



فرهنگ طراحی مدرن

گای جولیر

ترجمه‌ی سیدفرزاد آقامیری

انتشارات فخراکیا، ۱۳۸۷

از اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ تاریخ طراحی به‌طور بین‌المللی به‌عنوان موضوع آموزشی توسعه یافت. امروزه در تمامی دانشگاه‌ها مطالعه‌ی تاریخ اهمیت خاصی پیدا کرده است. در مجموع مرور تاریخ طراحی مکملی است برای مطالعات عملی و علمی. اما اگر چه این موضوع مانند هر موضوع دیگری معتبر است ولی در این کتاب شکل ویژه‌ای از موضوع را به خود گرفته است. زیرا تلاش‌های مستمر به‌عنوان طرح عملی موضوع را به تحقیقات دانشجویی ارتباط می‌دهد. بنابراین گرایش به مطالعه‌ی طرح در میان یک تعریف مدرن تحقق یافت. بی‌تردید در انقلاب صنعتی سازندگان تولید انبوه و جنبش‌های مدرن با جامعه‌ی مصرف‌کنندگان بدین‌گونه منطبق می‌گردد. به عبارت دیگر در مطالعه‌ی تاریخ طراحی بخش قابل ملاحظه‌ی درباره‌ی به وجود آوردن اجسامی است که تولید مجدد می‌شود و در بسیاری از جهات به معنای تاریخ طراحی صنعتی است که در میان پیچیدگی‌های جامعه‌ی سرمایه‌داری غربی پیشرفته به کار رفته است. همیشه مدرنیته با تولید سنتی در ستیز بوده و با منطق اقتصادی تولید سنتی را شکست داده است. عمده‌ی این برخوردها را می‌توان در شروع قرن بیستم با عاملیت طراحی دید. بنابراین طراحی به‌عنوان یک پیشرفت در قرن بیستم دیده شده است و ایجاد جنبش مدرن در طی همان زمان‌ها به صورت مفهوم‌هایی از درک و اهمیت طراحی مشخص گردیده که یک متن بدوی و ابتدایی به شکل‌گیری این نقطه نظر کمک می‌کرد.

در سال ۱۹۰۰ یک محاسبه جهانی از طراحی به وسیله یک دیکشنری ارائه شد که می‌بایست حسابرسی توسعه‌ای در اقتصاد جهانی شامل طراحی، می‌نمود. به همین دلیل هر گونه بررسی و حسابرسی طراحی می‌بایست در خارج از مرزهای سرمایه‌داری جهانی گسترش می‌یافت.

در مطالعه‌ی اوایل قرن بیستم لازم بود فعالیت‌ها و بحث‌های شخصی و انستیتوهای هنری و معماری و هنرهای دکوراتیو یا سوابق فلسفه‌ای آنها با توسعه‌ی محصول مکانیزه شده منطبق و رشد یابد. مبتکران و آغازکنندگان در شکل‌گیری تعریف مدرن طراحی نقش مهمی داشتند. می‌توان گفت روند طراحی نه فقط یک فرآیند است بلکه یک چرخه ایدئولوژی و ابزار بیان کردن اشتیاق ملی و همکاری دانشگاهی است که در سال ۱۹۸۰ به وسیله‌ی بسیاری از کشورها انجام شده است.

از دهه‌ی ۱۹۸۰ بسیاری از کشورها در حیطه‌ی نفوذ سرمایه‌داری غربی قرار گرفتند. در واقع دهه‌ی ۱۹۸۰ به بعد یک رشد طراحی صنعتی را دربرداشت. دهه‌ی ۱۹۹۰ رشد سه موضوع مهم در طراحی بیان‌کننده‌ی رابطه‌ی تولیدکننده با مصرف‌کننده می‌باشد. اول نقش مرکزی بیشتر در تولید و مدیریت خودمان بود، به همین دلیل جهانی‌سازی همراه تولید مضاعف تحت تأثیر دایره‌های بحرانی افزایش یافته قرار گرفت. دوم اینکه رسانه‌های جدید باعث فراهم کردن یک سکوی جدید برای ارتباط و توزیع محصولات فرهنگی مانند بازی‌های ویدیویی و نیز ابزار و طراحی و غیره شد. سوم اینکه فشار بر روی سیستم‌های مطمئن و قانون‌گذاری‌های دولتی برای اشکال دوستانه زیست محیطی مصرف فراهم شد.

در مجموع این کتاب یک جمع‌بندی از طراحی در مدرنیته و بعد از مدرنیته را ارائه و اطلاعاتی ارزشمند از مراجع و واقعیت‌های بسیار و توافقات انجام شده در زمینه‌ی طراحی به ما عرضه می‌کند.