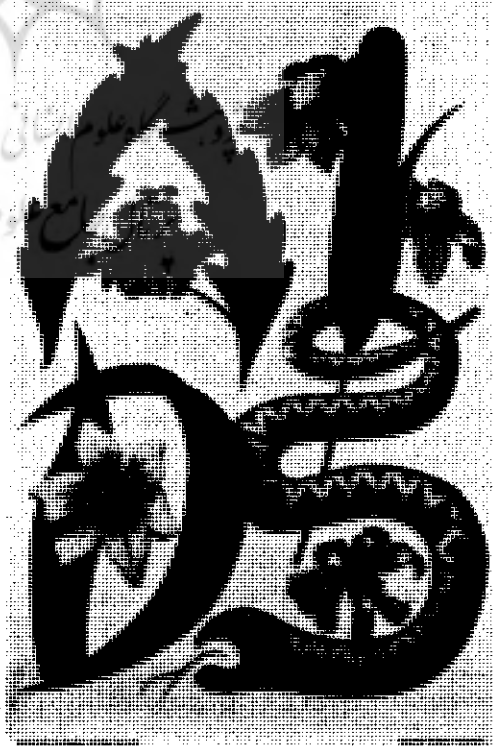
پوستر برای مسابقه اسکای در فنلاند



گرافیک محدود است اما معیارهای کیفی و مهارتهای حرفه‌ای در سطحی بسیار بالاست. این امر در نمایشگاه‌های بین‌المللی مشهود است. «یک گروه طراح گرافیک ۲۵ تا ۳۰ ساله در حال ظهور است که شمار روزافزونی از زنان مستعد را در برمی‌گیرد.» ممکن است فنلاند کوچک باشد، اما از نظر تولید کاغذ کشور بزرگی است. صنعت کاغذسازی فنلاند که شهرتی بین‌المللی دارد و در کل جهان واجد برتری کیفی محسوب می‌شود، طراحان فنلاندی را ملزم به انجام همه نوع کاری کرده است: از بسته‌بندی کاغذ «رول» گرفته تا تصویرسازی تقویم، از تهیه گزارش‌های سالانه گرفته تا بسته‌بندی محصولات شرکتها. دنیا استقبال گرمی از هنرهای گرافیک کرده است.

باشد. همواره برای کار آمادگی خواهد داشت. واریس درباره‌ی طراحی گرافیک در فنلاند یادآور می‌شود که جمعیت فنلاند فقط پنج میلیون نفر است که از جمعیت اغلب شهرهای بزرگ کمتر است. با توجه به این جمعیت کم، اگرچه تعداد طراحان

کیوستی واریس اعتقاد ندارد که اروپای آینده باید از گرافیک «پان-اروپایی» صعود کند. «در اقصا نقاط اروپا پیوندهای بیشتری ایجاد خواهد شد، و احتمالاً بیشتر با اروپای مرکزی و میراث گرافیک انگلستان هماهنگ خواهد بود تا فنلاند.» شرکت خصوصی واریس بر خلق تصاویر شرکت‌های تجاری تمرکز دارد: «هویت هر شرکت امر حساسی است که باید با زبان شهودی و حس رقابت و شایستگی به آن نزدیک شد. هر شرکت هویت خود را به آسانی، فی‌المثل با نسخه‌ی پزشک کسب نمی‌کند.» اما احتمال اینکه کیوستی طراحی پوستر را کنار نهد، کم است. در آینده شاهد پوسترهایی خواهیم بود که در همان نظر اجمالی، نه تنها پیامی را به ذهن متبادر می‌کنند، بلکه مهر کاملاً مشخص واریس را القا خواهند کرد.



ایدن: هدف پوستر انقضاء ماهیت موزیانه این بیماری است.