

تاريخ التصميم الجرافيكي



السنة الرابعة

قسم الاتصالات البصرية



منشورات جامعة دمشق
كلية الفنون الجميلة

تاريخ التصميم الغرافيكي

الدكتور أحمد يازجي
مدرس في قسم الاتصالات البصرية

١٤٣٢ - ١٤٣٣ هـ

٢٠١١ - ٢٠١٢ م

جامعة دمشق



09	- مقدمة	1
11	الفصل الاول	
	الغرافيك في فترة ما قبل التاريخ	
13	- الملامح الغرافيكية عند الإنسان القديم	
16	- الغرافيك في الرسوم الفرعونية القديمة	
18	- فن الغرافيك عند الميزوبوتاميا	
22	- الفينيقيون	
24	- أصل نشوء الحرف اللاتيني	
26	- الغرافيك في الفن الإسلامي	
29	الفصل الثاني	2
	الغرافيك في عصر النهضة من جوتنبرج حتى بودوني	
31	- اختراع الطباعة وظهور الصحف	
39	- الإعلان	
40	- الرسوم الإيضاحية في الكتب	
45	- الغرافيك في مرحلة الباروك	
47	- الكتاب في مرحلة الرنكوو	
47	- فن الحفر والطباعة	
49	- الطباعة المستوية (الليثوغرافيا)	
52	- تطور السطوح الطباعية الليثوغرافية	
55	الفصل الثالث	3
	الانتقال من فن الغرافيك إلى التصميم الغرافيكي	
57	- بدايات التصميم الغرافيكي في أوروبا	
67	- الغرافيك في الحرب من 1914 حتى 1920s	

4

الفصل الرابع 77

الرواد وأصول التحديثية في أوروبا

- 79 - الغرافيك والمستقبلية
- 85 - التصميم في روسيا السوفيتية
- 88 - ألمانيا بعد الحرب العالمية الأولى
- 103 - فرنسا بعد الحرب العالمية الأولى
- 105 - هولندا بعد الحرب العالمية الأولى
- 107 - التصميم البريطاني قبل وبعد الحرب
- 110 - سويسرا بعد الحرب العالمية الأولى
- 114 - الولايات المتحدة الأمريكية في الثلاثينات 1930s

5

الفصل الخامس 117

نشأة الملصق واللوغو (الرمز) والتايوغرافيا

- 119 - الملصق
- 136 - تصميم اللوغو Logo
- 138 - الرموز العالمية المشهورة Logos
- 140 - التايوغرافيا (الحرف الطباعي)

6

الفصل السادس 161

التصميم الغرافيكي في النصف الثاني من القرن العشرين

- 164 - سويسرا وفنون الغرافيك الحديث
- 172 - الملصق البولندي
- 175 - ألمانيا
- 181 - أواخر الستينات
- 184 - كوبا في الستينات
- 185 - كاليفورنيا الأندر جراوند والبديل في الستينات
- 188 - الاحتجاج 1968 وفيتنام

7

الفصل السابع 191

التصميم في السبعينات وما بعدها

- 195 - النماذج الوطنية والتأثيرات الدولية
- 197 - بدائل النموذج الدولي
- 198 - التصميم الفرنسي الحديث
- 202 - سويسرا بعد السبعينات
- 204 - التصميم الألماني بعد السبعينات
- 208 - التصميم الإيطالي بعد السبعينات
- 210 - الشكل المفهومي

8

الفصل الثامن 213

التصميم في فترة ما بعد الحداثة

- 215 - ما بعد الحداثة
- 217 - بواذر المبشرين بالتصميم ما بعد الحديث
- 219 - التصميم السويسري في فترة ما بعد الحداثة
- 222 - التصميم الغرافيكي البريطاني ما بعد الحديث
- 226 - الموجة الجديدة في التيبوغرافيا
- 234 - التعابير الطباعية الحديثة
- 244 - الملصق المفهومي الجديد
- 254 - الممفيس ومدرسة سان فرانسيسكو

9

الفصل التاسع 261

الثورة الرقمية وما بعدها

- 263 - التصميم بالحاسوب
- 265 - أصل التصميمات الغرافيكية باستخدام الكمبيوتر
- 270 - رواد التصميم الغرافيكي الرقمي
- 274 - إحياء تصميم المجلات
- 282 - وسائل الدعاية التفاعلية والإنترنت والشبكة العالمية
- 291 - المراجع والمصادر



الاتصال البصري visual communication بمعناه الواسع له تاريخ طويل، فعندما كان الإنسان الأول يصطاد للحصول على الطعام كان يقتفي أثر أقدام الحيوانات في الطين.. وهو بذلك ينظر إلى علامة غرافيكية، وبهذا تعود ملامح التصميم الغرافيكي إلى قدم حياة الإنسان الذي كان بطبيعته تواقاً إلى البحث والاكتشاف، مستخدماً كل حواسه وخاصة البصرية لردود أفعاله تجاه الأحداث التي تواجهه، ومعتبراً عما يشغل فكره بوسائله البسيطة ومن بينها التعبير بالرسم الذي ابتكره ليكون وسيطاً بينه وبين الطبيعة.

إن إشارة الغرافيك موجهة إلى الرؤية أو البصر، وهي تخضع لقوانينه، فهي إشارة أحادية، وهي أبسط جزء في الصورة، فتتابعها وتكرارها تأخذنا إلى قيم مادية مباشرة للصورة، وإلى معانٍ ضمنية وثقافية.

إن المعاني في الصور والرسوم الغرافيكية محددة ومتعارف عليها بشكل مسبق قبل الشروع بالعمل والتنفيذ، فهو يعمل في نطاق الحيز المكاني كالطول والعرض والعمق وفي نطاق الزمن، إن استثمار هذه الميزة، وهذه القوة الهائلة للرؤية بأسلوب علمي ومنطقي محسوب، هو هدف الغرافيك المعاصر. هذه الميزة للجرافيك معترف بها منذ الألف الثالث قبل الميلاد منذ أن استعملت خرائط على الطين المشوي.

يعدُّ الرسم الغرافيكي إحدى الوسائل البصرية المهمة التي تركت أثراً هاماً في حياة الإنسان، وما حصل عليها من تطورات في مفاهيمها باستخدام نظريات ومبادئ وأسس وأحاسيس جمالية ساعدت على تقديم الشكل والأداة المعبرة والجميلة للإنسان التي امتلكت الحسَّ الجمالي والوظيفي. أما الأحداث التي مرَّ بها الإنسان فكان لها دور في تطوير حياته، فقد أدى تطور الحضارة القديمة إلى ظهور الكتابة التي استخدمها حمورابي في نقش شريعته على مسلة تصوّر الآلهة، وهي تسلمه مقاليد الحكم ليقنع الناس بذلك، ويعدُّ هذا بداية الإعلان القديم، وبذلك ظهرت الكتابة

Writing التي تعدُّ النظير المرئي للكلام الذي خلَّص الإنسان من النسيان والوقوع في الخطأ من خلال توثيق الحدث أو الفكرة بالكتابة التي تركت أثراً مهماً كوسيلة اتصال بين البشر، وتطورت معها وسائل الطباعة ولاسيما في القرن الخامس عشر باستخدام الحروف المعدنية المتحركة على يد جوتنبيرغ Gutinberg مروراً بالقرن الثامن عشر الذي ظهرت فيه أبجديات مثل Baskervill و Bodoni وصولاً إلى نهاية القرن التاسع عشر إذ ظهر المصق بمفهومه الحديث وظهرت بعض الحركات التي أثرت على التصميم مثل حركة Art nouveau الفن الجديد و Futurisme المستقبلية والدادائية Dadaism والبنائية Constructivisme ناهيك عن ظهور بعض مدارس التصميم مثل الـ Bauhaus الباوهاوس وغيرها في أوروبا وأمريكا لتليها النظرية التحديثية السويسرية في فترة الخمسينات التي انتشرت دولياً، ثم تأثيرات الأحداث السياسية والاجتماعية على التصميم الغرافيكي في فترة الستينات والسبعينات إضافة إلى تأثير التطورات التقنية في الطباعة، والتصوير الضوئي، وانتشار التصميم الشامل Total Design في الشركات الكبرى.

الدكتور أحمد يازجي

الفصل الأول

1

الغرافيك في فترة ما قبل التاريخ

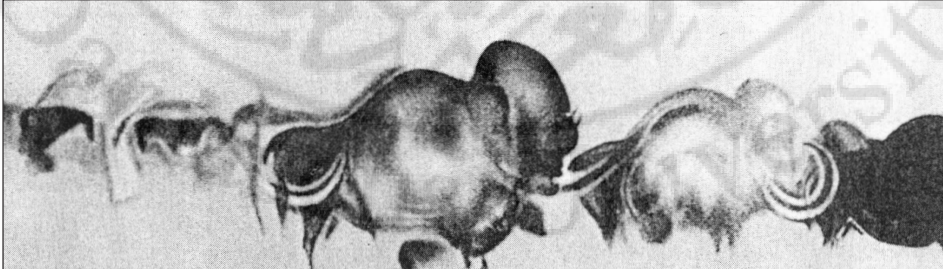
2700-15000 قبل الميلاد



الملاحح الغرافيكية عند الإنسان البدائي

لقد ظهرت ملاحح الغرافيك منذ أن بدأ الإنسان البدائي يسجل على جدران الكهوف ما يشغل فكره من أحداث متعلقة بالصيد والسحر، و كانت الأهداف الأساسية منها مقدرتها على جذب وتملك الشيء المرسوم بحد ذاته، فالرسم كان من أجل التشخيص والحضور للشيء المشخص، وكان بنفس الوقت الرغبة لجمعها في لحظة واحدة، وعند التحدث عن ملاحح التصميم في هذه العصور البدائية القديمة نلاحظ أن الإنسان كان يُعبّر عن شخصيته من خلال الرسومات والأدوات التي يصنعها، وكانت هذه الرسوم والفنون لها أهداف وأغراض دينية واجتماعية كرموز لآلهة لتقديسها وعبادتها لتحميمهم من الشرور، أو رسوم لحيوانات لتحميمهم من الشرور وتخليداً لذكرى صيدها، وتشير الأدوات التي استخدمها في تلك الفترة إلى خطوات الإنسان الأولى نحو حالة التحضر (الشكل 1.1). إن الصياد والرسام في العصر الباليوليتيكي كانا يعتقدان عند تشخيص شيء ما، بأنهما قد وضعا يديهما على هذا الشيء وامتلاكاه. وكانا يعتقدان بأنهما سيطرا على الشيء عن طريق تجسيد صورته... إن هذا لايعني أبداً رمزاً متيافيزيقياً وإنما كفعل ذو هدف محدد، هو فعل التشخيص البصري، وإسقاط الصورة التي تُحدث السحر (الشكل 1.2).

عاش هذا المجتمع على الصيد حيث الاقتصاد مبني ليس على الإنتاج والتصنيع وإنما على منتجات جاهزة يكفي أسرها والقبض عليها. وإن الرسوم الواقعية الموجودة في الكهف عبارة عن أداة سحرية غير دينية، يشبه عملها عمل الفخ الذي يلتقط القنبيصة.



الشكل 1.1 - 10,000-15,000 قبل الميلاد - كان الرسم للتشخيص والحضور للشيء المشخص بنفس الوقت.



الشكل 1.3 - 10.000-15.000 قبل الميلاد
رسوم الإنسان القديم للحيوانات المبسطة في
كهف Font de Gaum.



الشكل 1.2 - 10.000-15.000 قبل الميلاد - الرسوم الغرافيكية
المحوّرة والمبسطة الموجودة في كهف Font de Gaum.

مثال ذلك الرسومات الغرافيكية المحوّرة والمبسّطة الموجودة في كهف (Font de Gaum) حيث نرى الرأس والعينين نوعاً من حفر صيد الوحوش، رسمها الصيادون لاعتقادهم بأن حصيلة الصيد ستكون أضمن عند الإيقاع بحيوان الماموث (الفيل البائد).

إن هذه الرسوم هي نقطة ارتكاز للذاكرة البصرية، تساعد على حضور الشيء المرسوم، والغرض منها فعل التشخيص البصري (الشكل 1.3). ومثال آخر (رسوم الأيدي في الكهوف كطلاسم ضد العين أو كحاجز يمنع النظرة الخبيثة أو الشريرة) فهي رموز لها دلالات معبرة.

كما أن الألوان بالنسبة للإنسان الإفريقي البدائي كانت تحمل معاني سحرية روحية مقدّسة، وتحمل معان عاطفية وثورية، وأحياناً التشاؤم والنحس، لذا كان الفنان يلعب دور الساحر في الوقت نفسه، أما الدين فكان يستعمل القيم التشكيلية كقوى منسّقة للعلاقات بين الأفراد من طرف، وبين المجتمع والطبيعة من طرف آخر، كما تلعب القيم التشكيلية عند القبائل البدائية دور المسجل للتقاليد والمثل الأخلاقية، والأعراف الاجتماعية، كما أن لها دور الناقل لهذه القيم من جيل إلى آخر.

إن عملية التحديد للهيات في رسوم الحيوانات في الكهوف تسعى إلى تشخيص



الشكل 1.4 - 10,000-15,000 قبل الميلاد (رسم تشخيصي من خلال مضاعفة الخط).

هذه الحيوانات للتعرف عليها وتمييزها. لقد كان الفنان البدائي برسومه المبسطة يقوم برصد صفات الحيوانات وأنواعها عن طريق الخط، أي كان يريد إعطاءها حدوداً واضحة، لهذا لجأ إلى تضخيم صفاتها المميزة عن طريق مضاعفة الخط والدرجة اللونية للوصول إلى الحد الأعلى من الوضوح المرئي (الشكل 1.4). إن معرفة الأشياء كالرموز والأقنعة الإفريقية، التي بدت لبعض علماء الآثار الأوروبيين، عبارة عن إشارات زخرفية، وأدوات زينة تُغني المتاحف، وهي مليئة بالمعاني الدينية والسحرية، إنما هي رموز ذات علاقة حميمة بمسألة الوعي والمعرفة، والحياة والموت (الشكل 1.5).

يؤكد علماء الآثار أن هذه الرموز ليس لها من معان ودلالات خارج نطاق شروط استعمالها ودورها الاجتماعي والروحي والمعرفي.

فالأقنعة الخشبية هي عوارض لباب الكوخ الإفريقي، والأعمدة المنحوتة والملونة التي تحمل عارضة البيت، هي حضور إنساني في حالة التيه، تفقد سكان البيت خارج الضياع نحو المعرفة، فهي دلالات بصرية.

وهناك أيضاً نماذج من الرسوم الكتابية للهنود الحمر، وهي عبارة عن رسوم

بيكتوغرافية Pictographe تعبر عن مناظر طبيعية مرتبة على شكل مشاهد تشبه مشاهد المسرح، إن هذه الرسوم تحمل كل صفات الرسم البصري واللوحة العادية، فهي عبارة عن مشاهد تشخيصية، يعبر الفنان الكاتب بوساطتها أحياناً عن مواضيع معينة، والصورة لا تقرأ من اليسار إلى اليمين ولا بشكل عمودي بل تقرأ حسب توزيع الأشخاص ضمن حيز اللوحة، ناهيك عن وجود بعض الإشارات الجرافيكية الموضوعة فوق رأس الأشخاص التي تساعد على لفظ أسمائهم، أي تقوم مقام الكتابة الحالية في اللغة الحديثة، وهي إشارات تم الاتفاق عليها.

الغرافيك في الرسوم الفرعونية القديمة

إن الناظر للرسومات المصرية بشكل عام يرى أن هذه الرسوم الجرافيكية تحمل طابعاً خاصاً يمكن تمييزه عن جميع الفنون الأخرى، وذلك لما تتميز به من هوية بصرية، وتشابهها لطريقة الكتابة الهيروغليفية، بمعنى أن الصورة مقسمة إلى أنساق متوازية، وتنقذ بالنقش الغائر أو النافر، وأحياناً تلون بألوان ترابية، ذات طابع تصويري عفوي.

وتمتاز هذه الرسوم بالصفة التعبيرية، فليس المقصود نقل الواقع بل نقل القصة أو الحادثة بشكل تقرير رمزي متداخل مع الكتابات الهيروغليفية التفسيرية، إذ يرسم الرأس والفخذان والقدمان من الجانب، أما العينان فكانتا أماميتين، ومن دون اهتمام بالمنظور، وتتوضع الأشخاص بجانب بعضها، ويزداد حجمها بازدياد مكانة صاحبها.

يعتمد الرسم المصري على أربع طرق :

- 1 - النقش البارز Bas - Reliefs.
 - 2 - النقوش الغائرة Reliefs en creux وتكون الرسمة على مستوى سطح الحجر (الشكل 1.6).
 - 3 - التصوير الجداري الملون.
 - 4 - التصوير على ورق البردي.
- أما الاختتام فقد وجد عدد قليل من الرسوم التي تمثل مهنة النقش على الاختام، وتعود لعصور سحيقة.



الشكل 1.6 - relief نقش فرعوني غائر مع الكتابة الهيروغليفية Hieroglyphic Alphabet.



الشكل 1.5 - تحليل لرسوم شخوص الإنسان القديم.



الشكل 1.7 - الرسوم الفرعونية مع الكتابة الهيروغليفية Hieroglyphic Alphabet

 a	 ch	 kh	 o	 sh
 à	 d,t	 l	 p	 sh
 a	 f	 m	 per	 t
 ai y	 g	 m	 q,k	 th
 b	 h	 m	 r	 u

الشكل 1.8 - رموز الكتابة الهيروغليفية Hieroglyphic Alphabet

خصائص الغرافيك المصري القديم :

إن العقيدة الدينية القائمة على البعث دفعت الفنان المصري إلى تزيين جدران القبور والمصاطب بمختلف مظاهر الحياة التي أَلَفَهَا المتوفي، كي يستأنس بها عندما تترد إليه الحياة (الشكل 1.7).

أما الكتابة الهيروغليفية فقد نُقِشت على المسلات والتوابيت والمعابد، وعكست قيماً جمالية وخصوصية غرافيكية صُورِيَّة (Pictograme) أي تصور اللفظ. وقد تطورت أشكال أخرى للهيروغليفية، وفقدت أشكال الهيروغليفية ثم الديموطيقية جزءاً كبيراً من تفاصيلها التصويرية الهيروغليفية، ولم يكن لها طابع أو نسب تجعلها متناسقة (الشكل 1.8).

الغرافيك عند الميزوبتامية Mesopotamia

جاء سكانها من جنوب غرب إيران (4000 ق.م)، وأقاموا في بلاد ما بين النهرين في العراق في إقليم سومر، وقد عرفوا بالعبيد (AL-ubayd) نسبة للمكان الذي عثر فيه على أول مخلفاتهم، حيث خزفهم الذي وجد في سامراء على دجلة كان على درجة عالية من الإتقان.

يمكن القول: إن مفهوم فن الطباعة قد بدأ يتحقق في الفن الميزوبتامي قبل آلاف السنين قبل الميلاد، وذلك لما اتصفت به المطبوعات على الطين والحفر على الحجر من مهارات تشكيلية غرافيكية عالية الصنع.

لقد كان الفن السومري الميزوبتامي مميزاً، إذ وجدت مجموعة من الألوان يتمثل عليها موضوع الصراع بين الثيران والأسود، الذي أصبح من الموضوعات المحببة في الفن الميزوبتامي لما يتميز من أسلوب جرافيكي خاص.

إن تفسير الرابطة بين الأسود والثيران في حلبة الصراع، هو أن الناس كانوا يعتقدون بأن الحياة أرض المعارك، يتصارع فيها الأضداد.

في هذه الفترة نجد- في النحت المستدير- أن الرأس في تشكيلاته أقرب ما يكون إلى الطبيعة، إذ تميزت الرؤوس بشعورها المصنفة بأسلوب وملمح اتصفت بها تلك الفترة.

الختم : عبارة عن قطعة أسطوانية، يخرقها ثقب اختراقاً طولانياً في الغالب، ويتراوح متوسط طول الختم عادةً بين خمسة وسبعة سنتيمترات، لكن قطره



الشكل 1.9 - ختم مطبوع لأشكال مبسطة حيوانية وإنسانية.



الشكل 1.10 - مقطع ختم مطبوع لأشكال مبسطة إنسانية وحيوانية.

لا يتناسب مع الطول بشكل ثابت لكنه يبلغ حوالي نصف الطول. يتم عادةً نقش أشكال معكوسة وغائرة على السطح الخارجي للأسطوانة، وتظهر هذه الأشكال ناتئة فيما لو سحبنا الأسطوانة فوق مادة طرية، وكان القدماء يستخدمون الطين كمادة طرية بسحب الأختام عليها، ويوضع سلك معدني في الثقب، ويمكن إضافة عقدة خيط لتعليقه (الشكل 1.9).

أما المواد المستخدمة فكانت في الألف الثالث ق.م عبارة عن حجارة هشة مثل الحجر الكلسي (الشكل 1.10-1.11)، ثم استخدموا المواد القاسية (الهيمايتيت والعقيق اليماني واليشب والعقيق الأحمر والكريستال الصخري الكوارتزي،



شكل 1.13 - مقطع من شكل مطبوع من الختم
يوضح علاقة الشخص مع الكتابة المسمارية.



شكل 1.12 - أشكال
غرافيكية محفورة على الختم
الإسطواني.



الشكل 1.11 - استخدم الختم كعلامة
تجارية أيضاً.

ولا يسعنا إلا أن نقف بإعجاب وتقدير عميقين أمام تلك البراعة اليدوية للنقّاش الذي تمكّن من حفر مشاهد دقيقة وبكل تفصيل على سطح ختم صغير الحجم، ليخلق منه عملاً جرافيكياً متيناً.

استخدام الختم: لقد كان ابتكار الختم نتيجة ضرورية لتطور حضاري، وحصيلة لشروط اجتماعية اقتصادية وبيئية كانت قائمة في سومر، وكان هذا الختم الطريقة أو الوسيلة المثلى للتعبير عن إتمام المعاملات الاقتصادية والبيروقراطية، وذلك لسهولة سحبه على الطين، وسرعة جفاف أثره على تلك المادة الطرية التي كانت متداولة في تلك المنطقة.

وكان الختم متداولاً في البداية في جنوب الرافدين (سومر)، ثم في جنوب إيران، ثم انتشر في سورية ثم انتقل إلى مصر، وقد وجدت أختام مستوردة من بلاد الرافدين في الهند وخليج البنغال، وهي دليل على انتشار العلاقات التجارية، كما استخدم الختم من أجل الملكية الشخصية، أو التعريف بالفرد أو المؤسسة وكذلك كهوية

شخصية، أو كتعويذة وبما تتضمنه من معانٍ سحرية حتى يومنا هذا، فإذا عثرَ فلاح على ختم أسطواني قديم سرعان ما يعلقه معداً إياه تعويذة تحمل مختلف أنواع القوى الخفية، واستخدم أيضاً لختم الوثائق أو البضائع لضمان عدم المساس بها، وختم المعاهدات بين الأفراد أو بين الدول وهنا يأخذ شكل التوقيع، حيث استخدم لختم الرقم المسمارية وسدادة القناني والجرار والأواني الفخارية، ويمكن طبع الختم على الإناء مباشرةً وذلك قبل شيّ الإناء بالنار.

أما وراثة الختم فمعروفة في أختام الملوك وفي العائلات التجارية، فهي تنقل من الأب إلى الابن وإلى الأحفاد.

يتراءى لنا وكأن وسيلة الختم الأسطواني قد استخدمت لغة غرافيكية موجودة في تلك الفترة، لذلك كانت الأختام والرقم المسمارية تشكل قفزة في التطور، استطاعت كل واحدة منها أن تجد من خلال سياقها الصيغة التعبيرية الغرافيكية المناسبة والمثلى من ناحية فعاليتها.

وتبرز روح العصر في كثير من التكوينات والتفاصيل الغرافيكية مثل نوع الرداء، ونماذج الرموز وأجناس الحيوانات، ونوعية الغرافيك الزخرفي، فهذه التفاصيل الغرافيكية تُغني معلوماتنا عن أسلوب كل عصر.

أهمية الغرافيك في الأختام الأسطوانية :

- أهميتها كأعمال فنية وكذلك حقائق تاريخية.
- الأشكال المحفورة على الأسطوانة كان يلاحظ بها التجانس الخاص بالمدرسة الميزوبتامية.
- لقد كان ضاربو الأختام في اليونان يستوحون موضوعاتهم من الرسوم الجدارية، أما في الفن الميزوبتامي فإن الرسامين كانوا يستوحون موضوعاتهم من الأختام المحفورة.
- كانت المواضيع في الأختام عبارة عن مناظر قصصية وأسطورية، تدور حول الاحتفالات الدينية بالقرب من المعبد، وإطعام قطعان المعبد، أو تقديم الضحايا والقرابين أمام المذبح (الشكل 1.12-1.13).
- إن الأختام تبين شغفاً كبيراً لاكتشاف إمكانية التعبير، فمثلاً الأسود ذات رقاب الثعابين كلها تعابير عن القوة الطبيعية للإله، أما الصقر ذو رأس الأسد فهو يشير إلى إله الأمطار المخصبة، وهو الطائر الذي يمثل السحب السوداء.
- يمكن عدّ الختم على الجرار لتلك الفترة علامة تجارية (Tradmarqu).



الشكل 1.15 - رُقْم من الكتابة المسمارية.



الشكل 1.14 - طريقة الكتابة المسمارية.

- أما القوى الطبيعية التي كان يعبدها سكان ميزوبتاميا فقد تمثلت بدورها في هذه الصور أيضاً، فنرى الثيران ذات السنام الواحد أو السنامين والثعابين والهلال ثم الوردة ذات الست بتلات، وهي رمز الآلهة Innan Ishtar.

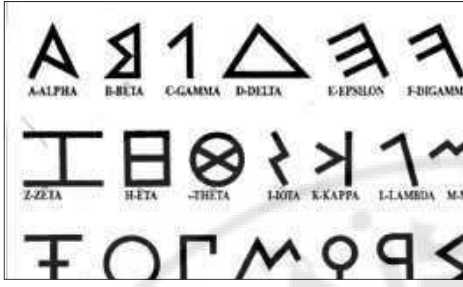
الغرافيك عند الفينيقيين Pheniciens

في القرن 1700 ق.م ، في نفس الفترة التي عاش فيها الميزوبتامييون Mesopotamia كان هناك سكان فينيقيا أصغر أمة عرفها التاريخ في العالم القديم، الذين اعتمدوا في معيشتهم على التجارة البحرية، وقد جابوا سواحل البحر المتوسط من الساحل الشرقي، وقبرص إلى إسبانيا مروراً باليونان وإيطاليا، وقد حملوا معهم الكثير من السلع مثل الأواني الزجاجية والفخارية والعاج والمشغولات والجواهر والأصبغة والأقمشة .

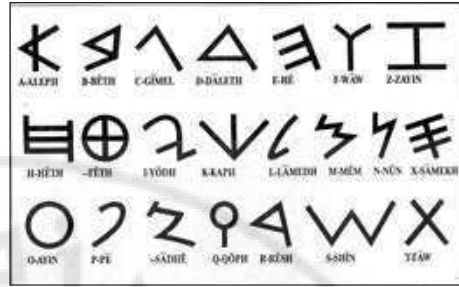
لقد كان الفينيقيون شعباً حياً، استوعب بسرعة معظم الأفكار المفيدة والثقافات المختلفة لشعوب المنطقة، وهذا ما يجعلنا لا نستغرب عندما نراهم يقترحون مجموعة من الرموز بوصفها نظاماً وظيفياً للكتابة ذات طابع جرافيكي، فيها الكثير من الخصوصية التي تطورت عن المسمارية (الشكل 1.14-1.15)، وقد

A Phoenician	B Ancient Greek	C Etruscan	D Classical Greek	E Roman
𐤀	Α	Α ΑΑ	Α	A
𐤁	Β		Β	B
𐤂	Γ	𐤁𐤅𐤂	Χ Γ	CG
𐤃	Δ		Δ	D
𐤄	Ε	𐤅𐤅𐤅𐤅	Ε Η	E
𐤅	Ϝ	𐤆𐤆𐤆	Φ	F
𐤆	Θ	𐤇𐤇		H
𐤇	⊗	⊗⊗⊗	⊗	
𐤈	Ι	Ι	Ι	IJ
𐤉	Κ	Κ	Κ	K
𐤊	Λ	Λ	Λ	L
𐤋	Μ	𐤌𐤌𐤌	Μ	M
𐤌	Ν	𐤍𐤍𐤍	Ν	N
𐤍	Ο		Ο Ω	O
𐤎	Ρ	𐤏𐤏	Π	P
𐤏	Ϻ	𐤐𐤐		
𐤐	Ϙ			Q

الشكل 1.16 - مراحل الانتقال من الأبجدية الفينيقية إلى الرومانية.



الشكل 1.18- الأبجدية الإغريقية الأولى
The First Greek alphabet



الشكل 1.17- الأبجدية الفينيقية

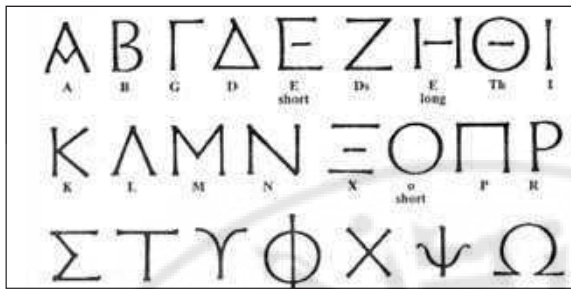
استطاعوا من خلال النظام الوظيفي الذي ابتكروه إنشاء أول قاعدة للأبجدية، وذلك حوالي 1200 ق.م، وقد تكونت الأبجدية من عشرين رمزاً. ويقول هيرودوت الذي عاش في القرن الخامس قبل الميلاد: إن الفينيقيين نقلوا إلى اليونان- مع تجارتهم- كتاباتهم في الوقت الذي كان فيه اليونان أحوج مايكونوا إلى تعلم الكتابة لتسجيل تاريخهم.

أصل نشوء الحرف اللاتيني Latin script

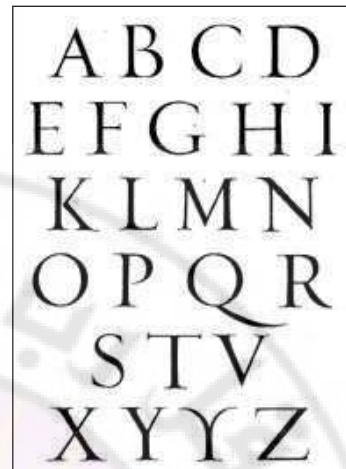
في البدء كانت الكتابة عبارة عن رسوم تشخيصية صوريّة، ثم عانت من التحوّل والاختصار والتلخيص، ثم تحوّلت إلى رموز بصرية مجردة تحاكي الفكر والعقل، ولها لغتها الخاصة، فهي تمثيل للغة الكلام بواسطة الإشارات الغرافيكية (الشكل 1.16).

بعد أن وصلت الكتابة الفينيقية إلى أرض اليونان (الشكل 1.17) طورها الإغريق وأعطوها أشكالاً جديدة، حيث مرّت بعدة مراحل حتى وصلت إلى مرحلة الأبجدية الإغريقية الأولى (The First Greek Alphabet) (الشكل 1.18)، التي كانت مطابقة للأصل الفينيقي، وتكونت من 23 علامة، ثم بدأت تأخذ أشكالاً هندسية في مرحلة الأبجدية الإغريقية الكلاسيكية (The Classical Greek Alphabet) في القرن الرابع قبل الميلاد (الشكل 1.19).

أما الأبجدية الرومانية (The Roman Alphabet)، فقد وُجدت على عمود تراجان في وسط روما في فترة ما بين 111 و114 بعد الميلاد (الشكل 1.20)، ثم ظهرت الأبجدية الرومانية البسيطة (The Rustic Roman Alphabet) ذات الإحساس اليدوي الواضح (الشكل 1.21)، أما الأبجدية الرومانية " الإنشغال "



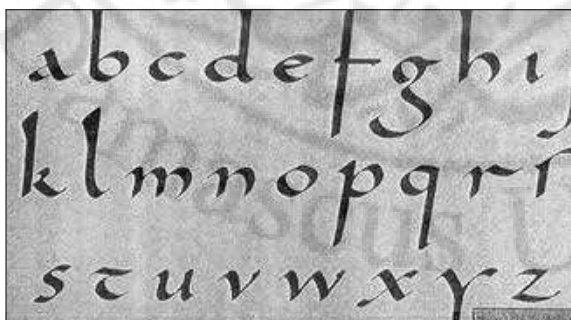
الشكل 1.19- الأبجدية الإغريقية الكلاسيكية
The Classical Greek alphabet



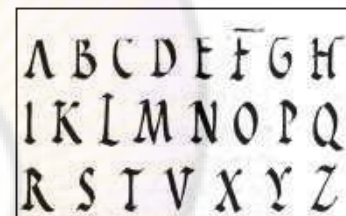
الشكل 1.20- الأبجدية الرومانية
The Roman alphabet



الشكل 1.22- الأبجدية الرومانية الإنشغال
The Roman Uncial Script



الشكل 1.23- الكارولينجين
Carolingian



الشكل 1.21- الأبجدية الرومانية البسيطة
The rustic roman alphabet

(The Roman Uncial Script) فتعدّ بداية نشوء الحروف الصغيرة (الشكل 1.22)، ثم أبجدية (الكارولينجين Carolingian) (الشكل 1.23) التي اكتمل فيها الحرف الصغير.

وفي القرن الخامس عشر ظهرت أبجدية الجوثيك (Gothic Script) في مرحلة اختراع الحروف المعدنية المتحركة على يد الألماني جوتنبرج Gutenberg، أما أبجدية هيومانست (Humanist Script) فهي أول أبجدية مكتملة، ثم ظهرت الأبجدية الرومانية الحديثة (Modern Roman) على يد مصممها (Nicolas Johnson) عام 1450. وفي مجال كتابة النصوص ظهرت مجموعة أبجديات : منها بيمبو Bembo في عام 1495 و Garamond جاراموند في عام 1544، و Baskerville باسكرفيل عام 1757، ثم الإيطالي بودوني Bodoni عام 1780.

كل تلك الأبجديات مهدت لظهور الأبجديات الحديثة الأكثر عصرية التي استوحت من الأبجديات السابقة ، فنشأت Moderna المودرنا في عام 1870 والإلفانت Elphant عام 1820، والتايمز Times عام 1932. أما مجموعة Egyptian فتتألف من أبجدية الإبوكة Epoca عام 1815، والكلاريندون Clarendon، والفولتا Volta، وبيتون Beton، وبلي بل Plybill، ثم ظهرت المجموعة خالية الشطبة - Sans Ser- if، وتعدّ أبجدية Futura أهم نموذج يمثلها، وقد ابتكرها بول رينر Paul Rener عام 1925، ثم تأتي أبجدية Univers , Helvetica Akzidenz في الأربعينات 1940s بعد ذلك ظهرت عائلة التايب Type Families.

الغرافيك في الفن الإسلامي Islamic Graphic

الفن الإسلامي: هو الفن الذي يرسم صورة الوجود من زاوية التصّور الإسلامي لهذا الوجود، وهو التعبير الجميل عن الكون والحياة والإنسان من خلال هذا التصّور، وهو أطول فنون العالم عمراً باستثناء الفن الصيني، إذ ولد في القرن السابع الميلادي (الأول هجري)، وبلغ عنفوانه في القرنين الثالث والرابع عشر، ويقوم على محاكاة الواقع أي لايقوم على التقليد بل على الخلق.



الشكل 1.24- صفحتان من القرآن الكريم.

في الغرافيك سعى المصمم العربي المسلم إلى صهر المادة ، والسعي إلى روحانية الأشياء باستخدام اللون الذهبي للنور، والزخارف الدقيقة التي كانت تملأ الصورة وخلفيتها، وتسطيح وتبسيط الأشكال، والابتعاد عن تظليلها، وقد حوّر الأشكال النباتية والحيوانية، واستخدمها في تصميماته بشكل متكرر ومتناظر لملء الفراغ.

وقد رفض المصمم المسلم مبدأ التشبيه والمنظور الخطي، والتشريح لكي يعبر عن المطلق على شكلين، الأول: مستمد من الطبيعة، يتمثل بالنبات، والثاني: مستمد من عالم ما بعد الطبيعة (النور



الشكل 1.25- خط الثلث مع بعض الزخارف.

والظلمة - الخير والشر).
والزخرفة تعود إلى عصور سابقة للإسلام، لكنها في الفكر الإسلامي أخذت أبعاداً مختلفة، كوّنت جمالية تميزت بطابعها الروحي والكوني.
أما في الكتابة فقد كتب المصمم المسلم بمجموعة خطوط جميلة، منصرفاً تماماً عن صورة الأشياء إلى صورة فكرية للأشياء المتمثلة بالكلمة (الشكل 1.24). وقد عبّر بوساطة الخطوط عن أحاسيس متعددة، فخلق في خط الثلث الإحساس بالجلال والعظمة والاتساع، وخلق بالخط الكوفي الاستقرار والثبات، وخلق بالخط الفارسي الإحساس بالخفة والفراغ، وخلق بالخط الديواني الإنسيابية والإحساس الرومانسي، وبذلك كان الخط العربي عالماً لإبداعه التعبيري بلغة غرافيكية مجردة، هي لغة الحروف (الشكل 1.25).

الفصل الثاني

2

الغرافيك في عصر النهضة
من جوتنبيرج حتى بودوني

**The Renaissance`s Graphic
From Gutenberg to Bodoni**



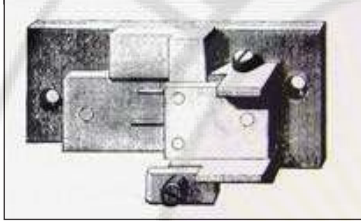
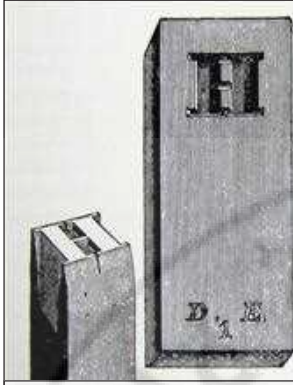


الشكل 2.1- 1445 أبجدية الجوثيك Gothic التي ابتكرها Gutenberg

اختراع الطباعة وظهور الصحف

اختُرعت الطباعة بالحروف المتفرقة أو الطباعة من السطح البارز، (Letter Press or Relief Methods) في منتصف القرن الخامس عشر على يد Johannes Gutenberg جوهانز جوتنبرغ (الشكل 2.1)، الذي يُعدّ نقطة تحوّل واضحة في الطباعة، إذ قدّم للبشرية أولى الوسائل الإنتاجية لتسجيل العلوم والفنون والآداب ومختلف أوجه المعرفة، الذي قوبل بالإعجاب والتشجيع من البعض، واستنكار ومحاربة من البعض الآخر، وخاصة فئة النساخين، فقد وقفوا ضد استخدام الحروف الجديدة في الطباعة، وذلك لأنهم أدركوا أن انتشار هذه الطريقة الجديدة هي نهاية لهم، واندثار عهد النسخ باليد، وعند ذلك يفقدون مكانتهم، ويُهددون في عيشتهم ومستقبلهم، ولم يستطع هذا التيار المضاد أن يحول دون انتشار اختراع جوتنبرغ، ولم يمض القرن الخامس عشر حتى انتشرت هذه الطريقة في معظم أنحاء العالم (الشكل 2.2).

كان جوهانز جوتنبرغ عضواً في نقابة الصاغة في Mainz، وكان مفتوناً



الشكل 2.3- 1450 الحروف المعدنية التي ابتكرها Johann Gutenberg



الشكل 2.2- 1445 صفحة Gothic طباعة Gutenberg

بفكرة إنتاج المخطوطات اليدوية المزينة بسخاء بالطرق الميكانيكية، إذ باشر تجارب سرّية لإيجاد حلول لمشاكل الطباعة الميكانيكية، وكصانع جلب تقاليد الصياغة إلى إنتاج أحرف معدنية عن طريق عمل القوالب وصّبّها، فقد قام بإذابة المعدن، وصبّه في قوالب محفورة مسبقاً من الأحرف المفرغة، وقام بتثبيت هذه الأحرف على قطعة رقيقة من النحاس في أسفلها قالب خشبي ضيق، حيث مئات مصفّات الأحرف الرصاصية مع أحرف منتجة تطبع بدقة، يمكن تصنيعها بسهولة، وبما أن الرصاص لين يصمد أمام ضغط الطباعة، فقد تم استبداله بخليط من المعادن التي تتحمل الضغط، وكان لا بد من إيجاد حبر ملائم لآلات الطباعة (الشكل 2.3).

استدان جوتنبرغ نقوداً من محامي اسمه Johannes Fust، ليتمكن من الاستمرار بتجاربه، التي أيقظت مع الوقت الاهتمام بمثل هذه المهن. لذلك قام Fust في عام 1445 برفع دعوى ضد جوتنبرغ، وتجريده من معدّاته ومطبعته، وفي عام 1457 قام Fust بطباعة ونشر أول كتاب كامل في أوروبا بواسطة مطبعة جوتنبرغ وبمساعدة Peter Schoffer زوج ابنة Fust وصبي مساعد



الشكل 2.6 - 1450 - 1455 إنجيل جونتهبيرغ Gutenberg



الشكل 2.4 - 1457 صفحة كتاب تصميم Jan Fust and Schoeffer



الشكل 2.5 - 1457 علامة تجارية Trademark تصميم Jan Fust and Schoeffer

لجوتنبرغ سابق الذي شهد ضده في المحكمة (الشكل 2.4-2.5). توفي جوتنبرغ بعد عشرة أعوام أي 1467 معدماً فقيراً، ولكن ليس قبل أن يرى الآخرين يكسبون حظوظهم من أفكاره، واستعملت تقنياته في الطباعة، أما الورق فقد وجد طريقه عبر إسبانيا في القرن الثاني عشر، وانتشر في أوروبا، واستعملت تقنيات الأراضي الواطئة (فلامنك- Flemish) في إنتاج الحبر، إذ استعمل الصباغ المعروف Pigment مطحوناً مع زيت بذرة الكتان. انتشرت تكنولوجيا الطباعة في أوروبا بعد عشرة أعوام من طباعة أول إنجيل Mainz في ألمانيا، عن طريق الصناع الألمان المهرة، وليس عن طريق مهنة تجليد الكتب (الشكل 2.6).

حمل الطبّاعون الألمان معهم مواصفات الطباعة مع قوالب الأحرف المصممة بالأحرف القوطية Gothic السوداء المكتوبة بأيدي الخطاطين المحليين، وكانت أول مطبعة خارج ألمانيا في منطقة (بنيدكتن أبي Benedictine Abby) قرب Roma عام 1465.

احتاج جوتنبرغ إلى 300 حرف مستقل ناهيك عن مختصرات كلمات الإنتاج (الإحساس- Feel) بالكتابة اليدوية للصفحة، عناقيد مستقلة من الحروف، حفرت وجمعت مؤلفة من حرفين من أجل تقليد جمع الكتابة، مثل سرعة حركة ريشة الكتابة. أصبحت الطباعة مألوفة لدى الأجيال الجديدة، ومع نهاية الربع الأخير للقرن الخامس عشر كان هناك 150 مطبعة في فينيسيا Vinice وحدها، وبذلك بدأت تغيرات طبيعية بالظهور على الحروف اليدوية، متأثرة بالتبسيط والاختصار.

وقد بدا الحرف أشبه بالحروف المحفورة على الحجر، خاصة تلك النصوص

- بعد عشرة أعوام من طباعة إنجيل Mainz في ألمانيا (1467) - وهو عام وفاة جوتنبرغ - Gutenberg - طبع أول كتاب في إيطاليا على يد إثنين من الطبّاعين الألمان Conrod Sweynheym كونراد سوينهايم Arnold Pannartz أرنولد بنردن. وكانت الحروف هذه المرة بأسلوب Italian Humanist. وبذلك وجدت الأحرف الأبجدية الصغيرة لتشارلمان (The Carolingian minuscule) letters طريقها للطباعة لأول مرة.

- بعد ثلاثين عاماً من نهوض الطباعة في أوروبا وإيطاليا خاصة استمر الطبّاعون في تقليد حروف الخطاطين. وتركوا الأماكن الفارغة للمزنيين الرسامين وخطاطي الحروف الأولى الكبيرة. ونتيجة لذلك فإن الكثير من جامعي المخطوطات ومولايها مثل Dukof Vrbino دوق أدريينز الإيطالي لم يعجبهم هذا الانتشار الرخيص للكتاب.



الشكل 2.6- 1462 أبجدية Humanist أول أبجدية مكتملة

المحفورة على الرخام النصبي في روما من إنتاج القرن الأول الميلادي. وبذلك حصل تشابه كبير مع عائلة أبجدية الهيومانست Humanist، ولكن بالتفاصيل الصغيرة بدت الحروف متأثرة بالقطعات المطبعية وأدوات الحفر (الشكل 2.6).

ظهرت الإعلانات الصحفية بعد اختراع الطباعة وقبل ظهور الصحف بالمعنى الحديث، فقد أدخل ويليام كاكستون William Caxton الطباعة إلى إنجلترا عام 1480، أي بعد أعوام من اختراع Gutenberg لها، وقام كاكستون بتعليق ملصقات على الجدران للإعلان عن كتبه التي طبعها بمطبعته، كما ظهرت الكتب أيضاً وبها صفحة إعلان عليها اسم الكتاب وسعره إلى أن جاء أحد الباريسيين عام 1518، وجلّد مع كتابه ورقة بها أقوال من قرأوا الكتاب. في عام 1594 أعلن الكاتب الفرنسي Montaigne مونتاني أن هناك مشكلة كبيرة في توزيع السلع في فرنسا، واقترح إنشاء وسائل إعلانية يتمكن البائع من خلالها من تعريف المشتري بما يبيع، وفي عام 1612 صدرت أول صحيفة دورية في باريس (صحيفة الإعلانات العامة Journal General d.Affiches)، وقد كان الاهتمام الأول للصحيفة ما نسميه الآن الإعلانات المبوبة.

وقد أنشأ نيوفراست رينودو في سنة 1630 مكتباً للعناوين بباريس، ثم أصدر بعد ذلك بسنة صحيفة (لا جازيت دي فرانس La gazette de france)، التي قُبلت نشر الإعلانات ابتداءً من عددها السادس، ويمكن أن نعدّ هذا الحدث هو اليوم الأول الذي ولد فيه الإعلان الحديث... ويقال: إن الإعلان والملصق طبع قبل هذا التاريخ، وأفضلهم ذلك الإعلان الذي طبع بباريس عام 1482 لحساب مجلس رهبان مدينة رينس Rims، ويعود هذا الفضل إلى رينودو كما رأينا، فقد أنشأ الصحافة والصحافة الإعلانية في وقت واحد، وقد حذا حذو رينودو عدد كبير من الفرنسيين، إلا أن التجار أنفسهم لم يكن باستطاعتهم نشر أي إعلان وإلا تعرضوا للعقوبة التي تفرضها عليهم النقابات التي ينتمون إليها، كون أن الإعلان منافسة غير شريفة في تلك المرحلة.

وقد كانت بعض الصحف الإخبارية قد صدرت بطريقة غير منتظمة في ألمانيا عام 1525، ثم في هولندا والنمسا وإيطاليا، ويرجع نشر أول إعلان صحفي للصحف الألمانية، فقد نشرت إحدى الصحف في أول أعدادها إعلاناً عن كتاب للدكتور (لاستر Laster) الذي عدّ فيه الفضائل الطبية لأحد الأعشاب التي اكتشفها. أما في انكلترا في القرن الثامن عشر فنجد أن أول صحيفة يومية قد صدرت في أول ديسمبر عام 1702، وكانت تعرف باسم (The Daily Courant ذي ديلي كارانت)، وقد أسهم أربعة من كبار الأدباء الإنجليز في تحرير الإعلانات الصحفية.

وفي الولايات المتحدة فإن الصحافة لم تتقدم إلا بعد حرب الاستقلال، وصدرت أول جريدة يومية في عام 1783 واسمها (The Pineslvinenia Evening Post) ذي بنسلفانيا إيفننج بوست)، ولم تعش هذه الصحيفة سوى سنة وبضعة أشهر، وصدرت بعدها صحف يومية أخرى، كان حظها من النجاح أكبر من سابقتها، وبدأت أعمدة الصحف تمتلئ بالإعلانات، ويؤكد مؤرخو الإعلان في الولايات المتحدة أن الصحافة اليومية لم تصدر إلا لنشر الإعلانات التجارية التي فاق عددها الحد.

أما فرنسا فقد وقع فيها حدثان، دفعا الإعلانات دفعة قوية أولهما: الثورة التي حررت التجارة من دكتاتورية النقابات، وأصبح التاجر حراً يبيع سلعته بالثمن الذي يراه مناسباً وبذلك ظهرت المنافسة بين التجار، والحدث الآخر: في بداية القرن التاسع عشر، وهو التقاء الإعلان بالصحافة.

وفي ألمانيا فإن الصحافة الألمانية لم تخصص مكاناً للإعلان إلا بعد مضي زمن طويل، ففي سنة 1673 خصّصت (الريشليين كورير) في هامبورج جزءاً



الشكل 2.7- 1859 إختراع التصوير الضوئي ساعد على تطور الطباعة في القرن التاسع عشر- صورة الممثلة المشهورة Sarah Bernhardt

الشكل 2.8- 1883 اختراع التصوير الضوئي ساعد على تطور الطباعة في القرن التاسع عشر- تصوير Edweard Muybridge

صغيراً من أعمدتها للإشعارات، وهي عبارة عن أخبار اجتماعية، وظلت هذه الإشعارات حتى القرن الثامن عشر، ولكن هذه الإشعارات بعيدة كل البعد عن الإعلان التجاري، وقد كانت إنجلترا أول من أفرد في صحفها مكاناً رحباً للإعلان بسبب نموها الاقتصادي الكبير، وذلك في القرن السابع عشر، ومنذ نهاية الحروب النابليونية عام 1815 أصبح للصحافة الإنجليزية طابع القرن التاسع عشر الذي يتسم بصحف الرأي الكبرى.

أما في فرنسا وخلال الربع الأول من القرن التاسع عشر- فقد كان للصحف الفرنسية طابع القرن الثامن عشر، ولم يكن للإعلان التجاري وجود، وفجأة تحولت الصحافة الفرنسية كلها سنة 1827، فقد ظهرت الصحف بشكل بسيط، وازداد حجمها، وكتبت أسماؤها بحروف جديدة، وبدا البياض بين المواد واضحاً، وظهرت الإعلانات التجارية التي احتلت نصف الصفحة.

أما نوعية الإعلان فلم تكن مشوقة ولا مصورة، فقد كان عبارة عن نصّ جاف، وكان التاجر يعدّ الإعلان حتى ذلك الوقت مصروفاً لا فائدة منه، ولم ينقذه من هذا الضعف إلا (Emil de Gerardan إميل دي جيراردان) أبو الصحافة الحديثة، الذي استطاع أن يقنع التجار والصحفيين والقراء باتحاد مصالحهم، وأن يربط بين الإعلان والصحافة لمصلحة كليهما، وكانت الصحف في ذلك العصر غالية، ففكر في تخفيض ثمنها إلى النصف على أن يقوم الإعلان بتغطية تكاليف الصحيفة. ولقد استطاعت صحيفته أن تصل إلى عشرة آلاف مشترك في ستة أشهر، وتضاعف هذا العدد من المشتركين منذ بداية السنة الثانية لتأسيسها، وفي السنة التي قام بها جيراردان بحملته 1845 تأسست أول شركة للإعلان باسم (الشركة العامة لإعلانات الصحف)، وكانت مهمة هذه الشركة جمع إعلانات الصحف.

وقد ساعدت الظروف في هذه الحقبة على انتشار الإعلان، فقد ظهرت المحال التجارية الكبرى، واستقر النظام الرأسمالي الحديث، وأخذت الصناعة تتركز، مما أدى إلى قيام ثورة في نظم البيع وطرقه.

والأهم من ذلك أن الانتعاش الاقتصادي ودخول الآلة إلى فرنسا ومن قبلها إنكلترا، وتقدم الطباعة الذي بدأ في إنكلترا سنة 1814، وانتقل إلى أوروبا بعد ذلك، ثم استخدام التلجراف الكهربائي وانتشار سكك الحديد، وظهور طابعات الروتاتيف الدوارة الأولى، واختراع الجمع الآلي في سنة 1885، واكتشاف الوسائل الجديدة لطبع الصور الفوتوغرافية (الشكل 2.7-2.8)، أدت جميعها إلى زيادة عدد القراء وعدد الإعلانات الصحفية. ويعود تطور الإعلان التجاري واتساعه إلى إنشاء وكالات الإعلان، وإلى تأثير الولايات المتحدة بقوة الإعلان. ونصيب الإعلان من الصحافة الأمريكية كبير للغاية، فهو يغطي عادة 50% من مساحة الجريدة، وتصل أحياناً إلى 75%، ونتيجة لتوسع الإعلان في الولايات المتحدة فقد أدى إلى نمو جميع الوسائل المتعلقة به، فقد أصبح مادة تدرّس في المعاهد العليا، ولها كُرّاس في أغلب جامعات الولايات المتحدة، كما يلجأ المختصون إلى إجراء التحقيقات والاستقصاءات للوصول إلى أفضل الطرق الإعلانية وأعمقها أثراً في الجمهور المستهدف.

أما في أوروبا فلم يستطع الإعلان أن يلحق بالإعلان في القارة الأمريكية، فهو لا يغطي أكثر من ربع مساحة الجريدة أو المجلة، وظل الإعلان رصيناً حتى بعد

الحرب العالمية الأولى، ثم أخذ شيئاً فشيئاً يتخلى عن رصانته متأثراً بالصحافة نفسها التي بدأت تحاكي الصحافة الأمريكية في إخراجها وفي عناوينها المثيرة. وهكذا سار الإعلان السينمائي والتلفزيوني والإذاعي في أوروبا على النهج الذي سار عليه في الولايات المتحدة الأمريكية.

الإعلان Poster & Publicity

هو مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية بامتياز منتجاتها، والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها وإطراء منتجاتها. ويتناول الإعلان مواضيع ذات وظائف متعددة، فهو نوع من الاتصال، وهو مصدر تمويل لوسائل الإعلام، كما أنه متصل بالنظام الاقتصادي، وهو جزء من عملية الإدارة، ثم أنه يركز على علوم مختلفة مثل علم النفس وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا والاقتصاد.

ويترك النشاط التسويقي أثراً مهماً في نجاح المشروعات بمختلف أنواعها. ويأتي ارتباط الإعلان بالنشاط التسويقي من كون الإعلان جزءاً لا يتجزأ منه، وعنصراً فعالاً في تحقيق الاتصالات التسويقية المطلوبة مع القطاعات المستهدفة. وبالتالي يمكن القول بأن النشاط التسويقي أهم وأشمل من النشاط الإعلان، وأن الإعلان عنصر من العناصر التسويقية.

كان الإغريق أول من عرف الإعلان التجاري الشفوي ومارسه، وذلك بفضل براعتهم في التجارة... وإذا انتقلنا إلى روما وجدنا الإعلان الشفوي والتحريري متقدمين بعض الشيء، إذ كان المنادون العامون تحت تصرف الدولة والأفراد. ويدل الدور الذي كانوا يقومون به في الدلالة على البضائع، على أن صيحات الشارع كانت أساس الإعلان الشفوي، وتعود هذه الصيحات إلى أوائل عهد التجارة. أما بالنسبة للإعلان المكتوب فالوثائق التاريخية التي تشير إليه كثيرة، ونذكر منها السجل الرسمي للإعلان الذي كان يعلن عن الألعاب، كما كانت توجد لافتات التجار وغيرها.

كما كان التجار البابليون متقدمين في الإعلان، فكانوا يستأجرون المنادين الذين يعلنون عن التاجر وبضاعته للمارة في الطرقات، كما استعملوا رموزاً وعلامات تشبه العلامات التجارية، وعلقوها فوق محلاتهم لتمييز نوع تجارتهم، ولكن أول إعلان مكتوب اكتشفه الأثريون في بابل هو ذلك الإعلان الذي كان يقدم مكافأة

سخية لمن يرشد عن عبد هارب، والشيء الطريف أنه بعد ظهور الصحف في العصر الحديث كان الإعلان عن العبيد الهاربين أهم إعلان في هذه الصحف. وقد برع المصريون القدماء التي كانت لوحاتهم ورسوماتهم ملهمة لبعض فناني الملصق الأمريكيين، فبساطتهم رائعة، وطريقتهم في نسج النصوص المكتوبة والصور بديعة ومتقنة، حيث أنهم لم يشوّهوا سطح الملصق بمحاولتهم لإثبات الواقعية.

وإذا انتقلنا إلى العصور الوسطى فإننا نجد الإعلان التجاري قد عاد إلى الظهور في القرنين الثاني عشر والثالث عشر، وقد غالى بعض الناس في استعماله إلى حد اضطرت معه المنظمات المهنية إلى كبح جماحه، فقد نصّت اللائحة الأساسية على منع التقليل من قيمة سلعة الزميل أو المناداة على عميل قبل أن يغادر محل الجار.

وسوف نجد أيضاً الملصقات المسرحية التي تم استخدامها في اليابان خلال القرن الثالث عشر، وهناك أعمال مماثلة في الصين في وقت مبكر عن ذلك، وكانت كل اللوحات اليابانية والرسوم تكشف عما يمكن أن نطلق عليه المقدر على صنع الملصق، وكذلك تظهر بساطة وتوحد كبيرين، ومما يستحق الملاحظة أن عناوين أو رموز الصور تكون دوماً مكتملة للتصميم الكلي.

الرسوم الايضاحية في الكتب Illustration

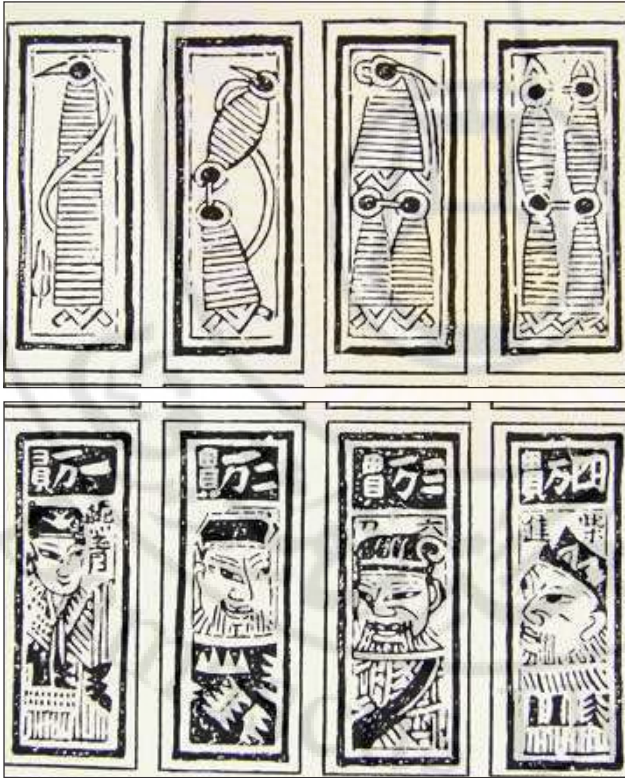
قدّم الصينيون أول طريقة مناسبة لعمليات التسجيل وهي الحفر على القوالب الخشبية، واخترعوا الورق الذي يعدّ الوسيط الأساسي في التسجيل (الشكل 2.9).

إن ظهور الورق أرسى الاحتياج الاجتماعي في الشرق لإنتاج نسخ من كتابات النقوش الحجرية لكتابات بوذا، فقد كان الورق المبلل يضغط على النقوش ليظهر شكلاً لها على الورق، أو كان يضغط عليها بقطعة من القماش المتشبع بالحبر فتظهر النقوش بيضاء على أرضية ملونة، وبذلك نستطيع أن نستنتج الخطوة التالية التي كانت هي حفر النقوش على الألواح الخشبية، ثم وضع الحبر المائي على السطح البارز الذي يمثل صور النقوش وضغط الورق يدوياً لتحقيق الطباعة مثلما فعل اليوم.

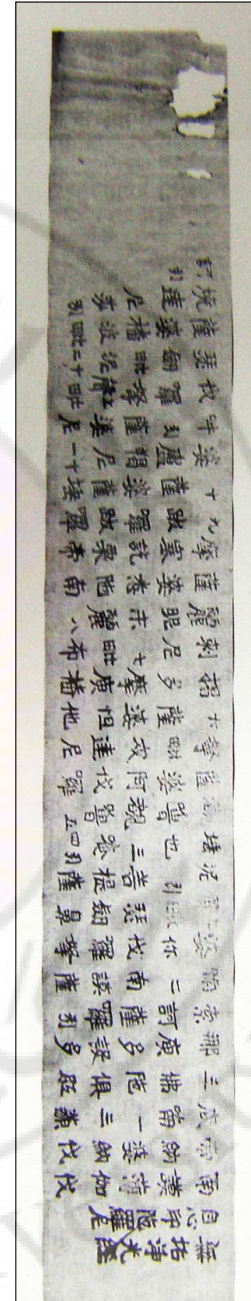
إن من أقدم الطباعات الخشبية المبكرة هي لفافة دياموند سوترا Diamond Sutra التي طبعها (وانج شيا) في عام 868 ميلادية، التي يبلغ طولها 17



الشكل 2.10- 868 لفافة ورق Diamond Sutra مطبوع عليها رسوم وكتابات صينية.



الشكل 2.11- ورق لعب طباعة خشبية صينية.



الشكل 2.9- 770 لفافة ورق مطبوع عليها كتابات صينية.

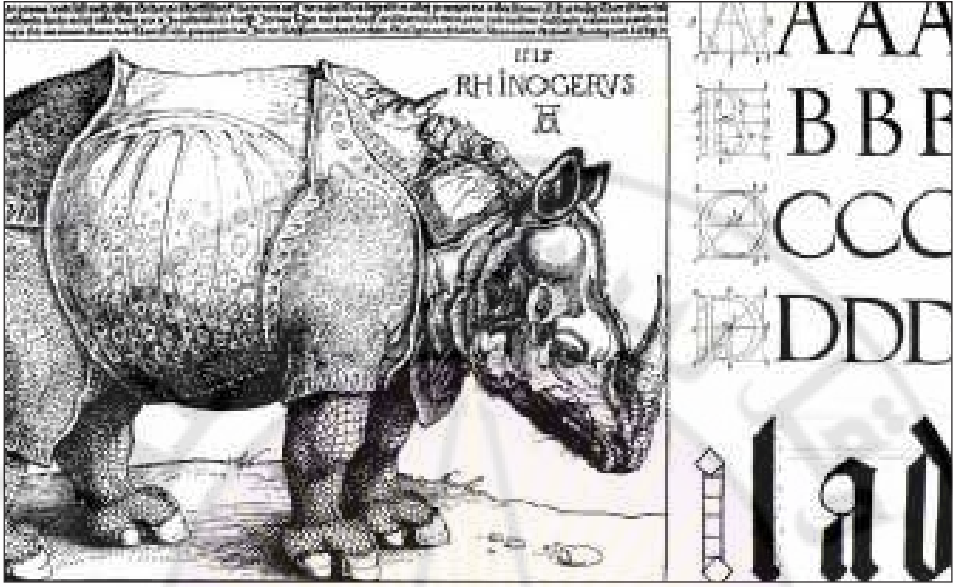


الشكل 2.13 - 1450 - 1455 صفحة من إنجيل جوتنبرج Gutenberg.



الشكل 2.12 - نموذج من الرسم الياباني القديم للفنان Kyosai Kawanabe.

قديماً (الشكل 2.10)، وهي عبارة عن صورة مركبة ونص ديني عثر عليهما راهب تاوي حينما فتح كهفاً في شرق التركستان في عام 1900، وقد تم حفر النص والصورة معاً على نفس السطح الطباعي، وهذا الأسلوب في الحقيقة هو الذي استُخدم في الغرب بعد ذلك فيما يعرف باسم الألواح الطباعية للكتاب. أنتج الصينيون خلال القرون المتتابعة آلافاً من السطوح الطباعية للكتاب في الطب والنباتات والزراعة والشعر والأدب (الشكل 2.11)، هذه الكتب انتقلت فيما بعد إلى اليابان حيث كان لها تأثير واضح في تطور طباعات الـ (يوكي يو) اليابانية التي أثّرت فيما بعد على الفن الأوروبي في أوائل القرن التاسع عشر، وعلى المدارس الحديثة مثل الأرت نوفو، وعلى الرسامين الأوروبيين في فهم اللون، والاستخدام الجديد للأبجديات في بناء الشكل (الشكل 2.12). وفي أوروبا تطوّرت رسوم الكتب من كتب المسطحات الطباعية في القرن الخامس عشر، حيث كان النص والرسم يقطعان ويحفران على نفس المسطح



الشكل 2.14- 1448 رسم توضيحي للحرف في كتاب لدورر Durre

الطباعي الخشبي للصفحة، أما بعد اكتشاف وتطبيق نظام نماذج الحروف المتحركة بوساطة جوهان جوتنبرغ في ألمانيا 1450، وأدى هذا التحسين في طريقة طباعة النصوص إلى إحداث طفرة في التعليم العام للناس، في وقت كان هناك عطش للمعرفة ولحب الآثار الفكرية الكلاسيكية، وكان نتيجة هذا التطبيق الجديد إمكانية إنتاج الكتاب في أيام معدودة بالمقارنة إلى السنوات الطويلة التي كان يقضيها الخطاط والرّسام في إنتاج الكتاب.

إن الكتب التي طبعها جوتنبرغ كانت في معظمها أناجيل من دون رسوم، وكانت تُنتج كونها تقليداً كاملاً للمخطوطات، وكانت الحروف الابتدائية، وزخارف الهوامش ترسم وتلوّن باليد (الشكل 2.13).

ومن الكتب الألمانية المشهورة في ذلك الوقت **Chronicle** الذي كان تسجيلاً تاريخياً وجغرافياً، وتمّ عمل الرسوم بوساطة عدد كبير من الطباعات البارزة في أسلوب وصفي بسيط للرّسام مايكل ويلجموت وتلميذه ولهم بلدينورف. ونذكر ألبرت دورر **Durr** الذي ولد في 1417 في نورمبرغ وتعلّم التصوير على يد ويلجمت، وبعد انتهاء فترة تعليمه بدأ رحلاته إلى بازل وسترات فورد وكولمار، حيث قابل شقيق الفنان مارتن سكونجوار، ثم ذهب إلى إيطاليا في



الشكل 2.16- 1775 نشرة مطوية



الشكل 2.15- 1448 رسم هندسي توضيحي لحرف Durre دورر

رحلة 1494، وفي عام 1506 استقر في نورمبرغ، وبدأ سلسلة من الأعمال الفنية بدءاً من الطباعات البارزة والرسوم والتصوير والطباعات الغائرة من السطوح النحاسية التي تعدّ من أهم النماذج التراثية لتلك الفترة، وأهم أعماله في الطباعات الخشبية كانت سلسلة نُشرت ككتب منفصلة وهي (الأبوكاليبس، العاطفة الكبرى، وحياة العذراء)، وتعدّ هذه الكتب من أجمل الأعمال الوصفية في الطباعة، التي تميزت بحيوية الشكل، باستثناء أعمال دورر Durr التي لم تلون قط، لأنها كانت مكتفية تماماً بالتأثيرات اللونية للأبيض والأسود (الشكل 2.14-2.15)، ومن أهم الفنانين الذين عملوا في نفس الحقبة مع ألبرت دورر لوكاس جرناخ، ألبرت التودورفر، وهنر زلبين الذي عاش في بازل بسويسرا، ثم ذهب إلى إنجلترا ليصوّر البلاط الإنجليزي لهنري الثامن، أما أفضل أعمال هولبين في الرسوم التوضيحية للكتب فكانت في كتاب (راقصة الموت) الذي نشر في بازل 1528، وهي السنة التي مات فيها دورر ولكن النشر ككتاب تم



الشكل 2.17 - 1549 صفحة كتاب
للمصمم Robert Estienne

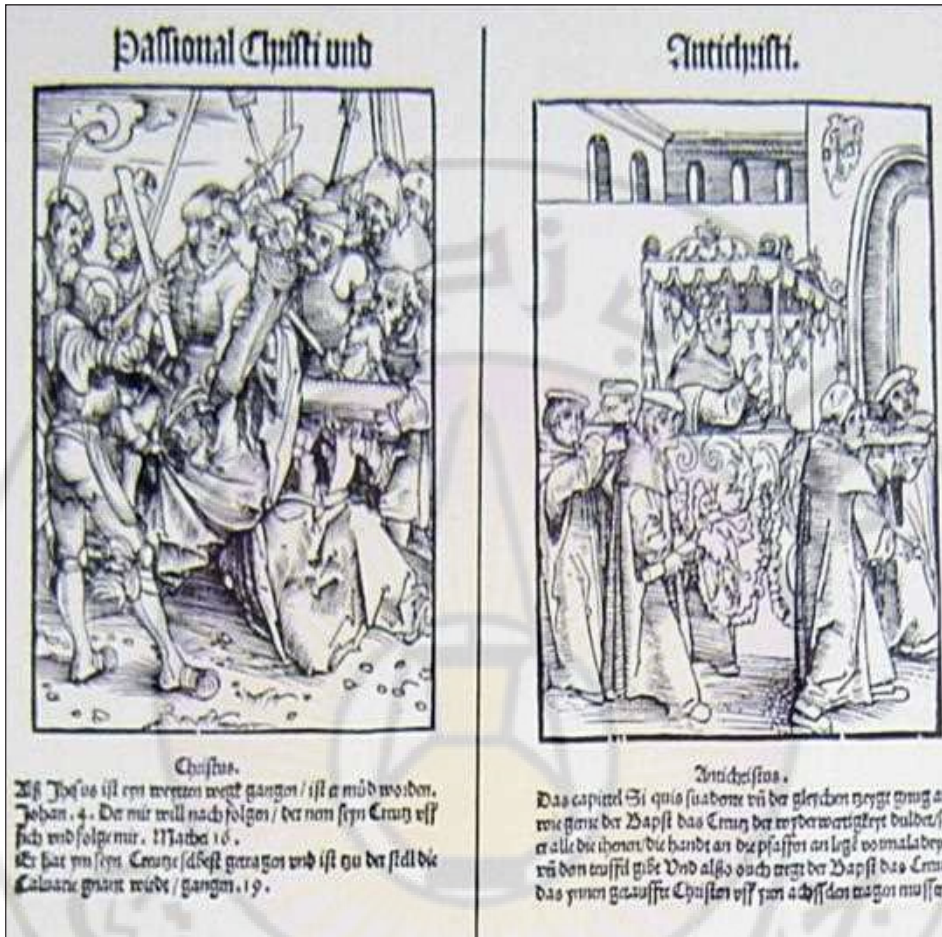
الشكل 2.18 - 1662 طباعة ملونة من القرن السابع عشر

في 1538، والرسوم كانت أبعادها 6.2 سم و 4.4 سم وبالرغم من هذا الحجم الصغير فإننا نرى عالماً من القوة والاتزان في التصميم وفي التعبير التشكيلي.

الغرافيك في مرحلة الباروك

خلال القرن السابع عشر نما الأسلوب الباروكي، إذ كان يطلق عليه عصر العظمة وعصر التجارة والاكتشاف العلمي لنيوتن وفلسفة ديكارت، وكذلك عصر إعادة تشكيل الكنيسة، إذ عكست رسوم الكتب وتصميمها أذواق الطبقات العليا من الناس، في جميع المجالات المعمارية والعسكرية والحدائق والرياضة وغيرها.

ترافق ذلك مع إحلال السطوح المعدنية الغائرة، كأسطح طباعة للرسوم بدلاً من الأسطح الخشبية البارزة (الشكل 2.16)، وكان استعمال السطوح المعدنية يعني إنتاج عدد أكبر من الصور المطبوعة، ولكن رسوم الكتاب عانت من التدهور، إذ كانت الصور المنفذة بالطباعة الغائرة تطبع على الورق بطريقة منفصلة عن طباعة النصوص، ويصبح الكتاب على شكل أوراق منفصلة، ويتم



الشكل 2.19 رسم ايضاحي مع نص في صفحات كتاب لجوتنبرغ عصر النهضة.

تجليده حسب الطلب (الشكل 2.17)، وفي فرنسا حدث نوع من التحسين، إذ اقتصرَت صفحة العنوان فقط على الرسوم والعناوين على الطباعة الغائرة، ويطبّع باقي الكتاب بطريقة الطباعة البارزة، وبعد ذلك انتشر الجمع بين الطريقتين، أي طبّع النصوص أولاً ثم طبّع الصور ثانياً. وفي بعض الحالات يتم استخدام الحفر المعدني الخطي مع الحفر الحامضي في نفس السطح الطباعي، وفي فرنسا كان جاك كالدو ونيقولا بوسان، أما في الأرض الواطنة (هولندا وبلجيكا) فقد كان بيتر بول روبنز، وكان لرمبراندت مشاركة

قليلة لكنها كانت مؤثرة في رسوم الكتب، وأهم الفنانين المتميزين في مجال رسوم الكتب هو الفرنسي جوفري توري الذي ركّز على العمل في مكونات الصفحة من رسوم ونصوص وزخارف، لينتج وحدة كلية في صفحة الكتاب.

الكتاب في مرحلة الركوكو - القرن الثامن عشر

يعدُّ القرن الثامن عشر عصر الركوكو الذي هو امتداد لعصر الباروك ولكن بنزعة زخرفية سطحية وشكلية، ويعدّ آخر أسلوب أو طراز أوروبي قبل ظهور الثورة الصناعية. تميّزت الكتب بشكل عام بطابعها الزخرفي الخفيف والمليء بمشاهد اللهو والمتعة، سواء في كتب العمارة أم العلوم أم الأدب وتنفيذ الرسوم بطريقة الطباعة الغائرة بالحفر الخطي أو الحامضي (الشكل 2.18)، وكان المصّورون المشهورون أمثال بوشيه في فرنسا يرسمون الصور، ثم يحفرها لهم حفارون محترفون، يُكسبونها حيوية فنية بمهاراتهم العالية، ومن أشهر الحفارين في فرنسا في تلك الحقبة "مورو لوجان" الذي رسم كتب موليير، وكتب للأغاني، وقد عاصر الثورة الفرنسية، وتوفي عام 1814، أما إنكلترا فقد كانت في ذلك الوقت أكثر استقراراً من باقي أوروبا، وكان يعيش فيها كثير من الرسامين الأوروبيين من خارج إنكلترا، مما أدى إلى افتتاح الإنكليز لأكاديمية لتعليم فنون التصوير والغرافيك في (مارتن لان) في لندن، وكان الرسام وليام هوجارث William Hogarth أفضل فنان إنكليزي في هذه الفترة، أحد دعائم هذه الأكاديمية، وهو الذي أسس أسلوباً مختلفاً في رسوم الكتب الأوروبية يختلف عن طابع الركوكو، وظهر بعد ذلك رسامون إنكليز تابعوا أسلوب الركوكو، وحققوا نجاحاً كبيراً مثل ريتشارد بنتلي.

فن الحفر والطباعة Graphic Art

هو عملية الطباعة المنتجة من سطح خشبي أو معدني أو حجري، محفور بشكل غائر أو بارز أو مسطح. كما هو تكرار للعمل الفني الواحد بهدف النشر والاتصال والنقل (الشكل 2.19)، إن عملية تكرار العمل الفني جعل من الرسم المطبوع فناً جماهيرياً، فلم يعد محصوراً على الأقلية، فقد أصبحت الرسوم المطبوعة وسيلة اتصال بصري وفكري في آن واحد.



الشكل 2.20 - حروف خشبية صينية متحركة القرن الحادي عشر.

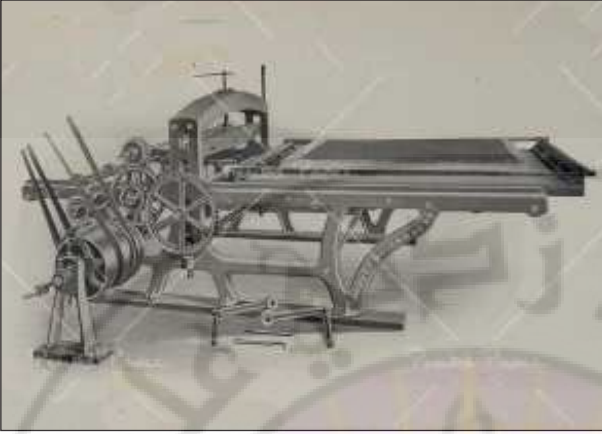
وهو أيضاً طريقة لنشر الثقافة البصرية من كتب ورسوم توضيحية وذلك من خلال عملية النسخ بأعداد كبيرة . وقد انتشر بشكل واسع في القرون 16 و 17 و 18 و 19.

وفي منتصف القرن الحادي عشر الميلادي اكتشفوا الحروف الخشبية المتفرقة التي لم يكتب لها النجاح أكثر من 10 أعوام وذلك لكثرة الحروف الهجائية الصينية (الشكل 2.20).

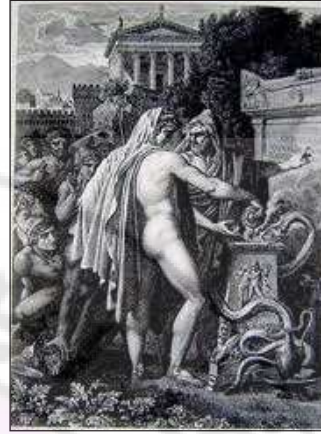
وفي تلك الفترة نجد أن أوروبا مازالت تخطوا الخطوة الأولى في مجال الطباعة بواسطة القوالب الخشبية.

الطباعة من السطح الغائر

بدأت هذه الطريقة بحفر خطوط الرسم يدوياً على المعدن، إذ تكون غائرة، وذلك بواسطة إبرة من الصلب، وأطلق على هذه الطريقة اسم (Dry Point) أي الحفر الجاف، ثم تطورت هذه الطريقة إلى استعمال الأحماض وسميت Etching وكان أول من اكتشفها وأظهرها للعالم D.Diprecht وذلك في عام 1513 وفي عام 1640 قدّم لنا الفنان لودوينغ فون سيجن V.S.Ludwing طريقة الميزوتنت Mezzotint أي الحفر الظلي، وهي الطريقة العملية للحصول على المناطق الظالية المتدرجة، وتعدّ هذه الطريقة من أصعب العمليات لإنتاج



الشكل 2.22 - آلة الطباعة المستوية.

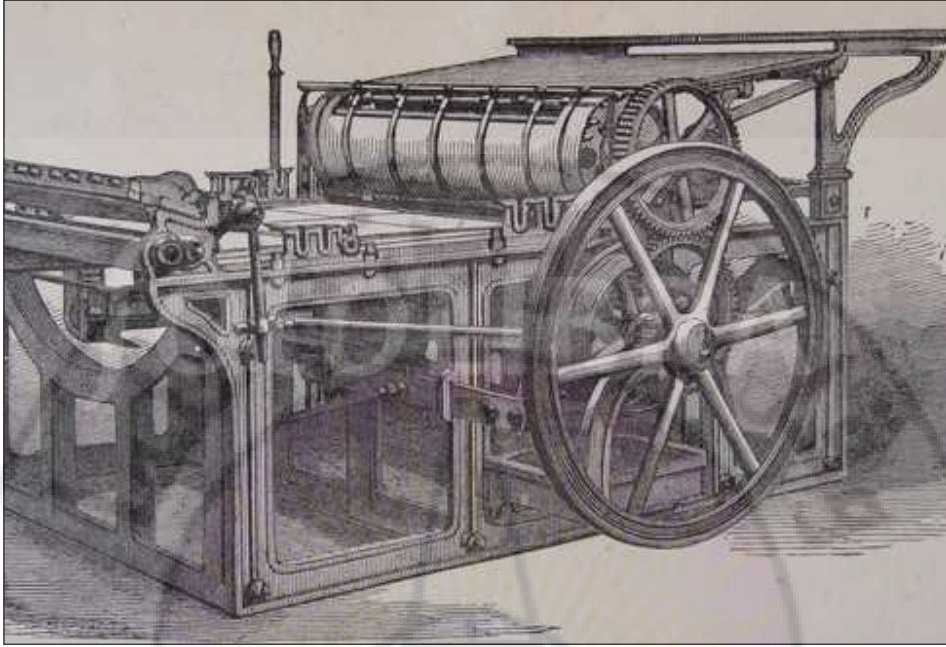


الشكل 2.21 - 1798 صفحة في كتاب
باسلوب الطباعة المستوية للمصمم
Pierre Didot.

المطبوعات المصورة، إذ تحتاج إلى درجة عالية من المهارة الفنية، وفي عام 1750 ظهرت طريقة أخرى هي (أكواتنت Aquatint) أي الحفر المائي، وبعد فترة وجيزة قام الفنان Jean Baptiste جان بابتست بإدخال بعض التحسينات على هذه الطريقة التي تعدّ من أسهل الطرق التقليدية في تحضير السطح الغائر، إذ يستطيع الفنان عن طريقها الحصول على الصور والرسوم المطلوبة من دون مجهود كبير.

الطباعة المستوية

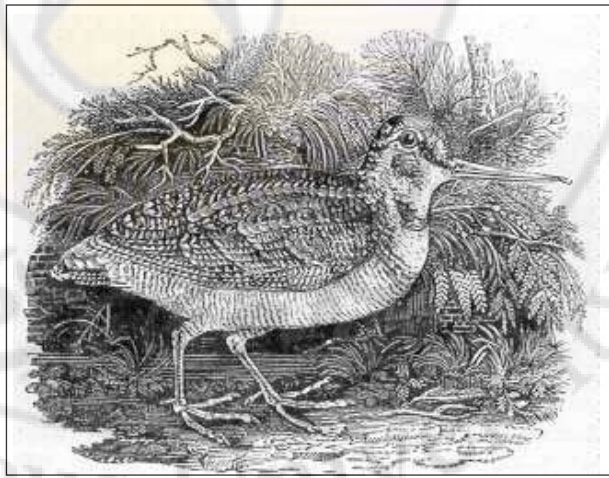
اكتشف (Alays senfelder الواز سينفلدر) طريقة الطباعة الحجرية الليثوغرافية Lithograise عام 1798، وفي عام 1826 تم انجاز أول طباعة حجرية ملونة بطريقة الطباعة من السطح المستوي. بُنيت هذه الطريقة على نظرية أساسية، هي استعمال مادتين لا تذيب إحداهما الأخرى، وهما الدهن والماء مع استعمال حجر الكلاهايم الكلسي (الشكل 2.21)، وعند وضع كمية من الدهن على بعض مناطق الحجر الكلسي فإن الحجر يستقبل الحبر في هذه المناطق ويترد الماء، والعكس صحيح إذ تستقبل الأجزاء الأخرى الماء، وترفض الحبر، ويتم ترطيب السطح



الشكل 2.23 - آلة الطباعة المستوية.



الشكل 2.25 - 1884 طباعة
ليثوجرافية لمورجان W.Morgan



الشكل 2.24 - 1779 طباعة ليثوجرافية لتوماس بويك Thomas Bewick



الشكل 2.26 - 1888 طباعة ليثوجرافية لـ Schumacher.

الطباعي، ثم تحبيره بواسطة أسطوانة محتوية على حبر دهني، فتجذب المناطق التي جهزت من قبل الطباعي ثم تحبيره بواسطة أسطوانة محتوية على حبر دهني فتجذب المناطق - التي جهزت مسبقاً بالماء - دهنية الحبر، وهي تلك المناطق الطباعية، وتظل الأجزاء الأخرى نظيفة، وهي المناطق غير الطباعية (الشكل 2.22).

اشتق مصطلح ليثوغراف من الكلمتين الإغريقيتين ليثوس، ومعناها حجر وغرفين معناها الكتابة أو الرسم، والسطح المستخدم ليس قاصراً فقط على الحجر وإنما يستخدم المعادن المختلفة في الأسطح الطباعية بدلاً من الحجر ويطلق عليها أيضاً الطباعة الكيميائية، ثم أطلق عليها أوفست نتيجة استخدام أسطوانة مغطاة بالمطاط، إذ تنقل الطبعة إليها، ثم تنقل إلى الورق أو الوسيط، ولذلك أطلق عليها اسم الطباعة غير المباشرة (أوفست) (الشكل 2.23).

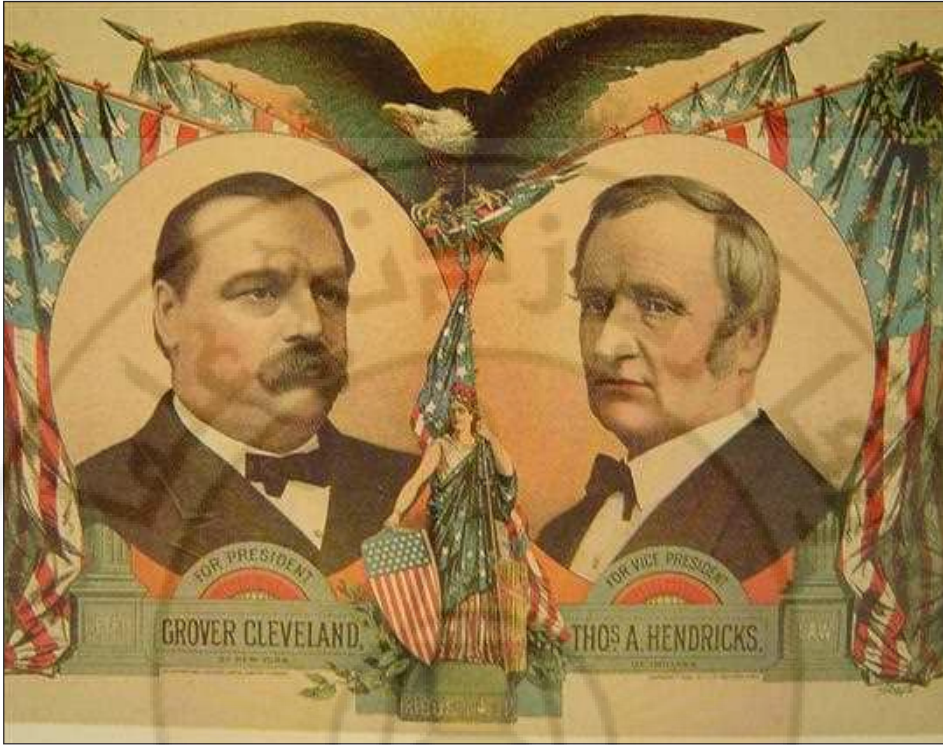
وتستخدم الطباعة الفوتوليثو أوفست في طباعة معظم أنواع المطبوعات مثل المطبوعات التجارية، ومطبوعات التغليف، وطباعة الصحف والكتب والمجلات وغيرها من المطبوعات.



الشكل 2.27 - 1870 ملصق طباعة ليثوغرافية لـ Forst Avereill.

الأسطح الطباعية الليثوغرافية

شهدت مرحلة تحضير الأسطح الطباعية الليثوغرافية جانباً كبيراً من التطورات التكنولوجية الحديثة، وكان الهدف الأساسي وراء هذا التطوير يكمن في السعي الدائب للحصول على أكبر قدر ممكن لضبط التوازن بين محلول الترطيب والحبر الطباعي كونه أحد العوامل الأساسية المؤثرة على جودة الإنتاج الطباعي، وحول العديد من المشاكل وكذلك تقليل التكاليف، ولذلك ظهرت أسطح طباعة ليثوغرافية عديدة تطويراً للحجر الليثوغرافي، فقد ظهرت الأسطح الطباعية الليثوغرافية المعدنية من الزنك والألمونيوم والمعادن المتعددة (الشكل 2.24)، وظهرت الأسطح الطباعية التي تستخدم مواداً بتقانات متنوعة وذلك لتطوير حساسية السطح، كذلك ظهرت الدعامة الورقية بغرض إمداد المطابع بأسطح طباعية رخيصة التكاليف، ومن هذه الدعامات أنواع من الورق والبلاستيك (الشكل 2.25).



الشكل 2.28 - 1884 ملصق بالطباعة المستوية الليثوغرافية.

تطور الأسطح الطباعية الليثوغرافية

بدأ تطور الأسطح الطباعية الليثوغرافية بمحاولة الحصول على أسطح بديلة تحل محل الحجر الليثوغرافي (الحجر الكلسي) الذي استخدمه " الواز سينفلدر " مخترع الطباعة الليثوغرافية، وتكون لهذه الأسطح نفس الخواص الليثوغرافية للحجر التي من أهمها سهولة الترطيب ونعومة السطح إلا أن الحجر كان له عيوب كثيرة أدت إلى هذا التطور، وهي صعوبة تداول الحجر أثناء مراحل التشغيل المختلفة لثقل وزنه، وطبيعته الهشة التي تجعله سهل الكسر، وصعوبة تخزين الحجر لما يشغله من حيز، وتأثره بالعوامل الجوية نتيجة التخزين (الشكل 2.26-2.27).

وقد حاول الواز سينفلدر استخدام ألواح الزنك بدلاً من الحجر الليثوغرافي

عام 1805 إلا أنه لم يوفق إلى نتائج مرضية، ثم حاول فيما بعد صنع ورق مشابه في طبيعته لسطح الحجر الليثوغرافي الذي يمتاز بسهولة تناوله، وكان هذا السطح البديل مكوناً من دعامة من الورق مغطاة بطبقة من إسمنت الكالسيوم، وقد أعطى نتائج مرضية إلى حد ما إلا أن صعوبة تثبيته وتعرضه للتشقق نتيجة الضغط الطباعي المتكرر منعت استخدامه في الإنتاج الطباعي الليثوغرافي، وتتابع التجارب والأبحاث إلى أن تم استخدام ألواح الزنك بدلاً من الحجر الليثوغرافي كسطح طباعي ليثوغرافي، وأدى إلى الحصول على نتائج طباعية ناجحة، إذ تم عمل تغييرات تقنية في عملية التحضير، ومعالجة السطح الطباعي ليستقبل محلول الترطيب، وانتشر استخدامه في معظم دور الطباعة آنذاك، وتطورت الماكينات لتلائمه (الشكل 2.28)، ومع استمرار الأبحاث توصلوا إلى اكتشاف معدن الألومنيوم كسطح طباعي ليثوغرافي في أمريكا عام 1891، وقد أدى ذلك أيضاً إلى تطور كبير في ماكينات الطباعة الليثوغرافية إذ أمكن لفّه على أسطوانة فاستخدمت ماكينات الطباعة الدائرية.

إن التقدم المستمر في مجالات البحث العلمي وخاصة في معرفة خواص المعادن التي منها ما يتقبل المادة الدهنية بدل الماء مثل النحاس والنيكل الزنك وبعضها الآخر يتقبل الماء أكثر من المادة الدهنية مثل الكروم والصلب والألمنيوم، ساعد في الحصول على الأسطح الطباعية متعددة المعادن، إذ يُصنع السطح الطباعي من معدنين أحدهما يكون في المناطق الطباعية وهو الأكثر تقبلاً للمادة الدهنية والآخر في المناطق غير الطباعية وهو الأكثر تقبلاً للماء، وبفضل استخدام معدني النحاس والكروم لتحضير الأسطح الطباعية متعددة المعادن لما يتميز به كل منهما بخصوص الجذب والتنافر للدهن والماء معاً، ونتيجة للتطور التكنولوجي والتقدم المستمر في إنتاج الأسطح الطباعية لكي تفي بمتطلبات العصر والتغلب على المشاكل المختلفة فإن الهدف الرئيس من ذلك هو الحصول على أسطح طباعية تمتاز بتكاليف منخفضة وتجنبها للعديد من المشاكل مثل ثبات الأبعاد وتحسين خواص القابلية للحبر والماء.

الفصل الثالث

الانتقال من فن الغرافيك إلى التصميم الغرافيكي

1914 - 1890

From Graphic Art to Graphic Design

3





الشكل 3.2 - 1894 رسم إيضاحي لقصة للمصمم وليم موريس
Illustration by Williems Moriss

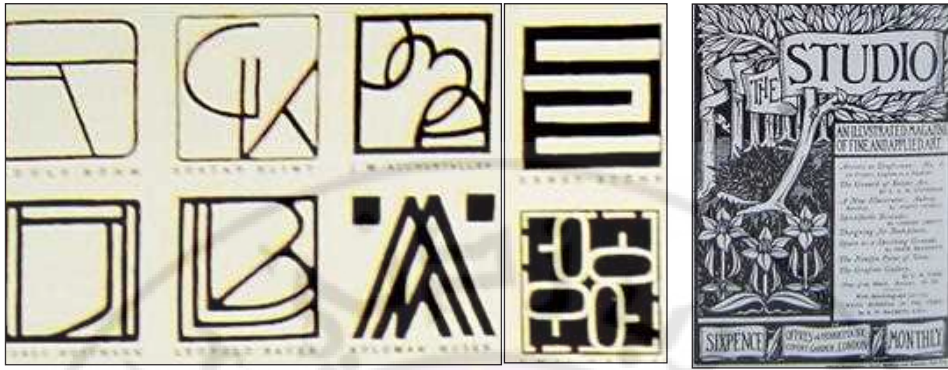


الشكل 3.1 - 1892 علامة تجارية لـ وليم موريس
Trademark by Williems Moriss
الفنون والحرف Arts and Crafts

بدايات التصميم الغرافيكي في أوروبا

The beginings fo graphic design in europe

في العصر الفيكتوري الماضي في بريطانيا، كان أحد اهتمامات وليم موريس Williems Moriss وحركة الفنون والحرف Arts and Crafts إنتاج الكتاب، ففي عام 1891 طبع أول كتاب في مطبعة موريس، وبين تلك الفترة وعام 1896 عندما مات موريس تم إصدار أكثر من خمسين عنواناً بأشكال متنوعة، وغالباً ما كانت لها إطارات مزخرفة بزخارف خشبية، وتم تصميم مجموعة Typefaces (مجموعة أبجديات) لها طابع الرسائل المطبوعة في القرن الخامس عشر (الشكل 3.1)، إذ كانت هذه الكتب وغيرها من المطابع الخاصة من ضمن عمل الغرافيك البريطاني الذي أثار إعجاب الناس في قارة أوروبا (الشكل 3.2). وفي هذه الفترة كانت لمقاهي فيينا أهميتها، إذ كان يجتمع أفراد المهن ويتناقشون وينشرون الأفكار الجديدة، بعد طباعتها في الصحف، ليستطيع رواد تلك المقاهي قراءتها، وفي إعلان لمقهي Piccola يضع صحيفة The Studio ثانياً في قائمة صحفه، التي كان لها عشرون ألف قارئ في وسط التسعينات 1890s (الشكل 3.3)، وفي إصدارها الأول في لندن عام 1893 نشرت The Studio رسومات الفنان أبري بيردسلي Aubrey Beardsley، وتضمّنت المجلة تقارير عن حركة



الشكل 3.3 - 1893 صحيفة The Studio لحركة الفنون والحرف
الشكل 3.4 - 1894 غلاف كتالوج لحركة Vienna Secession

الفنون والحرف Arts and Crafts وملصقات Beggarstaffs، ومدرسة Glasgow للمصممين.

في الستينات من القرن 1800 تم إعادة تخطيط فيينا عاصمة الإمبراطورية الهنغارية النمساوية Austro-Hungarian، وتم بناؤها على شكل مدينة حديثة بأسلوب عصر النهضة، وبدا بالنسبة للفنانين والمعماريين موقف أكثر إبداعاً بالنسبة للتاريخ في ورشات الحرف البريطانية، ومثال على ذلك هنري فان دو فيلد Henry Van de Velde وهو بلجيكي عمل مع موريس، إذ استخدم كل من موريس و فان دو فيلد الذوق المرئي المحلي كدليل على أهمية الأخلاقيات التي كانت العنصر الرئيس في أفكارهما.

وكما هو الحال بالنسبة لموريس وفان دو فيلد فإن العديد من فناني التصميم في فيينا عملوا بعدة مجالات، فقام الرسام Gustav Klimt الذي كان مسؤولاً بشكل خاص عن زخرفة مباني فيينا الجديدة بتشكيل أول جمعية للفنانين عُرفت باسم المنعزلة Secession التي قادها بعيداً عن الأنماط التاريخية، إذ استخدم في تصميمه لصفحة غلاف كتالوج معرض المنعزلة الأول عام 1898 نفس الشكل العمودي في ملصقات Berdislay بيردسلي، ونفس الفراغ الشبيه بالجدار مع ما يحتويه من موقع مسرحي، تباين شديد وحرف ثقيل مختصر أقرب إلى الهندسية (الشكل 3.4). إذ يوحد هذا الحرف المنتظم الرسوم والحروف بطريقة غرافيكية ذات بُعدين.



الشكل 3.6 - 1905 ملصق لحركة Wiener
Werkstatte للمصمم Koloman Moser



الشكل 3.5 - 1905 ملصق لحركة وركشآت Wiener
Werkstatte للمصمم Josef Hoffmann

لقد طوّرت ملصقات معارض الجرافيك المعنّزلة لغة جرافيكية تشكيلية واسعة وغنية بالتعبير التي مزجت بين الرسم الإيضاحي Illustration والزخرفة والنص معاً.

وتم إعطاء شكل محدّد جداً للتوضيح، فالعناصر كالملابس والأجنحة والشعر أصبحت زخرفة كما هو الحال عند Mucha في الخط الخارجي المتعرج الذي استخدمه رسامو الفن الجديد Art Nouveau، والحرف مطبوع بنفس الألوان الأربعة كما هي حال المساحات المسطحة في الملصق، وذلك ليعطي أهمية للشكل أكثر من أن يُبين العمق. وتم التأكيد على السطح الخارجي إذ يبقى الورق غير المطبوع للأجزاء الأكثر إضاءة بالنسبة لأماكن الكتابة، ووضع الأحرف حاملة المعلومات بشكل بارز وبمقياسها الدقيق للحفاظ على النسيج العام للشكل. وفي فيينا خضعت الأشكال التقليدية للحروف الأبجدية لأساليب جديدة، أما التشويّهات التزيينية فلم تظهر، ولم تؤثر على مقدرة قراءة الحرف. وأعلن عن هذه الأشياء، وتم انتقاؤها في النمط الزخرفي عام 1899 في كتاب لأستاذ في تصميم



الشكل 3.8 - 1896
ملصق للمصمم Charles Mackintosh



الشكل 3.7 - 1902
ملصق للمصمم Koloman Moser



الشكل 3.10 - 1899 cover غلاف لمجلة ver Sacrum تصميم
Allfred Roller



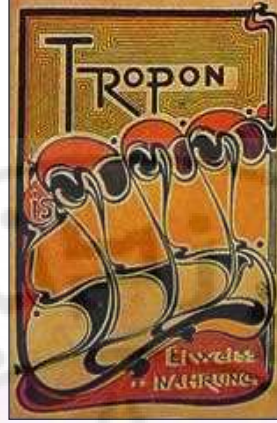
الشكل 3.9 - 1894 رسم إيضاحي للمصمم
Beardsley

الحروف من الجيل السابق يدعى Rudolf Von Larisch، الذي قدم للمصممين حروفاً غير واضحة ولكنها تتناسب مع شكل التصميم، ومن المصممين الذين انضموا للفنانين المعترلة عام 1899 أوتو فاغنر Otto Wagner، الذي كان له أسلوبه المعماري بالإضافة إلى حروفه ورسوماته المميزة، مثال ذلك واجهة مبنى مكتب البرق Die Zeit عام 1902 التي كانت مشابهة لأعمال جرافيك فيينا. إذ استخدم المربع الصغير ليكون فكرة زُخرفية، هذا المربع الذي ترك أثراً مهماً في عمل الغرافيك في العشرينات من عام 1900 أصبح هاجساً لفناني (ورشات عمل فيينا Wiener Werkstatte).

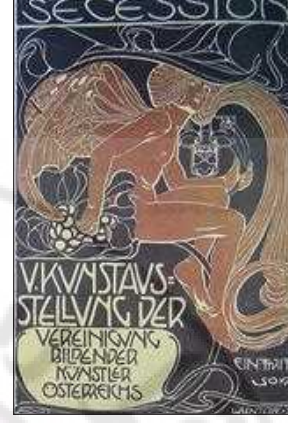
كل هذا أصبح مشروع تصنيع وتسويق للحرف الذي صُمم عام 1903 من قبل مساعد Otto Wagner هو Josef Hoffmann (الشكل 3.5)، والمصمم موزر Koloman Moser (الشكل 3.6-3.7)، وكلاهما أستاذان في مدرسة الفنون والحرف في فيينا – بدعم من Fritz Warndorfer صناعي راعي لـ تشارلز رينيه ماكنتوش Chales Rennie Mackintosh (الشكل 3.8)،



الشكل 3.13 - 1904 صفحة في كتاب
Peter Behrens



الشكل 3.12 - 1899 ملصق
لشركة TROPON
تصميم Van de Velde



الشكل 3.11 - 1899 ملصق
تصميم Koloman Moser
poster for Secession

والرسام الإيضاحي وجامع لرسومات بيردسلي A. Beardsley (الشكل 3.9). في مطبوعات Secession ظهر على ورق الكتابة أن المربعات كانت تتبع نمط " فاغنر " التي تم استخدامها، لُظهر موقع ثنيات الورق مرتين أفقياً، ولذلك تظهر المربعات في زاوية كل منطقة من الورقة المطوية. وفي الإصدار الشهري (للنبع المقدس Sacred Spring) تم تبني شكل المربع (الشكل 3.10)، وعند الانطلاق في عام 1898 نشرت حوارات عن المعارض، وأصدرت إسهامات الابتكارات الأدبية، حاملة توضيحات وزخارف لفناني المعزلة التي أعيد طباعتها بوسائط تقنية تصويرية في نشرات دورية أرخص ثمناً، وغالباً ما كان يستخدم لونين فقط بشكل مختصر ومؤثر. وكانت مجلة النبع المقدس تقليداً شاملاً لكتاب المطبعة الخاصة أكثر من كونها مجلة، وعندما أغلقت بعد ست سنوات تبين من قائمة الاشتراك أنه كان فيها ستمئة مشترك فقط، وكان هناك مجلة (السطح المستوي Die Flache) التي لها نفس أهمية النبع المقدس من حيث التأثير، والتي تضمنت سلسلة من تصاميم تلك المرحلة. والنموذج الآخر لأسلوب تلك الفترة هو لوحة Carl Otto Czeschka لاستديو دار الطباعة الحكومية، التي كانت موضوعاً ضمن إطار صممه Moser، والتبوغرافيا من تصميم رودولف فون لاريش Rudolf Von Larisch، وعلى

عكس ملصقاتهم فقد كانت معظم الكتب الفنية أقل نجاحاً من حيث وحدة العمل المتناسقة. أما اللغة الألمانية فكانت تُطبع بأحرف سوداء على نمط الجوثيك المعروف بـ Fraktur، الذي ظهر تدريجياً متأثراً بإصدارات القرن الخامس عشر على النمط الفينيسي المعروف الذي استفاد منه المعماري Adolf Loos لافتتاحية صحيفة Das Andere (الآخر).

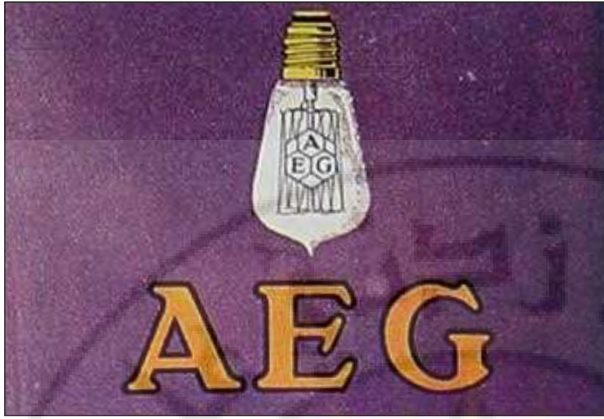
استوعب المصممون التحول الذي حصل في فيينا من دروس الفنون والحرف Arts and Crafts بتميزها وعالميتها وحماسها للتقنيات الجديدة التي تأثر بها التصميم في الفترة التي تبعت الحرب العالمية الأولى. وعُدّت تصاميم الحروف والرسوم الغرافيكية لكل من Egon Schiele و Oskar Kokoschka كقطع فنية لبداية المذهب التعبيري expression.

في عام 1902 بدأ Koloman Moser تصاميمه للعملة الورقية والطوابع البريدية، واضعاً حول الصورة الإطار التقليدي المقطع بتعرج (الشكل 3.11). تلك الطوابع التي استخدمت لـ Bosnia Herzegovina في عام 1906 هي الطوابع الأولى التي كانت تستخدم الصورة في تصاميمها. وكان ذلك قبل عدّة سنوات من ظهور مهنة التصميم الغرافيكي وعبر أعمال (بيتر بيهرنس Peter Behrens وفان دوفيلد Van de Velde).

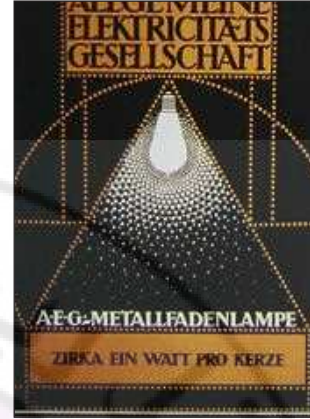
عندما تحول الرسامون ليصبحوا معماريين رأوا التصميم على أنه جزء من برنامج يدمج كل الفنون بالحياة اليومية، وكانوا بذلك يشبهون بعملهم المستقبلين في إيطاليا والبنائية في روسيا، وما عملوه بعد الحرب العالمية الأولى.

صمم فان دوفيلد Van de Velde كتب المطبعة الخاصة، متأثراً بـ وليم موريس، ونجح في إقناع الصناعيين بأن يسمحوا للفنانين أن يحدّدوا شكل منتجاتهم، وفي تصميمه لملصق لشركة TROPON ركّز على أسلوب الـ Art Nouveau، وبالرغم من نشره في مجلة للفن والأدب في برلين، فقد كان تجارياً تسويقياً بشكل كامل (الشكل 3.12).

ويعكس عمل Peter Behrens الغرافيكي بوضوح الشكل الطويل لملصقات مدرسة Glasgow، إذ ظهر هذا واضحاً في أعمال المعرض الافتتاحي للفن في Darmstadt، وظهرت روح القرن العشرين بشكل عام في رسوماتها والطريقة الميكانيكية للحرف (الشكل 3.13)، ويظهر شكل الحرف مستوعباً العناصر التقليدية التي كانت جليّة في الحرف Behrens Schrift، وقد كتب بيرنز Behrens: (من أجل الشكل الدقيق لطباعتي استخدمت المبدأ الميكانيكي



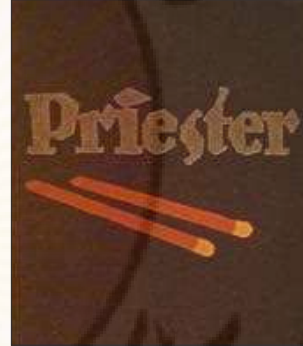
الشكل 3.15 - 1912 ملصق لشركة A E G تصميم بهرنس
poster by Peter Behrens



الشكل 3.14 - 1910 ملصق لشركة A E G تصميم بهرنس
poster by Peter Behrens



الشكل 3.17 - 1905 ملصق لشركة Stiller تصميم
Lucien Bernhard

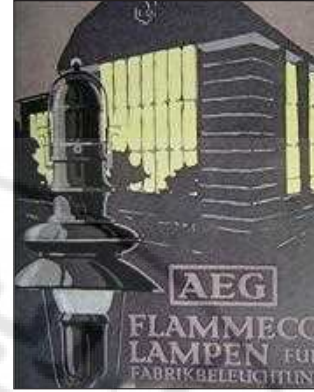


الشكل 3.16 - 1905 ملصق لشركة Priester تصميم
Lucien Bernhard

لحرف الجوثيك، الذي تميز بشحطة القلم المائلة، وكانت الحروف الألمانية الجوثيك Gothic ذات تأثير مناسب من حيث الطول والعرض للحروف، وكذلك سماكة الخطوط المائلة، مما أعطى شخصية ألمانية أكثر لهذا التصميم). ولم يستطع Behrens الوصول إلى شكل يعطي تأثير المصادر التاريخية في عمله إلا في تصميمه لشركة A E G للتجهيزات الكهربائية، إذ عُيِّن بعدها مصمماً ومهندساً معمارياً عام 1907، وأظهرت مواد الدعاية لشركة A E G هندسية صارمة تدل على أنها تطبيق شامل للتصميم كجزء من السياسة التي تتبعها الشركة (الشكل 3.14-3.15-3.18)، عرف هذا أولاً بـ Style House الذي



الشكل 3.20 - 1910 ملصق تصميم Ludwig Hohlwein



الشكل 3.18 - 1909 ملصق لشركة

A E G تصميم Peter Behrens



الشكل 3.19 - 1909 ملصق لشركة

Opel تصميم Hans Rudi Erdt

كان عبارة عن سلسلة من القواعد التي تعطي معالجات متناسقة ضمن أسلوب موحد، طور هذا في الثلاثينات من القرن العشرين كل من Olivetti في إيطاليا و Container Corporat في أمريكا. وكانت الميزة الرئيسية هي علامة تجارية تسويقية، وفي المطابع غالباً ما كانت تتم طباعة ذلك بضم الحروف معاً في قالب معدني ضمن قطعة واحدة معروفة باسم الشعار (Slogan).

وإذا حدث التطور في تصميم الغرافيك بشكل رئيس بعد الحرب العالمية الأولى، وتركز حول طبقة المبتكرين وإلهاماتهم، فإن هناك تطوراً أقل حماساً وليس أقل إبداعاً كان يحدث في الملصق التجاري، ومنذ 1900 لم تكن تصاميم الملصق من أجل البطاقات البريدية أو الشارات المطلية فقط وإنما أيضاً على شكل لصاقات مثقبة، والطوابع البريدية وعلب التعبئة، مما شجع على الاختصار

والتلخيص في التصميم والألوان.

شهدت ألمانيا في الفترة الواقعة ما بين بداية القرن والحرب العالمية الأولى تصاميم طورت الجمالية القوية لحركة Beggarstoffs لتعلن عن منتجاتها للمستهلك، ففي برلين تعاونت مجموعة من المصممين مع مؤسسة هولريوم Hollerbaum وشميدت Schmidt، عندما تمّ التركيز في تصاميمهم على المنتجات المعلن عنها والكلمات التي تهتم بماركة المنتج، وعُرف هذا التصميم فيما بعد بـ ملصق الشيء - Sachplakat، وتميّز في هذا المجال Lucian Bernhard الذي لم تكن تصاميمه الشهيرة بحاجة لأي تعليق أو توضيح مثل مطبوعات شركة كبريت Priester عام 1906 (الشكل 3.16) ولأحذية Stiller (الشكل 3.17) ولسجائر Manoli، إذ تم إظهار الشكل بنفس البساطة والسهولة ناهيك عن وضوح الكتابة.

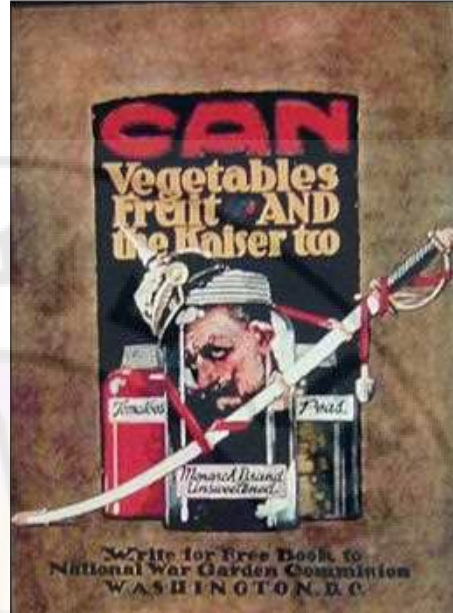
وكان هناك مصممون آخرون يعملون لصالح مطبعة Sachplakat هما Hans Rudi Erdt و Julius Gipkens، أما تصميم Erdt لبوستر سيارة Opel الذي حدده بتشكيلة من الألوان المسطحة أسود، أزرق، رمادي، ولونين من ألوان البني، فبعدُ ابتكاراً استثنائياً في عمل الغرافيك، إذ يعبر حرف O من أوبل Opel عن الإطار، وهي دائرة منتظمة، وبنفس الأسلوب رُسم رأس السائق وذلك لأن O عادةً ما تكتب بحواف أثخن قليلاً من باقي كلمة Opel (الشكل 2.19).

أما المصمم الألماني المشهور Ludwig Hohlwein من Sachplakat الذي كان يعمل في ميونخ، كان أسلوبه يشبه أسلوب Beggarstoffs، فقد استخدم أحرفاً ثقيلة على شكل مستطيل وذات حواف حادة من اللون، وانكسرت سطحية الألوان بنسيج رطب وطلاء متخثر، وظلال وإضاءات طبيعية، وكان التصميم مؤطراً (الشكل 3.20).

لقد تعايشت Sachplakat مع ملصقات تجارية أكثر تقليدية، هذه الإعلانات استخدمت شعارات وحروفاً وكلمات كانت تستخدم في الصحف والمجلات في الخمسينات من القرن التاسع عشر عندما اتخذ الإعلان مفهوماً بصرياً واحداً كما نراه في الولايات المتحدة.



الشكل 3.22 - 1918 ملصق للمصمم Louis Oppenheim



الشكل 3.21 - 1918 ملصق للمصمم Paul Verrees

الغرافيك في الحرب من عام 1914 حتى 1920s The Graphic in The War

أبرزت الحرب العالمية الأولى أهمية التصميم البصري، فالمخططات والرسوم التوضيحية والشعارات ساعدت على الإعلام والتوجيه، وسرعان ما أصبحت شارات الرتب العسكرية والوحدات رموزاً شائعة ومعروفة، حيث شاركت المناطق ودلالاتها، والعبارات والتصاميم الملخصة والمختصرة كان لها شعارات Slogans وصور في الملصقات الجديدة، واستخدمت هذه الوسائل للإعلان عن الالتحاق بالخدمة العسكرية عن طريق الحكومات، بينما اليوم يستخدم التلفاز والمذياع لكي يتم الإعلان العام، ولحث المواطنين على المشاركة في الحرب والمجهود الحربي (الشكل 3.21). عكست الملصقات التي ظهرت في تلك المرحلة تطور فن التصميم



الشكل 3.23 - 1914 ملصق للجيش الألماني
تصميم poster by Ludwin Hohlwein

الغرافيك في فرنسا وبريطانيا العظمى وإيطاليا والنمسا - هنغاريا، ألمانيا، روسيا، وفيما بعد في الولايات المتحدة، أما مصممو ألمانيا فكانوا Bernhard - Erdt و Gipkens- Hohlwein و Louis Oppenheim أيضاً (الشكل 3.22) و (الشكل 3.23). فقد كانت الملصقات الألمانية في Sachplakat البسيطة والمركزة على الصورة، ذات الألوان المختصرة، والظلال الثابتة مع الأحرف المكتوبة بشكل واضح مع نسيج كثيف، كل تلك الميزات كانت تظهر وحدة الغرافيك التي كانت مفقودة في ملصقات البلدان الأخرى.

أما في بريطانيا والولايات المتحدة فقد تم استخدام ملصقات موضحة برسوم كبيرة مع كتابات باليد ذات تصميم ضعيف، وسيطرت تلك الملصقات بمميزاتها في تلك المرحلة. بينما كانت الملصقات الفرنسية مرسومة بشكل جيد من قبل فنانين مثل Jean Louis Forain و Steinlen وغالباً ما كانوا يرفقون نصوصاً أو شعاراً Slogan مع تلك الملصقات. واتبع هذا الأسلوب، مع الاستثناءات في بلدانهم، كل من الفنان الأمريكي Joseph Pennell والبريطاني Frank Brangwyn اللذان أظهرتا التباين الشديد بالشكل واللون المستخدم به الأبيض والأسود، لإظهار الانفعالات والعمق، كل ذلك صوّر الحرب بواقعية غير معتادة، وأضيف إلى ذلك أيضاً استخدام الأحرف الرومانية الكبيرة باللون الغامق. كانت ملصقات الحرب بنمط متشابه في كل بلد، فتلک التي كانت تطلب التجنيد كانت تحمّس بشعارات وطنية، وألحقت الذنب بأولئك الذين يتركون



الشكل 3.24 - 1914 ملصق عن الحرب
تصميم poster by Lumley

الآخرين يموتون دفاعاً عنهم وهم كسالى.

في بريطانيا أنتج هذا الأسلوب بداية إعلانات الفن الموجّه، إذ تستخدم هذه الطريقة الأشكال والأشخاص بطريقة مرتبة، لتقدم معاني واضحة ودقيقة، واستخدم هذا التصميم المنفذ بالرسم شعاراً مشهوراً هو (أبي ماذا عملت في الحرب العظيمة) (الشكل 3.24)، وبالرغم من أن ذلك يبدو شيئاً مبتذلاً في التوضيح لكن معناه يحمل رسالة، إذ تظهر - في الملصق - غرفة جلوس، وأولاد أنيقو الملابس، جالسين يسألون والدهم مما يعطي إحساساً أن هذا الحدث هو بعد الحرب، وكذلك

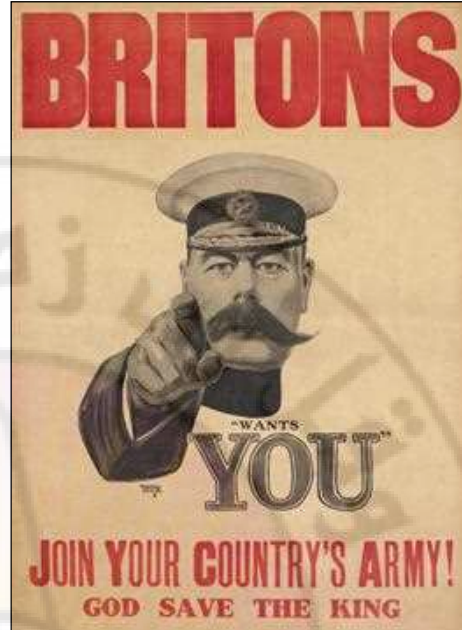
الصبي الذي يلعب بجنود وألعاب يوحى بالإحساس الصحيح للذكور تجاه رومانسية حب الحياة العسكرية.

وكان هناك أيضاً ملصقات بريطانية استخدمت صوراً مباشرة، تحمل تأكيداً صريحاً مثل (كن شريفاً مع نفسك) (تأكد أن ما تدعوه سبباً ليس عذراً أنانياً) التي تستخدم الصور والنص معاً بنفس الأهمية، إذ ظهرت هذه النزعة في الإعلانات السويسرية بعدها بخمس وعشرين عاماً.

ويُعدّ ملصق التجنيد البريطاني عام 1914 (بلدك بحاجة إليك) الملصق الأفضل الذي كان يوضّح صورة Lord Kitchener، وزير الحرب المكبرة والمأخوذة من غلاف مجلة (الشكل 3.25)، الذي كان معروفاً بشاربيه الضخمين وقبعته العسكرية ورتبته. وكذلك الملصق الأمريكي الذي قلّد الملصق البريطاني، وحمل شعاراً مميزاً (أريدك للجيش الأمريكي) وهو صورة مرسومة للفنان James Montgomery على شكل العم



الشكل 3.26 - 1917
ملصق العم سام للمصمم Montgoery Flagg



الشكل 3.25 - 1915 الملصق البريطاني
للمصمم Alfred Leete

سام (الشكل 3.26). وتُظهر عناصر هذا التصميم بشكل واضح ومرتب، فالألوان موضحة بالأحمر والأبيض وإطار أزرق، بعد ذلك أصبح الشخص المعروف وهو يخاطب الجمهور شائعاً في الإعلان. وقدم Oppenheim اوبنهايم معالجة غرافيكية زخرفية لرأس المشير Von Hindenburg باستخدام ثلاثة ألوان خشبية مع رسالة المشير التذكارية، تعبّر هذه التقنية البسيطة في الكتابة اليدوية عن نداء شخصي ومباشر. ويحمل الشكل الغرافيكي جزءاً من المعنى، وهو ليس أسلوباً حرفياً مصوراً كما هو الحال مع Kitchener والعم سام حيث تم استخدام إصبع الاتهام. أدرك المصممون الألمان أهمية أفكار ملصقات الحلفاء المتحدة التي أعيد طباعتها في مجلة Das Plakat، التي صدرت خلال الحرب، إذ كان هناك معرض في برلين حول ملصقات التجنيد البريطانية عام 1915 (الشكل 3.27)، ولم يكن الألمان بحاجة لهذا النوع من الملصقات،



الشكل 3.28 - 1915 ملصق للمصمم Lucian Bernhard



الشكل 3.27 - 1914 ملصق للجيش الألماني للمصمم Ludwin Hohlwein

لأنه كان لديهم التجنيد الإلزامي، ولكنهم بعد فترة احتاجوا إلى الملصقات لأغراض أخرى، ولم تكف الحرب بأخذ الأرواح بأعداد هائلة، وإنما كانت أيضاً تستهلك مصادر ضخمة من الأغذية واللوازم. ولذلك كانت الملصقات على شكل نداء من الحكومة للمواطنين من أجل إقراضها المال عن طريق الإدخار في قروض الحرب، وبيّنت هذه الحملات الفروقات الوطنية على شكل صور غرافيكية، ويبين ملصق استخدم شكل قطع من الخشب وقبضة معدنية لها نتوءات مع حروف حادة وثقيلة علاقته مع أساليب التصميم لتلك الفترة (الشكل 3.28)، والموجه من أجل قرض الحرب للمصمم Bernhard عام 1917، إذ استخدم خطأً أحمر وأسود وحروفاً ثقيلة من دون صور من أجل تقديم القرض الأخير للحرب لعام 1918، الذي أظهر الأسلوب الألماني القومي المميز لتلك المرحلة. وكانت الحوارات نادرة، وفي مقدمتها في بلدان الحلفاء لاستخدام صورة ذات دلالة



الشكل 3.30 - 1916 ملصق للمصمم Hans Erdt



الشكل 3.29 - 1910 ملصق للمصمم L. Hohlwein

بصرية، ويُعدّ شعار ملصق The Hun: Blot it out with Liberty Bonds (امح ذلك بروابط الحرية) ترجمة بسيطة مرئية لصورة اليدين المملختين بالدماء التي كانت دعاية معبرة وفعالة، وبعيداً عن تصوير الجنود الوطنيين على شكل أبطال خيالة، والأعداء على شكل وحوش مفترسة، فقد أصبح النمط التقليدي مألوفاً في المجالات الكاريكاتورية التي بسّطت الجرافيك بدرجات مختلفة، وشاع إظهار جندي المقدمة في الحرب على شكل فارس مسلح أكثر من إظهاره على شكل جندي عادي بواقعية (الشكل 3.29-3.30)، وصوّر على شكل روح وطنية مقاتلة عند النصور الألمان والأمريكان بأسلوب توضيحي طبيعي (الشكل 3.31)، أما ملصق المصمم النمساوي Julius Klinger في عام 1918 فقد استخدم الرموز الشكلية واللونية مثل شكل الرقم 8 الأحمر المعبر عن قرض الحرب الثامن كفخّ للحلفاء الذين مثلهم على شكل تنين أسود وأخضر، وكان رأسه الملوي وعنقه مثبتاً بسلسلة من الأسهم، كل واحد يدلّ على أحد القروض



الشكل 3.32 - 1917 ملصق للجيش الألماني للمصمم
Julius Klinger



الشكل 3.31 - 1917 ملصق للمصمم Joseph
Leyendecker

السبعة السابقة (الشكل 3.32).

وبرع المصممون الألمان بالريادة المشابهة على أنماط التمثيل المتنوعة بفكرة واضحة وحيدة ممثلة في الملصق المميز للمصمم Gipkens، الذي يصور عرض التذكارات التي حصلوا عليها من الحرب في الهواء الطلق، إذ استخدمت صورة ظلية لنسر أسود، مثبت فوق ثقب طلقة، تشكل طائرة الحلفاء. ويُقدم Gipkens لغة غرافيكية ملخصة بأسلوب طبيعي واضح (الشكل 3.33)، ويُظهر الدائرة ذات الألوان الأبيض في الدائرة الحمراء، والبيضاء والزرقاء مثقبة بطلقات، ويبقى اللون الأبيض من دون طباعة، لأنه لون الورق، لهذا ظهر الملصق على شكل سطح فعلي للطائرة. أما المصممة Jesse Smith فقد شكلت رموزها وكتاباتهما بمهارة ووضوح وبراعة مصممي الملصق الألمان، وخاصة شعار الصليب الأحمر المألوف،



الشكل 3.34 - 1918 ملصق للمصممة سميث
poster by Jesse Smith



الشكل 3.33 - 1917 ملصق للمصمم Julius Gipkens

الموضوع في وسط الملصق (الشكل 3.34)، وفي ملصقات أخرى ظهر الصليب بألوان معكوسة كما في ملصق يصور العلم السويسري، ليعلن عن معرض فني حول معتقل ألماني في سويسرا للمصمم Hohlwein، الذي لم تفقد أعماله أيًا من أناقتها في فترة الحرب، ومثلت قوة احتياطية مؤثرة في سلسلة من الملصقات لزيادة الاعتمادات للسجناء والمعاقين. وانتشر استخدام الرموز في المطبوعات في تلك الفترة، مثل القلب الأحمر الذي كان رمزاً شائعاً مبتدلاً في البطاقات البريدية كدليل على العاطفة، وفي الخلف شخص منعزل، طويل القامة خلف قضبان السجن.

ظهر العديد من العناصر البصرية، والميزات الشكلية للتصميم الجرافيكي في الحرب ليس فقط في الملصقات، بل كانت حاجة الجيش لنظام من الرموز والدلالات والشعارات، للتعرف على عناصره واللوازم الخاصة به والتعليمات الواضحة في منشوراته (الشكل 3.35-3.36-3.37). وتم تحديد هرمية الرتب العسكرية عن طريق شارات خاصة بالرتب يجب



الشكل 3.36 - 1936

ملصق للمصمم poster by Ludwin Hohlwein



الشكل 3.35 -

ملصق للمصمم poster by Otto Lehmann

حفظها من قبل الأفراد، وناهيك عن الحاجة لرموز المناطق من أجل القوات والعناصر والأقسام ظهرت الحاجة لوسائط النقل المتحركة، مما جعل الحاجة ملحة لاستخدام رموز تميز تلك الوحدات عن الوحدات المعادية. وعند استخدام الرموز يصبح من الصعب على الأعداء معرفة هذه الوحدات لتشابهها أحياناً، وكان الجيش البريطاني يحمل علامات مخططة مستطيلة، تم تصميمها من قبل الضباط كرموز لوحدهم، وبعضها كان بسيطاً مثل قسم الأرصاد العليا الذي حمل رقم 8 كرمز.

لقد أفرزت ملصقات الحرب أنماطاً تقليدية كانت أساس الدعاية السياسية في السنوات اللاحقة في إيطاليا، وروسيا وألمانيا والإلهامات الوطنية التي كانت تركز على قادة فترة الحرب مثل ماركس ولينين، اللذان حولتهما ديكتاتورية الفاشية إلى إيقونات، والأعداء على شكل كاريكاتير بربري أو وحوش شرسة أصبحت تُستخدم لتظهر المخاوف من البلشفية والرأسمالية.



الشكل 3.38 - ملصق للجيش الألماني تصميم Hans Erdt



الشكل 3.37 - ملصق للمصمم Ludwin Hohlwein 1940

وتُظهر ملصقات ما بين عام 1914 - 1918 نقطة تحوّل، فقد بدأت الرسوم التوضيحية تفقد وجودها في التقنيات المرسومة في الجرافيك المطبوع (الشكل 3.38)، وذلك لأنه أصبح من السهولة بمكان إعطاء طبعات أبيض وأسود بشكل آلي، إذ ساعدت مصابيح الفلاش، وعدسات التصوير في الكاميرات على إعطاء صور أكثر دقة للأحداث والمشاهد، وكذلك إضاءات الاستديو والمونتاج أعطت روحاً خاصّة للصّور الفوتوغرافية وحولتها إلى دراما.

في أوروبا التحق المصممون التجاريون مثل برنهارد Bernhard بجماعة الفنانين المبتكرين، الذين رأوا أن التصميم الجرافيكي وسيلة لتوسيع هذا الفن إلى الحياة الحديثة، إذ امتنعوا عن استخدام طرق الطباعة التقليدية، واستخدموا الصور الفوتوغرافية لإعطاء تعابير وإيحاءات أكثر عمقاً، تمت معالجتها عن طريق المونتاج الذي أصبح فيما بعد يعدّ تعبيراً نقدياً جديداً.

الفصل الرابع

4

الرواد وأصول التحديثية في أوروبا
من 1914 حتى 1940

The Avant-Garde and the Origine of
Modernism in Europe





الشكل 4.1 - 1897 صفحات من قصيدة - رمية النرد للشاعر Stephane Mallarme

الغرافيك والمستقبلية Graphic and Futurism

في الفترة ما بين 1910 - 1920 اهتزت أوروبا القديمة بالحرب العالمية الأولى، واضطربت لعدم الاستقرار السياسي، وتم وضع أسس الفن الحديث من قبل رواد الفن الذين قدموا في الوقت نفسه طرقاً جديدة في النظر إلى الكلمات، واستخدام الأبجدية لتشكيل الصور، إن عملية قراءة الكلمات مرتبة في خطوط أفقية صفحة بعد صفحة، كانت قد أسست قبل اختراع الطباعة بزمان طويل، ففي الملصقات وفي صفحات وعناوين الكتب كانت الكلمات قد رُتبت بشكل متناسق هرمياً من حيث الأهمية من خلال القياسات المختلفة للأحرف الطباعية، بعيداً عن رسم الأشكال بالحروف، فقد بدا هذا تقليداً من غير الممكن مهاجمته، وقد كانت هناك محاولة صغيرة لترتيب الكلمات بطريقة يمكن أن تعزز من معناها الفردي أو الجماعي.

في عام 1897 أصدر الشاعر الفرنسي Mallarme قصيدة من عشرين صفحة باسم (رمية النرد) التي لم تحرق فقط التقاليد الطباعية الحرفية، لكنها

أعطت مبررات لفعل ذلك (الشكل 4.1)، إذ رأى الشاعر Mallarme أن الصفحتين المفتوحتين من أي كتاب تشكّلان مساحة واحدة، وعبر الصفحتين المفتوحتين قام بمعالجة قصيدته الحرة، (قصيدة خالية من القافية والبحر) كهدف موسيقي من أجل الذين يريدون قراءتها بصوت عالٍ، واستخدمت أنواعاً مختلفة من الحروف للفكرة الرئيسية والفكرة الثانوية، والتي تظهر أهميتها عندما تقرأ بصوت مسموع، أما الفراغ الأبيض فكان يمثل الصمت، وقد وضع الكلمات في هذه القصيدة كل كلمة في سطر متعاقب، مثل وقع الخطأ في سلم الدَرَج (الشكل 4.2). إن فائدة هذه المسافة تبدو في حركة السرعة أو البطء لمجموعات من الكلمات، أو كلمات مفردة، تنفصل عقلياً. وقد اعترف الشاعر بأن القصيدة لا تخرق التقاليد في كل مكان منها، كما يقول في عرضها: (لم أدفعها إلى الأمام بعيداً لكي تصدم الناس، لكن لكي تفتح عيونهم)، إن الصدم إضافة إلى فتح عيون الناس كان جزءاً من برنامج المستقبلين الذين بدأت معاركهم على الجبهة المطبعية قبل الحرب العالمية الأولى، وقد قاد هذه الحركة الشاعر Filippo T. Marinetti، الذي أصدر أول وأشهر بيان رسمي للمستقبليين في باريس عام 1909.

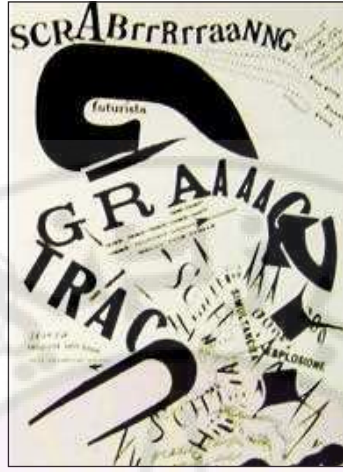
أخذ Marinetti رسالته ممجداً ملامح العالم الحديث كالسرعة، السيارات، الطائرات والحرب... في رحلات صاخبة في العواصم الأوروبية (الشكل 4.3). والأهم من ذلك أن مارينيتي أدرك بأن الحروف التي شكلت الكلمات لم تكن مجرد إشارات أبجدية، فالأوزان والأشكال المختلفة، وليس فقط موقعها في الصفحة، كانت تعطي الكلمات شخصية تعبيرية مميزة، وقد أمكن استخدام الكلمات والحروف كصور بصرية على شكلها الصحيح غالباً.

لقد ضم مارينيتي قواه مع الكاتب الذي كان من نفس مزاجه Giovanni Papini والرسام Ardengo Soffici في مجلة Lacerba الصادرة في فلورنسا عام

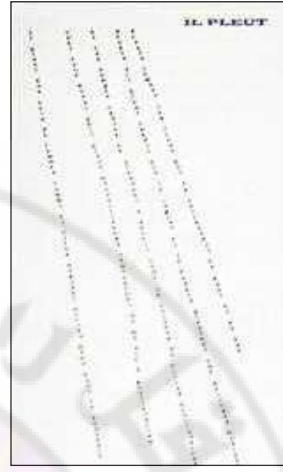
عام 1914 أصدر Marinetti أول كتاب له لما كان يسميه (تكلم بحرية Parole in Liberta) إذ عنوانه بـ Zang Tumb Tumb. كان نوعاً من اللوحات اللفظية لإحياء مناسبة المعركة التي حدثت مؤخراً في Tripoli، إذ حاول إيجاد معادلات بصرية للأصوات في أشكال وأحجام مناسبة للكلمات. لقد كان يمثل برنامج Marinetti لأدب المستقبلية الذي استبق العديد من الطرق التي تم فيها استخدام الكلمات في تصميم جرافيك: (يجب على الإنسان أن يخرب بناء الجملة، ويبعثر الأسماء عشوائياً... يجب أن يستخدم المصادر... يجب أن يلغي الصفات... يجب أن يلغي الظروف... يجب أن يخلط بشكل متعمد المفعول مع الصورة التي يستحضرها... ويلغي حتى علامات الترقيم).



الشكل 4.4 - جناح treves
تصميم Fortunato Depero



الشكل 4.3 - 1919 قصيدة بالكلمات الحرة
للشاعر Filippo Marinetti



الشكل 4.2 - 1918 صفحة من
قصيدة -إنها تمطر- للشاعر
Guillaume Apollinaire

1913، إذ كانت ذات وجهة نظر راديكالية متطرفة رائدة، وكانت أعدادها النصف شهرية قد وصلت إلى ألفي نسخة، وهي في الأغلب من فئة العمال. أما تجارب المجلة الطباعية والفنية فقد رسمت أرضية يمكن الاستناد إليها لصراع دام ثلاثين سنة من قبل الرواد الطليعيين وأعدائهم، ففي العديد من المدن الإيطالية ظهرت العديد من الصفحات والكراسات مفعمة بكلمات موضوعة بشكل حر. غلّف بعض الفنانين والكتاب صفحاتهم بتعابير حماسية شديدة، وآخرون تقيّدوا بوضع كلمات، فالكلمات حلّت مكان الصور بنفس الطريقة التي قُطعت فيها صور الأفلام الصامتة، واستبدلت بكلمات على الشاشة لتكمل الرواية القصصية (بطلنا وصل)، أو استبدلت بصوت كما تصرخ البطلة النجدة!.

لقد كانت أصوات المعركة هي الأعلى بصرياً في قصيدة (Zang Tumb Tumb) إذ وُضعت كلمات مفردة في زوايا حادة من الصفحة صعبة فنياً، ومستهلكة زمنياً بالنسبة للمطبعة التي تستخدم قطعاً مستطيلة لضبط الحروف المعدنية.

استخدم Soffici عملية تجميع الحروف المنضدة الجاهزة، ومواد الحروف الخشبية التي كان قد فصلها من الخشب مع حروف إعلانية، ونقوش صور جاهزة، استخدمها كلها في تقنيته الجديدة في غلاف لقصائده الخاصة والمسماة BIF& ZF+I8، والتي استخدمها بعد بضع سنوات المصممون



الشكل 4.6 - 1927 صفحة من كتاب ديبيرو المستقبلي
للمصمم Fortunato Depero



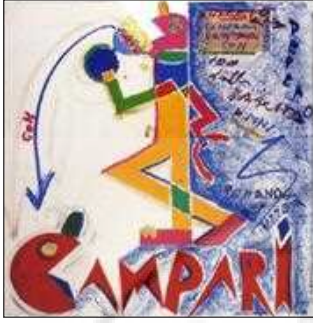
الشكل 4.5 - 1927 غلاف كتاب للمصمم الـ futurist
cover for Fortunato Depero

(الدادائيون الألمان - German Dadaists)، وفي نفس الكتاب الثوري قدم Soffici في الأعمدة التقليدية للنص تغييرات مفاجئة في أسلوب وحجم النموذج الطباعي، فأحياناً يكون الحرف كبيراً Capital ومن دون ذنبيات Sans-Serif على الغالب، وأحياناً تكون الخطوط ذات قياسات أقل حجماً، للتعبير بصرياً عن أصوات معينة مثل همسة على الصفحة، والشيء المميز هو أن Soffici زوّد نصه بأجزاء من قطع إعلانية كتابية وأشكال رمزية.

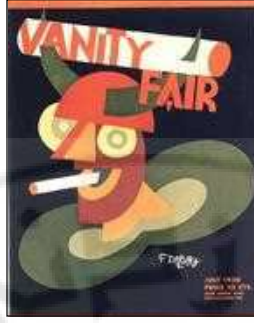
رحّب المستقبلون بالإعلان بوصفهم ناشرين ذاتيين له، فهو يعرض الحياة الحديثة، ويمثل المرحلة الثانية من ثقافة المسرح التي كانوا قد كرهوها، فمثلاً قال مارينيتي: إن الإشارات الواضحة التي تواجه كاتدرائية ميلانو استطاعت أن تعبّر عن الامتياز في الخيال الشعري الذي يشع للأبدية. أما Fortunato Depero فيعدّ الإعلان وسطاً جيداً لنشر أفكار المستقبلين.

لقد كان ديبيرو زميلاً لرسام مستقبلي، اسمه جياكومو بالا Giacomo Balla الذي وقّع معه بياناً واضحاً بعنوان (إعادة التنظيم المستقبلي للكون) عام 1915، ومن بين اقتراحاته المغضبة إعلانات الصوت والحركة ثلاثية الأبعاد.

وفي عام 1927 اقترب ديبيرو من هذا الهدف في جناح صممه للناشرين Treves في معرض الفن الزخرفي الدولي في Monza (الشكل 4.4)، الذي بلغ ارتفاعه حوالي تسعة أمتار، وكان بناءً مركباً جزئياً من أحرف صلبة ضخمة، وقد تم



الشكل 4.8 - 1924 ملصق مستقبلي
لشركة Campari تصميم
Fortunato Depero



الشكل 4.7 - 1930 غلاف
مجلة Vanity Fair للمصمم
Fortunato Depero

تكرار عناصرها بمقياس أصغر في الرفوف والزخرفة الداخلية. أدخل المستقبلون عناصر الدعاية في أدبهم، ووسّعوا امتداد المستقبلية، وبما أنهم مسحورون بالتكنولوجيا أو على الأقل بصورة الحداثة التي زودتها التكنولوجيا، فإنهم قدّروا عالياً عناصر الإنتاج الصناعي، وتوضح ذلك في تصميم كتاب (Depero Futurista - ديبيرو المستقبلي) الذي كان مثلاً للحداثة المستقبلية، وأحد الأعمال الرئيسة للدعم الذاتي للمستقبليين والتصميم الجرافيكي، إذ عُلفت ثلاث نسخ من هذا الكتاب بصفيحة من القصدير، وربطت بعزقات وبراع معدنية (الشكل 4.5).

وتضمن الكتاب صفحات متقابلة، تستخدم الألوان غير اللامعة في أحد نصفيها، والأبيض والأسود في النصف الآخر، وقد ابتعد التصميم عن طرق مارينتي، إذ تم تصميمه على شكل مربع بوساطة الهندسة المجردة، واستُخدم النموذج الطباعي للحروف الهندسية خالية الشظية (سان سيرف Sans - Serif) (الشكل 4.6).

وفي السنة التالية 1928 انطلق Depero إلى نيويورك، وهناك تابع العمل بالرسم والعرض، يصمم للمسارح ويعمل بوصفه مصمماً إعلانياً مرتزقاً، وصمم أيضاً أغلفة لمجلات بما فيها (Vanity Fair)، لكن الشيء الحتمي أن كثيراً من إعلانات المستقبلية Futurisme كانت له (الشكل 4.7)، وكان هناك عنصر متداول في المستقبلية، مثل صورة الطفل، إن إعادة بناء المستقبلي قد تضمنت (دمية المستقبلي)، وكان أول معيار لها هو أن تجعل الطفل يضحك بصوت عال، وتكون حافزاً أو دافعاً للكبار على الضحك، إن كلّ صور Depero الإعلانية

تبدو وكأنها صيغت لأطفال الحضانة، إذ كانت القصاصات الورقية المعدة للرسم تتقاطع مع تبديلات بسيطة للونين الأبيض والأسود، إن هذه البساطة غير المسبوقة كانت مصدر قوتهم، إذ يتم إعادة طباعتها ببساطة بكتل حروفية في الصحف، وبلون غير لامع في الملصقات المطبوعة ليثو جرافياً. إن مشاركة Depero مع الشركة التي صنعت مقبلات Campari نتج عنها سلسلة من التصميمات الإعلانية بأسلوب المستقبلية، جمعت في كتاب اسمه Numero Unico Futurista Campari عام 1931. ودعم ديبيرو نجاح المستقبلية بقوله: إن تأثير أسلوب المستقبلية في كل وسط ومساحة إبداعية من الدعاية واضح على نحو قاطع ومتميز (الشكل 4.8).

وفي عام 1934 ظهر كتاب D'Albisola الخاص بعنوان L'Anguria Lirica الذي تم تصميمه من قبل الفنان الميلاني القدير (Milan Bruno Munari) الذي بقي المسيطر في إيطاليا لأكثر من خمسين عاماً، إن صورة D'Albisola في صفحة العنوان كانت قد رسمت من قبل Nicolay Diulgheroff ابن منضد أحرف بلغاري، الذي اتبع المنهج الأساسي في مدرسة الباوهاوس Bauhaus في ألمانيا، وكرسام ومصمم تجاري عمل على طريقة المستقبلية ديبيرو، والشيء الأكثر وضوحاً كانت كلماته المكتوبة بالطريقة الهندسية، فمثلاً الحرف الكبير A أصبح مثلثاً، وفي النتيجة استخدمت المستقبلية كأسلوب في التفكير البصري. إن الملصق التجاري الأكثر نجاحاً في مجال التسويق Marketing عند ديبيرو كان لشركة S.Pellegrino Magnesia، الذي استخدم فيه تقنيات الملصق التقليدية، فالشكل الواحد يرتبط بالمنتج بفكرة بصرية.

عندما كان ديبيرو في نيويورك عام 1929 كتب أفكاره الرئيسية في مقالة (المستقبلية وفن الدعاية) التي نشرت بعد عودته إلى إيطاليا عام 1931 إذ قال: (إن فن المستقبل سيكون حتماً فن الدعاية) ودعا لأن يصبح الإعلان عاكساً للحماسة الجديدة لـ (أمجادنا، لرجالنا ومنتجاتنا) حسب كلامه.

كان هناك نزعات متصارعة في المستقبلية، فمن جهة كانت التحديثية العدائية ومن جهة أخرى النيوكلاسيكية Neo - Classicism الضخمة التي ربطت صلاتها مع فنون الإمبراطورية الرومانية القديمة. لقد ضموا قواهم في المعرض الفني الكبير الذي أقيم في روما عام 1933 للاحتفال بمناسبة وطنية. أما ملصقات Posters المصمم الطباعي Diulgheroff فكانت تحت على دعم المناسبات الاحتفالية.

إن رد فعلهم على القومية المتنامية ومقاومة التجديد لصناعة الطباعة النيوكلاسيكية والنهضوية كان يتمثل في مجلة Campo Grafico التي صدرت لأول مرة عام 1933. كانت تبحث خارج إيطاليا إلى باريس وألمانيا وكانت تقدم أعمال الجيل الجديد من المصممين الإيطاليين والأهم من بينهم كان الإيطالي Edoardo Persico الذي أصبح أيضاً محرر مجلة جديدة أخرى باسم Casabella.

لقد كانت أعمال حركة المستقبلية تأثيرية، لكن كبار مصممي الملصق الإيطالي مثل (Seneca, Sepo Mazza, Dudovich, Cappiello) تابعوا التقليد مع بعض الآثار التحديثية.

ومع قصيدة مارينتي (السترة الحليبية) أنتج Munari أحد أكثر أعماله التأثيرية في التصميم الجرافيكي الإيطالي، من أجل دعم النسيج الصناعي، وقد عرضها موناري Munari بتقنيات حديثة جداً، صورة يمكن قصها مطبوعة فوق الأساس بلون أسود أو ملون مع تنضيد حروف بالنموذج البودوني Bodoni ذي الشطبات المائلة. استعاد هذا العمل مابعد المستقبلي الثقة والطاقة التي قدمها مارينتي قبل أكثر من عشرين سنة لكن فوضويتها الطباعية لم يُنظر إليها باهتمام.

لقد كانت المستقبلية مهمة لأنها خالفت النموذج التقليدي المتناسق للصفحة المطبوعة إذ خلقت سابقة لإبداعات الدادائيين Dadaists الطباعية في ألمانيا، وأعارت اسمها Futurisme للحركة التجريبية في روسيا التي سبقت مباشرة ثورة عام 1917.

التصميم في روسيا السوفياتية

إن السنوات التي تلت ثورة عام 1917 في روسيا شهدت تطور التصميم الجرافيكي باستخدام الفيلم بوصفه وسيلة إعلامية، إذ تم تصدير هذه اللغة الجديدة لتصبح مؤثراً مهماً في تصاميم ألمانيا وهولندا بين الحربين.

كان لروسيا تقليدٌ بصريٌّ قويٌّ عبّر عنه Lubok في إيقوناته، باستخدام صفائح خشبية عريضة، لها أشكال مجردة، تدل على رواية معينة، ناهيك عن المجالات السياسية الموضحة بالصور، وكان فيها أيضاً نخبة طليعية فكرية مدفوعة من قبل المستقبلية لتدير ظهرها إلى الماضي في جو محموم من التفاؤلية والمجادلة،



الشكل 4.11 - 1924
ملصق (البنائي) للمصمم
El Lissitzky



الشكل 4.10 - 1921 ملصق (موت)
الامبريالية) للمصمم Victor Deni



الشكل 4.9 - 1920 ملصق
(النجدة) للمصمم Dmitri Moor

ومن الحرمان المادي في زمن الحرب الأهلية والجيشان السياسي، في مجتمع نصف مثقف، حيث تصبح الصورة والكلمات عناصر وحوافز للثورة. كان المتحدث في الاجتماعات- قبل الكهرياء وانتشار المذيع بشكل واسع- هو الوحيد الذي يستطيع أن يشرح التطورات السياسية، وينقل أخبار التقدم على الجبهات في الحرب الأهلية عام 1918 - 1921. أما في السنوات القلائل الأولى للثورة أصبحت الملصقات هي المتحدث الشعبي العام الذي يصرح بشعارات بصرية للحرب، ويبين القصص السياسية الرمزية، وكلما تطورت الحرب كانت تستخدم مصادر جديدة من التصوير تحمل مهارات المصممين الجرافيكين في إيضاح الاحصائيات ورسم الخرائط والدلالات. في تلك الفترة ظهر مصممان هما Dmitri Moor (الشكل 4.9) و Victor Deni، ففي ملصق Deni الأكثر تعبيراً واختصاراً حيث اليد الحمراء تنتج كتابة حمراء Third International على مستطيل أسود مُجبرة نموذج الرأسمالي ذي القبعة العليا بأن يرتعد و يرتجف من الخوف تحتها، وبذلك أدخل الشعار في الرسم، إذ استخدم لملصقاته الألواح الخشبية للطباعة (الشكل 4.10)، وهو تقليد تم تبنيه في الحرب العالمية الأولى للدعاية الوطنية. أما وكالة الأخبار (Rosta Windows) فقد كانت نشراتها ذات وجه واحد، تستخدم في أغلب الأحيان صوراً قصصية كوميدية، وكثيراً ما كانت تُعلّق في واجهات المحلات، ومحطات السكك الحديدية، وفي جبهات الحرب الأهلية، فقد كانت كبيرة، يتراوح ارتفاعها من متر واحد

إلى أربعة أمتار منتجة باستخدام أكثر من مئة نسخة رقيقة من Stencil، التي بدأ باستخدامها فنان الكرتون السياسي Mikhail cheremnykh، الذي أصدر خمسمئة ملصق لوكالة Rosta، ويقال بأنه صمم خمسين ملصقاً في ليلة واحدة. أما المصمم والفنان المبدع لملصقات Rosta كان الشاعر فلاديمير مايكوفسكي Vladimir Mayakovsky، وبعيداً عن كتاباته لمعظم النصوص، فإنه رسم ثلث مجموع نتاج الورشات التي وصلت عبر سنتين من إنتاجها إلى 1600 عدد منشور.

وفيما بعد تم تأسيس مراسم استديوهات لـ Rosta الإقليمية، أما الفنانون البنائيون Constructivists فقد عارضوا فكرة العمل الفردي في الفن لأنه يؤثر على المجتمع، وأكدوا على ضرورة العمل الجماعي.

تخصص معظم إنتاج المصمم الروسي El Lissitzky في تصميم الكتب والمعارض، فقد كان أحد رواد فوتومونتاج الصور Photomontage الذي يعتمد على تجميع عناصر مختلفة من الصور لتعطي الحياة لصورة أساسية ثابتة عن طريق وضعها وتركيبها بجانب بعضها، واستثمار التباين الشديد وتغييرات الزاوية ودرجات اللون.

استخدم Lissitzky في صورته الشخصية، المُعالجة بإسلوب الفوتومونتاج، والمسماة (البنائي - The Constructor) (الشكل 4.11) تقنية لصق الصور، والمونتاج والتركيب برسم الكلمات على الصورة، ناهيك عن الطباعة المضاعفة

البنائية - Constructivisme

- البنائية حركة فنية ظهرت جواباً على الدادائية. فهي تطالب المصمم والفنان بموضوعية صارمة بتمثيل الحقيقة حسب القوانين العلمية للشكل واللون.

- حاولت البحث عن لغة فنية جديدة يمكن أن تعكس الاتجاهات الفكرية للعالم الجديد. إلى جانب الاهتمام بالوظيفة والتعبير.

- استخدم المصممون البنائيون الأشكال الهندسية والتيوغرافيا في تصميم أعمالهم وفق قواعد وفرضيات علمية.. - يعدُّ El Lissitzky إل ليسيتزكي 1890-1941 أبرز رواد البنائية. إذ قدم ملصقات باستخدام العناصر الكتابية بشكل مكثف في التصميمات وكذلك التباين الواضح في العناصر المستخدمة. كما استخدم الصور الفوتوغرافية والتكوينات الطباعية بوصفها مادةً أساسية في ملصقاته. وبعدهُ أول من استخدم أسلوب (Photomontage).

- وقدم أليكساندر رودشينكو Alexander Rodchenko أعمالاً غرافيكية مميزة في مجال التيوغرافيا والملصق. إذ استخدم مساحات كبيرة بألوان نقية. وتميز أسلوبه بالاعتماد على قوة الشكل الرأسي وتركيباته مع الشكل الأفقي في علاقات إيقاعية آلية.

- ومن المصممين أيضاً الأخوان فلاديمير وجورجي ستنبرج - Vladimir and Georgy Stenberg 1900-1933 اللذان استخدموا أسلوب الصور المتحركة والشبكات في ملصقاتهم السينمائية وتميزت أعمالهما بالديناميكية الناتجة عن تباين الأشكال المسطحة والأشكال ثلاثية الأبعاد.



الشكل 4.15 - 1929
ملصق تصميم
G. & V. Stenberg



الشكل 4.14 - 1930
ملصق للمصمم
Gustav Klutsis



الشكل 4.13 - 1930
ملصق للمصمم
Gustav Klutsis



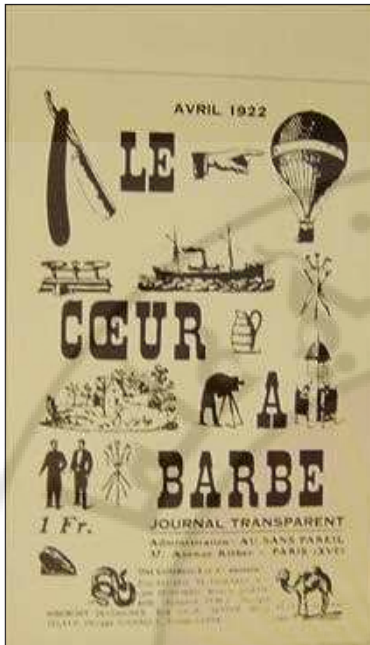
الشكل 4.12 - 1928 غلاف
لكتاب شعر للمصمم
El Lissitzky

من عدة صور (نيجاتيف لليد، والصورة الشخصية، والورقة الشبكية ذات الخطوط الطولية، والخطوط العرضية)، إذ أصبح المصمم أيقونة ذاتية الشرح، فالعين واليد متصلتان بالفرجار الذي يرسم دائرة على الورق موحياً بالدقة، ومضيفاً آخر ثلاثة أحرف أبجدية من اسمه على الورقة المعنونة، ومن المحتمل أن تكون قد صُنعت لتوضيح الشعر في ذلك الوقت: (تسقط تقاليد حماية الفن ! يعيش الفنان التقني البنائي).

إن تصاميم Lissitzky للكتب وحث التجريد الهندسي مع التوظيفية، فقد كانت تعبر عن اعتقاده بأن الكلمات المطبوعة تُرى ولا تُسمع، وأن تسلسل الصفحات يجعل الكتاب مثل السينما. ويضاف إليه مجموعة من المصممين مثل: Gustav Klutsis و G. and V. Stenberg (الشكل 4.12-4.13-4.14-4.15).

ألمانيا بعد الحرب العالمية الأولى

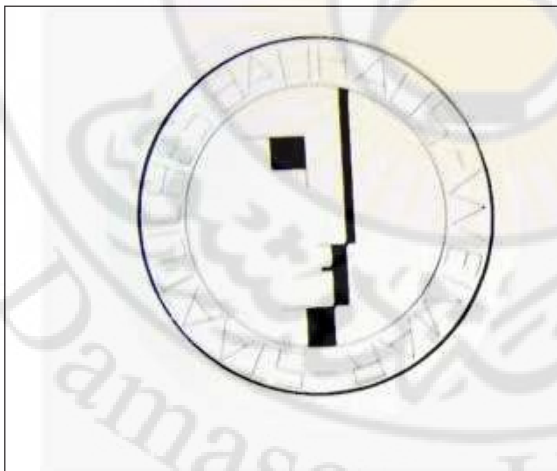
تبعته الحرب العالمية الأولى حالات من البطالة والتضخم والفساد السياسي، مع ذلك فقد ظهر في ذلك الحين التصميم الغرافيكي بوصفه جزءاً من المجتمع الصناعي الحديث في مدن وسط أوروبا الشمالية ليس فقط في ملصقات الشوارع لكن في ترويسات الأوراق، وورقات الدعاية، وكاتالوجات المركبات الصناعية والمعارض التجارية أيضاً.



الشكل 4.17 - 1922 غلاف مجلة دادانية
Dada



الشكل 4.16 - 1917 عمل داداني لـ Marcel Duchamp
تصوير A. Stieglitz



الشكل 4.19 - 1922 لوجو لـ Bauhaus
تصميم Oscar Schlemmer



الشكل 4.18 - 1917 صفحة في المجلة
الدادانية Jugend



الشكل 4.21 - 1921 غلاف utopia
للمصمم Johannes Itten



الشكل 4.20 - 1921 صفحة كاتالوج
للمصمم Johannes Itten

تقع ألمانيا بين دولتين قويتين رائدتين، كانت مفتوحة لتأثيراتهما، ففي الشرق كانت الشيوعية والبنائية في روسيا السوفييتية، وفي الغرب كانت الحماسات النظرية لفناني (De Stijl) الأقرب الى السوق الحر.

إن أكثر الحركات الفنية ظهوراً في نهاية الحرب العالمية الأولى هي الحركات التعبيرية والدادئية (Expressionism) و (Dada) (الشكل 4.16)، فالملصقات والكتب والصحف الصادرة عن فنانيين تعبيريين كانت مميزة بالصور التزيينية النضالية التي شاعت تبايناتها العنيفة للكلمات المرسومة بشكل حر من الحرف السميك المصمم من أجل الإعلان.

لقد كان شعراء وفنانو الحركة الدادائية المناهضين للعسكر والفن بازدرائهم المستقبلي للتقاليد، هم الذين تابعوا الثورة باستخدام الكلمات والصور، إذ وظفوا المونتاج اليدوي بتجميع الصور الجاهزة، ومزجوا كل أنواع الحروف والزخارف المطبعية في موضوعاتهم الطباعية داخل تصاميمهم (الشكل 4.17).

ومثال على ذلك الإعلان المصمم من قبل الألماني هارتفيلد (John Heartfield) عام 1917 من أجل الإعلان عن حقبة مُنفذ بالليثوغرافيا من قبل المصمم الددايست George Grosz - Dadaist الذي استخدم الخط الخال من الشطبات Sans Serif.

إن مهارات الـ Dadaists الدعائية، التي تمرّست أولاً في الإعلان الشخصي

قد تحولت لنشر التصميم ذاته بوصفه جزءاً من الثورة الاجتماعية التي من خلالها تتحقق الحرية في التصميم عبر زيادة المكننة (استخدام الآلة)، وفي الطباعة اتبعوا النسخة المبدئية تقليداً للحركة البنائية التي كانت تستخدم عدداً محدداً من الوجوه الطباعية (Typeface) وقياسات الورق، وكان على كل تصميم أن يتبع بنية أو تركيباً مشتقاً من محتواه الفعلي، وليس مرتباً حسب نموذج سابق (الشكل 4.18) أي أن يكون مبتكراً. أما بالنسبة للصور المرسومة يدوياً فقد حل مكانها صور توضيحية آلية، هي الصور الفوتوغرافية.

إن التطورات من التعبيرية باتجاه التوظيفية، ومن الصنعة اليدوية إلى التصميم من أجل الإنتاج الطباعي الآلي، يمكن تتبعه في تغيرات التصميم الغرافيكي في الـ Bauhaus - المدرسة المشهورة للفنون والحرف، التي تأسست في Weimar عام 1919. إن أول ترويسة صفحة للباوهاوس استخدمت الوجه الطباعي Typeface من قبل المصمم (Behrens) هو (Mediaval)، وأول رمز Logo للمدرسة كان يشبه رمز البناء، شكل منفرج الزاوية يحمل هرمًا في الأعلى، وبحلول عام 1924 استبدل بشكل آخر Profile (صورة جانبية) هندسية مختصرة لرأس (الشكل 4.19) مأخوذ من تصميم سابق للمصمم (Oskar Schlemmer)، أحد أعضاء الهيئة الإدارية في المدرسة، وقد طبعت أحرفه بخطوط ثابتة صماء.

في عام 1921 قام Johannes Itten معلم الباوهاوس Bauhaus بتصميم

مدرسة الباوهاوس Bauhaus

- تعني دار البناء.
- تأسست على يد غروبويس Walter Gropius في Weimar في ألمانيا عام 1919.
- تمثل الحداثة الأوروبية وخمل أفكاراً إصلاحية.
- تؤكد على التعليم واكتساب المعرفة من خلال التعامل المباشر مع المواد والأوراق.
- دمجت الفن بالتكنولوجيا.
- الجمع بين الفن والحرفة وانعدام الفرق بينهما.
- كان يدرس فيها في البداية كل من (بول كلي - كاندينسكي - والهنغاري موهولي ناجي - يوهانس إيتن - اودولف ماير.
- (Adolf Meyer Johannes Itten Moholy Nagy - Kandinsky - Schlemmer - Paul Klee).
- تأثرت بالمستقبلية والدادائية والبنائية و دي ستيل Futurisme - Dada - constructivisme - Dut stijl.
- أسهمت في إبراز الكثير من الخصائص التعبيرية التي اعتمدت البساطة الأخاذة المعبرة.
- اهتمت الباوهاوس ب الطباعة والتصوير الضوئي وعلاقة الصورة بالنص والكلمة.
- تبنت التحول من الصنعة والحرفة إلى التصميم والابتكار (التصميم هو ابتكار للشكل والفكرة وتوظيفها).
- اعتمدت البساطة الأخاذة المعبرة والموظفة بشكل جيد.
- توجهت من التعبيرية إلى التوظيفية أو إلى التعبيرية الموظفة.

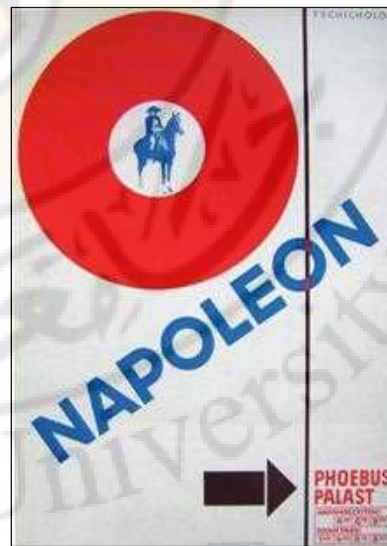


الشكل 4.23 - 1927 ملصق لفيلم النجمة
Asta Nielsen للمصمم Jan Tschichold

الشكل 4.22 - 1927 ملصق لفيلم تظهر فيه النجمة
Asta Nielsen تصميم Jan Tschichold



الشكل 4.25 - مجموعة مطبوعات تصميم Jan Tschichold



الشكل 4.24 - 1927 ملصق سينمائي للمصمم
Jan Tschichold

وإصدار تقويم سنوي للباوهاوس بعنوان (Utopia Press)، إذ وسّع وبوقار جهود المستقبلين لجعل نموذج المطبعة أكثر وضوحاً (الشكل 4.20-4.21)، ولإعطائه بعض التأكيد على تنوّع الكلام، فقد نفّذ هذا التصميم بالحرف الأسود السميك، (Fraktur) وأنواع من الحروف العاتمة الفيكتورية، وتزيينات المطبعة الهندسية، كالنقطة والخط والمربعات المتوازية على محور مركزي، وكانت الصفحات مقيّدة بالهندسة المستطيلة، والفراغ الأبيض الذي ساعد على إقامة علاقات معنوية تعبيرية في النص.

وقام المدرسون بتحليل شامل للاتصالات البصرية في مدرسة الباوهاوس Bauhaus مع فحص للأحرف الأبجدية، فقد كان هناك مشاكل خاصة باللغة الألمانية فالأسلوب السائد للنص كان الحرف الأسود الذي لا يعبر شكله عن نموذج قديم بشكل واضح. وهناك خطوة أكثر راديكالية (تطرفية) وجوهرية اتخذت في استخدام الأحرف الأبجدية الكبيرة Capital كأحرف أولية في الأسماء. ناهيك عن استخدام (الحاشية الجانبية - Footnote) في ترويسة الـ Bauhaus التي صممها (Herbert Bayer) عام 1925 التي حدّدت موقف المدرسة بشكل لا يحتمل الشبهة من ناحية الطريقة المبسّطة للكتابة، فقد أكد Bayer على استخدام الصورة الفوتوغرافية والحرف Sans Serif، وأكد أيضاً على أهمية المساحات غير المطبوعة من الورق، وتبني قياسات الورق النموذجية (DIN - الصناعة الألمانية النورماندية) مثل مقاييس الورق A، ومعارضة استخدام كل الزخارف غير الهندسية، والتأكيد على الدوائر والمربعات والمثلثات.

أما المصمم Jan Tschichold فقد طور وصقل أفكاره في وثيقة وحيدة مهمة للحركة الحديثة، هي كتابه (التايپوغرافيا الحديثة Die neue Typographie) المنشور عام 1928، إذ كان Tschichold يدرّس في ميونخ في المدرسة الطباعية برئاسة Paul Renner مصمم الحرف الطباعي (Futura)، وانضم إليهم (Georg Trumpp) مصمم الحرف الطباعي (Old City) عام 1929، ألّف هذا الثلاثي مدرسة تحديثية فعّالة في الطباعة المهنية وخاصة في معالجة أشكال التصميم التي كانت تُنفذ على الآلة الكاتبة.

إن ملصقات Tschichold السينمائية المطبوعة ليتوغرافياً بلونين، كانت تحتوي على عناصر مجردة، ذات كتابة يدوية، وكانت مرتبة بشكل قطري ذات صورة فوتوغرافية صغيرة، وغالباً ما كانت دائرية، وكان الملصق الأكثر



الشكل 4.27 - مجلة MERZ
تصميم Kurt schwitters



الشكل 4.26 - صفتان في مجلة دادائية تصميم Kurt schwitters

أهمية هو (فساد الإنسان Man's Depravity) (الشكل 4.22-4.23) الذي يظهر النجمة (Asta Nielsen) وقد ملأت ثلث الملصق تقريباً من الزاوية اليمينية العليا، التي ظهرت صورتها وكأنها على شاشة سينما من خلال خطوط شعاعية تنطلق من أسفل ويسار التصميم، وتحدد زاوية الشاشة وعنوان الفيلم، إذ كان هدف Tschichold غالباً كاريكاتورياً في اشتقاق العناصر الجرافيكية (الشكل 4.24)، الذي يعرض الطبيعة العامة للفيلم بوصفها صورة مكبرة صحيحة (الشكل 4.25).

ومع Tschichold كان هناك واحد من أهم الفعّالين في الطباعة الحديثة، واسمه (Kurt schwitters) (الشكل 4.26) الذي كان يعبر بالأسلوب الدادائي Dadaisme، والذي شكل حركة الرجل الوحيد مع صحيفتها الخاصة (Merz) التي صدرت أول نسخة منها في كانون الثاني 1923، ونشرت مبادئ El Lissitzky (تبيوغرافيا الطباعة) المؤلفة من سبعة مبادئ في التصميم.

في عددها رقم 11 كرّست صحيفة Merz عدداً من الصفحات للدعائية لـ (Gunlher Wagner) وهي شركة هانوفر للتزويد بمواد القرطاسية، وأدوات الرسامين تحت اسم Pelikan التجاري. وصُممت صفحات Merz حسب وصايا الطباعة الحديثة بحرف Sans Serif، وكانت الصفحة خاضعة لقواعد شديدة متبينة أفكار Schwitters الطباعية الخاصة (الشكل 4.27)، وكان المبدأ المهم هو (افعلوه بطريقة لم يفعلها أحد من قبل)، لقد استخدم هذا المبدأ في محاولات لإصلاح الأبجدية بينما كان إسهامه الأكثر راديكالية (تطرفاً) في



الشكل 4.28 - 1924 غلاف وجه وخلف لمجلة MERZ تصميم Kurt schwitters

الحركة الجديدة، وكان مبدؤه الأساسي جعل الحروف (Optophonetic) أي بإشارة منفصلة لكل صوت، وفي تلك المرحلة ظهرت عناصر بصرية مميزة في ملصقات Schwitters منفذة بخط يده (الشكل 4.28).

كما قام Schwitters بتشكيل مجموعة صغيرة من المصممين سمّاها (Ring neuer Werbegestalter) أي (دائرة مصممي الإعلان الجدد)، وبحلول عام 1930 كانت تتألف من 12 عضواً فيها اثنان من المصممين الهولنديين، هما Paul Schuitema و Piet Zwart.

في عام 1927 كانت الأعمدة التقليدية لمجلة (Frank Furter Zeitung) المكتوبة بحرف Fraktur، قد تم قطعها بعبارات وكتل من حرف Sans Serif، وقد نشرت في الصفحة الأولى مقالاً بعنوان (ما الطباعة الحديثة؟) للكاتب (Walter Dexel) إذ قدّم تفسيراً للحروف الطباعية في الـ Bauhaus متبنياً أفكار المصمم (Moholy Nagy).

كان Walter Dexel مؤرخاً فنياً، ومنظماً للمعارض، كما كان مصمماً رئيساً مهماً في صالة الفن الرئيسية (Jena Kunstverein) التي من أجلها صمم بطاقات الدعوة، إذ كانت تُقَصّ وتُعلّق بوصفها ملصقات، مستخدماً فيها



الشكل 4.30 - 1928 غلاف Das Neue Frankfurt تصميم
Walter Dexel



الشكل 4.29 - 1928 كشك
Walter Dexel تصميم

الحرف Sans Serifه والقاعدة الأفقية. وبعكس معاصريه فقد حل مشاكل الحروف العليا والسفلى باستخدامه الأحرف الكبيرة Capitals. أما الإسهام الأكثر ظهوراً عند Dexel فكان في تصميم اللوحات الطرقية المضاءة، والأكشاك في مدينة Jena وفي فرانكفورت أيضاً، إذ كان التصميم مسألة مدنية مهمة، فالمدينة كان لها مجلتها الخاصة مكرّسة للتخطيط والتصميم، واسمها (Das Neue Frankfurt) التي كان يصمم أغلفتها Hans و Grete Leistikov ، وفيما بعد صُمّمت من قبل Willi Baumeister، وكان لها ملحق صُمّم من قبل Johannes Canis (الشكل 4.29-4.30).

أما تصميم Baumeister لمعرض Werkbund بعنوان (Die Wohnung- المنزل) عام 1927 فقد كان مثلاً أولياً عن التصميم الجرافيكي الشامل للمؤسسة الكبيرة بكونه مسؤولية المصمم (الشكل 4.33).

كما صمّم Baumeister عدّة أنواع من القرطاسية (تشكيلة من الورقات الدعائية) والأدلة والكاتالوجات، وصنع أحرف ضخمة من أجل مساحة



الشكل 4.32 - صفحة لكاتالوج
للمصمم Max Burchartz



الشكل 4.33 - 1927 منسق
تصميم Baumeister



الشكل 4.31 - صفحة لكاتالوج للمصمم Max Burchartz

المعارض الضخمة، ومثل Dixel فقد استخدم في تصاميمه الحروف الكبيرة Capital فقط و Sans Serif, كما تم تكليفه بتصميم طابع بريدي، استخدم في تصميمه النموذج المطبوعي الحديث، ووضع شكل بيت حديث معالج بطريقة التبسيط.

وفي تصميمه لملصق يحمل اسم هو عبارة عن سؤال (Wie Wohnen - كيف تعيش؟) الذي يمثل تماماً إيمان Baumeister بأن فن الطباعة متعلق بشكل وراثي بحركة العين، ولهذا السبب فالترتيب المتناسق الساكن غير مناسب. إنه يوضح أيضاً قول (Moholy Nagy) بأن الطباعة الجديدة يجب أن تكون (اتصالاً بصرياً بأشد أشكاله)، وإصراره على الوضوح المطلق .



الشكل 4.34 - 1928 ملصق لمهرجان موسيقى Schubert للمصمم Max Burchartz

أما المصمم Max Burchartz (الشكل 4.31-4.32) الذي كان له اتصالات مع فناني الباوهاوس Bauhaus و (Van Doesburg)، فقد أسس في عام 1924 استديو التصميم الإعلاني (Werbebau) في Ruhr بالاشتراك مع (Canis)، وفي عام 1926 عبّر عن موقفه من الإعلان في مجلة Werkbund، وقام بتحليل وظيفة الدعاية، ومفهوم النص، والمتلقي الذي أصبح طريقة شائعة في النظر إلى الاتصالات في الخمسينات من القرن العشرين (الشكل 4.34)، ولكن الجزء الأكبر قد كرسه لـ (التنظيم الجمالي لوسائل الوسط الإعلاني) و (التعبير الوظيفي). هذه المبادئ وظفها Burchartz في تصاميم أسست أسلوب (التحديث الدولي كأسلوب سويسري) الذي انتشر في الستينات من القرن العشرين، واستخدمه أكثر المصممين.

في عام 1931 ساعد Burchartz في تنظيم معرض دولي في Essen بعنوان (فن الإعلان)، فقد صمم ملصقه وكرره كغلاف كاتالوج، وقد استخدم الصورة الفوتوغرافية مع الكلمات بحرف Sans Serif، فالكلمات والصورة في ترتيبها الدراماتيكي ألقا وحدة فريدة للمعنى مقابل خلفية سوداء (الشكل 4.35)،



الشكل 4.36 - 1926 كتاب
(ها قد جاء المصور الجديد)
تصميم Werner Graeff



الشكل 4.35 - 1931 ملصق لفن الإعلان
تصميم Max Burchartz

والأيدي هي المجاز لجذب انتباه الجمهور، أما الصورة فقد أعطيت معنى بكلمة (Werbung - الدعاية) الذي يظهره التصميم.

وفي بيان الـ Bauhaus الصادر بعنوان (الرسم والتصوير والأفلام)، الذي نوقش فيه دور التصوير في علم الغرافيك، إذ وصفه البيان بالتصوير الطباعي (Typophoto) ووضح النقاط التالية:

- 1 - التصوير هو التقدم المرئي لما يمكن أن يُدرك بصرياً.
- 2 - (Typophoto التصوير الطباعي) هو التقديم الأكثر دقة من ناحية التواصل.
- 3 - الأشكال الطباعية تكون فعالة جداً عندما تستخدم كمادة طباعية، ويمكن أيضاً أن تبدو كتوضيح بجانب الكلمات أو على شكل نص تصويري (Phototext) بدلاً من الكلمات بوصفه شكلاً دقيقاً للعرض وموضوعياً جداً.

وقد شهد عام 1929 عدة أحداث أظهرت الاهتمام باستخدام التصوير في التصميم. وأصدر Tschichold مطبوعات عن التصوير الدولي مثل (Foto - ange عين الصورة)، الذي يظهر أهمية المصممين بقوة بين الرواد.

كما أصدر المصمم Werner Graeff كتابه (Eskommt der neue Fotografi) ها قد جاء المصور الجديد)، فقد اخترقت الصور النص حتى منتصف الجملة ضمن تأليف منسجم ومتناسق (الشكل 4.36).



الشكل 4.38 - 1945 غلاف كتاب
تصميم Herbert Bayer



الشكل 4.37 - 1929 أوراق بنك تصميم Herbert Bayer

في العشرينات من 1900s كانت معظم أعمال (Heart Field) في تصميم أغلفة الكتب، وفي البعض منها استخدم صورة واحدة مقصوفة بحذر، ومن أجل الكتاب الهجائي من تأليف Kart Tucholsky بعنوان (ألمانيا فوق كل شيء) استخدم Heart Field صوراً للتوضيح المباشر، إذ استخدم المونتاج لربط الأذنين إلى خلفية بنطال كتب عليها عنوان (برلين اديوم) مصطلح برلين، كما استخدم الرموز والإشارات التي حلت مكان الكاريكاتير باختصار وفاعلية وكانت جديدة ومميزة.

كان Heart Field يتفحص الصحف والمجلات الأسبوعية التي أصبح التصوير فيها شائع الاستخدام لتسجيل الأحداث لإيجاد علاقات بصرية ومعنوية بين الصور ونصوص الخطابات السياسية، فالصور التي استطاع أن يبعثرها، ثم يعيد ترتيبها مع الكلمات كانت تعطي علاقات بصرية خيالية، حملت تعابير اجتماعية وسياسية، وظهرت أفكاره في مئات الأغلفة المطبوعة باللون البني الداكن للمجلة الأسبوعية المتنوعة (صور العمال (Arbeiter - Illustrateur Zeitung).

أما المصمم موهولي ناجي Moholy - Nagy فكان مسؤولاً عن الدعاية، وصياغة الصحيفة المدرسية، وعن تصميم كتب ال-Bauhaus التي كانت تتبنى أفكار الفن الحديث والنظرية المعمارية الحديثة.

وفي البروشور الذي يعلن عن معرض كتب Bauhaus الرابع عشر عام



الشكل 4.40 - 1926 ملصق لمعرض
Kandinsky تصميم Herbert Bayer



الشكل 4.39 1927 ملصق لمعرض الباوهاوس الرابع عشر
للمصمم L. Moholy - Nagy

1927، صور موهولي ناجي النموذج نفسه تماماً، الذي تم تجميعه حرفاً حرفاً، ثم قام بعكس الصورة يميناً ويساراً لتصبح مقروءة، وأضاف طبعة أخرى، وكأنه يصور الأولى، لكن النموذج في الثانية كان مقلوباً رأساً على عقب (الشكل 4.39).

كما كان المصمم هيربير باير Herbert Bayer مسؤولاً عن ورشة الطباعة والنشر بعد أن انتقل مركز مدرسة الباوهاوس Bauhaus إلى Dessau عام 1925 (الشكل 4.37-4.38)، وفي تصميماته لكتابات الترويسات فقد وضعها بشكل مستقيم ومباشر لتؤدي وظيفتها، وطبع كتالوجات مستخدماً التبويب، إذ يظهر العنوان المطبوع بشكل صحيح من نافذة الظرف، وكلها كانت من قياس A4 النموذجية ومطبوعة بالأحمر والأسود.

أما العمل الأكثر ابتكاراً عند Bayer في تلك المرحلة هو ملصق صغير لمعرض عيد الميلاد الستين لمدرسة العجوز Kandinsky مطبوعاً بالأحمر والأسود على ورق برتقالي، إذ كان اللجوء إلى المستطيلية القصوى للتصميم واضحاً في زاويته المائلة (الشكل 4.40)، كما صمم جناح Werkbund في معرض باريس الدولي والثاني كان في برلين لمعرض Building Trade المبنى على شكل مسرح مصمم على إحداثيات ثلاثية الأبعاد، وفي معرض باريس تم التعبير عن توظيفية Bayer في كاتالوج الصغير اللّماع والمؤثر الذي وضع على غلافه البلاستيكي طبقة شفافة، مستخدماً أسلوب الفوتومونتاج. أما بالنسبة لطريقة Bayer البنائية في تنظيم العلاقات على صفحة مطبوعة من



الشكل 4.42 - 1923 غلاف كتاب تصميم
H. Bayer



الشكل 4.43 - 1923 صفحة كتاب للمصمم
H. Bayer



الشكل 4.41 - 1926 ملصق تصميم H. Bayer

خلال الأشكال الهندسية، واستخدام الوجوه الطباعية من النمط عديم الشطبات Sans Serif، فقد فتحت الطريق أمام الرسم التوضيحي الأقل ديناميكية، واستخدام الحروف من أنواع Serif وخاصة نوع Bodoni النيوكلاسيكي (الشكل 4.41).

وفي الثلاثينات من 1900s استخدم Bayer بخ الألوان (Airbrush) ليس فقط لخلق عوالم أحلام سريالية مسكونة بنماذج قديمة، ولكن أيضاً ليوحي بموضوعية علم التصوير الفوتوغرافي، إذ قدم أعمالاً توضيحية للموسوعات التي تم صقلها وتطويرها لتصبح أداة لما يعرف الآن بتصميم المعلومات (الشكل 4.42-4.43).



الشكل 4.44 - 1929 حرف Bifur للمصمم Cassandre

فرنسا بعد الحرب العالمية الأولى

كانت فرنسا- ولا تزال- مركز الحياة الثقافية والأزياء بعد الحرب العالمية الأولى، وكانت صورة للحدثة مدعومة بالمعارض الدولية، والملصقات الدائمة التغيير والتجديد التي حملت طابعاً فنياً وتجارياً، فقد كانت تسوّق الرفاهية والمسرات. ومن أهم مصممي تلك الفترة Cassandre الذي تميزت أعماله باستخدام أسلوب Art Deco المتأثر بالحركة التكعيبية Cubisme، فقد صمم مجموعة من الملصقات والحروف الأبجدية (Typfoces) أهمها (مجموعة أبجدية BIFUR) (الشكل 4.44)، وظهر له أول ملصق كبير لمخزن المفروشات الباريسي (AuBucheron- الحطاب) عام 1923، إذ استخدم فيه الألوان المتدرجة الذي يعدّ بداية لأسلوب حركة (Art Deco) في فترة ما بين الحربين العالميتين في فرنسا التي عرفت فيما بعد بـ Modern، واستخدم في تصاميمه التناسق القطري (الشكل 4.45).

أما Leonetto Cappillo فقد ظهر بوصفه مصمماً لمصقات فترة سنوات الحرب الداخلية مستخدماً التلخيص والوضوح في معالجة الصور، إذ يمكنه الاستغناء عن الكتابة كما في ملصقه Bouillon Kub (الشكل 4.46). في عشرينات القرن 1900s، كسب فنانون الملصق السلطة والسيطرة على منتجاتهم

: Art Deco

حركة في التصميم والفن تبنت الهندسة السطحية الواضحة واهتمت بجمالية الآلة والاغراء الرومانسي للسيارات ومولدات الحركة والسفن المحيطة وارتبط اسمها بـ Modern.



الشكل 4.47 - 1928 ملصق
للمصمم Brodovitch



الشكل 4.45 - 1923 ملصق الحطاب
للمصمم Cassandre



الشكل 4.46 - 1931 ملصق لمنهج
poster Leonetto Cappiello

من خلال تعاقدهم مع المطابع التي أسست مكاتب للتعامل مع المصممين والزبائن، هذه الشركات المتخصصة التي كانت تعمل كونها فريق عمل واحد ربحت زبائن انجذبوا إلى الشهرة والسمعة للمصممين الغرافيكين المتميزين، وبالتدريج زادت لوحات الإعلان والمجلات التي يمكن الإعلان فيها لترويج وتسويق المنتجات، لهذا انخفضت أهمية الملصق، وأهمية الشخص المتميز خلال الثلاثينات من 1900s، وفي هذه الفترة تأثر التصميم الغرافيكي بالحركات الطليعية مثل الدادائية والسوريالية (Surialism & Dada).

أما المصمم الروسي Alexey Brodovitch اليكسي برودوفيتش الذي استخدم أسلوب Art Deco فقد وضح ظهور ثلاثة نماذج من التصاميم الإعلانية هي:

- 1 - تلك التي تفاجئ المشاهد حتى نقطة الذهول.
- 2 - تلك التي تستعمل التكرار لفكرة معينة لتترك أثراً في دماغ المتلقي.
- 3 - تلك التي تثير الاهتمام، الفضول، الرغبة في الوقوف والمعرفة بشكلها أو طرافتها (الشكل 4.47).



الشكل 4.49 - لوجو لاسم
Piet Zwart



الشكل 4.50 - 1927 صفحة
كاتالوج تصميم Piet Zwart



الشكل 4.48 - 1926 صفحات كاتالوج تصميم catalogue- Piet Zwart

هولندا بعد الحرب العالمية الأولى

كانت هولندا مع روسيا وألمانيا في طليعة الرواد في تطوير التصميم الغرافيكي، فقد اهتم المصممون في هولندا بالتصميم الهندسي معتمدين على حركة (ديستيل Destijl)، كما اهتموا بالتصوير الفوتوغرافي لسرعته ووضوحه، واستخدموا أسلوب المونتاج للدمج بين الصورة والنص بشكل عضوي (Organically)، كما رحب المصممون بالأفكار الحديثة القادمة من ألمانيا.

كان للمصمم Piet Zwart الإسهام الأساسي في التصميم الهولندي، إذ استخدم الفوتومونتاج مستفيداً من أشكال المربع والمستطيل والدائرة ومتأثراً بحركة Destijl، وعمل كمسؤول عن الغرافيك في الـ Bauhaus لفترة قصيرة (الشكل 4.48-4.49-4.50-4.51).

أما المصمم Gispen Williem فقد عمل في التصميم الصناعي، وكانت تصاميمه متكاملة ومعاصرة.

وأيضاً المصمم Van Doesburg الذي تميّز بأسلوبه في تصميم المجلات، وخاصة مجلة MECANO التي استخدم فيها المبدأ الدائري الحر في معالجة التيبوغرافيا (الشكل 4.52).



الشكل 4.52 - مجلة MECANO تصميم
Theo Van Doesburg



الشكل 4.51 - ورق تغليف
wrapping paper by Piet Zwart تصميم

دي ستيل Destijl

- حركة في الفن والتصميم ظهرت في هولندا 1917.
- شارك في تأسيسها المصمم الفنان (موندريان Mondrian).
- تبنت العقلانية الهندسية المجردة
- استخدمت قاعدة للألوان الأساسية:
- 1 - الأصفر يعكس حركة إشعاع عمودي.
- 2 - الأزرق يعكس إشعاعاً أفقياً.
- 3 - الأحمر يضيف مساحة معتمدة لكلا اللونين.
- كما تبنت بعضاً من مبادئ حركة البلاستيكية المحدثّة Neo-Plasticism التي تدعو لاستخدام المتناقضات في الرسم والتصميم مثال:
- 1 - السالب والموجب 2 - ساكن ومتحرك 3 - أفقية وعمودية، ودعت إلى:
- الوضوح بدلاً من الغموض والشكل الفني بدلاً من التزييني.
- البساطة بدلاً من التعقيد - والمكانية بدلاً من الحرفة اليدوية.
- الإنشاء العقلاني بدلاً من الشعاعية والعمل الجماعي بدلاً من الفردي.



الشكل 4.54 - 1930
أبجدية Gill Sans Italic-
للمصمم Eric Gill



الشكل 4.53 - 1930 أبجدية Gill Sans للمصمم Eric Gill.

التصميم البريطاني قبل وبعد الحرب

أتى رد الفعل على حركة المستقبلية من قبل الرواد في بريطانيا قبل الحرب العالمية الأولى حين زار مؤسسها Marinetti لندن عام 1913 وبعدها مباشرة أسست مجموعة فناني Vorticist البريطانية صحيفتهم اليومية السميكة Blast التي تميزت بطريقة إخراجها المحوري، ولون غلافها الأسود والأحمر، أما صفحاتها فقد طبعت بحرف Grotesque السميكة.

وقد نشرت بعضاً من الأعمال المسرحية للكاتب والناقد المسرحي (برنارد شو Bernard Shaw) الذي اهتم بنوعية تصميم المجلة، مؤكداً على استخدام حرف Caslon الذي يُعبر عن نماذج حروف الطباعة البريطانية التي أسهمت- وبشكل دائم- في تطوير شكل ووظيفة الكلمة المطبوعة.

إن مناقشة أنظمة (التنضيد - طباعة الأحرف) كانت تحتاج إلى تصميم وجوه طباعية جديدة للزبائن، وإن أول حرف تم تصميمه خصيصاً لنظام شركات



الشكل 4.55 - 1932 صحيفة The Times حرف tims new roman تصميم StonLey Marison.

صب الأحرف (مونوتايب Monotyp) كان حرف Imprint عام 1912، ثم استخدم كاسم لصحيفة The Imprint التي عمل فيها الخطاط التقليدي Edward Johnston، إذ كان يكتب بريش الأوز على جلود الحيوانات، وأصدر كتاباً عن تصميم الحروف بعنوان (الكتابة)، وصمم أبجدية للوحات شركة السكك الحديدية في لندن بحروف Sans Serif، ثم جاء بعده تلميذه مصمم الحروف Eric Gill الذي صمم أبجدية Gill Sans (الشكل 4.54-4.53)، مستفيداً من حروف أستاذه Johnston ولكنه جعلها متنوعة السماكات حتى وصلت إلى 20 نوعاً من الأوزان، مؤكداً على استخدام فراغات متساوية بين الكلمات لسهولة القراءة.

ثم يأتي مصمم الحروف Ston Ley Marison الذي كوّن خبرته بنفسه من خلال متابعته للكتب والصحف، إذ أعاد تصميم صحيفة The Times، وصمم لها حرفاً جديداً اسمه Times New Roman (الشكل 4.55). وكانت جملته المشهورة (لكي تكون مؤثراً عليك أن تدهش) وهنا لا يوجد معيار سوى الفردية والحدثة.

أما المصمم الأمريكي E.Mcknight Kauffer فقد وصل إنكلترا عام 1914 حاملاً معه تأثيره بفناني المصق الألمان، وبالتحديد Hohlwein، حيث قدّم تصاميم مميزة مثل تصميمه لأشكال طيور بالطريقة الفيكتورية التي أخذ عليها وسام براءة اختراع (الشكل 4.56)، ثم طلب منه وينستون تشرشل تصميم لوغو لفيالق الطيران الملكية، الذي أصبح مصدر إلهام لرمز (Logo) الخطوط الجوية Imperial Airways الذي كُلف بتصميمه الفنان Theyrelee - Elliott.



الشكل 4.57 - 1919 ملصق للمصمم
E.Mcknight Kauffer



الشكل 4.56 - 1930 ملصق للمصمم
E.Mcknight Kauffer

صمم Kauffer أكثر من 200 ملصقاً و150 غلاف كتاب بأسلوب الـ Art Deco (الشكل 4.57) كما قدم لشركة النفط Shell تصاميم تميزت بالدقة والحداثة.

وفي تلك الفترة تم تصميم إعلانات شركة الخطوط الحديدية اللندنية LNER بحروف Gill Sans، كما تم تصميم خريطة شركة London Transport من قبل مصمم الملصقات Henry Beck الذي استخدم الزاوية القائمة في رسم الأشكال، أما الكتابة فقد استخدم حرف Johnston السميك، كما انتشر في تلك الفترة الغرافيك الإحصائي الذي أخذ عن نظام Isotype الفييني (نسبة إلى فيينا) الذي تم تقديمه إلى إنجلترا من قبل Tshichold في صحيفة الفن التجاري عام 1931، إذ صمم مجموعة من الملصقات وأغلفة الكتب، وكان Tshichold قد عمل في بريطانيا في أواخر الأربعينات، وعُدَّت أعماله تقليدية آنذاك. أما المصمم Ashley Havinden فقد كان المسؤول عن الحملة الشهيرة لسيارات Chrysler في أواخر العشرينات، فقد صمم لها حرف خاص بها سمي Ashley Grawford الذي تميز بإحساس رسم الفرشاة الذي أصبح اسمه فيما بعد Ashley Script.



الشكل 4.59 - 1924 ملصق للمصمم Niklaus Stoecklin



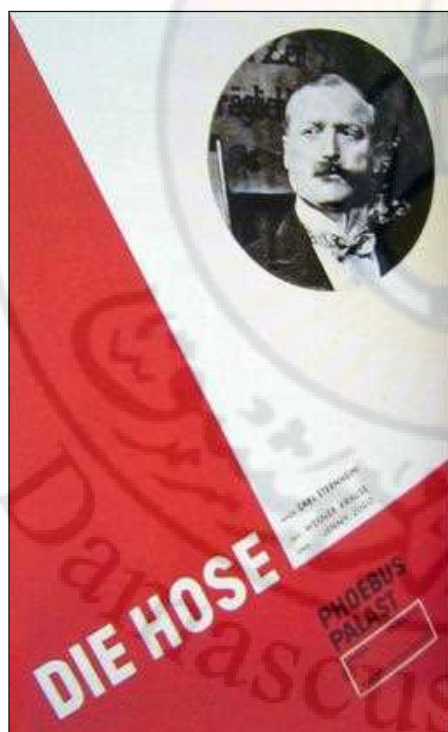
الشكل 4.58 - 1883 رسم إيضاحي وعنوان للمصمم Eugene Grasset

سويسرا بعد الحرب العالمية الأولى

إن الفنانين السويسريين الثلاثة الأكثر شهرة في عالم الجرافيك في نهاية القرن التاسع عشر والذين مارسوا مهنتهم في فرنسا هم: (Felix Vallotton وSteinlen وGrasset) (الشكل 4.58)، والرسام السويسري F.Hodler الذي قام بأول إسهام مهم له خارج سويسرا في تصميم ملصق معرض فيينا Secession التاسع عشر عام 1904. في تلك الفترة استخدم المصممون السويسريون الأسلوب المبسط ذا البعد الثنائي في الرسوم، والكلمات مثل أعمال Hugo Laubi، التي كانت البداية للمرحلة القادمة من التصميم، وتصاميم Otto Baumberger لمحل قبعات Baumann في مدينة زيورخ. أما المصمم Niklaus Stoecklin فقد قدم ملصقاته بطريقة واضحة



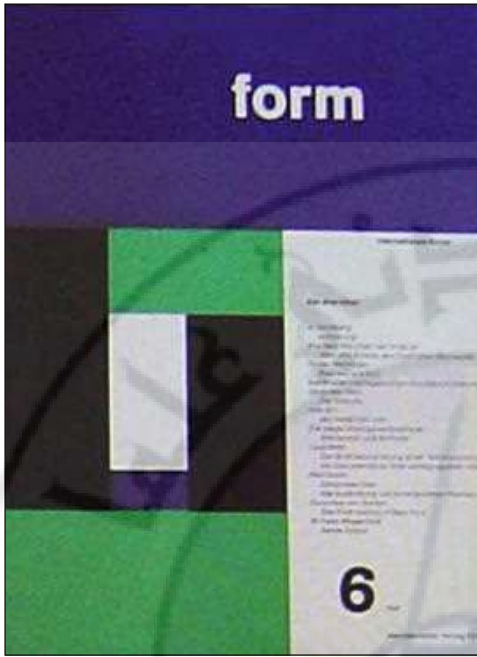
الشكل 4.60 - 1934 ملصق سياحي للمصمم Herbert Matter



الشكل 4.62 - 1931 ملصق للمصمم Jan Tschichold



الشكل 4.61 - 1934 ملصق سياحي للمصمم Herbert Matter



الشكل 4.64 - غلاف للمصمم Max Bill 1931

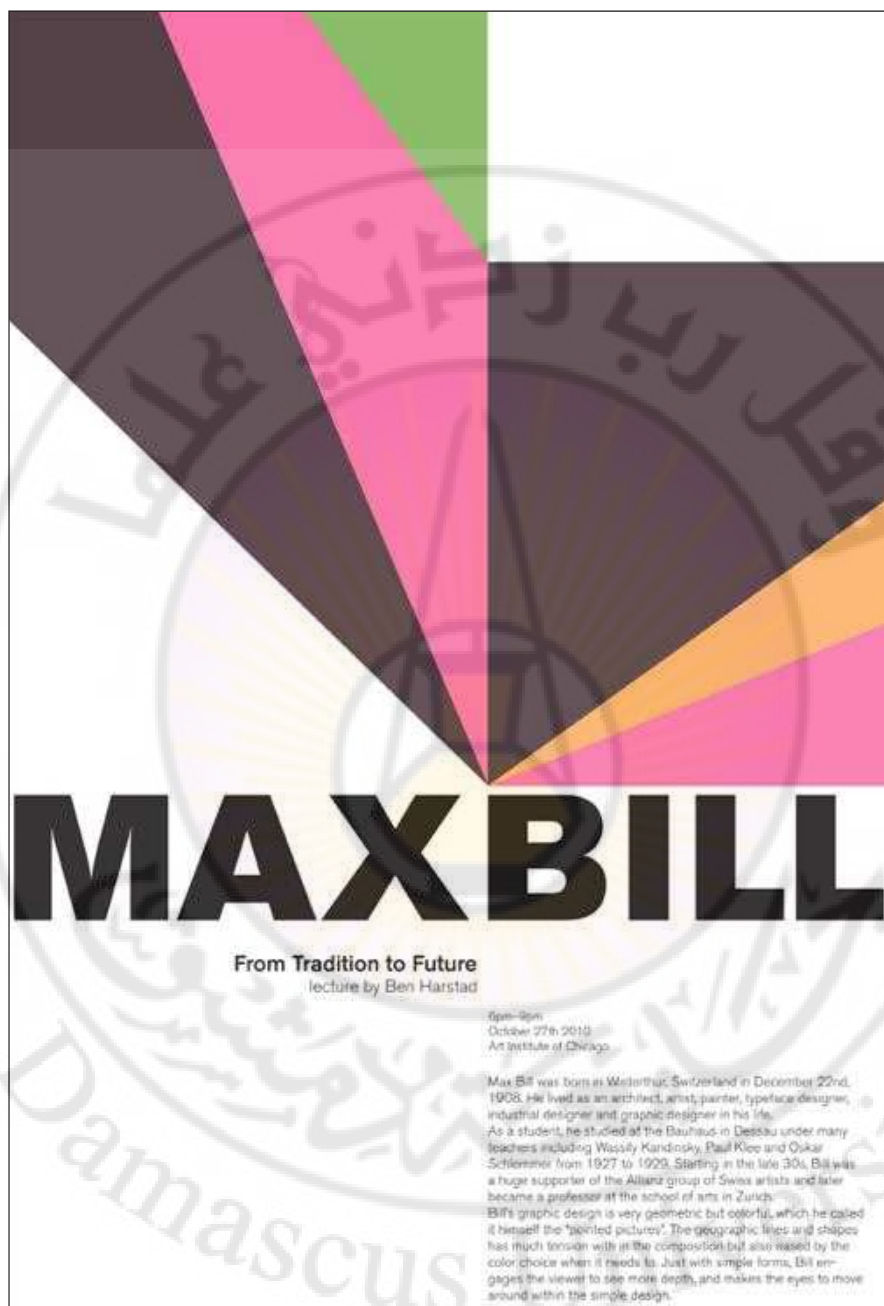


الشكل 4.63 - ملصق للمصمم Max Bill 1934

وملخصاً، إذ يمكن الاستغناء عن الكتابة، مثل ملصق شركة الصابون Sunlight، وملصق لببيت الراديو الذي كُبر فيه الأذن بشكل سريالي، هذه النماذج أدت إلى الإصرار على مفهوم الإعلان المتكامل الذي يركز على أحد وجوه المنتج لاستخدامه في التسويق (الشكل 4.59).

ومع أن السويسريين كانوا معجبين بالمواقف الأمريكية في المبالغة في أفكارهم، إلا أن الأمريكيين احترمو أسلوب الأوروبيين في التصميم، وخاصة في ملصقاتهم السياحية للمصمم Herbert Matter الذي يعدّ من أهم المصممين المبتكرين لفترة ما قبل الحرب العالمية الثانية (الشكل 4.60-61)، فقد عمل في نيويورك وباريس وصمم ملصقات، مستخدماً المونتاغ وحروف Sans Serif.

أما المصمم Anton Stankowski فقد أنتج إعلاناته بأوضح طريقة ممكنة مركزاً على المعلومات الأساسية فقط والمرتبة بشكل غير متناسق، ومستخدم الحرف (أكزيدين غروتيسك (Akzidenz Grotesk) خالي الشطبة Sans Serif (سميك وكبير (Bold & Capital)، أما أسلوبه في التصميم فقد كان يتعامل



الشكل 4.65 - 1944 ملصق للمصمم Max Bill

مع المُنتَج، ويجبره لكي يفهمه ويستطيع تمثيله كما في تصميمه لمنتج نباتي، فقد عاش فترة على الطعام النباتي، وكان يقوم بتصوير المنتج، وينفذ كل مراحل التصميم بنفسه.

أما المصمم الألماني Jon Tshichold الذي طلب اللجوء السياسي في سويسرا عام 1933 فقد كان يمتلك خبرة عالية في الطباعة والتصميم ساعدته على تقديم أعمال ذات تعبير وظيفي واضح، مستخدماً الانسجام في تصميم الكتب، أما الحروف فكان يستخدم النموذج الصغير Small والكبير Capital (الشكل 4.62).

وكانت تصاميم Max Bill الأكثر ظهوراً وإدهاشاً في التصميم السويسري لتنوع نتاجه في تصميم الملصقات والإعلانات والعلامات التجارية والقرطاسية Stationery والصحف والمجلات السياسية وأغلفة الكتب، وأهمها ملصقاته للجناح السويسري في معرض ميلانو Triennale عام 1936 التي شددت الحضور من خلال الأشكال الملخصة والواضحة التي عُدَّت أولَ تظاهرة دولية للأسلوب السويسري أثّر على التصميم الجرافيكي خارج سويسرا مابعد عام 1942 (الشكل 4.63-64-65).

الولايات المتحدة الأمريكية في الثلاثينات 1930s

أنت شهرة أمريكا ليس من السينما فحسب بل ومن إخراج المجلات والإعلانات أيضاً، التي كانت تنتظر إلى أوروبا بحثاً عن الثقافة الحديثة والموهبة، فقد انتشر وتوسع علم الجرافيك الأوروبي الحديث بهجرة الكثير من المصممين إلى أمريكا .

وقد سبق فن الإخراج مهنة التصميم بشكل عام، حيث تأسس نادي المخرجين الفنيين في نيويورك عام 1920، وكان من بين مصمميهِ:

- الروسي Alexey Brodovitch الذي صمّم مجموعة من المجلات كان أهمها Harper BAZAAR التي كان لها أسلوب مميز في الإخراج ولاسيما علاقة الصورة مع النصّ والعناوين والقطع على الأطراف، ناهيك عن تصميم الملصقات التي حملت المفاهيم نفسها (الشكل 4.66-67-68-69).



الشكل 4.66 - ملصق للمصمم Alexey Brodovitch 1924



الشكل 4.67 - صفتان من مجلة BAZAAR تصميم Alexey Brodovitch 1932



الشكل 4.69 - غلاف لمجلة BAZAAR تصميم
cover by Alexey Brodovitch



الشكل 4.68 - غلاف مجلة JUNIOR
Alexey Brodovitch للمصمم BAZAR

- الألماني Herbert Bayer مصمم مجلة Fortune.
- الروسي (محمد فهمي آغا M.F.Agha) المولود في روسيا والذي عمل
في أمريكا، وقدم الأناقة الباريسية، كان قد تبنّى مفاهيم المدرسة البنائية في
تصاميمه، مستخدماً الرموز والصور مكان التزيينات.

الفصل الخامس

5

نشأة الملصق واللوغو (الرمز) والتايپو غرافيا

**The Poster & The Logo & The
Typography**





الشكل 5.3 - 1896
ملصق Jule Cheret



الشكل 5.2 - 1893
ملصق للمصمم Jule Cheret



الشكل 5.1 - 1893
ملصق للمصمم Jule Cheret

الملصق The Poster

يعدُّ الملصق من المطبوعات الأساسية في التصميم الغرافيكي، كما أن له دوراً مهماً في تطوير التصميم الإعلاني، حيث بدأ مع كبار الفنانين وعومل بوصفه لوحةً فنية بالرغم من الجانب الوظيفي الذي يؤديه، ولذلك فقد تأثر بمختلف المذاهب والتيارات الفنية التي سادت في أوروبا وأمريكا، كما أثرت فيه التطورات المذهلة في ميادين التصوير الضوئي، والطباعة، والتيليوغرافيا. ناهيك عن كونه من أهم المواد الفنية التي تقابلنا في الشارع والأماكن العامة، فهو على هذه الحال وسيلة جماهيرية غير محدودة بالنسبة لطريقة وصولها إلى الجمهور، ولذلك فإننا سنجد أن الملصق استعمل لأغراض متعددة، ودخل في جميع الشؤون الإنسانية، فقد استعمل في أوقات الحروب، كما استعمل في الاحتجاج الجماهيري والتحرير على الثورة في أوروبا مثل الثورة الفرنسية، كما استُخدم في إقامة الدورات الرياضية والسينما والحفلات الموسيقية وصولاً إلى وظائفه التجارية. لقد بدأ الملصق منذ عدّة قرون، حيث مرّ بمراحل عديدة من التطور حتى وصل



الشكل 5.5 - 1892 ملصق
للفنان H.de Toulouse -Lautrec



الشكل 5.4 - 1893 ملصق
للفنان H.de Toulouse -Lautrec

إلى شكله الحديث مع ظهور الطباعة. وظهر أول ملصق في إنكلترا عام 1477، أما في باريس فقد أصدر فرنسيس الأول مجموعة من الإعلانات تُلصق على الجدران، وفي عام 1482 طبعت رسالة في باريس لكنيسة نوتردام تطلب فيها التبرّع للكنيسة بمناسبة دينية، وقد حُفرت على الخشب صورة العذراء داخل الكنيسة.

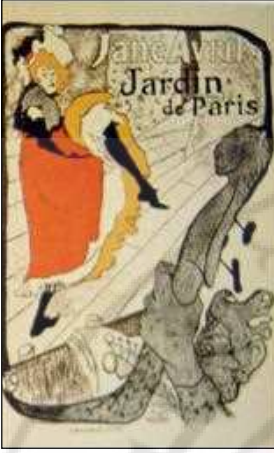
وقد أصبح الملصق بعد ذلك أداة إعلانية فعّالة، ونرى ذلك في القرن السادس عشر، فقد كانت إعلانات الحكومة والبلديات شعبية الانتشار، وفي بعض الأحيان صيغت الكتابات يدوياً، تتوسطها ملاحظات مطبوعة وواضحة، وأفكار الملصقات في أوقات الاضرابات السياسية جعلت الحكومة تُصدر قراراً في عام 1653 - يحرم ويُنذر بالموت - طبع وعرض الملصقات من دون ترخيص، وكان الملصق المعتاد عبارة عن منتج لا يُعتنى به، وكان يطبع عموماً من حروف خشبية وكليشوهات كبيرة على الطريقة اليابانية التي أثرت في أوروبا.

كما أن أول ملصق سياحي ظهر في القرن الثامن عشر عام 1754 لفندق في مدينة "بازل"، يوضح خدماته للمسافرين، وفي نهاية القرن الثامن عشر تشكل دليل الفنانين التجاريين الذي كان يحتوي على أسماء مصممي الملصقات التجارية الأوائل.

كان للملصق وظائفه التجارية والسياحية والسياسية، فقد امتلأت جدران باريس عام 1789 أثناء الثورة الفرنسية بالملصقات التي كان بعضها يدعو إلى اجتماع عام للمواطنين، وأخرى تحثهم على شراء نشرات معينة، وكانت تلك الملصقات قد تبنت شعارات الثورة وكلمات بعض الأغاني الشعبية آنذاك، وأصبحت إحدى العوامل البصرية المساعدة على تأجج الثورة، فالملصق - الذي يصور الهجوم على القصر الباريسي (التويلري Tuileries)، والمعركة بين الحرس الوطني وحراس الملك السويسريين عام 1792 الذي يعلوه شعار تعيش الجمهورية - هو من الوثائق التاريخية لتلك المرحلة، وكانت تطبع تلك الملصقات بطريقة الحفر على المعدن تارة والحفر على الخشب تارة أخرى.

وأعطت الطباعة الليثوغرافية عند اختراعها في عام 1798 على يد Senfelder سفندلر في فيينا دفعة قوية لتطور فن الملصق، إذ أصبح من الممكن أن نطبع الرسوم والحروف مباشرة على حجر ليثوغرافي. إلا أن الطباعة الحجرية لم تصبح وسيلة إنتاجية للملصق إلا في الثلاثينات من القرن التاسع عشر، ففي عام 1847 صمم جافارني ملصقاً ثم تبعه دولاكروا، وبعدهما بقليل صمم دوميه رسماً لملصق تجاري اعترف الصناعيون الفرنسيون به، وكانوا أول فئة استوعبت القيمة التي تعود على ملصقاتهم التجارية عندما تكون مصممة بأيدي الفنانين.

لقد ظهر الملصق بأسلوبه الحديث في فرنسا مع جولز شيريه Jules Cheret (الشكل 5.1-5.3-5.2) المولود في باريس عام 1836، ففي عام 1867 تم تعليق أول ملصق حديث لشيريه، وهو دعوة لمسرحية رسم فيها امرأة شابة، عمرها 22 سنة وهي سارة برناردت، وتميزت أوائل ملصقاته بأشكال نسائية يسبحن في الفضاء، وقد جذب الانتباه توهج ألوانه، واستحوذت على الإعجاب، وانهالت الطلبات عليه من قاعات الموسيقى وتجار السجائر والمشروبات الروحية وأدوات التجميل والصحف والسيرك، وصمم أكثر من 1000 ملصق. وقد افتتح شيريه في عام 1866 مؤسسة لطباعة الليثوغراف في باريس، ومع



الشكل 5.7 - 1893 ملصق للفنان
H.de Toulouse-Lautrec



الشكل 5.8 - 1700s الطباعة الخشبية
اليابانية للفنان K. Utamaro



الشكل 5.6 - 1892 ملصق للفنان
Henri de Toulouse-Lautrec

هذه البداية ظهرت مدرسة باريس لفناني الملصق، وتطورت ووصلت إلى أرقى إنتاج لها في آخر عشر سنوات من القرن التاسع عشر، ومن هذه المدرسة جاء الفنان تولوز لوتريك وتيوفيل الكسندر شتانيليه. ويمكننا عد أعمال شيريه البداية الحقيقية للملصق الحديث؛ لاعتمادها على العلاقة البصرية والوظيفية بين الصورة والكلمة، فهما يأخذان نفس الأهمية، ولا مجال للاستغناء عن أحدهما، كما تميزت ملصقاته بخلق مركز لجذب الانتباه بوساطة مساحات لونية كبيرة، وعلى أسلوب أكاديمي بسيط وغني، وخطوط جريئة، مع التركيز على مقدمة الملصق، فيبرز الشخصيات في المقدمة، وتعالج الخلفية باختصار شديد.

أما المصمم الثاني في تاريخ الملصق الحديث فهو (Toulouse-Lautrec) تولوز لوتريك (1864-1901) الذي كان له خبرة في الطباعة الخشبية اليابانية ناهيك عن تأثره بالانطباعية المتأخرة التي كان من أعلامها فان غوغ وبول غوغان، وهذه الانطباعية أثرت في إنتاج لوتريك، وساعدت على إظهار تلك الخصوصية البادية على وجوه شخصياته وطريقة تلوينهم (الشكل 5.6-5.7). وقد اتسمت بالحيوية الفائقة، كما اتسمت بتظليل الخلفية، وتنعيم المساحة المحيطة بالشخصيات المركزية لكي تجلب لها الوضوح الحاد، وكان



الشكل 5.10 - 1892 ملصق
تصميم William Nicholson



الشكل 5.9 - الطباعة الخشبية اليابانية

تكامل الخط ودرجة اللون واضحاً جلياً في أعماله... كما أن هذه الملصقات لم تبعد عن الأشكال التشخيصية الطبيعية، فقد كانت ذات بعدين، وتستلهم الكثير من تأثيرات الفن الياباني الذي تأثر به لوتريك في السنوات التي كَوّن فيها أسلوبه (الشكل 5.8-5.9).

وقد تأثر بهذا الأسلوب، الإنكليزي ويليم نيكلسون William Nicholson (الشكل 5.10) الذي قدمه في ملصقاته، مستخدماً تدرجاً ظلياً، ينقل فيه أسلوب لوتريك من خلال ذلك الاختزال لكل الدرجات الظلية إلى ثلاث قيم: هي الأسود، والرمادي، والأبيض، ويمكن عدّ ملصقاته التي صممها عام 1897 من الملصقات الرائدة التي مهّدت لاستخدامات الاختزال الظلي اللاحقة في فن الملصق.

لقد أعطى لوتريك للملصق خاصيته الفنية التي أغرت كثيراً من الفنانين بتصميم الملصقات مثل بيير بونار Pierre Bonnard وهنري ماتيس Henri Matisse والفنان التكعيبي جورج براك Braque Georges وبابلو بيكاسو Picasso Pablo الذين ظهرُوا مترادفين في هذا الاتجاه.

أما في ألمانيا فكان للملصق أهمية كبرى بالنسبة للإعلان في ذلك الوقت، وخاصة في برلين وميونخ، فقد كانتا مركزين مهمين من مراكز تصميم الملصق، ومن أبرز مصممي تلك الفترة (Hohlwein Ludwig لودفيج هولفين) الذي أخذ



الشكل 5.12 - أبجدية 1900
للمصمم Carmen and E. Sckmann



الشكل 5.11 - غلاف لمجلة
Jugendstil



الشكل 5.15 - ملصق
للمصمم John Heartfield



الشكل 5.13 - ملصق
للمصمم Jan Toorop



الشكل 5.14 - ملصق للمصمم
Bernhard Lucian

شهرة عالمية، وبيعت نسخ من ملصقاته في أوروبا كلها وأمريكا، وقد اعتمدت أعماله على الظلال والألوان المتقاربة، وكانت ملصقاته على عكس الخصوصية الشكلية لـ Bernard، ملصقات طبيعية (واقعية) وروائية، وقد وصل هذا النوع من الملصق إلى أعلى مستويات التطور لهذا الفن. وقد عمل المصممون الألمان بأسلوب حركة الفن الجديد Art Nouveau التي أسسها الفنان Ensor James جيمس أنسور مع بعض الفنانين في بلجيكا، التي ساعدت على انتشار مجلة Studio، التي تمثلت تحت اسم يوجند ستيل Jugendstil (الشكل 5.11-5.12)، بعد إصدار مجلة Jugend، التي ساعدت على حل مشكلة الكتابة، وعملت على استخدام المسطحات اللونية العريضة حسب طريقة الحفر الخشبي الياباني متجاهلة قواعد المنظور الكلاسيكي



الشكل 5.17 - 1932 ملصق للمصمم
John Heartfield

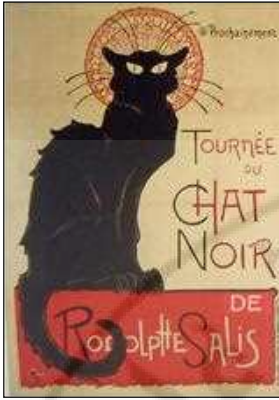


الشكل 5.16 - 1933 ملصق للمصمم
John Heartfield

الصارمة، الشيء الذي كان يحتاجه تصميم الملصق في ذلك الوقت. وفي عام 1896 ظهرت حركتا (Wiener & Werkstaten) الوينر وويركستاشن) في النمسا اللتان كانتا من ابتكار توروب Jan Toorop و (Van de veld فان دو فيلد)، ففي الإعلان الذي صممه توروب Slaolie Delftsch اندمجت الكلمة بالرسم تماماً، وخاصية الشكل في الرسم تغيرت، بسبب استخدام الخط المتعرج والمتكرر الذي صنع نسيجاً حول الأشخاص، وعُدَّ وجوده ثانوياً بالنسبة لكامل التصميم (الشكل 5.13).

وهناك اسم آخر هو Lucian Bernhard لوسيان برنارد الذي أظهر في ملصقاته التركيب التصويري لسجائر Manoli (الشكل 5.14) وأحذية Stiller، إذ اكتفى فيها بإظهار المنتج والاسم بطريقة متألّفة من خلال التوزيع المتقن لجوانبها الملونة، وتعدّ ملصقاته البدايات الأولى لإنتاج الملصق الفوتوغرافي الحديث.

وقد اشتهر اسم جون هارتفيلد John Heartfield الذي يعدّ أحد رواد مصممي الملصق الألماني من 1920-1930 (الشكل 5.15)، إذ شرع بالتعاون مع



الشكل 5.19 - 1896 ملصق
للمصمم T. A. Steinlen



الشكل 5.18 - 1896 ملصق للمصمم poster by T. A. Steinlen

جروز Grose بالتصميم بطريقة الكولاج، وقد كانت تنصدر إعلاناته شخصية ذات حجم كبير، يليها أشخاص آخرون ضمن منظور مبالغ فيه، واعتمدت ملصقاته على قوة تأثيرها في التناقض العنيف بين هذين المرتكزين (الشكل 5.17-5.16). أما الكتابة فكانت مجرد عنصر مكمل للموضوع الواضح فعلاً في الرسم، وتميزت شعاراته (Slogans) بصياغتها السياسية المؤثرة.

أما في سويسرا فقد ظهرت أسماء كثيرة مثل: Augusto Giacometti جياكوميتي وهولدر فرديناند Holder Ferdinand وبورجر F. W. Burger وغيرهم الذين أخذوا قسطاً من تدريباتهم في ألمانيا، أما ثيوفيل شتينلن Theophile Steinlen 1859-1923 السويسري المقيم في باريس، فقد أخذ شهرته نتيجة لتصميمه ملصقات تميزت بالنزعة النقدية الاجتماعية، التي طبعت باللونين الأسود والأحمر (الشكل 5.18-5.19).

في إنكلترا كان أكثر المساهمين في حركة التصميم (Brothers Beggarstaff بيجرستاف براذرز) هما جيمس برايد ووليام نيكلسون اللذان شاركا في إنتاج عدد من الملصقات التي كان توزيع الحروف الثقيلة والخفيفة فيها هو أكثر ما تميزت به (الشكل 5.20)، وقد تعاملوا أساساً مع رسوم ظلّية (سلويت) بسيطة ولكنها قوية.



الشكل 5.22 - 1893 صفحة
للمصمم Aubrey Breadsley

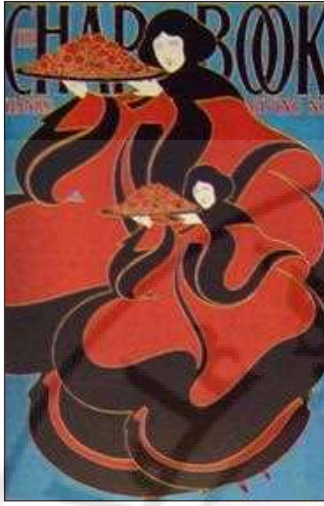


الشكل 5.21 - 1871 ملصق للمسرح
للمصمم Frederick Walker
poster for theater



الشكل 5.20 - 1894
ملصق Beggarstaff Brothers
تصميم William Nicholson
and J. Pryde

وقد اشتهر أيضاً Fredrick walker فريدريك ووكر سنة 1871 بطريقة معالجته لملصقاته، فقد صمم ملصقاً لرواية – ”المرأة ذات الرداء الأبيض“ (الشكل 5.21)، جذب انتباه أعضاء الأكاديمية الملكية، ثم جاء بعده ابري بيردسلي Abarey Beardsly (الشكل 5.22) وآخرون، وقد تميزت أعمال بيردسلي بصراحتها في تقسيم السطح ناهيك عن غنى واضح في خطوطها الخارجية عدا عن ذلك الغنى اللوني، أما هاردلي Dudley Hardy (الشكل 5.23) فقد بدا واضحاً تأثره بشيريه، وله ملصق مشهور (A Gaiety Girl)، وهناك أيضاً كريفنهيجن Griffenhagen Maurice الذي أبدع ملصقه المشهور (Ball Mall Budget) الذي يعدّ واحداً من أكثر الملصقات المدروسة والناضجة في الفن الإنكليزي المحدث، إذ أن تقسيمه الديناميكي المتين إلى ثلاثة ألوان، الأحمر والبرتقالي والأسود وتوزيع الحروف والكتابة واستعمال الخطوط الخارجية بشكل مبسّط بالنسبة لخلفية أكثر خصوصية كانت من أهم ملامح أسلوبه. وعندما أصبحت إنكلترا تحت تأثير حركة (الفن الحديث Art Noveau) لمعت أسماء مثل ماجريت (Margaret 1865-1921) وفرانسييس (1874-1921) وماكدونالد وتشارلز رينيومماكنتوش (1868-1928).



الشكل 5.25 - 1895 ملصق للمصمم
William Bradley



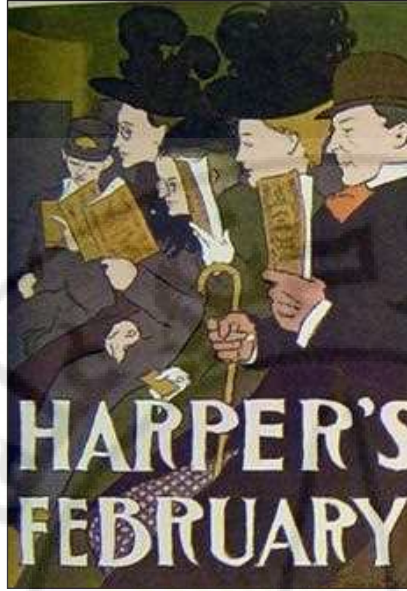
الشكل 5.24 - 1898 ملصق
للمصمم William Bradley



الشكل 5.23 - 1895 ملصق للمسرح
للمصمم Hardy Dudley

في اسكتلنده وفي الإعلان الخاص بمعهد Glasgow جلاسجو للفنون الجميلة الذي صممه (ماكدونالد وهربرت ماك نير)، برزت وجهة نظر جديدة تختلف عن حركة إحياء فنون العصور الوسطى التي كانت سائدة في فرنسا في ذلك الوقت، إذ كانت المناقشة جارية عن وظائف الكلمات والرسوم، فالرسم هنا لا يفسر الكلمات بل هو رمز مستقل.

وفي أمريكا امتدت تأثيرات مورييس وبيردسلي، ومن المعروف أن فن تصميم الملصق لم يدخل أمريكا قبل سنة 1889 عدا ملصقات السيرك والمسرح التي صممت من قبل مات مورغن Morgen Matt. لقد بدأ فن الملصق في أمريكا على يد (Rheed Louis لويس ريد) و(Will H. Bradley ويل برادلي) (الشكل 5.25-5.24) اللذين صمما الإعلانات الجدارية، وإعلانات المجلات وكتب الناشرين، واعتمد عمل برادلي بدرجة كبيرة على عمل أبري بيردسلي، ثم ظهرت بعد فترة أهمية الملصق في مجال الأعمال والتجارة، وبرز في مجال

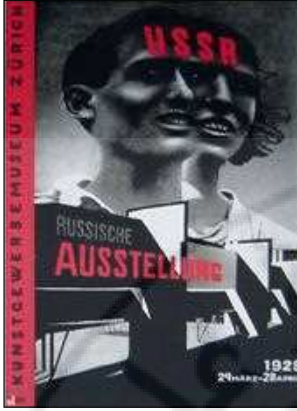


الشكل 5.27 - ملصق لمجلة HARPER'S 1897
للمصمم Edward Benfield



الشكل 5.26 - ملصق للمصمم
Edward Benfield

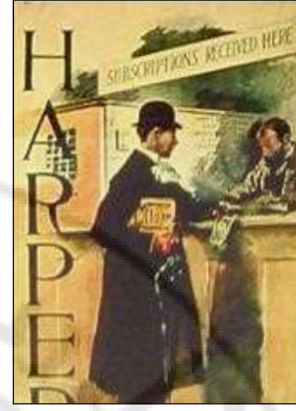
الملصق الأمريكي فيشر Harrison Fisher ولين بيل Linn Ball و فريدريك ستانلي Fredric Stanley، وقد تميزت أعمال بينفيلد Edward Penfield بالرصانة، وسعة الخيال وقوة الوضوح (الشكل 5.26-5.27-5.28)، إذ كان أستاذاً مميزاً في فن الملصق الأمريكي، وتأثر بالرسوم المصرية ذات الخطوط الخارجية المحددة والبسيطة والألوان المطفأة. واشتهر M. Cooper موريس كوبر باستخدامه المتكرر للملصقات المشكلة من الكتابة إذ أنتج العديد من ملصقات الحروف المزخرفة، ذات العبارات الكثيرة التي تبين أسلوبه الشخصي المميز. إن إلهام الحفر الياباني على الخشب، وملصقات تولوز لوتريك التي تميزت بالتركيب الوثائق الجريء، والاندفاع غير العادي للتكوين في مقدمة الملصق، كانت السمات الرئيسية التي ميّزت أعمال مصممي الغرافيك الأمريكيان. أما في أوروبا فإن حركة الإحياء التي قادها موريس التي عاد فيها إلى إحياء فن العصور الوسطى، أثرت على جماعتين من الفنانين التعبيريين، في ألمانيا حركة الـ Die Brücke التي تأسست في مدينة درسدن، وانتقلت إلى برلين سنة



الشكل 5.30 - 1929 ملصق للمصمم
El Lissitzky



الشكل 5.29 - 1929 ملصق لمعرض
الباوهاوس Bauhaus
تصميم Herbert Bayer



الشكل 5.28 - 1894 ملصق
للمصمم Edward Benfield

1911، وحركة الفارس الأزرق Der Blue Reiter التي تأسست في ميونيخ عام 1912، وتوضح في إنتاجها أهمية الحروف القوطية Gothic وعلاقتها البصرية برسوم الإعلان.

أما الملصقات العامة كونها ملصقات الحرب العالمية الأولى فقد تميزت بالاتجاهات المحلية والواقعية، وكانت الكتابة عبارة عن هتافات دعائية. كما تأثر الملصق بالحركات الفنية مثل السورالية والمستقبلية والداداء، ومدرسة الباوهاوس في مدينة فيمر الألمانية التي دمجت إحياء بول كلي Paul Klee الخيالي الأسطوري مع آراء المصمم Kandinski كاندنسكي، والحركة البنائية عند المهندسين والمصممين ومصوري الإعلانات وغيرهم من الفنانين الرسامين.

ففي إعلانات الباوهاوس أصبحت الكتابة تصميمًا، ووحدة الكلمات والرسوم في أعمالهم غنية جداً ومعقدة، ولكن بمرور الزمن فإن الباوهاوس لم تتمكن من تلافي التأثير في تطور الإعلان في أوروبا، وعلى الأخص في سويسرا لاسيما بعد أن استولت النازية على السلطة في ألمانيا وارتد فيها الإعلان إلى أسس واقعية أكاديمية.

وقد شهدت الفترة من 1914-1924 تياران بالنسبة لإنتاج الملصق، تيار تأثر بالأفكار الجديدة للدادائيين والباوهاوس (الشكل 5.29)، وتيار العامة الذي كان سمة ملصقات الحرب والملصقات التجارية، وقد استخدم التيار الأول تقنيات

جديدة كالفوتومونتاج والكولاج التي استخدمها الدادائيين (1917-1923)، واستخدمت الكتابة بواسطة ماكينات الطباعة من قبل مصممي الباهواوس، أما ملصقات الحرب فلم تعرف الفوتومونتاج إلا بوقت متأخر، وكانت بسيطة وتخدم أهدافاً دعائية سريعة لصالح القوى المتحاربة أكثر من خدمتها لميدان الثقافة، وكانت تنقصها الروح الفلسفية، وقد أصبحت معطيات الدادائية بعد ذلك مصدراً للملصق بشكل عام حيث إن تقنية الدادائية في تفكيك الصور - الذي كان مقصوراً على الصفوة عند بدء استعماله في زيورخ 1916 وفي باريس 1918 - تحول وصار وسيلة تعليم جماهيرية في التحليل السياسي، وقد كانت روسيا أخصب أرض لإعلانات الدادائية، فقد تقبل الروس أعمال Heartfield هارتفيلد التي عملها في برلين ومارسوها عام 1920 على كل المستويات حتى نهاية الحرب العالمية الثانية، وحتى Lissitzky ليزتسكي نفسه تحول إلى هذا الإتجاه (الشكل 5.31-30).

إن الملصقات العامة وبخاصة ملصقات الحرب قامت بأداء جهد دعائي وتوجيهي أثبت أن للملصق دوراً مهماً في حالات الطوارئ التي تمر بها الأمم، ففي الدول التي لا تأخذ بالتجنيد الإجباري تكون الملصقات حرة في ترغيب

الدادائية - Dadaisme :

- الدادا حركة أدبية وفنية ظهرت في حوالي عام 1915 في زيورخ. وانتشرت في كامل أوروبا.
- جاءت كرد فعل فني ضد ويلات الحرب العالمية الأولى وضد الأوضاع الاجتماعية المتردية. وانتقدت جميع الأخلاقيات والفلسفة. والوسط السياسي. وتعدّ تجسيدا للثورة والسخرية والتهديد ضد مجتمع مشبع بالفوضى. وتفتش عن أشياء محرومة من الإحساس.
- واستخفت بكل قوانين التكوين والقواعد البصرية. ووافقت على إخراجات ولدت بالصدفة التي تحيي التعبير اللاشعوري (الحركي).
- في مجال الجرافيك اعتمد المصممون على الكلمات والأحرف والنصوص كمادة تصويرية من أجل البحث البصري البعيد عن الإنقراطية.
- إذ انتشرت الكلمات والأحرف المعزولة على السطح بمقاسات وسماكات مختلفة. وميلان للأسطر أخذ أشكال وزوايا متنوعة وكان الأحرف والكلمات ترقص في فراغات الصفحة لتفتش عن منفذ لإنقاذ نفسها.
- كما استخدموا الكولاج في رسم الكلمات والصور للحصول على أشكال خالية من المضمون الوظيفي.
- من أهم المصممين الذين قدموا أعمالاً غرافيكية في هذا الاتجاه (Schwitters - شيفترس) إذ كانت الكتابة في تصميماته موضوع عمله. وقد استخدم النفايات والخامات الأخرى المتنوعة ليصل من خلالها إلى تباين في الألوان والأشكال والملمس.
- كما قدم كل من (Tazar) و (Hausmann) أعمالاً حروفية استخدموا فيها الكولاج. وقد عبرت هذه الأعمال عن الحروف والكتابة عن قيم شكلية خلقت عالماً من التضاد.
- كما اشتهر المصمم (جون هرتفيلد John Heartfield) باستخدام الفوتومونتاج في حملته الدعائية ضد النازية عام 1935.



الشكل 5.32 - 1929 ملصق لفيلم
Film poster للمصمم
Georgy and Vladimir Stenberg



الشكل 5.31 - 1924 ملصق لأخبار
Pelikan للمصمم El Lissitzky

الشباب في التجنيد، وقبل تطبيق نظام التجنيد الإجباري في إنجلترا (خلال المراحل الأولى للحرب الأولى) أنتجت 2500 ملصقاً في بريطانيا لترغيب الشباب في الخدمة العسكرية بوساطة 100 فنان.

أما المواضيع التي تطرقت لها تلك الملصقات فهي متنوعة إلى جانب المواضيع الدعائية إذ وجدت الملصقات التنظيمية للمجتمع والتعبوية، وشاعت عناوين مثل (اتنبه إلى عدم التبذير بالخبز)، والملصق السويسري (هل تستطيع مساعدة 45000 أب يحاربون)، وملصق (ساعدكم احفظ ادخارات الحرب)، والملصق الإنجليزي الذي يندد بالمرضعة الألمانية التي تسكب الماء على الأرض أمام عيون الجرحى، الذي عنوانه (المرضعة الإنجليزية لا تعمل ذلك ولا تنسى ذلك)، والملصق الألماني (فكر بطفلك المهدد من قبل الأفعى الإنكليزية)، كل تلك نماذج للأعداد الضخمة من الملصقات التي استخدمت كطاقة إعلامية وتوجيهية تبنت الأسلوب الواقعي المفهوم للمجتمع مع عناوين في غاية الوضوح.

إن استخدام الملصق كأداة إعلامية وكسلاح بيد الدولة لم تنته عند هذا الحد فالملصقات التي صدرت إبان حرب أكتوبر الروسية أعطت بعداً جديداً لتأدياته من



الشكل 5.33 - 1928 ملصق للمصمم A. M. Cassandre

أجل بناء وتوجيه المجتمع وفق الأيديولوجيات السائدة (الشكل 5.32). ف اتخذت مواضيعه الإتجاه الرمزي البسيط مثل ملصق (الخصم لا يزال يعيش أنه من دون رحمة)، والملصق الصادر بمناسبة 1 مايو العمالي، وملصق آخر يُذكر بالجوع، وآخر يدعو إلى الإنخراط في الجيش الأحمر (أنك لا تزال غير متطوع). كل تلك النماذج أثّرت كثيراً في مطبوعات ملصقات الأحزاب الأوربية، فهي بالذات أسبغت على الملصق لقب (فن الثورة) وقد أصبحت تلك الإصدارات من التقاليد الراسخة في أوروبا وأمريكا والعالم الثالث إلى يومنا هذا. وقد ازدهر فن الملصق في فترة ما بين الحربين، وتميز باتجاهات متنوعة فيما بين 1925 - 1939 فقد أعطى فن الملصق الفرنسي قوة دفع جديدة، فأعمال المصمم كاساندر A.M.Cassandre أثّرت ببساطتها واختصارها للون والمساحة والخط، إذ ابتدع بديلاً حقيقياً لإعلانات الفوتومونتاج الروسية، وإعلانات



الشكل 5.35 - 1935 ملصق للمصمم
John Heartfield



الشكل 5.34 - 1928 ملصق للمصمم A. M. Cassandre

البواهاوس ومن أهم ملصقاته كان قطار الشمال الذي صمّمه لشركة السكك الحديدية الفرنسية عام 1927، إذ جعل القطار قصيراً مختصراً، وعلى الطريقة المستقبلية Futurisme والأسلاك الكهربائية العالية توحى بالسرعة الشديدة والكلمات مع ذلك هي عناوين تفسيرية بسيطة (الشكل 5.33-5.34).

إن فترة ما بين 1925 - 1945 التي ازدهرت فيها ملصقات الدعاية والإيديولوجيات، لم تتميز إلا بمكاسب استخدام الفوتوغراف (الفوتومونتاج والكولاج) أما تأديته فقد تنوعت على الدعاية والتوجيه والإرشاد الاجتماعي وترويج السلع والخدمات، أما عن صياغته الأسلوبية فقد تأثر بالمدارس الفنية الحديثة إلى جانب تنوع أساليبه الفنية إذ استغل طاقة الرمز في توصيل المعاني الأكثر تعقيداً.

ومن هنا كانت الملصقات السياسية، وملصقات الحرب العالمية الثانية أكثر عمقاً في معالجتها، فالمصق الذي صدر في باريس من قبل وزارة الإعلام، ومن أجل الجمهوريين في إسبانيا احتجاجاً على إسقاط القنابل على مدريد من قبل الفرنكويين عام 1937، كان من أبرز ملصقات تلك المرحلة وثائقية وقوة، وملصق احتجاج آخر ضد هتلر من تصميم جون هارتفيلد John Heartfield عام 1932، يصور هتلر يصرخ وقد امتلأ صدره بالعملة الذهبية، عنوانه (أدولف هتلر الرجل المتفوق الذي يأكل الذهب ويخرج الصفيح) (الشكل 5.35). هذان الملصقان استخدمتا الفوتومونتاج بمهارة لصالح المعنى، وصياغات متنوعة أخرى من

الملصقات الأيديولوجية التي صدرت في كل أنحاء أوروبا، وفي أمريكا صمم الفنان (بين شون Ben Shahn) ملصقاً صدر بمناسبة برامج روزفلت الزراعية في أمريكا، وكان صورة أخرى للاحتجاج، وفي أثناء الحرب العالمية الثانية عاد الملصق ليترك الأثر نفسه الذي تركه في الحرب الأولى بوصفه قوة دعائية وتوجيهية، وكونه جزءاً من الحرب النفسية.

فقد صدر ملصق إيطالي عام 1940، يشير إلى وجوب حرق لندن، وملصق إنكليزي يؤكد على رابطة الشعوب يصور جنوداً من جنسيات مختلفة يحملون البنادق بمسيرة، كان عنوانه من كلمة واحدة فقط هي (سويلاً Together)، وملصق آخر في إيطاليا نبّه على سرقة الأعمال الفنية والأثرية من قبل الجنود الأمريكيين. إن هذه الأفكار والمواضيع التي هي من صنع الحرب سُجلت في تلك الملصقات، وأسهم بعضها في توثيق حوادث الحرب وظروفها وجرائم الغزاة.

كما أن ملصق المصمم الأمريكي Ben Shahn عام 1943 الذي يدين النازية بعنوان مطول: (راديو برلين أعلن بصورة رسمية أن جميع رجال Lidic تشيكوسلوفاكيا يقتلون، والنساء تُرحّل لمعسكرات الاعتقال والأطفال يُرسلون إلى مراكز الاستيلاء واسم القرية كان قد ألغي)، والذي أصدره مكتب استعلامات الحرب في الولايات المتحدة، يعدُّ هذا الملصق عملاً فنياً بمستوى معالجات اللوحة، فيما إذا رفعت منه الكتابات من دون أن يسقط مستواه التعبيري بسبب ذلك.

لقد أعطت ملصقات بين شون للملصق صيغاً فنية ومعالجات لا تفقده ديمومته التعبيرية والفنية كما يحصل مع كثير من الملصقات التي صدرت أثناء الحرب. إن اتجاهات الملصق بعد الحرب العالمية الثانية وفي الدول الغربية يتبع خطين الأول: هو إعلان الخدمة وترويج السلعة، والثاني: هو الإعلان الثقافي والإعلامي، وعلى العموم فإنه يجب أن نسلم بأن التصميمات والمعالجات الجيدة هي التي تعالج المواضيع الاجتماعية والثقافية وبهذه المقولة فإن الملصقات التي تعلن عن مسرحيات وأفلام ومعارض تشكيلية وموسيقية والملصقات الاجتماعية والسياسية أو تلك التي صدرت من المنظمات الدولية المتخصصة هي التي تحقق بشكل خاص انجازاً ذا مستوى عالٍ.

تصميم اللوغو Logo



الشكل 5.36 - 1481 علامة تجارية
تصميم Laurentuis



الشكل 5.37 - 1482 علامة تجارية
تصميم Laurentuis

بعد الحرب العالمية الأولى اتجه الإنتاج الاقتصادي نحو السلع الاستهلاكية، واهتم العديد من الناس ببناء الاقتصاد الرأسمالي الذي رأوا فيه قوة اقتصادية لاتنتهي، ومن هنا أصبح هناك مفهوم جديد للتصميم الجرافيكي (تصميم جيد يعني عمل جيد).

وارتبط التطور التكنولوجي بشكل وثيق بكبرى الشركات التي أدركت الحاجة لتطوير صورة تعكس مضمون الشركة وهويتها بين المستهلكين، وكان التصميم الجرافيكي الوسيلة الرئيسة لتكوين سمعة الشركة وبناء الثقة بينها وبين الجمهور.

إن استعمال العلامات البصرية للتعريف بالأشكال ليس بالشيء الجديد، ففي العصور الوسطى كان لكل تاجر علامة معينة أو شكل، وكانت العلامات تستخدم للتعريف بنوعية المنتجات أو للتعريف بالجهة التي تنتجها كما في عصر النهضة (الشكل 5.36-37)، وفي عصر الثورة الصناعية التي فتحت أبواب الإنتاج الهائل على مصراعيه ازداد الاهتمام بالعلامات التجارية للتعريف البصري من جهة ولتمييز منتجات الشركات من جهة أخرى، وقد توضحت استخدامات التعريف البصري في بداية القرن العشرين (الشكل 5.38).

تابع المصممون جهودهم لتطوير مفهوم العلامة التجارية حتى ظهرت العلامة المشهورة لإذاعة (كولومبيا) الأمريكية (CBS) التي أضافت إلى التصميم الجرافيكي علاقات بصرية جديدة أثرت جداً في طريقة التعامل مع الجمهور (الشكل 5.39)، وعكست أهمية العلامة التجارية في تحليل مضمون شركة معينة، ونقل رسالة واضحة إلى الناس عن هذه الشركة.

أثناء الخمسينات والستينات ركز الكثير من المصممين



الشكل 5.39 - 1951 logo لوجو CBS
للمصمم William Golden



الشكل 5.38 - 1912 logo لوجو لشركة AEG
للمصمم بيتر بهرنس Peter Behrens

الأمريكيين أمثال بول راند، ليستر بيل، ساول باس، وشركات تصميم مثل Lippincott و Margules على تصميم العلامات التجارية، وعلاقتها البصرية وعدّوا هذا النشاط من أهم أشكال التصميم الغرافيكي. في نهاية الستينات أصبح مفهوم Total Design (التصميم الشامل) حقيقة، وأدرك العديد من أصحاب الشركات الكبرى بأن التخطيط الشامل للمنظمات والنشاطات العامة ليس ناتجاً فقط عن رغبة أو هدف وظيفي، إنما أيضاً ضرورة فنية.

بدأ تلفزيون موسيقى إم تي في (MTV) الإرسال أولاً عام 1981 (الشكل 5.40)، وكلفت شركة التصميم (Manhattan Design) بتصميم لوغو لها، واعتمد مصممو هذه الشركة على حرف (M) الكبير، وكلمة (TV) المائلة والمكتوبة بخط حديث قد يوحي بالحدث في الموسيقى والتكنولوجيا التي ستستخدمها الشركة في نشر الموسيقى عبر العالم كله، ناهيك عن تزيين حرف M بطريقة توحي بالحيوية والألوان الزاهية التي تعبر عن الموسيقى وانفعالاتها، وبالفعل حتى عام 1995 كان شعار MTV هو الثاني الأشهر عالمياً بعد شعار كوكاكولا (Coca-Cola) الذي دخل حوالي 250 مليون بيت في 58 بلد.



الشكل 5.41 - 1965 لوجو ABC
تصميم Paul Rand



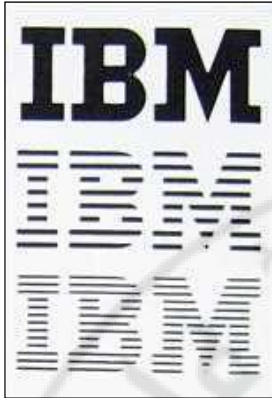
الشكل 5.40 - 1985 لوجو MTV - music tv - تصميم Pat Gorman

الرموز العالمية المشهورة Logos

1 - شركة الإذاعة الأمريكية (American Broadcasting Com):
قام المصمم بول راند Paul Rand وهو من أتباع مدرسة الباهوس بإعادة تصميم لوغوتايب Logotype العلامة التجارية لشركة الإذاعة الأمريكية (abc)، إذ ركز على البساطة في مكونات اللوغو مما قلل من المعلومات، وزاد من قيمة الشكل خصوصاً من توافق اللوغو مع ألبائية هربيرت باير Herbert Bayer العالمية التي تحدثنا عنها سابقاً (الشكل 5.41).

2 - أبل ماكينتوش (Apple Macintosh): استمد اللوغو من اسم الشركة، وكانت التفاحة هي الرمز، صُمم اللوغو الأول عام 1976، وفيه تظهر التفاحة تحت شجرة تفاح، واسم الشركة (Apple Computer Co) على الإطارين العلوي والسفلي، لم يكن هذا الشعار واضحاً لكثرة التفاصيل الموجودة فيه، لذا عمل المصمم (ريجيس ماكننا) على تطوير اللوغو فاستبدل اللوجو القديم برمز للتفاحة ذي اللون الواحد التي تم قضم جزء منها دلالة على الإغراء الذي يحصل ما بين العميل ومنتجات الشركة في سوق التكنولوجيا.

3 - كوكا كولا (Coca Cola): يعدُّ من أقوى الرموز العالمية المعروفة، تم تصميمه عام 1886 في ولاية جورجيا الأمريكية على يد مدير الدعاية



الشكل 5.44 - 1956
لوجو IBM Logo
تصميم Paul Rand



الشكل 5.42 - لوجو Coca Cola Logo



الشكل 5.43 - 1994 لوجو FedEx Logo تصميم Lindon Leader

والإعلان آنذاك فرانك روبينسون Frank Robinson، ليستعمل بوصفه توقيعا، ثم راج استخدام اللوغو حتى أصبح اللوغو الرسمي لشركة كوكا كولا حتى وقتنا الحاضر (الشكل 5.42).

4 - فيديكس (FedEx): اللوجو الأصلي للشركة العالمية Federal Express صُممه ريتشارد رونيان Richard Runyan عام 1973، أما اللوغو الجديد (FedEx) الذي صُمم عام 1994 بواسطة ليندون ليدر Lindon Leader فيعدُّ واحداً من أكثر الرموز التي يمكن التعرف عليها بسرعة بسبب وجود خدمات الشركة في جميع أنحاء العالم، في نفس السنة وفي تصنيف قامت به مجلة Rolling Stone احتل لوغو (FedEx) مرتبة من بين أفضل 8 رموز عالمية منذ خمسة وثلاثين عاماً (الشكل 5.43).

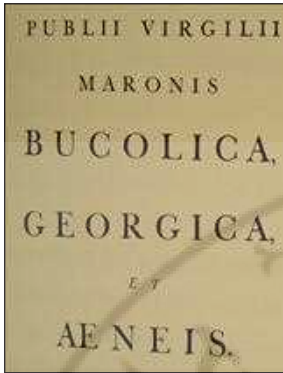
للوهلة الأولى فإن اللوغو يبدو واضحاً وبسيطاً، إلا أن ثمة بعض التفاصيل، فال فراغ ما بين الحرفين X و E يشكل سهماً متجهاً إلى اليمين، مما يدل على التفكير والتحرك إلى الأمام.

5 - آي بي أم (IBM): من أشهر العلامات التجارية حول العالم التي صممها بول راند عام 1956 باستخدام الحرف الطباعي City Medium الذي صممه جورج ترومب عام 1930 (الشكل 5.44). الأحرف الثلاثة الأولى IBM ترمز لاسم الشركة: (International Business Machines)، وتظهر القوة في هذا اللوغو في المناطق المربعة التي أحدثها الحرف B مع التناسق في المساحة المستطيلة التي تكونت ما بين الحرف B و I، في العام 1970 أجرى بول راند بعض التحديثات على اللوغو، فقد أدخل الخطوط الأفقية التي تشبه خطوط التلفزيون للدلالة على التكنولوجيا، ناهيك عن استخدام اللون الأزرق الذي أصبح اللون العالمي للدلالة على شركات التكنولوجيا.

التايبوغرافيا Typographie (الحرف الطباعي)

ظهر مفهوم التايبوغرافيا كما ذكرنا سابقاً مع بدايات ابتكار الحروف المعدنية المتحركة على يد (جوتنبرغ Johann Gutenberg) في منتصف 1400s التي كانت قوطية الطابع Gothic على الطريقة الألمانية الحادة، كما كانت هناك طريقة أخرى أقل حدة في الجنوب الأوربي، وإن أول قاعدة للحرف الروماني في ميدان الطباعة وضعت على يد الفرنسي (نيكولاس جينسن Jensen Nicholas) مع اثنين من مساعدي جوتنبرغ عام 1455 (الشكل 5.45). اشتهرت بعد ذلك مجموعة من الأبجديات منها بيمبو Bembo 1495، وأبجدية الفرنسي جارامونت Garamont 1544 التي عرفت لأول مرة الأرقام العربية بينما استخدمت قبل ذلك الحروف للتعبير عن الأرقام حسب الطريقة اللاتينية القديمة.

أما في مرحلة الباروك Baroque فقد ظهرت أبجدية الإنكليزي Caslon كاسلون 1720 (الشكل 5.46)، و Baskervill باسكرفيل 1757 على اسم



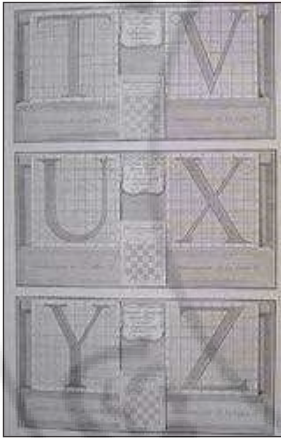
الشكل 5.47 - 1757 أبجدية
Baskerville تصميم باسكرفيل
Baskerville

Quousque tandem abu-
tere, Catilina, patientia
nostra? quamdiu nos e-
tiam furor iste tuus elu-
det? quem ad finem sese
effrenata jactabit auda-
cia? nihilne te noctur-
num praesidium palatii,
nihil urbis vigiliae, nihil
ABCDEFGHIJKLMN
ABCDEFGHIJKLMN O P Q R
£ 1234567890

الشكل 5.46 - 1840 أبجدية كاسلون
Henry Caslon تصميم



الشكل 5.45 - 1455 الأبجدية
الرومانية الحديثة
Nicolas Johnson تصميم



الشكل 5.49 - 1702 شبكة الحروف
Philippe Grandjean تصميم



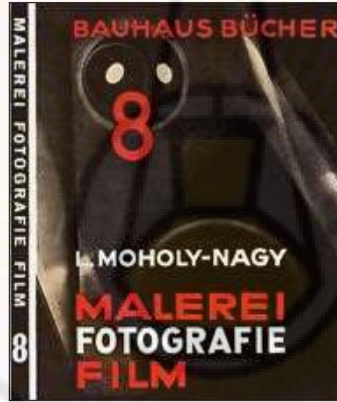
الشكل 5.48 - 1780 أبجدية بودوني تصميم Giabattista Bodoni

صاحبها مصمم الحروف John Baskerville المستوحاة من الحرف الروماني التي تأتي أهميتها من سهولة قراءتها وتميزها في بناء حروفها، وقد أسهمت هذه الأبجديات في تطوير أشكال الحروف التيبوغرافية (الشكل 5.47).

أما المرحلة الأكثر أهمية فقد تمت على يد الإيطالي بودوني Giabattista Bodoni فقد تميزت أبجديته Bodoni بطابع



الشكل 5.50 - 1925 أبجدية خالية الشطبة SansSerif تصميم هربرت باير Herbert Bayer



الشكل 5.52 - 1927 غلاف للباوهاوس
تصميم موهولي ناجي Moholy Nagy



الشكل 5.51 - 1929 صفحة في دليل
تصميم Moholy Nagy

هندسي أكثر تنظيماً (الشكل 5.48).

وفي فرنسا في عهد لويس الرابع عشر عام 1692 أسس مجلس أكاديمي لتصميم تبيوغرافيا خاصة بالملكية، وقسموا السطح إلى شبكات هندسية، وعمل فيها المصمم Phillipp Grandjean (الشكل 5.49).

في عام 1815 ابتكر المصمم Vincent Figgins أبجدية Egyption المتميزة بسماعاتها وضخامتها.

كان البحث عن أبجدية مثالية هدفاً ومطلباً بالنسبة للطباعين حتى ذلك

الوقت، وبالنسبة لمصممي الجرافيك فيما بعد، وقد ظلت الحروف الرومانية مطلوبة وذات شعبية كبيرة حتى اليوم. من جهة أخرى فقد كانت حروف Sans Serif الخالية من الشطبة السفلية والعلوية غير معروفة، وفي عام 1816 ظهرت أبجدية Sans Serif بحروف كبيرة فقط ، صممها كاسلون Caslon، وقد بدت حروفاً ذات سماكة واحدة خالية من الشطبة، مشابهة في أشكال حروفها للأبجديات الكلاسيكية، وقد أخذت دورها في تمثيل مفهومي الحداثة والوظيفة بعد عام 1850. وظهرت أبجدية (أكرزیدنز جروتسك Grotesk Akzidenz) - Sans Serif عام 1896 في مسبكة بيرتهولد Berthod في برلين ولم يعرف مصممها، وكانت عبارة عن نوعين (Bold & Semi-Bold) بوصفها حروفاً خشبية للإعلانات الكبيرة.

وفي أمريكا ظهرت أبجدية سانس سيرف Sans Serif جديدة هي Franklin Gothic فرانكلين جوتيك عام 1905 كأحرف خشبية ثقيلة من تصميم موريس بينتون Morris Benton، وقد لاقت انتشاراً جماهيرياً كبيراً امتد حتى اليوم، ثم طورها حروفاً طباعية فسميت نيوز جوتيك News Gothic عام 1907، وتضمنت حرفاً خفيفاً غاية في الوضوح ناهيك عن حرفين آخرين مرتفعين، وقد عوض ارتفاعهما عن السمك العرضي واستخدما في العناوين.

طُرحت العديد من الأفكار في الميدان التيبوغرافي في بداية القرن العشرين، تراكمت مع ظهور أفكار جديدة على الصعيد الفني، وازدهار التيارات الفنية، مثل المستقبلية والبنائية والدادائية وغيرها، والمراحل الأولى لظهور الفن التجريدي، إذ قدمت حركة المستقبلية بعداً مثيراً للتعبير التيبوغرافي ظهر من خلال الأفكار المبدئية لبيان التأسيس الذي أعلنه Marinetti مارينيتي عام 1913، مظهراً فيه أهداف ما أسماه Typographical revolution ثورة التيبوغرافيا (ثورة الحرف الطباعي).

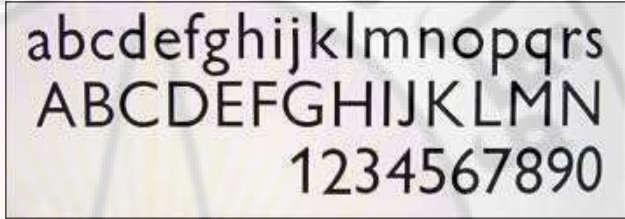
وقد شكلت هذه الرؤية بعداً جديداً على صعيد التعبير الفني من خلال الحروف التيبوغرافية لم يكن معروفاً من قبل، ولفت ذلك إلى التعبير الذي يمكن أن يؤديه كل حرف أو كل نوع من الحروف بحسب شكله وطابعه الخاص. أما الحركة الدادائية فقد شكلت اتجاهاً عبثياً في استخدام الحروف، وكانت



الشكل 5.54 - 1927 أبجدية
Futura Mager, Halbfett, Fett
تصميم بول رينر Paul Renner

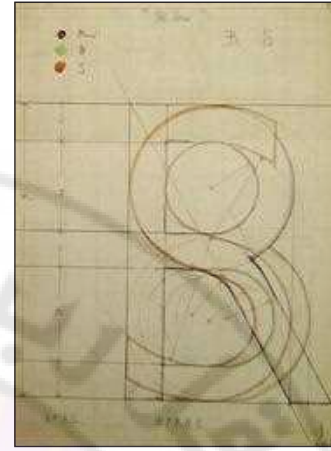


الشكل 5.53 - 1927 أبجدية Futura تصميم بول رينر Paul Renner



الشكل 5.55 - 1928 أبجدية Gill Sans للمصمم Eric Gill

الحروف في بعض أعمالهم مشوهة بحيث تذهب قيمتها الخطية والجمالية. وعلى خلاف ذلك المصمم Herbert Bayer هيربرت باير (الشكل 5.50) الذي كان عمله في الباوهاوس في مجال التيبوغرافيا والإعلان، فقد أخضع التيبوغرافيا للخطوط البنائية والوظيفية وكانت عناصره الأساسية الأشكال الهندسية مثل المربع والمستطيل والمثلث والدائرة والألوان الرئيسة الثلاثة، وكان له رأي آخر في شكل الكتابة: (لماذا نملك شكلين للأبجدية مع أن الكلام المنطوق لا يعبر عن حرف صغير أو كبير، ولما لا تكون لدينا أبجدية واحدة حاصلة من اندماج الشكلين، وبذلك نحصل على أبجدية مختصرة)، وقد أنجز في عام 1925 أبجدية خالية من الحروف الكبيرة، وقد رجّحت الباوهاوس لهذه الفكرة بشدة داخل ألمانيا، وحاولت شرح فوائدها على كافة الصعد، وأصدرت العديد من المطبوعات مهمة فيها الحروف الكبيرة، إلا أن الفكرة بقيت صعبة التطبيق لعدم قدرة الجمهور على تقبل فكرة إسقاط الأبجدية بشكلها المألوف. وكان موهولي ناجي Moholy Nagy يرى أن الكتابة أداة الاتصال فيجب



الشكل 5.56 - 1928 شبكة تحليل
الحرف لأبجدية Gill Sans للمصمم
Eric Gill

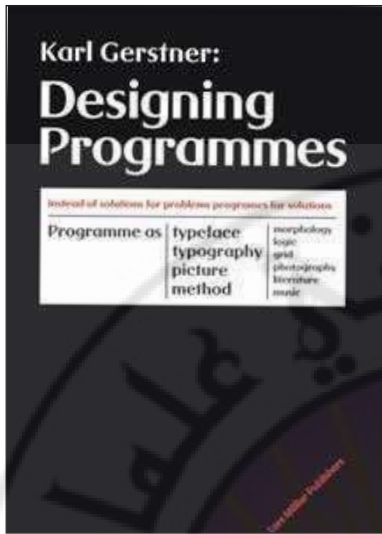


الشكل 5.57 - 1958 أبجدية أوبتما Optima تصميم هرمان زابف
Hermann Zapf

الشكل 5.58 - أبجدية Mistral تصميم
روجير أكسكوفون Roger Excoffon

أن تجري عملية الاتصال من خلال أشكال مختصرة ومركزة، ليكون الاتصال سهلاً وواضحاً ولا تحكمه فقط الناحية الجمالية، وأكد على ضرورة ابتكار أبجدية مرنة ذات إمكانات تعبيرية واسعة (الشكل 5.51-5.52).

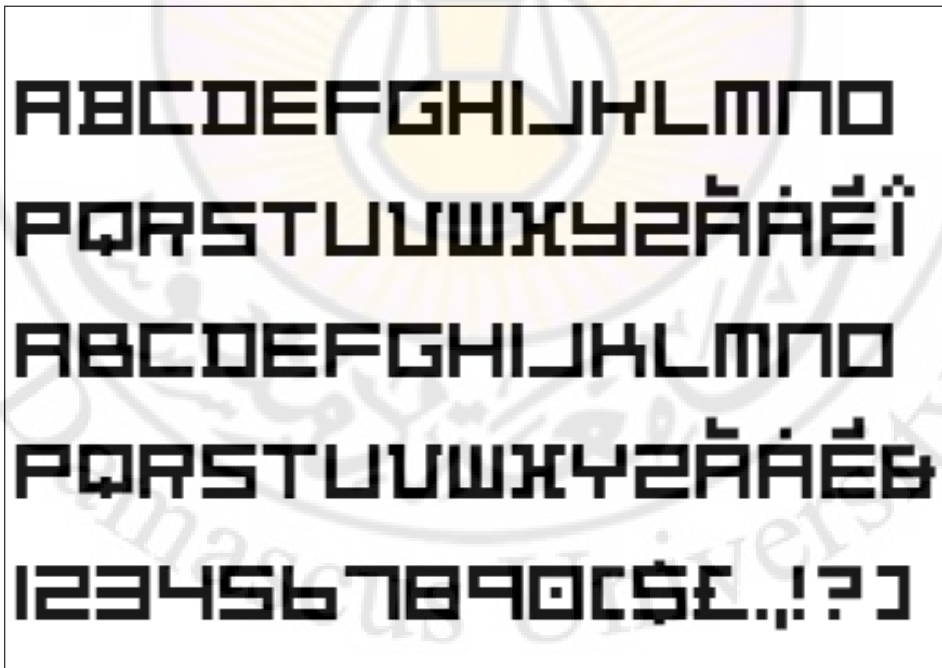
وتوجت هذه المرحلة بظهور أبجدية الفيتورا Futura لبول رينر Paul Renner عام 1925، وقد جاءت بثلاثة أوزان أبيض ومتوسط وثقيل (الشكل 5.53-5.54)، وأخذت شهرة واسعة، ولقيت اقبالاً كبيراً من الفنانين



الشكل 5.61 - 1960 غلاف كتاب تصميم كارل جيرشتر Karl Gerstner



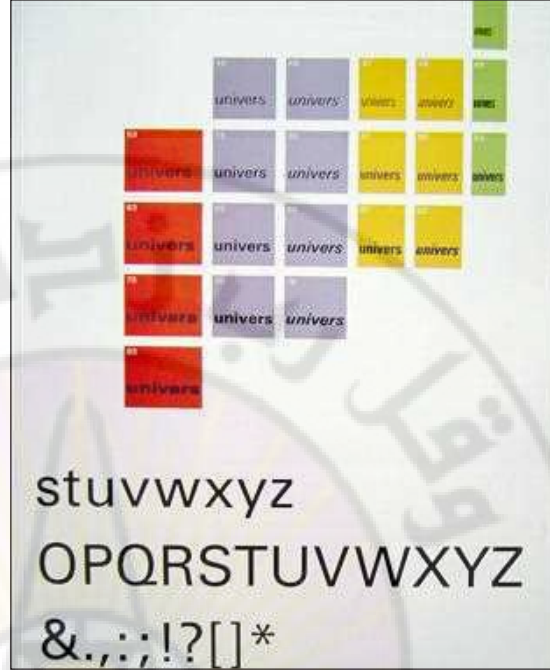
الشكل 5.59 - 1920s أوراق مكتبية للمصمم تشيشولد Jan Tschichold



الشكل 5.60 - 1930s أبجدية De Stijl Typface



الشكل 5.63-1930s
تصميم Edouard Hofmann

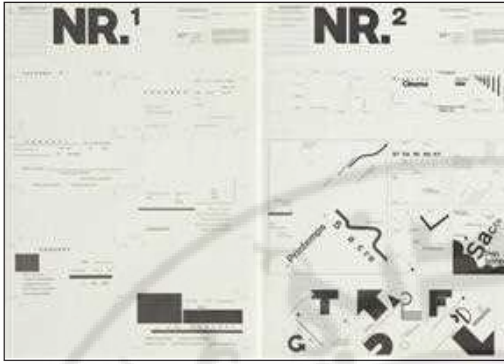


الشكل 5.62 - 1928 أبجدية Univers
للمصمم Adrian Frutiger

والمصممين وكانت هندسية الطابع، وقد عُدَّت انعكاساً لمفهوم الفن التكعيبي، والطابع التزييني، والتنوع الغرافيكي لفترة العشرينات. وتميزت حروف الفيتورا بمظهر هندسي بحت، وكانت حروفها دائرية نقية، أما الأحرف الأخرى مثل AVWN فكانت ذات زوايا كاملة، وفي الحروف الصغيرة Lower case كانت تأخذ مظهراً أفقياً من الدوائر المتتالية، أو الفراغات الواسعة في الأحرف غير الدائرية.

في عام 1928 صمم Eric Gill أبجدية Sans Serif (الشكل 5.55-5.56) على أسس ومبادئ هندسية بسمكة ثابتة، وقد رسم أبجديته على الشبكة، وأعطى لها بعداً فلسفياً في طريقة الرسم، وتشابه في شكلها أبجدية الفيتورا.

(إن الحروف ذات الأشكال العديدة والكثيرة تخلق أنواعاً من الدهشة والمفاجأة التي لا تنتهي.. إن وقتنا هذا يضع أمام المصمم مهاماً جديدة تختلف عن مهام الماضي.. إن الحروف الجديدة يجب أن تتماشى مع الجمالية والوضوح لتواكب



الشكل 5.65 - 1967 صفحات مجلة للمصمم جوزيف مولر
Pages by Josef Muller Brockmann



الشكل 5.64 - 1954 ملصق للمصمم جوزيف مولر
Josef Muller Brockmann

الثورة التقنية)، بهذا الكلام يدافع مصمم الحروف الإيطالي الشهير هرمان زابف Hermann Zapf المولود عام 1918 في كتابه دليل التيبوغرافيا 1954 عن الحاجة إلى أشكال جديدة للحروف، وقد ركز أيضاً على الأهمية الحيوية للتراث في بنائه لنوع من الإدراك الحسي لأشكال الحروف المقبولة، وقد قدم زابف مجموعة من الأبجديات المهمة على التوالي: Palatino البالاتينو 1950، الميليور 1952 Melior كما قدم واحدة من أهم الأبجديات في الستينات، جمع فيها إحساس أبجدية السيرف الكلاسيكية وأبجدية (السانسيرف sans serif) وهي الأوبتما Optima عام 1958 (الشكل 5.57)، وقد ظهر منها مجموعة من الأوزان المختلفة في السماكة، وتعدّ أعمال زابف على الرغم من عدم شهرتها خارج إيطاليا في تلك الفترة تعبيراً عن مقدرة الشكل اليدوي على إعطاء خاصية جديدة لوسيلة الاتصال، كما مثلت خطوة جادة نحو إيجاد صورة جديدة أكثر تعبيرية، وأكثر ملاءمة للاستخدام من حروف ما بين الحربين العالميتين، التي لم تحظى بالقبول الجماهيري. أما أعمال الفرنسي (Roger Excoffon روجير ألكسوفون) فقد مثلت منتهى الإحساس اليدوي إلى الدرجة التي تبدو فيها الحروف مكتوبة بفرشاة



الشكل 5.67 - 1950s مجموعة أبجديات Sana Serif



الشكل 5.66 - 1950s مجموعة أبجديات في الخمسينات

الدهان العريضة مثل أبجدية تشوك Choc، أما أهم أعماله فهي أبجدية الميسترال Mistral (الشكل 5.58) التي تمثل محاولة جادة لإنتاج نوع يشبه خط اليد نظراً لحاجة التصميم إليه، وكانت هذه الحروف تحظى بشعبية داخل فرنسا، ونادراً ما تشاهد خارجها، وقد أعطت طابعاً مميزاً للاتصال التجاري الفرنسي، أما أكثر أعماله شهرة فقد استوحاه من التصميم الذي وضعه بنفسه لشركة الطيران الفرنسية AIR FRANCE في أواخر الخمسينات، وهو أنتيك Antique من دون شطبات (سانس سيرف sans serif) وسميك في المستوى الأفقي.

كانت الصفة المميزة لأعمال زابف وإكسكوفون بعيدة تماماً عن شخصية المدرسة التي سيطرت على أي رأي مخالف خاص بالتصميم الغرافيكي لهذه المرحلة ألا وهو الأسلوب السويسري الدولي Swiss Int. style إذ كان مبرزاً ومظهراً لنظريات الشكل التيبوغرافي التي كانت تدعم وتؤيد الكثير مما تم تعلمه وممارسته على مدى سنوات طويلة من التفاعل مع هذا الاتجاه، التي ترجع في أصولها إلى أعمال (Theo Ballmer ثيو بالمر) في أواخر العشرينات وأفكار الباوهاوس البنائية والوظيفية وجان تشيشولد Jan Tschichold (الشكل 5.59) مع وجود روابط مع حركة (دي شتيل De Stijl) التي كانت تختصر الشكل، وتحوله إلى

Neue Haas Grotesk™ Text 55 Roman
Neue Haas Grotesk™ Text 56 Italic
Neue Haas Grotesk™ Text 65 Medium
Neue Haas Grotesk™ Text 66 Medium Italic
Neue Haas Grotesk™ Text 75 Bold
Neue Haas Grotesk™ Text 76 Bold Italic

الشكل 5.68 - 1953 بعض من حروف أبجدية Neue Haas Grotesk

بلوكات وخطوط مستطيلة (الشكل 5.60).

كان تشيشولد مهتماً بالهندسة والنسب الرياضية لصفحات الكتب، أما كارل جيرشنتر Karl Gerstner وزملاؤه فقد قاموا بتطوير شبكة التحكم، ويعتقد أن استخدام هذه الطرق بدأ مع هربرت باير Herbert Bayer في الباوهاوس، ويشرح جيرشنتر قائلاً: إنه تم استخدامها كونها منظماً نسبياً للتصميمات.. الجداول.. الصور.. إلخ، ويقول مقتبساً عن إنشتاين: إنها مدى من النسب يجعل الأشياء السيئة صعبة، ويجعل الأشياء الجيدة سهلة، وعلى عكس تقسيمات تشيشولد للصفحة فإن شبكات جيرشنتر لم تنشأ من نسبة الأشكال، ولكن من الوحدة الأساسية للقياس التيبوغرافي في نظام طباعة الحروف (الشكل 5.61).

وقد ظهر مدرس آخر من الباوهاوس كان له تأثير ما بين 1918-1956 هو Ernst Keller أرنست كلير 1891-1968 الذي كان يدرس في مدرسة الفن التطبيقي في زيورخ، وكان ثيو بالمر من أوائل تلاميذه، وكان هناك Adrian Frutger أدريان فروتجر (الشكل 5.62) وإدوارد هوفمان Edouard Hoffman (الشكل 5.63) اللذان كانا بالترتيب وراء ابتكار الحروف المبشرة بالمستقبل في الخمسينات Helvetica و Universe، الذين تبنوا الأفكار الخاصة بالوضوح والبساطة والنماذج المحكمة والتلاؤم الحرفي القوي. وبالنسبة للمصممين السويسريين الذين أعطت أعمالهم ميلاداً للأسلوب الدولي، فإن هذا التلخيص الصارم لمفردات التصميم الغرافيكي، والمحتوى التيبوغرافي إلى عناصر بسيطة قد تم رؤيته كطريقة للوصول إلى

ABCDEFGHIJKLMNOPQR
 STUVWXY&Z
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 ß &?!£\$(.,;,:)

الشكل 5.69 - 1954 أبجدية Helvetica تصميم Edouard Hoffman & Max Miedinger

ABCDEFGH	Univers
ABCDE	Univers
ABCDEFG	Univers
ABCDEFGH	Univers
ABCDEFGHIJ	UNIVERS
abcdefghijkl	UNIVERS
abcdefg	UNIVERS
abcdefghij	UNIVERS
abcdefghijkl	UNIVERS
abcdefghijkl	UNIVERS

الشكل 5.70 - 1954 عائلة اليونفرس Univers تصميم أدريان فروتجر Adrian Frutger



الشكل 5.71 - 1960s بعض من أبجديات الستينات

الوضوح في الاتصال المنفصل عن حقيقة التقاليد، وتراكم فوضى الاتحادات والاندماجات غير الضرورية.

كانت أعمال Josef Muller Brockmann المولود 1914 بالنسبة للمصق وأيضاً كتيبه معبرة عن القواعد المرتبطة بالنموذج الدولي (الشكل 5.64-5.65)، وتأكيد على استخدام نوع من التصميم الموضوعي المتحرر من التعبيرات الذاتية للمصممين ومن الاختلاف في أذواقهم، وقام باقتراح نظام وظيفي خالص، معارضاً دمج عائلات الحروف المختلفة أوحى استخدام الأشكال المختلفة لنفس العائلة داخل التصميم الواحد.. ومساحة الحرف يجب أن يتم احتواؤها بشكل مدمج كلما أمكن ذلك، وتباعد السطور يجب ألا يسمح برؤية أي سطر منعزلاً، وقد فضّل استخدام أبجديات Sans Serif لأنها تخدم القراءة.

وقد أكد هرمان زابف على أهمية الجانب التراثي لشكل الحروف بغض النظر عن الموقف الذي كان يرمي إلى التمسك بالحدثة.

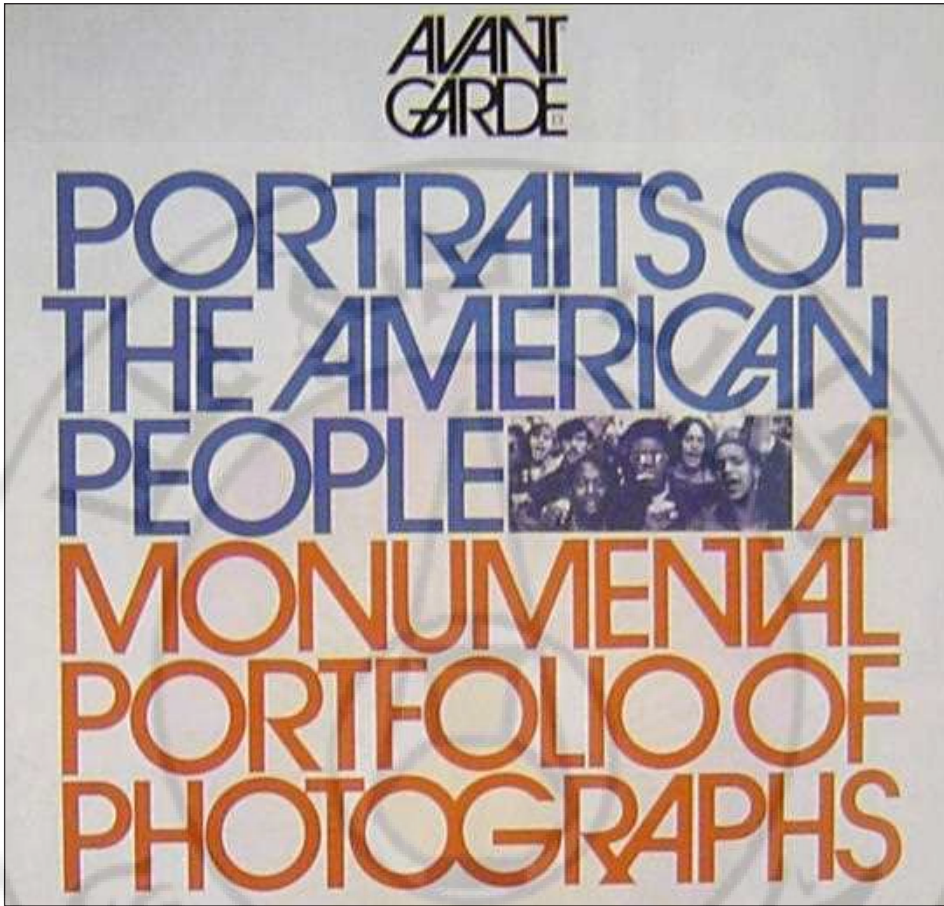
وهذه الأفكار تم الترويج لها في الخمسينات (الشكل 5.66-5.67) وخلال الستينات لكونها معبرة عن الأسلوب السويسري، ليس فقط من خلال حركة

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqr
stuvwxyz
1234567890

الشكل 5.72 - 1960s بعض من أبجديات الستينات - خالية الشطبة Sans Serif

المصممين المحترفين حول العالم مثل هربرت باير، بيت شفارت، ماكس هوبر، الذين تأثروا وأثروا في تطوير نظرية الشبكة، والبحث عن فلسفة تيبوغرافية مختزلة، ولكن أيضاً بوساطة الإسقاط الواضح لهذه المبادئ من خلال إصدار مجلة نيوغرافيك 1959 Neue Grafik، فقد تم طبع هذه المجلة التي يحررها مولربروكمان، ريتشارد لوزي، هانز نوي برج وكارلو فيفاريلي، باللغات الألمانية والإنكليزية والفرنسية، وقامت بالترويج لحروفها بطريقة ذات فعالية عالية، موضحة المبادئ والقواعد المرتبطة بأفضل تيبوغرافيا سويسرية حديثة.

وقد أنتجت المسابك حروف الفيتورا، والأشكال القريبة منها في أواخر العشرينات والثلاثينات، وبحلول الخمسينات أصبحت الاختيار الرئيس لمصممي الإعلان، هذا المطلب أدى إلى إبداع عائلتين من السانس سيرف هما الهلفتكا واليونيفرس، وكان هناك دلائل على عدم الرضى بأشكال حروف السانس سيرف الموجودة آنذاك، وكان البديل Akzidenz Grotesk أكزيدينز جروتسك أو ما أطلق عليه القياسي Standard (الشكل 5.68)، الذي كان اختياراً لماكس بل



الشكل 5.73 - 1971 أبجدية Avant Gard تصميم هرب لوبالين Herb Lubalin

وآخرين، وقد كان منفصلاً عن الهندسيات لمقدرته على إعطاء ملائمة قريبة مريحة للحروف، وكان له إيقاع وشخصية مفقودة في الحروف الهندسية، ولاحظ إدوارد هوفمان شعبية أكزيدانز جروتسك، وقام بتكليف ماكس ميدنجر بتدقيقه فأضاف إليه Hass اسم مسبكة للحروف، ليتمكن من بيعه، وطور شكله وسمي Neue Hass Grotesk عام 1953 ثم أطلق عليه اسم الهلفتكا Helvetica (الشكل 5.69)، وتم إنتاجه في أبجدية عائلة كاملة من الأشكال والمقاييس المختلفة، وقد شكل استجابة للطلب الكبير عليه، إذ كان أكثر الحروف استخداماً لدى مصممي الجرافيك، كما احتفظ بدور رئيس في تنضيد

Serif Gothic

الشكل 5.74 - 1972 تصميم هرب لوبالين وتوني ديزبان Herb Lubalin & Tony DiSpagna

حروف النصوص. وقدمت Univers اليونيفرس أبجدية بوساطة مصممها أدريان فروتيجر، عائلة كاملة مؤلفة من 21 نوعاً عام 1954 (الشكل 5.70)، وقد أرفقت بلوحة لبيان النوع معتمدة على قياس أوزان الحرف، وعرضها بالأرقام بدلاً من الأسماء غير الدقيقة مثل Bold و Bold Extra و Light، وأحدثت هذه الطريقة ثورة في طريقة صف الحروف، إذ لم يكن الطبّاعون قد اعتادوا على ذلك أو مجبرين على التغيير مهما كانت الطريقة منطقية، إلا أنها كانت مرتبطة بالحفاظ على نظرية الشبكة التي صُمم الحرف على أساسها، والعلاقة بين الأوزان المختلفة وتحولات المنظور من الواسع إلى المائل إلى المكثف التي يمكن التعبير عنها من خلال علاقة الحرف مع عرض الشبكة. ولدى التطورات الحادثة في تقنيات إنتاج الحروف في الستينات (الشكل 5.71)، ودخول التصوير الضوئي في عملية الصّف Photosetting، وسهولة التعامل مع النصوص والتكبير والتصغير بدقائق معدودة، فقد أثر ذلك في الخصائص التقليدية للمهارات التيبوغرافية، وشجع أولئك الذين يبحثون عن الحداثة والابتكار، وقد بدأت تظهر أشكال من الحروف الرديئة نظراً لجهل المستخدم، لأن الكثير من المهارة سابقاً كانت ترتبط بمنضد الحروف، الذي كان يعتمد عليها المصمم التيبوغرافي، وبدأت تتآكل شيئاً فشيئاً مهارة المنضد، ثم شهدت هذه المرحلة دخول الكمبيوتر هذا الميدان بتحميل الحروف على الذاكرة (الشكل 5.72)، ولم تكن التقنيات الجديدة قادرة على تقديم خصائص التباعد والتحكم في تقسيم الكلمة والتحكم بطول السطر، هذه الخصائص التي كان منضد الحروف يستطيع معالجتها، وقد سيطرت التقنية الجديدة خاصة بعد دخول تقنية الأوفست بإمكانيات الطباعة الملونة والجودة. والشيء الأكثر إثارة في هذه المرحلة ظهور حروف ليتراست Letraset الجافة التي جعلت التيبوغرافيا في متناول الجميع، وهو أمر لم يحدث من



الشكل 5.77 - 1978 ملصق تصميم
Hans Rudolf Bosshard تم
إستخدام عدة أنواع من الحروف فيه.



الشكل 5.76 - 1979
تصميم بولا شير Paula Scher



الشكل 5.75 - مجلة U&Lc التي
صدرت عام 1973

قبل، وقد روجت الشركة من خلال إعلاناتها بأنها شعبية ولا تحتاج إلى خبرة في الاستخدام، وشجع ذلك المصممين الذين استفادوا من التقنية في تجهيز العناوين، واتسعت مكتبة ليتراست بسرعة كبيرة ليس فقط من أشكال الحروف الموجودة أصلاً، ولكن ببرنامج التصميم الخاص بالشركة، وتم إنتاج أنواع من الحروف ذات الشكل الغريب، وقد شكلت نوعاً من البدعة سريعة الزوال، إلا أنها كانت تحمل روح العصر، وكانت متكيفة وحديثة، وقد أثرت في كل شيء من المجالات إلى الملصقات، وأمدت دور التصميم بشكل واسع، إلا أن النوعية الرديئة التي تم إنتاجها قوضت مكانة ليتراست في تاريخ التيبوغرافيا. وكل هذا التغيير التكنولوجي دعم مناخاً جديلاً أكثر انفتاحاً على التصميم، انبثقت منه حركة البوب Pop Art، التي ارتبطت أعمالها بعملية التلاعب اللفظي والتعبيرات الساخرة، التي أثرت في الكثير من التصاميم الجرافيكية في الستينيات التي كانت لها تضمينات لاختيارات الحروف، وقد أثر ذلك على أفكار التصميم الوظيفي الجاد في توصيل الرسالة، المرتبط بالأسلوب الدولي، وأصبحت التيبوغرافيا التلميحية، واحدة من اتجاهات هذا العقد، ولم تسمح تقاليد الأسلوب الدولي السويسري بإدخال مثل هذه الأفكار المرححة Fun ideas، وعلى العكس فإن مفهوم الربط التعبيري Expressive approach ظل



الشكل 5.79 - 1971 صفحة مجلة للمصمم
Wolfgang Weingart فولفجانج فاين جارت.



الشكل 5.78 - 1985 غلاف مجلة i-d
لحركة نيو ويف New Wave
تصميم Jones Thompson.

مستمرًا لمدة زمنية عند بعض المصممين، وكقاعدة عامة اليوم فإن هذا المفهوم يتم استخدامه لعرض الأعمال مثل الملصقات وإعلانات الصحف والكتالوجات وتصميم المجلة، بينما يتم تطبيق تعليمات النموذج الدولي غالباً داخل طبعات تحتوي على الكثير من المعلومات.

وعلى الرغم من اليأس الذي ساد تصميم الحروف في أواخر الستينات الذي طُبع بأشكال الحروف الرديئة، فقد كان هناك بعض التحركات في السبعينات لابتكار مهنة لتصميم الحروف، لكي تتماشى مع التقنيات الحديثة، بوساطة هيرب لوبالين Herb Lubalin (الشكل 5.73) وأرون بورنز Aron Burns، اللذان كونا مؤسسة الحروف الدولية (ITC (Int. typeFace Corp). بالاستعانة بمؤسسة الحروف التصويرية: إي دي روندثالر ED Rondthaler، وقد اعتمدت على أرشيف مؤسسة لوبالين وبورنز، واستعانت بمصممين جدد، بهدف تسويق هذه التصميمات بوصفها أعمالاً فنية إلى مصنعي معدات وتنضيد الحروف، وقد اصطدمت جهودهم بعملية نسخ الأصول غير

الشرعي، وقد هدد ذلك مهنة مصممي الحروف، وكان من النتائج المحتملة توقف المصممين عن ابتكار حروف جديدة، وقدمت ITC حروفها إلى السوق مع حرف لوبالين Avant Garde و Gothic عام 1971 (الشكل 5.74) الذي تم استلهامه من تصميمه للوغو مجلة رواد الطليعة Avant Garde في الستينات، وتم تقديم عائلة جديدة لـ إد بنجويت Ed Benguit هي سوفينير Souvenir، التي تم تنفيذها في المسابك الأمريكية، ناهيك عن الكثير من أشكال الحروف الجديدة، وتم الترويج لذلك من خلال مجلة U&LC (الشكل 5.75) التي صدرت عام 1973، ويقال إنه كان لها عدد من القراء يزيد على المليون، وبذلك ساعدت على خلق مجتمع تيبوغرافي عالمي، يشارك ويسهم في الإمداد بمعلومات الحروف والطرق الفنية الجديدة، وقد استهلت المجلة أولى أعدادها بطرح قضية النسخ غير الشرعي، واغتصاب حقوق المبدعين، وبينت خطورة ذلك على مهنة تصميم الحروف: (إن التصوير الضوئي كان يمثل الإنقاذ التكنولوجي لمجال تنضيد الحروف، ولكن عند استخدامه بشكل غير أخلاقي فإنه يستطيع أن يسرق من المصمم رزقه، ويمكن أن يفعل أسوأ من ذلك.. إنه الآن يهدد بشل اليد المبدعة لهذه المهنة وإلقائها في هوة الفوضى)، وقد طلب من المصممين الجرافيكين أن يقاطعوا الموردين الذين لا يستخدمون التصميمات المرخصة ويقول الطلب: (إن فترة السبعينات سوف تحدد إما تصميم الحروف أو بداية عصر النهضة في هذا المجال)، ومع مرور الزمن فإن الحالة الأخيرة هي التي سادت، وأحدثت تغييرات في قانون حقوق الطبع الدولية لفرض عقوبات صارمة على هذه القرصنة، وكان هناك مؤيدون آخرون لمبادرة ITC مثل (Hell & Compugraphic) هيل وكومبيوجرافيك) الذين استمروا في التصميمات الجديدة، وقد علقت مصممة الجرافيك الأمريكية بولا شير Paula Scher مؤخراً على ذلك: (إن لـ ITC تأثيراً عظيماً في هذه البلاد، لأنها قدمت عملاً وطنياً كبيراً) (الشكل 5.76). إن عملية رسم الحروف بدأت في التعرض لتغيرات مهمة خلال السبعينات، مع تطور فكرة التصميم المباشر على الشاشة والاستفادة من برامج الكمبيوتر، للتخلص من أكثر أجزاء تلك العملية صعوبة، وقد تم استخدام نظام إيكاروس Ikarus الذي ابتكره بيتر كاروف في هامبورج 1974، وبمجرد ظهوره أخذه بيرت هولد وشركة لينوتايب، وسرعان ما وجد مستخدميه عبر أوروبا،



الشكل 5.80 - 1975 أبجدية ماتيو كارتير Matthew Carter.

والولايات المتحدة واليابان، وقد قدم طريقة لتحويل الصور المصممة على الشاشة إلى رسوم خطية، ثم تحويل الرسوم إلى معلومات رقمية Digital، وقد سهلت هذه العملية خلق أوزان وميول وامتدادات (الشكل 5.77)، وأي تغييرات أخرى مطلوبة لخلق عائلة تيبوغرافية. وبعد عقدين من الزمن من انتشار النموذج الدولي كانت هناك علامات للتمرد بدأت تظهر، وهذا التفاعل أطلق عليه فيما بعد بالموجة الجديدة New Wave (الشكل 5.78) وكان المحرض على ذلك المصمم السويسري Wolfgang Weingart فولفجانج فاينغارت البالغ 27 عاماً (الشكل 5.79)، الذي كان تلميذاً لـ إميل رودر وأرمين هوفمن، إذ بدأ التدريس في مدرسة بازل، وكانت فلسفته معارضة للاتجاه الصارم المحدد الذي سار عليه أساتذته، وقد دعوه إلى العودة إلى المدرسة إيماناً منهم بموهبته، لكي يقدم صوتاً بديلاً، وقد طلب فاين جارت من تلاميذه البحث عن مبادئ التجميع التيبوغرافي التي لا تعتمد على أي اتجاه تنظيمي معروف، وقد درس أيضاً التصوير الضوئي والرسم ونظرية اللون، وكان ممثلاً لثقافة ما بعد الحداثة لهذا العقد في الآداب والسينما والموسيقى والعمارة. وقد بدت ملامح هذا الأسلوب عبارة عن كليشات وقوالب متدرجة.. ذات تباعد متعدد للحروف.. حروف مضبوطة يمين أو يسار.. ضيقة أو

واسعة.. خطوط تحت الكلمات، وكان التصوير الضوئي المعالج بشكل عالٍ عبارة عن بؤرة بصرية واضحة، إذ أصبحت الصورة مقروءة بوضوح بوصفها عنصراً غرافيكياً، وليست نوعاً من الواقعية، هذا النوع من التصميم كان نابعاً من تأثير الآلات وخواصها التعبيرية. وقد شجع هذا النوع من التطرف على اتجاهات أكثر كسراً للقواعد، وبدأت واضحة خصوصاً في غرافيك البانك Punk في المملكة المتحدة، وفي المجالات المعتمدة على الغرافيك في الثمانينات، ويقول المصمم ماثيو كاتر Matthew Cater عن التحولات الحاصلة في اتخاذ القرارات التيبوغرافية: (لقد كانت التحولات جذرية بعد أن كانت تلك المهارة غير شائعة يبدأ منها مصممو الغرافيك في تكوين معرفتهم الأساسية، بينما أصبحت الآن شيئاً يتم ممارسته في ملايين المنازل والمكاتب) (الشكل 5.80). ومنذ منتصف الثمانينات أصبحت المعلومات عن التعامل مع الحروف متاحة بشكل واسع، من خلال المجلات والكتب والإصدارات العديدة الأخرى، في مجال الكمبيوتر، وقد أدت سهولة التعامل مع الحروف من خلال واجهة الكمبيوتر إلى ضرورة وجود معرفة تيبوغرافية كاملة عند المصمم بدلاً من مشاركته لها مع منضد الحروف.

الفصل السادس

6

التصميم الغرافيكي

في النصف الثاني من القرن العشرين

The Graphic Design after the 1950s



في النصف الثاني من القرن العشرين حصلت تطورات كبيرة في مفاهيم التصميم الغرافيكي، فترسخت بعض التقاليد والنظم بشكل دولي في مجال تصميم الشعارات، واستخدام التيبو غرافيا والنظام الموحد، كما ظهر الاهتمام بشكل متزايد بالجوانب التي تتعلق بالمستهلك وسلوك الشراء، وأصبح اهتمام شركات الإنتاج الوصول إلى قلب المستهلك ورضاه. كما أصبح للإعلان ضرورة على صعيد الدعاية الإعلامية والتجارة والتسويق بشكل عام في أكثر الدول ذات الاقتصاد الحر، وسيلقي هذا الفصل الضوء على التطورات الكبيرة التي حدثت في النصف الثاني من القرن العشرين في مجال التصميم الغرافيكي.

لقد بدأ التصميم الغرافيكي كمهنة منذ منتصف القرن العشرين، وإلى ذلك الوقت كان المعلنون ووكلاؤهم يتلقون التصاميم من الفنانين التجاريين الذين كانوا فناني وضع التصميمات أو النماذج الغرافيكية، وطابعي الحروف، يقومون بعمل التخطيط التفصيلي للعنوان والنص، ويقومون أيضاً بإعطاء التعليمات لعملية تنضيد الحروف، وكان هناك رسامون من كل التخصصات ينتجون أي شيء، من الأشكال الميكانيكية إلى رسومات المناسبات العامة ويقومون بإعداد التصميمات النهائية وكان بينهم مصممو الملصقات الذين لهم مهارات عديدة مشتركة من هذا النوع. وقد أصبح التصميم الغرافيكي جزءاً من ثقافة واقتصاد الدول الصناعية، وعلى الرغم من تقدم التكنولوجيا منذ الستينات- الذي سمح للرسائل الإعلانية بالانتشار عبر الأقمار الصناعية- فإن التطورات التقنية البصرية لم تتوضح إلا في نهاية القرن العشرين، وعلى الرغم من عمل معظم المصممين كونه جزءاً من الفريق إلا أن التغيير ما زال مرتبطاً بالرواد الفرديين، والأشكال الجديدة أصبحت مرتبطة بالضغوط التجارية والاقتصادية والتكنولوجيا المتغيرة، وما زال التصميم الغرافيكي متأثراً بتراته القديم في كثير من الحالات.

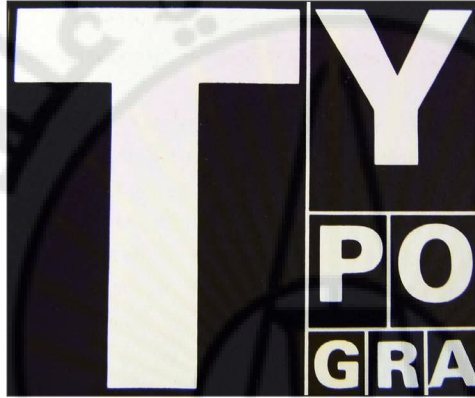


الشكل 6.2 - أبجدية الباوهاوس

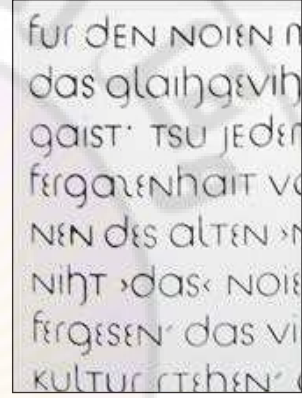
Sans serif تصميم Herbert Bayer



الشكل 6.1 - من أبجديات الباوهاوس Sans serif



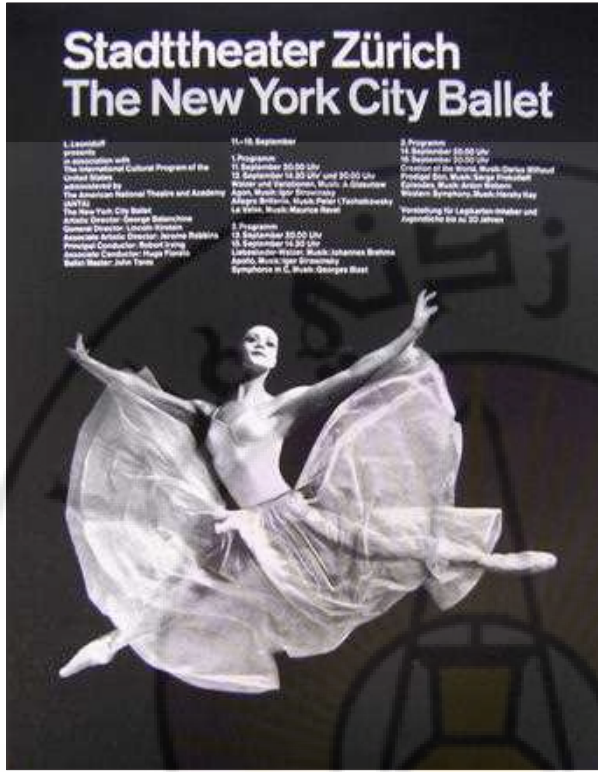
الشكل 6.4 - 1967 أبجدية للمصمم Emil Ruder



الشكل 6.3 - أبجدية Univers
تصميم Jon Tshichold

سويسرا وفنون الغرافيك الحديثة Switzerland and Neue Graphik

بعد ظهور نظرية التحديث في سويسرا انتشرت بشكل واسع في السنوات التي تلت الحرب العالمية الثانية، وأصبحت فروض هذه النظرية نوعاً من الحقيقة. ففي مدرسة Kuns fgwer beschule في بازل تم توجيه الطلاب إلى دراسة الأعمال المهمة لمرحلة العشرينات بواسطة أمهات حروف الباوهاوس (الشكل 6.3-2-1). وقد توصل مدرّسهم إميل رودر Emil Ruder إلى نتائج عملية تطبيقية حول استخدام القيم البصرية للفراغ الأبيض في المطبوعات، فقد أعطاه قيمة بنفس أهمية المساحة المطبوعة، وعدّ العمل الذي قام به الطلبة مهماً ولا يعطي نتيجة مهمة (الشكل 6.4). وحاول تطوير تفكير طلابه بتوجيههم للاهتمام بالإيقاعات البصرية للحرف،



الشكل 6.6 - 1959 ملصق مسرحي تصميم J. Muller Brockmann



الشكل 6.5 - 1959 ملصق للمصمم J. Muller Brockmann

وإلى ضرورة الاختيار المحدود لأنواع الحروف الطباعية وأوزانها ونماذجها، وأكد على الحاجة إلى الابتكار وضرورة استخدام التصميم الديناميكية. أما تشيشولد Tschichold المتخصص بالرسم التخطيطية الفنية وتصميم وطباعة الحروف الطباعية الجديدة في سنة 1925، فكان يرى أن هذا الأسلوب في التفكير الذي يعتمد على رفض التصميم التناظري، والاستخدام المطلق لحروف Sans serif قد أدى إلى وضع حدود ضيقة لأشكال التصميم ولوظيفة المطبوعات وأعطت انطباعاً زخرفياً جامداً، وأن التماثل له دوره وأهميته بنفس أهمية اللا تماثل ومن الأفضل استخدام الحالتين. وقد رد ماكس بيل Max Bill على هذه الأفكار في عام 1946 حين قال.. إن هذه الآراء جيدة ومناسبة لبعض أنواع التصميم التي أثبتت فعاليتها لمرحلة ما ولكن ليس بشكل دائم.



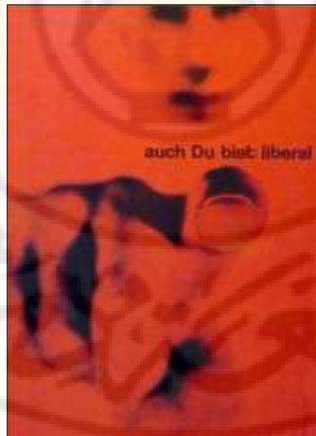
الشكل 6.8 - 1962 ملصق لحماية الأطفال للمصمم
J. Muller Brockmann



الشكل 6.7 - 1962 ملصق للبيئة للمصمم
J. Muller Brockmann



الشكل 6.11 - 1959 غلاف
للمصمم Karl Gerstner
cover by Karl Gerstner



الشكل 6.10 - 1956 إعلان للمصمم
Karl Gerstner
Advertisement by Karl Gerstner



الشكل 6.9 - 1964 إعلان
للمصمم Karl Gerstner
Advertisement by Karl Gerstner



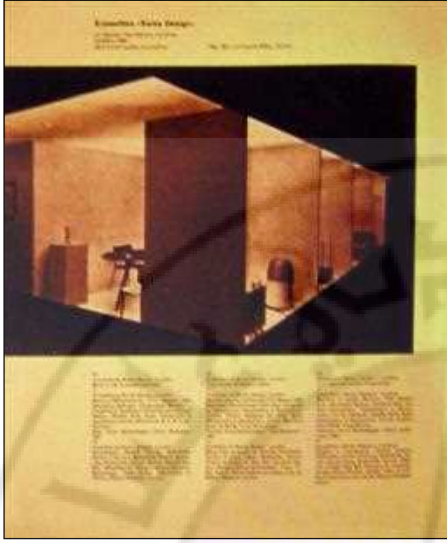
الشكل 6.13 - 1960 إعلان لمجلة
National Zeitung
للمصم Karl Gerstner



الشكل 6.12 - 1959 إعلان للمصم Karl Gerstner
Advertisement by Karl Gerstner

أما تصاميم المصق والكتب عند (Josef Muller Brockman) جوزيف مولر بروكمان) فكانت معبرة تماماً عن المبادئ والضوابط المرتبطة بالنموذج الدولي، وكان أكثر التزاماً من رودر وبيل في وضع القانون اعتماداً على التصميم الموضوعي ذي الوظيفة الواضحة، والمتحرر من الآراء الشخصية للمصممين ومن الاختلاف في تعابيرهم الذاتية، وأكد على الالتزام بالمفهوم الوظيفي للتصميم، والابتعاد عن استخدام عائلات الحروف المتنوعة، أوحى إدخال الأشكال المختلفة لعائلة أبجدية معينة داخل التصميم الواحد، كما ركّز على أهمية استخدام حروف Sans serif خالية الشطبة، ويشبّوها بالحروف الرومانية من ناحية وضوح قراءتها (الشكل 5-6-7-8).

وبعد أن قدّم تشيشولد تصاميمه الهندسية لصفحات الكتب معتمداً النسب الرياضية، جاء المصم (Gerstner جيرشتر) وزملاؤه بأفكار مختلفة قليلاً لتطوير الشبكة الأساسية التي استخدمها بشكل مبسّط في تصميم الكتب التي تمت كتابتها باليد، إذ كان يتم نقل موضع الأعمدة والسطور إلى صفحات تالية بواسطة التخریم (الثقوب). ويعتقد أن الاستخدام الحديث لهذه الطريقة قد نشأ مع المصم هيربر باير (Herbert Bayer) في البواهروس، ورأى Karl Gerstner جيرشتر أن لهذه



الشكل 6.15 - 1960 صفحة في مجلة

Hans Neuburg تصميم New graphic design



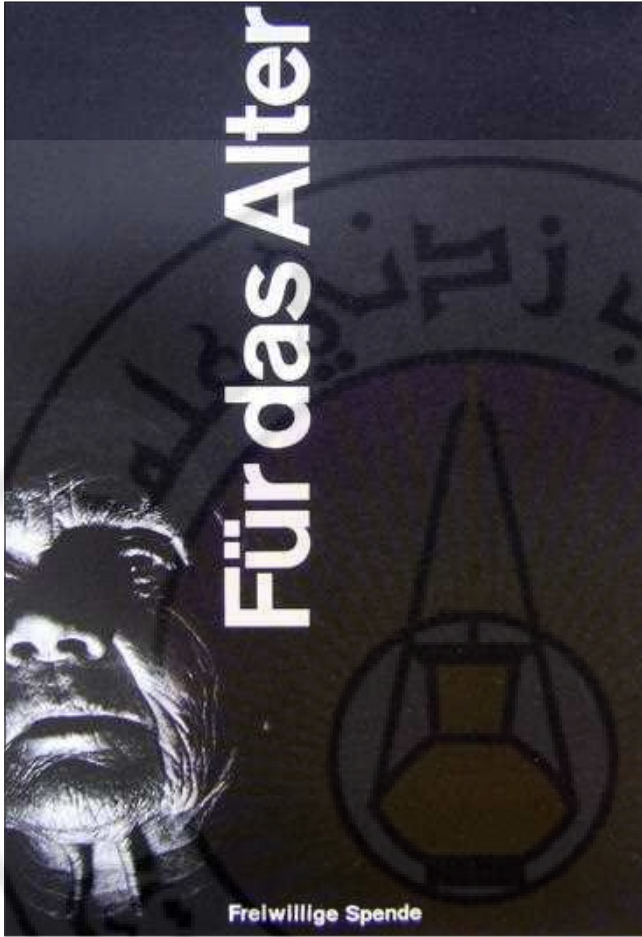
الشكل 6.14 - 1959 غلاف مجلة

Carlo Vivarelli تصميم New graphic design

الطريقة أهميتها في تصميم المطبوعات، لاسيما الكتب والمجلات التي تساعد على ضبط النسب الهندسية للتصاميم، من ناحية وضوح القراءة البصرية للأشكال المستخدمة كالصور، وأعمدة النصوص، وسماكات الخطوط، كما أن هذه النسب تساعد في التركيز على النقاط المهمة بصرياً، وتجعل الأشكال تأخذ دورها الوظيفي بشكل معبر (الشكل 9-10-11-12-6).

وعلى عكس تقسيمات تشيشولد للصفحة فإن شبكات جيرشتر اعتمدت مخططاتها على التركيز البصري المنطلق من ضبط الوحدة الأساسية للقياس التيبوغرافي للحرف الطباعي، ومع ذلك فقد استخدم الشبكة بشكل تعبيرى.. للوصول إلى التحكم في الأفكار المطلوب توضيحها.

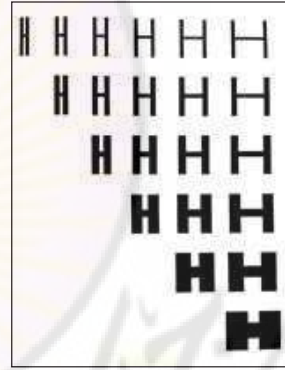
وعمل جيرشتر مديراً لوكالة الإعلان TEC في بازل سنة 1959 (Typography Electronic Center)، حيث قدم تجارب كثيرة لتعديل المقاييس والضوابط الهندسية للوحدات الأساسية لطباعة الحروف، ومن بين أعماله معالجة العناصر التيبوغرافية لمتجر بيع أنواع الموسيقى. ناهيك عن تصميمه لصحيفة الأخبار الوطنية National Zeitung، التي عبّرت عن عبقرية غرافيكية في إخراج النص والصور (الشكل 6.13).



الشكل 6.17 - إعلان للمسنين تصميم Carlo Vivarelli 1949

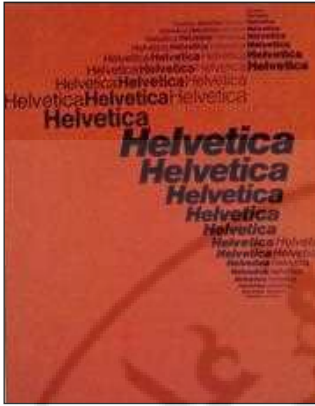


الشكل 6.16 - 1953 غلاف تصميم Josef Muller-Brockmann



الشكل 6.18 - عائلة التاييب Type Family

وتم تدعيم هذا العمل بسلسلة من التقارير النظرية والبرامج العملية، وقام هو وكوتر بإصدار أول مسح شامل للتاريخ والمعقولية للحركة التحديثية في التصميم الغرافيكي.. Die neue Graphik عام 1959، وتلاه بعض البرامج النظرية (Programme Entwerfen برامج التصميم) 1963 ناهيك عن الدليل التعليمي (الخلاصة الوافية للمتعلمين - Compendium fur Alphabetem) عام 1971. وبالإضافة إلى هذين الكتابين.. كتاب مفهوم النظام، إذ ينبعث التأثير الجمالي من الاختيار الجيد للوسائل والتقنيات الغرافيكية المحددة. واعتمدت التأثيرات الدولية لسويسرا على مجلة Graphis، التي كانت تصدر



الشكل 6.21 - أبجدية 1960
Helvetica السويسرية بعدة مقاييس

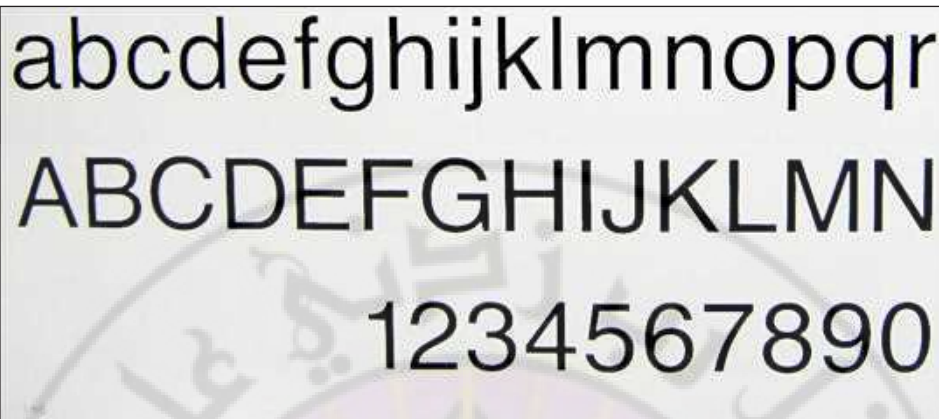


الشكل 6.20 - أبجدية 1960
Helvetica السويسرية بعدة مقاييس



الشكل 6.19 - أبجدية
neue haas grotesk

شهرياً من زيورخ بعد الأيام الأخيرة للحرب في أوروبا، وكانت هذه المجلة توازن بين الطباعة ومناقشة الفن التجاري (التسويق)، كما ضمت أعمال بعض الرواد من الخارج، وكانت هناك أيضاً مجلة (التصميم الغرافيكي الحديث Neue Grafik) الصادرة عام 1958 (الشكل 6.14-6.15)، بوساطة أربعة من الرواد، هم ريتشارد لوزي، وهو رسام، ومصممان جرافيكيان هما جوزيف مولر بروكمان (الشكل 6.16)، وهانز نوي برج الذي كان زميلاً لـ شتانكوفسكي، وأخيراً كارلو فيفاريللي، الذي كان يعمل عند بودجيري في ميلانو كونه مهندساً معمارياً وفناناً، وكان فيفاريللي قد امتلك مفاتيح الغرافيك السويسري من خلال الملصق الذي صممه عام 1949 والموجه لمساعدة المسنين (الشكل 6.17). وبدأ المحررون في عمل برنامج دولي لمناقشة فنون الغرافيك الحديثة والفن التطبيقي، وعلى عكس الإصدارات الحالية فإن اتجاه Neue Grafik كان يتميز بالشمولية، والملاءمة، وعدم وجود الحلول الوسط، وقامت المجلة بنشر عدد قليل من الأعمال المعاصرة من خارج سويسرا، ولكنها أصبحت الوسيلة الرئيسية لنقل وعرض أعمال رواد العشرينات والثلاثينات من القرن العشرين. ويُعدّ Max Bill ماكس بيل متميزاً من بينهم، إذ غطت خبرته عقوداً عديدة مركزة في الفن والعمارة والتصميم الغرافيكي. وكان مولر بروكمان أكثر المحررين التجاريين نشاطاً، وقد بينت سلسلة



الشكل 6.22 - 1960 أبجدية Helvetica السويسرية

الملصقات التي صممها في أوائل الخمسينات القواعد والضوابط التي سمّيت **Konstruktive Grafik** الغرافيك البنائي، وبعد فترة من ممارسة التصميم هجر استخدام الرسم الحر في 1958؛ لأنه برأيه لم يكن هادفاً ولا بناءً، وتلا ذلك إضافة حروفٍ للصورة المادية المحسوسة والمُعالجة بالهندسية الرياضية المسطحة والمنسجمة معاً من خلال علاقة النص والصورة وباستخدام الشبكة. وقد رأى مولر بروكمان وزملاؤه أن الحروف الهندسية قبل Futura لا تتلائم مع الأشكال الغرافيكية الهندسية. وفي الطبعة الثانية لـ **Neue Grafik**، أدخل إميل رودر الحروف الدولية الجديدة **Sans serif** المصممة بواسطة أدريان فروتيجر، الذي تدرب في زيورخ بمسبكة حروف الطباعة الباريسية (ديزني وبيننيوت) (الشكل 6.18). هذا التصميم على الرغم من كونه **Sans serif** إلا أن له خاصية خطية

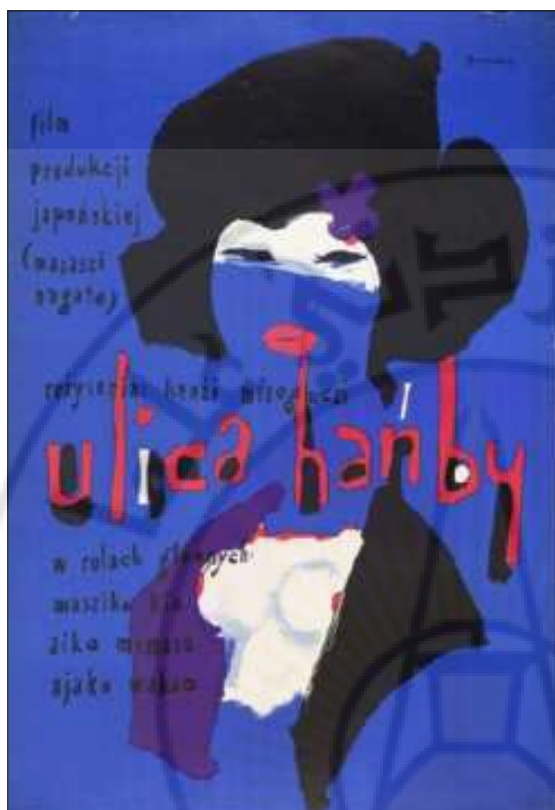
في سنة 1964 اجتمع المجلس الدولي لجمعيات التصميم الغرافيكي في زيورخ، وتناقش الحاضرون (شتانكوفسكي من ألمانيا، شوتيميا من هولندا، وبورتين من الولايات المتحدة) وجادلوا حول موضوع: التصميم المهني للفن التجاري. وعرّفوا الجادل الصديق بأنه: الفنان الغرافيكي الكلاسيكي الحر مع اتجاهه إلى الرسم أو التصوير.. الصديق.. لنظيره البنائي صاحب الفكر الوظيفي والعقل الواعي.. وهذا الأخير مثل الاتجاه الغرافيكي الحديث. وكانت المجادلة عالمية، وفي عام 1959 أعلن ماسارو كاتسومي رئيس تحرير المجلة اليابانية **Graphic Design** تأكيده على تفضيل المصممين البنائيين **Constructivists**.. فبدلاً من رموز سافيناك فإنني اخترت ماكس بيل. وبدلاً عن هربرت لوبالين اخترت جوزيف مولر بروكمان.

ضعيفة. وظهر حرفاً جديداً آخر Sans serif، يعرف باسم Neue Haas Grotesk (الشكل 6.19)، ثم أعطي اسم Helvetica أي السويسري نسبة إلى Heluetia ومعناها باللاتينية سويسرا. وللتلاؤم مع برنامج الأوزان والأحجام، فقد فقد الحرف كثيراً من قوته التي تميّز الحرف الخشبي القديم للملصق، وكانت المقاسات الكبيرة للأوزان الأكبر والأثقل العناصر الجرافيكية الأساسية في الخمسينات والستينات، التي استخدمها كل المصممين البنائيين (الشكل 6.20-6.22-6.21).

وكان تصميم ثيرما Therna لكارلو فيفارللي في 1958 مثلاً حقيقياً للوغوتايب Logotype باستخدام الحروف المتصلة، التي قدّمت في تصميم موحد يحتوي على المدى الكامل للأنشطة الترويجية بشكل مشابه لعلامة Olivetti. وحققت مجلة الجرافيك الحديث Neue Grafik رغبات رواد ما قبل الحرب للهدفية في المعلومات المصورة، وأصبح لها قوة دولية في المهنة الجديدة، وساعدت في إعطاء التصميم المعلوماتي (اللغة التيبوغرافية المناسبة)، وحولت تنفيذ الحروف المطبعية Typesetting والرسوم الجرافيكية باستخدام الكمبيوتر.

الملصق البولندي The Polish poster

زحف عنف الحرب العالمية الثانية عبر أوروبا في الأول من أيلول 1939 مع اجتياح هتلر لبولندا من الشمال والجنوب والشرق من دون إعلان للحرب. بعد مضي سبعة عشر يوماً، احتلت القوات السوفيتية بولندا من الشرق، وتبعها فترة من الخراب استمرت لسبع سنوات، وخرجت بولندا من الحرب بخسائر هائلة في عدد السكان وصناعة مُدمّرة وزراعة مُخرّبة، وكادت العاصمة وارسو تُباد كلياً، وتوقفت الطباعة والتصميم الجرافيكي شأنهم شأن العديد من مظاهر الأنشطة الثقافية والاجتماعية البولندية. ويعود الفضل في ظهور مدرسة بولندية لفن تصميم الملصقات الإعلانية المشهورة عالمياً إلى مرونة الذهنية الثقافية والاجتماعية. وفي المجتمع الاشتراكي الذي تأسس في بولندا بعد الحرب كانت الزبائن عبارة



الشكل 6.25 - ملصق للمصمم Waldemar Swierzy 1959



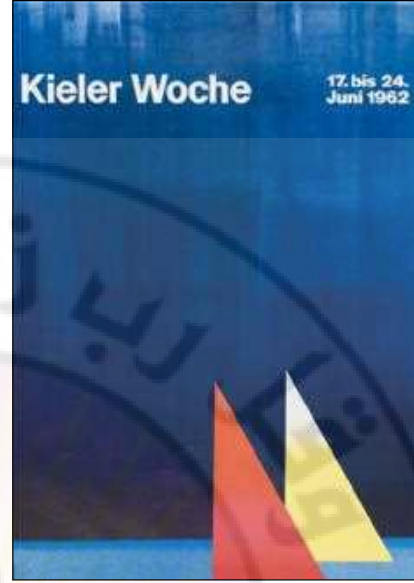
الشكل 6.23 - ملصق ضد الحرب
تصميم Tadeusz Trepcowski 1953



الشكل 6.24 - ملصق للمصمم
Henry Tomaszewski 1948



الشكل 6.27 - 1953 علامة تجارية trademark
للمصمم Anton Stankowski



الشكل 6.26 - 1962 ملصق للمصمم
Anton Stankowski

عن مؤسسات وقطاعات صناعية تديرها الدولة، وانضم المصممون الغرافيكيون إلى صناع الأفلام والكتاب والفنانين التشكيليين في الاتحاد البولندي للفنانين الذي كان يضع المعايير، ويحدد الأجور، وتحدد الدخول إلى الاتحاد بعد إتمام البرنامج التعليمي إما في أكاديمية وارسو أو كراكو للفنون، وكانت معايير الدخول إلى هذه المدارس صارمة وكان يتم التحكم بعدد الخريجين بعناية كي يوازي حاجة التصميم في البلد.

وكان تاديوز تريبيكوسكي Tadeusz Trepcowski أول فنان في الملصقات الإعلانية يظهر بعد الحرب. وفي العقد الأول بعد الدمار، عبر تريبيكوسكي عن الذكريات الأساسية، والتطلعات المستقبلية الراسخة في الروح الوطنية، ففي ملصقه الإعلاني المشهور عام 1953 المناوئ للحرب استخدم تريبيكوسكي بضعة أشكال بسيطة من أجل الرمز إلى مدينة مدمرة متداخلة مع صورة ظلية لسقوط قنبلة (الشكل 6.23).

أما Henry Tomaszewski هنري تومازويسكي 1914-2005 فقد كان المصمم الغرافيكي البولندي الأول بعد الموت المبكر لتريبيكوسكي، وأصبح



الشكل 6.29 - 1954 غلاف دليل تصميم
Anton Stankowski



الشكل 6.28 - 1953 غلاف روزنامة تصميم Anton Stankowski

دافعاً مهماً للحركة من موقعه كأستاذ في أكاديمية وارسو للفنون الجميلة (الشكل 6.24)، وأصبح المصق الإعلاني مصدراً لفخر وطني كبير في بولندا، وكان دوره في الحياة الثقافية للأمة فريداً من نوعه، وافتقر البث الإلكتروني إلى تواتر وتنوع وسائل الإعلام الغربية، كما أن ضجة التنافس الاقتصادي كانت أقل وضوحاً في الدول الاشتراكية، وبذلك فإن ملصقات الأحداث الثقافية والسيرك والسينما والملصقات السياسية كانت وسائل اتصال مهمة. وفي عام 1964 بدأ يُطبع ملصق وارسو الدولي الذي يحصل كل عامين، كما تم تأسيس متحف بلاكاتو Plakatu في مدينة وبلانو قرب وارسو وهو متحف مكرس خصيصاً لفن الملصقات الإعلانية المتنوعة الاتجاهات (الشكل 6.25).

ألمانيا

في ألمانيا ومع تفكك الدولة من جراء الحرب وتقسيمها إلى شرقية وغربية، فإن التصميم الجرافيكي أخذ عقداً من الزمن لكي يصبح فعالاً وباقياً، ومازال هناك قسم للتصميم الجرافيكي في مدرسة الفنون الحرة والتطبيقية في غرب برلين الذي تأسس في 1919 بوساطة رائد التغليف (Otto Hadank أوتو هادانك)، الذي تعلم الفن والتصميم بنفسه حتى 1949، وأصبح شريكاً مؤسساً في شركة التصميم الجرافيكي Bund Deutscher Gebrauchsgraphiker الذي من خلاله أصبحت ألمانيا عضوة في مجلس الاتحاد الدولي للتصميم الجرافيكي

(ICOGRADA) وهو من بين المصممين الذين استمروا بعد الحرب، وقاموا بالتدريس في أجزاء مختلفة من ألمانيا.

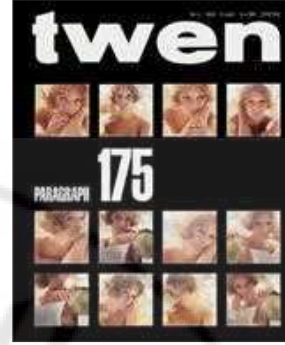
وكان شتانكوفسكي Anton Stankowski أكثرهم طاقة على العمل (الشكل 6.26)، وقد ظلّ مصمماً مؤثراً حتى الثمانينات، وكان مدافعاً رئيساً عن الإعلان الهادف في الثلاثينات (الشكل 6.27)، واعتمد اتجاهه المنهجي المشاركة الفعالة في البحوث البصرية الحديثة. وبهذا الشكل استطاع مصممو الجرافيك أن يلحقوا بركب الإمداد الثابت للأفكار العلمية الجديدة، والاختراعات التكنولوجية، وأن يجدوا طرقاً للتعبير عنها. وفي الخمسينات أوضح شتانكوفسكي هذا الاتجاه في سلسلة من الإعلانات لشركة الإلكترونيات Lorenz في شتوتجارت (الشكل 6.28)، وينبثق الرسم الميكانيكي المجرد لها من البحث البصري الذي اعتمدته شتانكوفسكي من حامل الرسم الخاص به الذي يستخدمه. واستخدم عملية تطبيق الرسم الهندسي المجرد.. عدد من المصممين في الإعلان الصناعي ومن بينهم تصاميم Harold Gutschov هارولد جوتشوف.. لشركة Mamnemann للصلب، وHerbert Kepitzki هيربرت كابيتسكي لشركة Porsche الذي كان بعد الحرب تلميذاً لرائد آخر من مصممي التيبوغرافيا هو Willi Baumeister ويلي باوميشتر، الذي أختير من بين مصممي الجيل الجديد للدعوة للمحاضرة في مدرسة التصميم في أولم (Hochschule für Gestaltung)، التي أسسها ماكس بيل Max Bill، وتم افتتاحها في عام 1951، وكانت المدرسة مهتمة بالطرق المتطورة التي تستخدم المنطق الرياضي لحل مشاكل التصميم، ومن أهم مشاركات المدرسة.. محاولتها لإيجاد نظام جيد، ولغة قوية لفحص الاتصال البصري أي: (إيصال المعلومة بالأساليب البصرية)، وقد استعارت الكثير من علوم اللغة، وقامت بتطوير فكرة البلاغة التصويرية، واستخدمت السيميوتيك Semiotics (علم الإرشادات - العلامات) في تحليل الإعلانات.

وفي سنة 1962 قام رئيس قسم الإعلام البصري أوتل إيشر Otl Aicher بتمثيل الاتجاه التنظيمي في تصميمه الموحد للوفتهانزا Lufthansa، والنتيجة نموذج سويسري دولي دقيق للتصميم الذي استخدم فيه حرف Helvetica (الشكل 6.29).

ولد Aicher في أولم 1922 ودرس في قسم النحت بأكاديمية ميونخ، ثم عمل في مرسوم للجرافيك في كل من أولم وميونخ، وكان أحد الأعضاء المؤسسين للمعهد العالي للتصميم في أولم، وأستاذاً فيه من 1945 - 1966



الشكل 6.32 - 1971 صفحة من مجلة magazin Twen
للمصمم Willy Fleckhaus



الشكل 6.30 - 1963 غلاف مجلة
magazin Twen
تصميم Willy Fleckhaus



الشكل 6.31 - 1963 مجلة
magazin Twen
تصميم Willy Fleckhaus

في قسم الاتصال البصري وأصبح عميداً له ما بين 1962 - 1965. كانت المجلة الشهرية Twen (الشكل 6.30) من أهم الإنجازات النموذجية لألمانيا في هذه المرحلة وكان أول صدور لها في 1959 وعُدَّت على أنها البديل الألماني لمجلة Esquire الأمريكية.. إذ كان لها الشكل الخارجي نفسه تقريباً، وقد جذبت إليها الشباب الغني في ألمانيا، وقامت بدمج صور موسيقا البوب، ونجوم السينما وصور الأساتذة مع تقارير ثقافية واجتماعية موضوعية. واستخدم مصممها Willy Flackhaus فلاكهاوس، شبكة من أعمدة ضيقة جداً لإعطاء مرونة كبيرة، من خلال سطور من الحروف تمتد خلال الصفحة كلها إلى الأعمدة.



الشكل 6.35 - 1950 أبجديات
palatino serif & sans serif
للمصمم Hermann Zapf



الشكل 6.34 - 1962
إعلان لمشروبات Bols تصميم
Michael Engelmann



الشكل 6.33 - 1962
إعلان لمشروبات Bols تصميم
Michael Engelmann

وكان الإخراج وتبويوغرافيا المجلة والرسوم تركّز جميعها على فصل مكونات التصميم الرئيسي، وتعتمد على الصورة القوية بوصفها نوعاً من المعالجة البصرية المؤثرة (الشكل 6.31).

وكان نظام تصميم فليكهوس يعتمد على تباين المتناقضات: تماثل مع لا تماثل، عناوين Sans-serif سوداء مكثفة ضخمة فوق النص، صورة فوتوغرافية ضد خلفية بيضاء تتغير مع صور أخرى ضد خلفية سوداء، صفحات مزدوجة، مفردة ذات ألوان تقريبية (الشكل 6.32).

واستخدم فليكهوس - ناهيك عن المصورين - رسامين ألمان شباب مثل: هانز هيلمان الذي استخدم الرسوم الحية التي حولت الفيلم القصير (إشارة للفيلم القادم) إلى صور قوية للدعاية للفيلم. وهناك عمل مماثل قامت به شركات تصميم ألمانية قديمة، يعمل فيها مايكل وهانز كايزر Michel and Hanz Keiser وقد قام هؤلاء بعمل رسوم سلويتية (مظللة) غير مسبقة، تم لصقها مع نقوش قديمة إلى سلسلة من الإعلانات لمطبوعات البريد.

أما مايكل أنجلمان Michael Engelmann الذي عاد من الولايات المتحدة في 1949، وعمل في أمستردام وميلانو، فقد قام بتطوير طريقة Twen للصور المؤثرة المتحدة مع النموذج السويسري لحروف Sans-Serif في الملصقات والإعلانات لسجائر Roth-Handle ولمشروبات Bols المعطرة. وهذه المطبوعة كانت شكلية إلى أبعد الحدود.. وقامت بإلغاء المنظور ومنع أي شيء



الشكل 6.36 - 1958 أبجدية Optima تصميم Hermann Zapf

يمكن أن يبعد التركيز عن الفكرة الرئيسية (الشكل 6.33). وقد أظهر إعلان Bols جزءاً من الوجه في شكل جانبي (بروفيل).. مقطوع عند منتصف الأنف.. ونقطة الذقن، والأنف موضوع فوق حافة الكأس تماماً، لكي يشم عطر الشراب الذي يكون على مستوى الشفاه، وغياب العينين يقوّي من التركيز على الرائحة والطعم، وهي وسائل عمل هذا المنتج، وتوجد كلمة واحدة في العنوان (unverkennbay - شيء لا يمكن تجاهله). وقامت إعلانات Bols بربط النص والمنتج ببساطة بوساطة صف الحافة اليسرى للحرف بعناية مع الحافة اليسرى لزجاجة شراب وكؤوس مع رسم ظلي (سلويت) لأنواع مختلفة من الكراسي، كرسي عشاء أنتيكية (قديمة) وكرسي مكتب بذراع (الشكل 6.34)، كرسي حديقة منطبق - لتحفيز المواضيع التي يمكن الاستمتاع بها في الشراب. وهذه كانت من عمل

Pierre Mendell واوبيرر Klaus Oberer، وهم شركاء في خبرة تصميمية جديدة.. وقد تراكب عملهم مع عمل أنجلمان في الإعلان لسيارات (رينو Renault)، وكانت علب دواء علاج الكحة chat dans lagorge في عام 1964، وإعلانهم لشركة دواء Pank Davis في عام 1967.. عبارة عن كلاسيكيات جديدة في التصميم للنموذج الدولي.

وكما في الدول الأخرى، فإن الصناعات الكيماوية تأخذ الدرجة الأولى في حجم عمل التصميم الغرافيكي، وفي ألمانيا كانت هناك مجموعة تصاميم منفذة في الستينات من قبل خمسة مصممين، كانوا مسؤولين عن التلفاز الألماني الغربي (Wertdeutsches Fernsehen) الذي كانت هندسة شاشاته لها الاتجاه الشتوتجارت في التبسيط والتحويل الخطي بأسلوب المصمم شتانكوفيسكي.

لقد تلاءمت تترات التلفاز، وأغلفة الكتب، والمجلات، مع عملية صنع الصورة التوضيحية التي يمكن أن نراها بوضوح في مدرسة كاسل الذي يرأسها هيلمان، واعتمد تصميم الكتب في ألمانيا على مقاييس تنضيد الحروف التي أنشأها رينر Renner وتشيشولد Tschichold في المدارس التجارية الطباعة قبل الحرب.. إذ أنه تم عمل تباعد جيد spacing بين الكلمات وبين السطور، وهذا يعد شكلاً من التصميم أعطي اهتماماً كبيراً في دول أخرى كثيرة، خاصة في فرنسا. وتتميز ألمانيا أيضاً بوجود سباكي الحروف الطباعة (Typefoundries) مثل بوير Bauer، بيرت هول Berthold، ومصممي الحروف مثل جورج ترومب George Trump و المصمم هيرمان زابف Hermann Zapf (الشكل 6.35-6.36)، الذين ابتكروا طرازاً خاصاً في تصميم حروف الطباعة Typeface لاقى شعبية كبيرة عند ظهوره في 1958، ويُعرف باسم اوبتيما Optima، على الرغم من أن المصممين الألمان قد استقبلوه بشكل غير لائق.. وأطلقوا عليه اسم بيسيما Pessima. وقد وضع هيرمان زابف بنفسه قاعدة لطباعة حروف الكتب في تصاميمه المعالجة بخصوصية، واستخدام التيبوغرافيا اليدوية المسماة (Manuale Typographicum).

وقد ذكر زابف في كتابه (التدريبات والاستعارات التيبوغرافية) 1954: (أن التيبوغرافيا ليست أساساً إلا هندسة معمارية ذات بُعدين) وكرّد على استفسار عن الحاجة إلى أنواع جديدة من الحروف قال زابف: (إن الحروف ذات الأشكال العديدة والكثيرة تُعدّ شيئاً جديداً، ونوعاً من الدهشة والمفاجأة التي

لا تنتهي - وإن عصرنا هذا يضع أمام المصمم مهاماً جديدة تختلف عن مهام الماضي).

وعلى الرغم من وجود المصمم جون هارتفيلد John Heartfield في برلين الشرقية.. ووفاته فيها 1968 إلا أن ألمانيا كانت معتمدة على المهارات التقليدية في إنتاج مطبوعاتها في ليبزج Leipzig وفي تشيكوسلوفاكيا والمجر، فقد كان هناك رواد الطليعة Avant-Gardes المهنيين في فترة ما بين الحربين، كما أن تراث الملصقات Posters الذي بدأ في نهاية القرن التاسع عشر (منذ أكثر من 110 أعوام) قد استمر..، حيث لا توجد هناك منافسة للسوق التجارية فأخذت الأحداث الثقافية ولاسيما السينما والمسرح الدور الرئيس في إلهام الملصقات بالصور المرسومة.

أواخر الستينات The Late 1960s

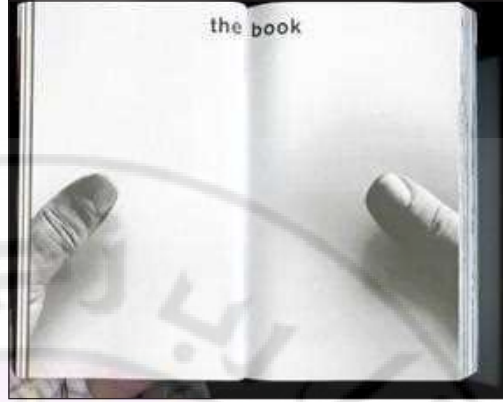
خلال الستينات من القرن العشرين بدأ التصميم الجرافيكي بحل مشاكل الاتصال البصري، وتم تسويقه في الأوساط الشعبية بأساليب حديثة تقنياً وفكرياً، وينسجم مع الذوق البصري العام، والحداثة الملحوظة كونه جديداً. ولأن التصميم بصري، فإنه يستجيب بسرعة للأفكار الحديثة، ولكن التغييرات الحادثة في أسلوبه.. تتكون نتيجة لعدد من الضغوط.. من التطورات الحادثة في التكنولوجيا.. وفي الأوساط البيئية وفي حركات المجتمع. ولأنه أيضاً ليس بصرياً فقط.. وإنما لفظياً فإنه من الممكن عنونه عن طريق الأكاديميين الذين أصبحوا مدركين بالأهمية الاجتماعية لوسائل الاتصال.

بدأ المارشال الكندي ماك لوهان McLuhan في تحليل الإعلانات في عام 1958.. مطوراً فكرته حين قال: إن الوسط الإعلامي نفسه هو الرسالة، ويدافع ماك لوهان عن أن المجتمعات يتم تشكيلها دائماً وبشكل كبير بوساطة طبيعة الأوساط التي عن طريقها يتواصل الناس.. وليس بوساطة محتوى الاتصال. وهذه الطريقة التي اقترحها، اشتملت على بعض نماذج التفكير التي شجعت التخصص والاعترا ب... وقد جعلتنا التكنولوجيا الإلكترونية أعضاء في قرية دولية واحدة من خلال وسائل الاتصال الحديثة.

وأصبحت مهنتهم التي تكونت بصعوبة شديدة، مرتبطة بالتغيرات المتعاقبة



الشكل 6.38 - 1958 لوجو logo ضد التسلح
النووي للمصمم Gerald Holtom



الشكل 6.37 - 1967 صفتان من كتاب للمصمم Quentin Fiore

في تكنولوجيا الطباعة، وكانت الفوتوغرافيا إبداعاً أساسياً.. أولاً: كوسط لخلق الصور (بالأبيض والأسود ثم أصبحت الآن بالألوان الكاملة وبنوعية ممتازة)، وثانياً كوسط لتضيد وتجميع الحروف والكلمات .. إذ إنها سمحت بحرية في عمل التباعد بين الحروف Spacing... الذي كان مستحيلاً عند الطباعة مباشرة من الحروف المعدنية (الشكل 37-6.38).

وسمحت الحاسبات الآلية Computers بإمكانية التنظيم والتخزين السريع للمعلومات، ولكنها لم تؤثر بشكل فعال على جميع مصممي الجرافيك الذين استمر أكثرهم في العمل على الورق، وليس على شاشة الحاسب .. الذي أصبح استخدامه واسعاً فقط في التسعينات.

ولقد تأثرت العادات المهنية وتنوعت أكثر بوساطة العوامل الثقافية والسياسية عن طريق تأثرها بضغوط التغيرات الفنية، وهناك عوامل عديدة، وتغيرات عامة وجدت لها تعبيراً جرافيكياً... منها رد الفعل ضد حرب فيتنام (1964 - 1975)، والاحتجاج الشعبي ضدها، ومثلها أحداث باريس في مايو 1968، والثورة الكويتية، والثقافة الجماهيرية، وموسيقا البوب، واستخدام عقاقير الهلوسة (الشكل 6.39).

وتطورت الأشكال الجرافيكية الجديدة بشكل مستقل عن التصميم الجرافيكي المنشأ كما يمكن أن يتم فهمه بوساطة المهنة. وقد ملأت هذه الأشكال الجديدة.. الفجوة بين الشكلية الباردة للنموذج السويسري والذوق الشعبي. وبالرغم من السهولة المتزايدة في الاتصالات الدولية فإن التصميم الجرافيكي مازال يحمل الطابع



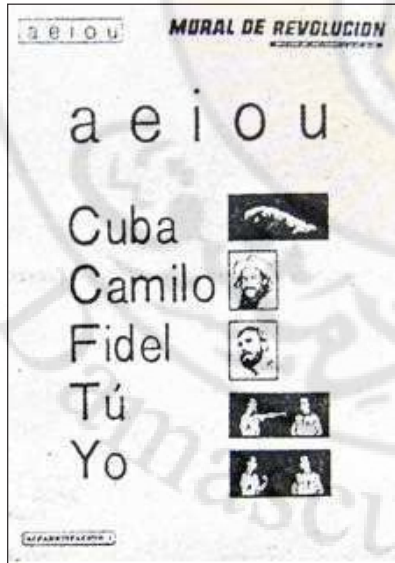
الشكل 6.41 - 1970 ملصق
للمصمم Raul Martinez



الشكل 6.40 - 1967 ملصق كوبي
للمصمم Tony Evora



الشكل 6.39 - 1966 ملصق للموسيقا
concert poster
تصميم Wes Wilson



الشكل 6.43 - 1961 صحيفة كوبية
Newspaper Revolution



الشكل 6.42 - 1968 ملصق كوبي (غيفارا) للمصمم
poster-Che Guevara- by Elena Serrano

المحلي في بعض الدول.. والتغيير مازال يأتي من المصممين الفرديين وخارج عن ظروفهم المحيطة الخاصة.

كوبا في الستينات

أطلقت الثورة الكوبية عام 1959 مجموعة مميزة من التصاميم الغرافيكية.. ولاسيما في الكمّ الهائل من الملصقات، التي تمثلت بالإعلان عن أحداث ثقافية، (سينما، باليه وعروض فولكلورية) (الشكل 6.40). وقد دعت الجمهور إلى لقاءات جماهيرية عامة وطالبت بالإنجازات الثورية، وعلى عكس مصممي المرحلة السوفيتية الأولى، لم يتبع مصممو هذه الملصقات، أي أيديولوجية جمالية، واستخدموا انتقائية ملهمة عكست أعمال سول باس Saul Bass، واستوديوهات (باش بين Push pin) والملصقات البولندية والتشيكية (الشكل 6.41)، ولم يعد الفضل في أعمالهم بأي شيء للمهارات الفنية في الإنتاج الطباعي، والعكس كان صحيحاً فالكثير من الملصقات الأولى كانت تُطبع بتقنية الشاشة الحريرية، وباستخدام القطع اليدوي (الاستنسل Stencils) بوساطة المصممين، وكانت طرقهم الفنية المبسطة معبرة عن ضرورة تلخيص الأشكال أي تبسيطها وتحويرها.

لم يكن لكوبا أي إعلانات تجارية، وكانت كل وسائل الإعلان يتم التحكم فيها من خلال استوديوهات الحكومة. أما الملصقات المنتجة للتصدير التي توضح تضامن كوبا مع الدول الشيوعية الأخرى.. فكان يتم توزيعها إلى الخارج من خلال OSPAAAL (منظمة التضامن مع شعوب أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية) وكثيراً منها كان يحمل شعارات عادية Slogan مثل (دائماً في طريق النصر..) ومتصلة بصورة بسيطة، كما في ملصقات المصمم بيلتران Beltran ذي الأناقة التمثيلية.

وأصبح رمز رأس الزعيم الثائر- تشي غيفارا وزير الحكومة السابق مع البيرييه السوداء والنجمة الخماسية- أيقونة دولية ومثلاً يُحتذى به من قبل الكثير من المصممين (الشكل 6.42).

وكان ملصق 1968 الذي ينص (يوم حرب العصابات الأبطال) الوحيد الذي يحمل صورة.. كانت أكثر من مجرد تعبير توضيحي للشعار، وكان البورتريه الأحمر الذي يمثل تشي غيفارا.. رمز النضال المسلح، ممتداً في مستطيلات متمركزة على خريطة لأمريكا الجنوبية، عبارة عن تصميم غرافيكي دقيق يعبر

عن تقدم الثورة وانتشارها. وكان المصمم توني إيفورا Tony Evora مديراً فنياً لـ Lunes، وهو ملحق يوم الإثنين الثقافي للصحيفة اليومية Revolucion (الثورة) التي تُطبع بلونين.. وكان كالمصقات في تقديمه الجماهيري لما كان يُعدّ في وقت سابق.. ثقافة الصفوة. وكانت دار النشر الصحفية Ediciones.R مسؤولة عن تصميم الكتب في كوبا ولوحات التعليم والملصقات الورقية المستخدمة للحملة ضد الأمية.. وهذا الدور لعبه التصميم الجرافيكي في الجهود المبذولة لحملات الدولة الدعائية (الشكل 6.43).

كاليفورنيا - الأندراوند والبديل في الستينات The Underground

لقد حاكت الخلفية المربعة والألوان التكميلية لمصق تشي غيفارا (Evora) طابع منتصف الستينات.. الذي تمثل بنموذج (سيكيدليا Psychedelia)، وهي ملصقات تم تصميمها لكونشتراتات الروك، خاصة في سان فرانسيسكو. إذ كانت المخدرات قانونية في كاليفورنيا حتى 1966، وكان تأثيرها على الشعور الذي تم تقليده بواسطة نوع من الإضاءة المباشرة (الستروبيسكوبيك Stroboscopic) على الكونشيرات.. قدمت محاكاته في العمل الجرافيكي بواسطة الاهتزازات البصرية الناتجة عن التباينات المتكررة للأبيض والأسود أو الألوان التكميلية (الشكل 6.44). ويقول فيس ويلسون Wes Wilson وهو أحد أهم مصممي هذه الحقبة.. أنه كان يختار ألوانه من خلال خبراته البصرية مع LSD (عقار الهلوسة).

وقد درس فيكتور موسكوسو Victor Moscoso الذي يُعدّ من أفضل مصممي السيكدليك في كاليفورنيا، وأول من قام بالتدريب الفني.. درس اللون في (بال) مع الأستاذ السابق في البواهاوس المصمم جوزيف ألبرز Josef Albers. قام موسكوسو بدمج الاهتزاز البصري من خلال اللون مع الأشكال العادية للحروف، وجعلها صعبة القراءة بواسطة تكافؤ كامل لعناصر البوزيتيف والنيجاتيف، كما عمل توازناً للفراغ داخل وبين الحروف مع الحروف نفسها (الشكل 6.45)، بينما كانت الألوان المجاورة في حالة تباين Contrast في شدة لونه متساوية. أما المصمم ويلسون فقد اشتق أشكال حروفه مباشرة



الشكل 6.46 - 1973 ملصق سينمائي
للمصمم David Goines



الشكل 6.45 - 1968 ملصق للمصمم
Victor Moscoso



الشكل 6.44 - 1968 لوجو
للمصمم McConnell

من نموذج حروف الـ Art Nouveau التي وجدها في صفحات كتالوج المعرض المعروف بـ Jugendstil and Expressionism المقام في جامعة كاليفورنيا في نوفمبر 1965. وكانت الرسالة التي تحملها هذه الأعمال تعبر عن مصطلح Underground (تحت الأرض).

والأندروغراوند Underground اصطلاح استُخدم لوصف الاتجاه المضاد الذي أسسه عدد من أفراد الطبقة الوسطى الشباب في الستينات الذين اتخذوا موقفاً ثقافياً أو سياسياً بديلاً خارج المجتمع التقليدي ومعارضاً له، وتم تحديد هذا الاتجاه في أمريكا.. مع الثقافة الهيئية، ومع حركة السلام وعلم البيئة.

وتتميز إخراج مجلات Underground بعدم وضوح القراءة في عرضها للنص والصورة والاستخدام الغريب للألوان (الألوان غير منسجمة وغير متممة) (الشكل 6.47-46).

وعلى نطاق دولي فإن مجلات Underground قُبلت النوعية الضعيفة لطباعة الأوفست على ورق رخيص ومع طباعة الكتابات والنصوص على صور ملونة ضخمة، وكان المقصود من هذه المجلات التأكد من عدم وجود أحد بعد عمر الثلاثين يستطيع قراءتها.

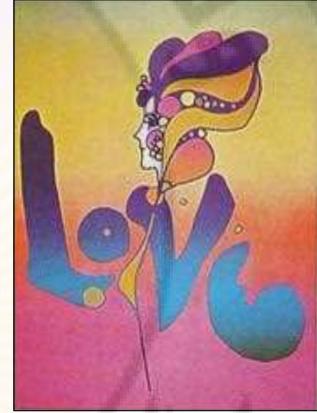
وهذا النموذج شجع على عدم الالتزام بالشكل الطبيعي، وفكرة الإخراج للمجلة لا يتطلب مهارة تصميمية خاصة.. ويتم إخراج الكلمات والصور على



الشكل 6.49 - 1965 ملصق للمصمم Yokoo



الشكل 6.47 - 1966 ملصق للمصمم Cleveland



الشكل 6.48 - 1970 ملصق LOVE للمصمم Peter Max

الصفحة بوساطة المصممين، وليس بوساطة الطباعيين ويمكن للألة الطباعة بنظام (الطرق Strike-on) التي تعمل بوساطة الصحفي أو المصمم أن تنتج النص في الأستوديو، ويمكن إنتاج العناوين بوساطة حروف مضغوطة مثل Letraset بدلاً من تنفيذ الحروف بوساطة عاملي الطباعة، وقد سمح نظام (النقل الميكانيكي للتصوير (PMT) لإنتاج الصورة المكبرة والمصغرة، الجاهزة للطباعة).. بتعديل وتنقيح ووضع الصور في الأستوديو.. مما أعطى المصمم إمكانية التحكم المباشر على المراحل الأولية في إعداد العمل للطباعة (الشكل 6.48-49).

Protest: 1968 and vietnam

في فرنسا قام الطلاب ومجموعات البروتستو (المتظاهرون) في أواخر الستينيات بإدارة العملية الطباعية المشابهة للأندرغراوند في أكثر أنواع التحدي غربة.. تجاه التقدم التقني ووسائل الإعلام الإلكترونية. وقد تفاعلوا مع سلسلة من الأحداث.. أهمها حرب فيتنام، واغتيال تشي غيفارا ومارتن لوتر كينج في 1967 و 1968..، وتلا ذلك أحداث باريس في مايو ثم الغزو السوفييتي لتشيكوسلوفاكيا في أغسطس. وكان للدولة تلفازاً تبث فيه وجهة نظرها، بينما استغل الطلاب الشوارع لعرض قضيتهم.

وأظهرت المظاهرات.. العنيفة غالباً.. عمق وعرض وعاطفة دعمهم.. ولكن المصقات أعطت التعبير المحسوس عن قضيتهم (الشكل 50-6.51).

وتم إنتاج المصقات أثناء ثورة الطلاب في باريس في مايو 1968 بواسطة الأتيليه الشعبي، وطلاب مدرسة الفنون الجميلة. وكانت الطريقة المستخدمة



الشكل 6.51 - 1970 ملصقات الاحتجاج على المجازر
تصميم Erek Birdsall



الشكل 6.50 - 1971 ملصقات الاحتجاج على مجازر
حرب فيتنام Vietnam War



الشكل 6.52 - 1970 ملصق الاحتجاج على مجازر حرب فيتنام Vietnam War تصميم Ron Haerberle

هي السلك سكرين (Silk Screen الشاشة الحريرية) إذ استخدمت التعبير الغرافيكي المطلق.

أنتجت الشعارات Slogans من صرخات الحرب الاحتجاجية التي يطلقها الطلاب في حركتهم في الشوارع. وقد قام الطلاب بتوزيع حوالي 300 أو أكثر من التصميمات التي كانت تكتب بالطباشير على سبورة سوداء، وتقوم لجنة طلابية بمراجعتها، وكانت الرسائل واضحة تماماً والطباعة عاجلة.. وأحياناً بلون واحد.. بالأبيض والأسود.

وقد استغل الطلاب أبسط وسائل الغرافيك (حروف مرسومة باليد وصور ظليلة بالفرشاة) وذلك معارضة للمجتمع الاستهلاكي المعقد الذي يعيشون فيه، فلا توجد مساحات لونية مسطحة لضبط الدرجة اللونية داخل الصور الفوتوغرافية سواء في الأسلوب أو في الرسالة المطلوب نقلها حيث ينتشر التشتت اللوني. وكانت لبعض الملصقات أثر مهم في الدعوة لنزع السلاح والسلام خاصة في فيتنام، وبعضها كان من إنتاج مصممين محترفين. أما في نيويورك فقد



الشكل 6.54 - 1971 غلاف لكتاب عن الاحتجاج (وجه وخلف) للمصمم Donald Wall



الشكل 6.53 - 1967 غلاف كتاب الاحتجاج تصميم Quentin Fiore

اتحد المدراء الفنيون لإنتاج إعلانات للجنة المساعدة على منع الحرب.. وقد استخدموا نفس ترتيب الصور والعناوين والنصوص التي كانوا يستخدمونها كل يوم لبيع المنتجات والخدمات بشكل غير مرتب.

وكان أقوى تعبير عن فعالية الصور والنصوص المطبوعة، هو الذي تم إنتاجه في 1970 بواسطة اتحاد العمال الفنيين في الولايات المتحدة. وكان يستخدم الطرق المعتادة من تقارير الأخبار التليفزيونية - الفوتوغرافية الوثائقية وحوارات المقابلات. وقد تم طبع الصور الفوتوغرافية لمذبحة الفلاحين الفيتناميين (الشكل 6.52)، مع تكبير لنص مطبوع بشكل خام.. من سؤال شاهد عيان.. وذلك بشكل مختصر.. Q تعبر عن السؤال والـ A عن الإجابة.. ويرد الشاهد على السؤال.. (وأيضاً الأطفال) فيقول (وأيضاً الأطفال).. وهذا المشهد لا يظهر على الشاشة المتحركة، ولكن صُمم ليكون مطبوعاً على الورق فقط..، ويحسّ المشاهد بمدى الرعب الظاهر في الصورة، إذ تعطي الكلمات.. معنى أكثر رعباً وتخويفاً.

وأصبح الملصق الثقافي والسياسي علامة غرافيكية وتأكيديّة لولاء أصحابه ومكانتهم. وهذه الملصقات.. وسّعت من حدود التصميم الغرافيكي الذي لم يعد مرتبطاً فقط بالمصالح التجارية. ولم يعتمد إنتاجه على إنتاج المطبوعات، ولا على المصمم المحترف فقط. فالفرد العادي يستطيع أن يكون ويبدع في الرسالة، ويتحكم أيضاً في طباعته. كما تم طباعة مجموعة من الكتب حول موضوع الحرب والاحتجاجات للتعبير عن تلك الأحداث (الشكل 6.53-6.54).

الفصل السابع

7

التصميم في السبعينات وما بعدها

The 1970s and After



في ستينيات القرن العشرين دخل التصميم الجرافيكي إلى مناطق كانت تشغلها سابقاً المهن الحرفية التقليدية مثل تصميم الصحيفة، وفي الوسط الجديد للتلفاز والفيديو. وكانت الصور الثابتة التي تستخدم في الدعاية تتنافس مع وأحياناً ترتبط بالصور المتحركة لشاشة التلفزيون نظراً لإمكانية عملها والتحكم فيها إلكترونياً (الشكل 7.1).

وقد ازداد دور التصميم الجرافيكي بالنسبة للخدمات العامة والإعلان الثقافي أيضاً. واعتمدت الألعاب الأولمبية المتتالية، كمثال على المصممين لعمل الدعاية والبرامج ونظم العلامات الشاملة. وسارعت المناطق والمدن الأوروبية لجذب الصناعة والاستثمارات، واتحدت إدارات الحكومات في اندفاع لإثبات فريديتها واستقلاليتها. وأكدت كندا في 1969 أن الدولة تحتاج لعلم رئيس، وأعلام أخرى لاستخدامات معينة، واحتاجت إلى نظام لهويتها الجرافيكية،



الشكل 7.2 - Logo 1970 رمز كندا السياحي



الشكل 7.3 - Logo coca cola لوجو 1953



الشكل 7.1 - مقاطع من فيلم تجريدي تصميم Saul Bass



الشكل 7.5 - 1960 غلاف مجلة علمية تصميم
Rudolph Deharak



الشكل 7.4 - 1958 علامة تجارية للصحافة trademark
Norman تصميم

وفي سنة 1980 أصبح للدولة شعار يميزها من غيرها (الشكل 7.2). وأصبح التصميم الجرافيكي في السبعينات جزءاً من إدارة الأعمال، واستخدم أساساً لإعطاء الشركة صورة مميزة (ما تحب الشركة أن تظهر به ويتذكره الناس) التي تم توسعها في تقارير سنوية (ما تحب الشركة أن تظهر به بالنسبة لنشاطاتها). وشعرت كل المشاريع والمؤسسات، مهما كانت صغيرة، بالحاجة إلى (شعار Logo) قدوة بشركة كوكا كولا (الشكل 3-7.4). وعند تسويق منتج أو خدمة لشركة، يطلب من المصممين عمل صورة لتعريف المنتج أو الشركة، ولتطبيق هذا، لا يشترط أن يكون للكلمات والصور معنى خاص.. فقط يتم التعرف عليها، ومحتواها يعطي المعنى، كما حدث مع شركة Hadfield في إنكلترا ورمزها الثعلب، وأصبحت معظم تصميمات الجرافيك جزءاً من الوسط الإعلامي وصناعة الترويج، وكما ذكرنا سابقاً كان النموذج السويسري المثال الأصلي للتصميم الجرافيكي المشتق من التحديث الأوروبية، التي ابتعدت عن الزخارف وأكدت على استخدام الفراغ الأبيض، وحروف Sans-Serif والشبكة لتنظيم إخراج الصفحة، وتم استخدامه في كل أنحاء العالم بإتقان ودقة.. مع عدم فهمه غالباً. ولكن كان لمصقات

الاحتجاج في فترة الستينات إمكانات تأثيرية أخرى، كما أظهرت صحف حركة الأندرغراوند Underground مدى ما يملكه المصممون من حرية في التصميم. وساعد استعمال الكمبيوتر في التحكم الكامل على عمليات ما قبل الطباعة (الشكل 7.5).

النماذج الوطنية والتأثيرات الدولية

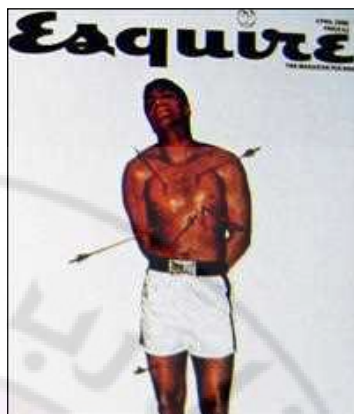
لقد ظل النموذج الغرافيكي في عالم الاتصال الجماهيري، في دول عديدة محتفظاً بهويته القومية القوية، وكانت التصميمات البولندية، والتشيكية والمجرية.. في مرحلة الثمانينات.. (بالنسبة للملصقات المرسومة) فعالة ومؤثرة على الغرب وأيضاً في الاتحاد السوفيتي. وقد تأثرت معرفة ما يتم حدوثه في الدول المختلفة.. بانتشار مجلات التصميم الغرافيكي في الدول الصناعية. وجذبت النشرات السنوية للمديرين الفنيين المشتركين الأجانب، وازداد عدد المؤتمرات والمعارض الدولية (الشكل 7.6).

وأصبح التصميم الغرافيكي في مجال التسويق.. دولياً.. ممثلاً في طراز شركات الطيران مثل Alitalia إيطاليا (الشكل 7.7)، وشركة Singapore Airlines التي صُممت بوساطة شركة سان فرانسيسكو (Lan Dor Associates). وكان هناك استخدام ذكي وبارع للتحديثية على هويات الشركات متعددة الجنسيات، مثل تشيرمايف وغيشمر Chermayeff & Geismer في نيويورك أو Pentagrem بينتاغريم في لندن. وبهذا الشكل أصبح النموذج نفسه مرتبطاً بالتصاميم الصناعية والتجارية. وكان هناك رد فعل لهذا وخاصة بالنسبة للنظام القوي للاتجاه السويسري. وأصبح ردّ الفعل مصدر إلهام ممثلاً بالأعمال الجديدة للتصميم الكلي في أمستردام Total Design.

وظلت معقولة الشبكة، واستخدام طرق حل المشاكل في قلب الغرافيك الإعلامي والتحديثية – التي يدّعي معتقها أنها ذات قيم حرة Value Free إذ إنه لا يوجد لها مراجع تاريخية (الشكل 7.8)، وأدّت إلى شكلية جافة.. خاصة بالطريقة التي يشعر كثير من المصممين بأنها أصبحت مُستهلكة.



الشكل 7.8 - 1974 Signs علامات - دلالات تصميم Roger Cook



الشكل 7.6 - 1968 غلاف مجلة Esquire
تصميم cover by George Lois



الشكل 7.7 - 1973
Logotyp لوجوتايب الطيران الإيطالية



الشكل 7.10 - 1978 ملصق للمصمم David King



الشكل 7.9 - 1975 غلاف مجلة Time Out للمصمم Pearce Marchbank

بدائل النموذج الدولي

لقد ظهر بديلين للنظرية التحديثية كَرَدَّ فعل لها، الأول يرتبط بحركة البانك Punk في بريطانيا (الشكل 7.9)، والثاني احتفظ بكثير من عناصر التحديثية السويسرية، وأصبحت حركة الموجة الجديدة (New Wave) التكنولوجيا الجديدة للتصوير الفوتوغرافي والإلكتروني.. إما لحل الأشكال القديمة أو على العكس، تجاهلها كلها بجعل التصميم الغرافيكي يبدو وكأنه ارتجالي. وتم التعبير عن التفاعل الكلي.. في التحول إلى عدم الشكلية، مما أعطى الطريق لأرت نوفو Art Nouveau فوتوغرافي وإلكتروني، إذ يستطيع المصممون باستخدام الكمبيوتر أن يخلقوا علاقات معقدة ومركبة للمعنى من خلال وضع النص والصورة في طبقات، بدلاً من ربطهم على شبكة أفقية ورأسية. وقد أدت هذه التأثيرات إلى زيادة في الزخارف بدلاً من التعبير عن المعنى (الشكل 7.10).

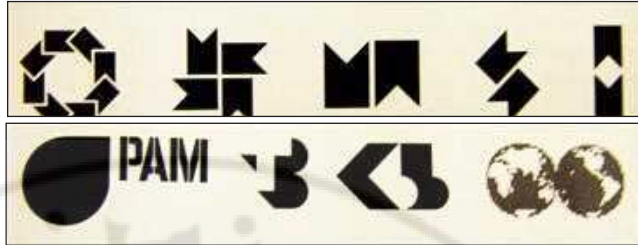
التصميم الفرنسي الحديث

أصبحت عناصر الباوهاوس، الدائرة والمربع والمثلث، علامة للعامة تدلهم على اشتراك مصمم الغرافيك في هذه الأعمال، في فترة الثمانيات. وقد ظهرت هذه العناصر في شعار (التصميم الكلي Total Design) لوزارة التعليم والعلوم الهولندية .. (الشكل 7.11) وظهرت مرة ثانية في التصميم الغرافيكي للافيليت La villette، وهي حديقة ثقافية تعليمية واسعة في أطراف باريس (الشكل 7.12-7.13). فقد نجحت مجموعة Grapus (غرابوس) عام 1984 في كسب مسابقة التجديد الغرافيكي العام.. لموقع LaVillette ومناطقها الجذابة. وقد تأسست هذه المجموعة التصميمية في الأتيلية الشعبي في باريس عام 1968، إذ تقابل الثلاثة المؤسسون (P. Bernard, G. Paris-Clavel, A. Jordan - بيير برنار، جيرار باري كلافل واليكساندر جوردان)، وبدؤوا في سنة 1970 بإنتاج صورهم الاجتماعية والسياسية والثقافية (الشكل 7.14). وبنهاية السبعينات كان هناك عشرة مصممين في مجموعة غرابوس Grapus، يعملون في تصميم ملصقات المسارح الصغيرة وللحزب الشيوعي الفرنسي، وكان العمل مباشراً، ولا تبدو عليه الحرفية وكان مسلياً. وكان كثير من النصوص مكتوباً بخط اليد وغير متقن والصور ملنقطة بشكل مزاجي، وعلامات فرشاة الرسم.. البقع والنقط المتناثرة كانت تقلل من قيمة الصور (الشكل 15-7.16). وكان لهذه التصاميم تأثيراً ساحراً وأحياناً.. يصيب بالصدمة (الشكل 17-7.18). وقد تمت معالجته عن طريق المفكرين المتخصصين الذين درسوا نظرية الاتصال، وتعلموا مباشرة على يد أحد أهم أساتذة تصميم كولاغ الملصقات في بولندا، هو Henryk Tomaszewski هنريك توماشيفسكي.

ولا يعزى أي عمل من أعمال Grapus إلى تصميم فردي، فالملاءمة الموجودة لا ترتبط بالتكنيك وإنما بالاتجاه (الشكل 7.19). وقد يتطلب عمله نوعاً من رد الفعل وإضافة سؤال أو استفسار، وأحياناً مجرد استمتاع بالصورة (بمعنى أنه عندما ننظر إلى عمل Grapus يمكن أن نستجيب له، أو نستفسر عنه وأحياناً نستمتع به فقط. وقد صممت Grapus للمسارح الصغيرة بطريقة الستايل هاوس Style House، مع عبارات ولوغو وأدوات مكتبية وأيضاً ملصقات. لقد توازى نمو الفهم الجماهيري للتصميم الغرافيكي في فرنسا مع وظيفة مصمم الغرافيك السويسري جان ويدمار Jean Widmer، الذي قضى حوالي 20



الشكل 7.15 - 1982 ملصق
لمعرض مجموعة Grapus



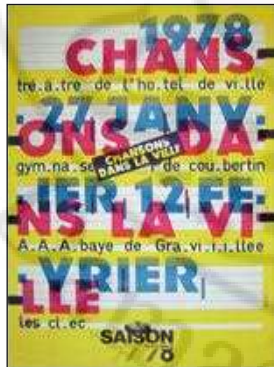
الشكل 7.11 - 1974 trademarks علامة تجارية تصميم Total Design



الشكل 7.13 - 1984 رمز
Logotype للحديقة الثقافية العلمية في
باريس تصميم مجموعة Grapus



الشكل 7.12 - 1984
مدينة العلوم La villette



الشكل 7.16 - 1977 ملصق
لمناسبة ثقافية في الهافر تصميم
مجموعة Grapus



الشكل 7.14 - 1984 ملصق للدفاع عن الثقافة تصميم مجموعة Grapus



الشكل 7.18 - 1982 ملصق للمسرح
تصميم مجموعة Grapus



الشكل 7.17 - 1978 ملصق لمناسبة العيد الوطني
الفرنسي تصميم مجموعة Grapus



الشكل 7.20 - 1978 لوجو مركز بومبيدو الثقافي
تصميم Jean Widmer



الشكل 7.19 - 1982 ملصق لمسرحية مكسيم غوركي
Les Bas-Fonds تصميم مجموعة Grapus

سنة في باريس في التسويق وتصميم الإعلانات والمجلات. وافتتح في 1980 الاستوديو الخاص به، ووضع لنفسه حضوراً جيداً في عمق التصميم الغرافيكي، فقد كان يعمل للمؤسسات العامة فيما يخص أنظمة الإشارات والعلامات وأيضاً الدعاية للمؤسسات الثقافية، وكان اللوغو الذي صممه للمركز الثقافي جورج بومبيدو في باريس نموذجاً غير عادي في ذلك الوقت.. إذ كان تصويرياً ومشتقاً من منظر جانبي لمبنى يبين المصعد الذي يخدم الطوابق الخمسة، أما بالنسبة لعلامات المبنى الإرشادية Signs فقد أعد Widmer مع مكتب أرنست هيبستند في زيورخ تحليلاً غرافيكياً لمتطلبات الزوار، وكان شكل المخطط يدل على النقاط الأساسية التي يستخدمها الزوار في حركتهم (الشكل 7.20).



الشكل 7.23 - 1979 لوجو مخازن
printemps Paris
تصميم Jean Widmer



الشكل 7.22 - 1986 لوجو متحف
Paris في Orsay
تصميم Jean Widmer



الشكل 7.21 - 1979 لوجو رموز
ودلالات تصميم Jean Widmer

وقام Widmer في السبعينات بتصميم علامات Signs يمكن قراءتها بسرعة، كي تستغني عن استخدام الكتابات على طريق السيارات السريع، وإعطاء المسافرين فكرة بصرية سريعة عما يقع فوق حدود الطريق، مثل الأماكن التاريخية أو المناظر الجميلة، المناطق البرية المحلية، الرياضات، الحرف والحقول والغذاء ومركز المدينة (الشكل 7.21).

وكان الجذب الثقافي الجديد في الثمانينات في باريس متحف Orsay أورساي، وهو متحف لفن القرن التاسع عشر الذي تم تأسيسه في مكان محطة أورساي السابقة في 1986 Gare d'orsay، وقد فاز ويدمار في المسابقة الخاصة بالتصميم الغرافيكي، بالمشاركة مع مصمم سويسري ميلاني (ميلانو) آخر وتم تصغير عنوان المتحف باختصار الاسم إلى حرفين M.O.. مستخدماً حروف Walbaum الكلاسيكية الجديدة.

ويمثل اللوغوتايب Logotype (رمز المتحف) الطريقة التي يستطيع مصمم الاتجاه الحديث السائد فيها.. أن يبني من العناصر الموجودة حلاً لمشكلة.. يمكن أن تتحدى المعايير الجمالية والوظيفية، ولم تكن الفكرة التيبوغرافية جديدة، فقد استُخدمت الفاصلة العلوية سابقاً في علامات تجارية بواسطة مصممين سويسريين.. مثل تصميم Karl Gerstner جيرشتنر لدار نشر Niggli في عام 1960 (الشكل 7.22).

أما بالنسبة لمتحف Orsay فالفاصلة هي المكوّن الأساسي، فهي تؤكد وتضمن الهوية الفريدة للـ Logo، بالنسبة للكلمات التي تختصرها وللفكرة التي تمثلها. ومن دونها تتفكك العلامة إلى حروف لا معنى لها.. علامات بدون مضمون. وكان للحروف أيضاً دلالة شكلية، واستفاد المصممون من تباينها الجرافيكي، الانتفاخ القوي لمنحنيات الحرف O والزوائد الثقيلة (الخطوط المتجهة للأسفل) والخطوط الرقيقة لحرف M ذي الزوايا.. بينما يمتد خط فاصل أفقي من نفس الوزن. وبينما يتحرك الخط بين الحرفين.. فإن الخط يحدد ويُنشئ وضع الفاصلة العلوية.. ولهذا فهما يمنعان الصعوبة أو الخطأ في قراءتها.. كفاصلة عادية ويربط الحروف أيضاً.. ليجعل منهما علامة واحدة ذات معنى فردي. وتم استخدام مجموعة الحروف من نوع Walbaum للكتابات التي تظهر في مقدمة المبنى وفي تيبوغرافيا كل المواد المطبوعة.. أوراق كتابية، كتب إرشادية.. وملصقات. وأضافت الملصقات الضخمة التي تعلن عن افتتاح المتحف.. صورة فوتوغرافية لطائرة تطير ناحية الشعار.. الذي احتفظ بهويته رغمًا عن كونه قد تم رسمه بشكل مسرحي مثير.. ومتحرك، وهو الشكل الذي ظهر بعد ذلك كثيراً.

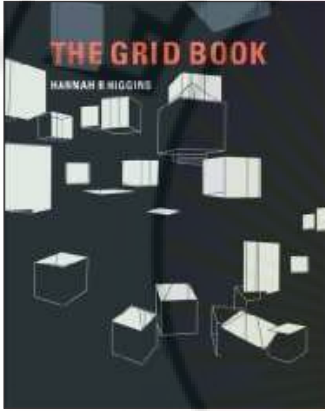
وقام الجيل الأصغر بدمج هذه الميزات الباريسية مع الاتجاهين المتعارضين في فرنسا، الاتجاه التصويري البولندي الذي يمثله Grapus، والاتجاه الهديفي السويسري ممثلاً في Widmer (الشكل 7.23).

سويسرا بعد السبعينات

تجمعت مدارس التصميم في بازل وزيورخ، وعملت على تطوير الأسلوب السويسري الذي بدأ في الثلاثينات.. وتم تصديره بوصفه نموذجاً دولياً في أواخر الخمسينات.. حتى أصبح مذهباً فنياً مميزاً، وقام المصممون المميزون في السبعينات والثمانينات أمثال فريق تيسي tissi وأودرمات Odernatt وأرنست Ernst وأرسولا هيستاند Ursula Hiestand، والجيل الجديد من مصممي الملصق اللامعين بالعمل بحرية على ذلك النموذج، وتبنوه وقاموا بتكييف طرقهم على كل عمل.. بدون أن يقيّدوا أنفسهم بأنواع الحروف مثل Akzidenz و Helvetica أو بالتصميمات الخطية الشبكية (الشكل 7.24).



الشكل 7.25 - 1987 صفحات من كتاب
Form und Farbe تأليف وتصميم
hans rudolf bosshard



الشكل 7.26 - 1990 غلاف كتاب تصميم
H.bosshard



الشكل 7.24 - 1960s أبجدية Akzidenz خالية الشظية Sans Serif

وكان حرف Akzidenz، وخاصة نوعه الثقيل Bold هو مع ذلك الحرف المفضل. ويعدّ كتاب (Form und Farbe) هو أكثر الإسهامات القوية لصياغة قاعدة لتطوير التصميم الجرافيكي.. بواسطة الأستاذ الألماني (Hans Rudolf Basshard) هانز رودولف باسهارد)، وهو تقرير للمبادئ الأولى والمذاهب القويمة المتقدمة (الشكل 7.25-7.26). وهناك كتاب آخر.. مكتمل عن تدريس التيبوغرافيا.. انتجه هانز لوتز Hans Rudolf Lutz وتلاه كتابه (هيروغليفية اليوم) في 1990. الذي أعاد طباعة 5000 علامة دولية Signs، ورمز Logo موجودة على صناديق الكرتون.

التصميم الألماني بعد السبعينات

كان التوضيح البصري المعبر للاتجاه التنظيمي في التصميم الجرافيكي الذي ظهر كطريقة لحل مشاكل الاتصال.. قد تم عرضه في دورة الألعاب الأولمبية في ميونيخ في 1972. وكل جزئية من الإعلان والعلامات التي صممها Otl Aicher أوئل إيشر مع فريقه برئاسة المصمم النشط Anton Stankowski انتون ستانكوفسكي، تم التحكم فيها بواسطة شبكة هندسية (الشكل 7.27-7.28). وكانت ميونيخ واحدة من المدن الألمانية في السبعينات.. التي تكفلت عن طريق مصممي الجرافيك.. بتشجيع المعرفة الحضارية والشعور بالفعالية عن طريق نموذج النظام الموحد Style house. وكان المخطط المُعدّ لمدينة ليفركوزن على الراين الذي صممه رولف مولر، وهو تلميذ سابق لإيشر في أولم... نموذجاً تطبيقياً لذلك. وقد اشتمل على تصميم الرموز والمطبوعات والكراسات لجذب السياحة



الشكل 7.27 - 1972 رموز الألعاب الأولمبية في ميونخ المصممة داخل شبكة - تصميم Otl Aicher



الشكل 7.29 - 1971 أغلفة لمطبوعات
الألعاب الأولمبية في ميونخ تصميم
Otl Aicher



الشكل 7.28 - 1972 رموز الألعاب الأولمبية في ميونخ
تصميم Otl Aicher

والصناعة، والدعاية الثقافية والمعلومات عن التعليم والخدمات الاجتماعية (الشكل 7.29-7.30). وكان العنصر الأساسي في التصميم الرمز، وهو عبارة عن مربع مائل بزاوية قدرها 45 درجة. ومثل التصميم الأولمبي.. فإنه قد اعتمد على الاستخدام القوي للشبكة وحروف خالية الشطبة Sans-Serif (الشكل 7.31).

وقد حصل المصممون الذين استخدموا التوضيحات والصور الفوتوغرافية، على فرص لتصميم الدعاية.. المقدمة من المسارح البلدية، وهذا تقليد في ألمانيا ابتدعه هانز هليمان الذي احتفظت ملصقاته السينمائية.. بشكلها الإبداعي في السبعينات.



الشكل 7.32 - 1985 ملصق للمسرح
تصميم Holgar Matthies



الشكل 7.31 - 1972 مطبوعات
معلوماتية لدورة الألعاب الأولمبية
تصميم Otl Aicher



الشكل 7.30 - 1972 ملصق لدورة
الألعاب الأولمبية في ميونخ
تصميم Otl Aicher

ومن بين المصممين الألمان الذين استخدموا الفوتوغراف والمونتاج الفني كان فريدر جونيولر وهولجر ماتهييس Holgar Matthies (الشكل 7.32). وكان فريق Rambow/Lienemeyer/vande-sand من ضمن مجموعات التصميم الذين كان لهم سيطرة على الأفكار التي تضاهي طرقتهم الفنية بشكل أفضل، الذي تم تأسيسه في الثمانينات. واستفاد رامبو Gunter Rambow من التأثيرات الواقعية العالية المعروفة في الإعلان التي أنتجتها الكاميرات والإضاءة الحديثة (الشكل 7.33)، ولكنه حوّلها إلى وسيلة مهنية فعالة لنقل الأفكار المسرحية والسياسية (الشكل 34-35-36)، وقد لحق التصميم الإعلان في أوروبا بنيويورك... صورة كبيرة، مع أقل من ثلث المساحة تم تخصيصه لعنوان بسيط ومحدد، ونص توضيحي صغير موضوع على أعمدة. ومع نهاية السبعينات بدأ وضع النص والصورة بشكل ملائم معاً مثل صفحة المجلة. وكانت البقرة الأرجوانية Milka.. الموضوع على خلفية أوجوانية وتحت جرسها شعار (في الليل.. أكون ممتازة على وجه الخصوص)، واحدة من سلسلة.. تمثل هذا النوع من الفانتازيا الصحفية. وعلى النقيض فإن بعض الإعلانات تعتمد فقط على الكلمات وشكلها التيبوغرافي.



الشكل 7.35 - 1988 ملصق
للمصمم Gunter Rambow



الشكل 7.34 - 1978 ملصق لمسرحية
عطيل Othello للمصمم Gunter Rambow



الشكل 7.33 - 1980 ملصق
للمصمم Gunter Rambow

وكانت وكالة GGK، إحدى أهم الوكالات الألمانية المبدعة في مجال الإعلان، وهي شركة سويسرية لجريشتر، وجريدنجر وكوتر. وكان هيلموت - شميث رين - مديراً فنياً في GGK، ومسؤولاً عن إبداع اللوغو عندما كان يعمل في مجلة Capital التي يصممها جريشتر مثل (Lik الصحيفة الأدبية في Koln).

وكانت ملصقات السبعينات والثمانينات قد انتعشت بواسطة (Uwe Loesch أوفي لوش) وهو.. أستاذ في مدرسة شميث رين في دوسلدورف، هذه الملصقات ضخمت من النظم الجرافيكية، صور فوتوغرافية لها بؤرة ذات عمق كبير ومدى من درجات الظلال، وطباعة اللون الغامق على اللون الغامق، واللون الباهت على اللون الباهت، والتكبيرات العملاقة للصور، والملصقات المصممة لتقطع على شكل المربع. وأحياناً تدمج الكلمات كصوت.. مع الوضع المتجاور السيميوتري المتماثل للمتناقضات الكلامية للمعنى داخل فكرة جرافيكية فردية متكاملة. وقام لوش بعمل توازن لزجاجة البيرة على خلفية سوداء - على قبة سيارة شرطة زرقاء مضاءة (على اليسار يوجد سطر أبيض فردي من الحروف.. يمثل صوت الغناء (Singing Trallali, Trallala) الذي يمتد قليلاً إلى اليمين مع صوت سيارة الشرطة (Tatuun Tataae)). وقام

سنة 1982 بإنتاج أكثر أعماله غرابة.. إذ قام بقص إعلان ارتفاعه 10 أقدام.. لشركة طباعة.. لعمل كتاب من 256 صفحة ذات مقاس A4. وكان لوش مشهوراً بتنوع عمله والمفاجآت التي تصاحب أعماله.. وأيضاً لتوضيحه وعرضه التظاهري للعمليات الجرافيكية.. وقد استمر الاتجاه السائد في التصميم الجرافيكي الألماني في التصميم الصناعي، بوساطة مجموعات تصميم مثل Mendell وفي المجلات مثل ملحق مجلة Allgemeine Zeitung Frankfurter الذي ساعد على تطوير قواعد التصميم بالإضافة الى المجلة الشهيرة Twen للمصمم Willy Flackhaus فلاكهاوس (الشكل 7.37).

التصميم الإيطالي Italy بعد السبعينات

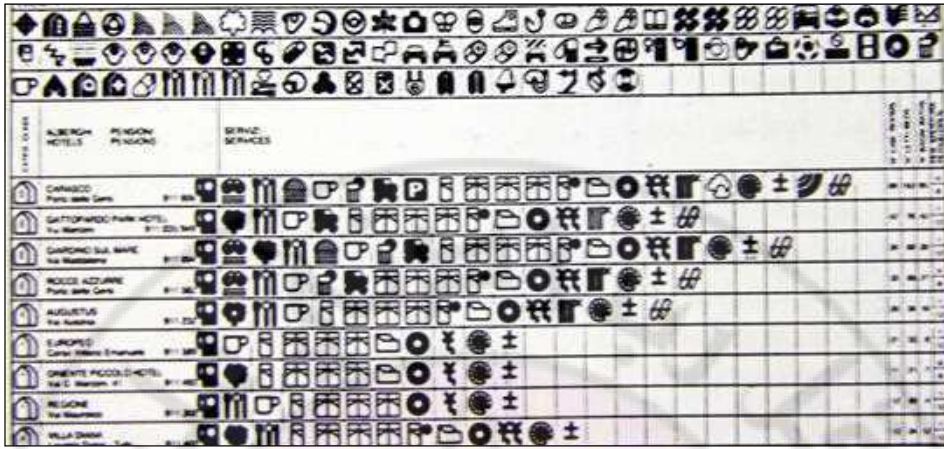
ظهر الإحساس بتأثير التصميم الأكاديمي للمدرسة الألمانية في أولم Ulm في إيطاليا في مرحلة الستينات، وكان المدير السابق للمدرسة توماس مالدونادس Tomas Maldonads واحداً من واضعي نظرياتها الأساسيين.. وكانت إحدى المهام التي اضطلع بها.. عملية مراجعة النظام الموحد style house لتصاميم سلسلة السوبرماركت الشامل (Upim)، التي كان يدير أعمالها مصمم آخر في أولم Ulm. وفي منطقة بولزانو Bolzano، التي أسماها الأماكن والاستعلامات فيها



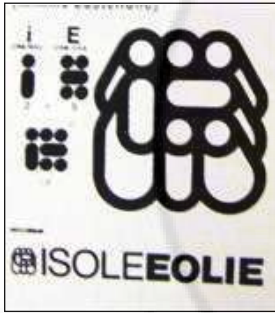
الشكل 7.37 - 1970 صفحة في مجلة Twen للمصمم Willy Flackhaus



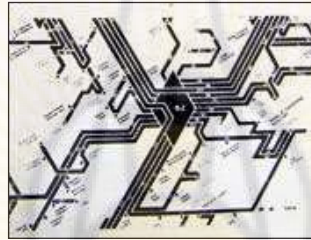
الشكل 7.36 - 1976 ملصق للمصمم Gunter Rambow



الشكل 7.39 - 1976 دلالات Mimmo Castellano للمصمم Pictogram System



الشكل 7.41 - 1978 رمز Logo
للمصمم Mimmo Castellano



الشكل 7.40 - 1975 خريطة طريق
للمصمم Mimmo Castellano



الشكل 7.38 - 1970 Logotypes
تصميم Walter Ballmer

باللغتين الإيطالية والألمانية، والتي صممها جيوفاني انتشيشي Giovanni Anceschi مستخدماً النظم الهندسية لجداول المواعيد Timetables يمكن قراءتها في الوقت نفسه بوصفها رسوماً تخطيطية لتصاميم تذاكر وبطاقات الطرق المتعددة.

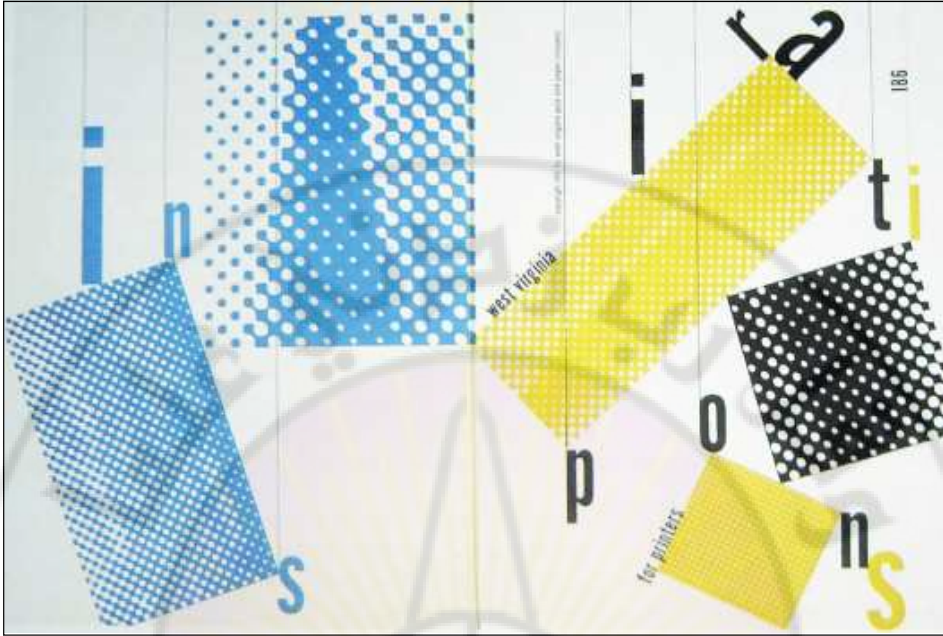
كما تميز الإخراج الفني للنظام الموحد stylo house لتصاميم شركة أولفيتي Olivetti في أوائل السبعينات التي صممها هانز فون كليز Hanse Von Klier ووالتر بالمر Walter Ballmer (الشكل 7.38).
وقاد المصمم Noorda نوردا المصممين خلال اشتراكهم في الأعمال المدنية خاصة في تصاميم دلالات النقل.. للطرق العامة والفرعية في ميلانو -1963

1964.. ثم تلاها منطقة Lombardy لومباردي في 1974، بوساطة DA (مركز التصميمات المدنية)، ثم جزر ايولييان Aeolian Islands التي صممها Mimms castellano ميمس كاستيلانو (الشكل 7.39-7.40-7.41).

وازدهر في ايطاليا التصميم الفردي، واستمر مصممو الاتجاه الحالي من المدرسة القديمة مثل جرينياني وشنتر Grignani & albe Steiner في حالة نشاط وتفاعل مع الأفكار الحديثة. وظل الاتجاه التحديثي المتشدد الذي يجري داخل التصميم الغرافيكي الإيطالي، باقياً في عمل هؤلاء المصممين مثل فرونجوني ومونجوزي Frongoni and Monguzzi A.G. وحافظت شركات التوزيع الأجنبية للمجلات المعمارية Domas & Casabella ومجلات الموضة مثل Vogue الإيطالية، على الاهتمام الدولي بالأنافة الخشنة التي كانت النموذج الثابت للتصميم الغرافيكي الإيطالي.

الشكل المفهومي The Conceptual Image

إدراكاً من المصممين الغرافيكين في فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى بأن الرسم السردي التقليدي لم يلبّ احتياجات العصر فقد أعادوا اختراع الشكل التواصلي للتعبير عن عصر الآلة، كما طوّروا الأفكار البصرية. وفي بحث مشابه عن أشكال جديدة، شهدت العقود التي تلت الحرب العالمية الثانية تطور الشكل المفهومي في التصميم الغرافيكي، ولم تعبّر الأشكال فقط عن المعلومات السردية، وإنما عبّرت عن أفكار ومفاهيم، وقُدّم المضمون الفكري الذي تم جمعه على أنه موضوع، كما خضع الرسم الإيضاحي الذي يقوم بتفسير نص الكاتب إلى الفنان الغرافيكي من أجل التوضيح بصرياً، واهتم جيلٌ جديدٌ من المصممين بالوحدة البصرية للتصميم ودمج الكلمة بالشكل (الشكل 7.42-7.43). وفي ظل ثقافة المعلومات التي انتشرت في النصف الثاني من القرن العشرين بدا التاريخ الكامل للفن البصري متاحاً للفنان الغرافيكي كمكتبة للصيغ والأشكال المحتملة، وبصورة خاصة تم الحصول على الإلهام من التقدم الذي طرأ



الشكل 7.42 - 1951 صفحات دليل pages تصميم Bradbury Thmpson

على حركات الفن في القرن العشرين كالشكل التصويري المكاني للتكعيبية، والتجاور والإزاحة والتشويش وتغييرات المقياس لأشكال السريالية، واللون الصرف الذي تم تحريره من إشارات طبيعية من قبل التعبيرية والفوفية FAUVISM وتجديد أشكال وسائل الإعلام من قبل فن البوب Pop (الفن الشعبي). وكان للفنانين الجرافيكين فرصة كبيرة للتعبير عن الذات، إذ شكلوا أشكالاً شخصية كثيرة، ومهدوا الطريق لأساليب وتقنيات فردية، وأصبحت الحدود التقليدية بين الفنون التشكيلية ووسائل الاتصال البصرية العامة غير واضحة، كما أصبح تأليف الأشكال الفكرية المفهومية Conceptual مدخلا مهما للتصميم في بولندا والولايات المتحدة وألمانيا وحتى في كوبا، كما ظهر أيضا في جميع أنحاء العالم من خلال أعمال الأفراد الذين قادهم البحث عن أشكال ذات صلة وفعالية في فترة ما بعد



الشكل 7.45 - 1972 ملصق لمعرض
للمصمم Armando Testa



الشكل 7.44 - 1954 ملصق لشركة
Armando Testa تصميم Pirelli



الشكل 7.43 - 1980 لوجو
للمصمم Christoph Radl

الحرب العالمية الثانية نحو الشكل المفهومي. فعلى سبيل المثال، في معظم الأعمال الأصلية للمصمم الغرافيكي الايطالي أرماندو تيسا Armmandeo Testa استُخدمت تركيبات ميتافيزيقية لنقل حقائق عنصرية حول الموضوع. وكان تيسا رساما تجريديا إلى ما بعد الحرب عندما أسس أستوديو خاصاً للتصميم الغرافيكي في مدينته المحلية (تورين). وكان لحملاته الدعائية لإطارات بيريلي Pirelli في الخمسينات تأثيراً عالمياً على تفكير التصميم الغرافيكي، إذ استعار مفردات السريالية من خلال الجمع بين شكل الإطار ورموزاً يمكن ملاحظتها بسرعة (الشكل 7.44)، وفي ملصقاته الإعلانية، وحملاته الدعائية كان الشكل الوسيلة الأساسية للتواصل مع المتلقي، وقلل من المحتوى اللفظي إلى بضع كلمات، أو إلى اسم المنتج فقط، كما استعمل تيسا بفعالية تناقضات غير ملحوظة كالأشكال المصنوعة من مواد اصطناعية بوصفها وسيلة لإدخال عناصر غير متوقعة إلى التصميم الغرافيكي (الشكل 7.45).



الفصل الثامن

التصميم في مرحلة ما بعد الحداثة
Postmodern Design

8



ما بعد الحداثة

بحلول السبعينات، اعتقد الكثيرون أن الحقبة الحديثة تشارف على الانتهاء في الفنون والتصميم والسياسة والأدب. وتم التدقيق في العادات الثقافية للمجتمع الغربي والشك بسلطة المؤسسات التقليدية.

ونشأت التعددية في الفترة التي بدأ فيها الناس مناقشة العقائد الأساسية للمذهب الحديث، كما أسهم السعي المستمر للنساء والأقليات نحو المساواة في نشوء مناخ متنامي للتنوع الثقافي، كما فعلت الهجرة والتجوال الدولي والاتصالات العالمية، وأدى الوعي الاجتماعي والاقتصادي والبيئي في تلك الفترة لاعتقاد العديد من الناس أن الفنون الحديثة لم تعد ذات صلة بالمجتمع ما بعد الصناعي الصاعد، واعتنق الكثيرون في العديد من المجالات مصطلح ما بعد الحداثة للتعبير عن مناخ للتغير الثقافي، ومن بينهم كان المعماريون والاقتصاديون والمنادون بالمساواة بين الجنسين.

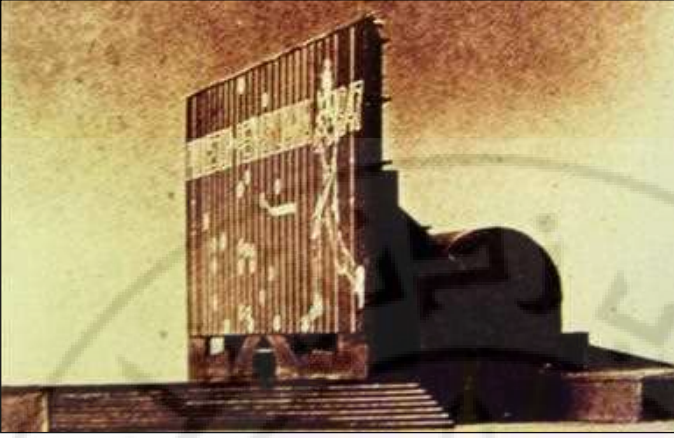
ونظراً لأنها مبهمة بشكل جنوني ومنهكة أصبحت ما بعد الحداثة موضع سخرية في الربع الأخير من القرن العشرين.

في التصميم حددت ما بعد الحداثة على نحو سائد أعمال المعماريين والمصممين الذين كانوا يخرجون عن الأسلوب العالمي منذ عهد الباو هوس، وأرسلت موجات اهتزاز من خلال مؤسسة التصميم عندما تحدت ترتيب ووضوح التصميم الحديث خصوصاً تصميم الشركات. بعض المراقبين يرفضون مصطلح ما بعد الحداثة ويقولون إنه مجرد استمرار لحركة الحداثة، وتم تقديم الحداثة الجديدة المتأخرة والفن الأسلوبي كمصطلحات بديلة للتصميم في أواخر القرن العشرين. إن لصيغ ومصطلحات التصميم معانٍ سياسية واجتماعية تعبّر عن اتجاهات وقيم عصرها، فقد اكتسبت ما بعد الحداثة قاعدة قوية ضمن جيل المصممين الذين ظهروا في السبعينات، وربما تم صقل الأسلوب العالمي واكتشافه وقبوله كلياً، إذ أصبحت ردة الفعل أمراً واقعاً، كما ازدرى الفنانون الحديثون المراجع التاريخية والديكور وفن العمارة العادي في الوقت الذي اعتمد فيه المصممون في مذهب ما بعد الحداثة على هذه المصادر لتوسيع نطاق احتمالات التصميم.

حين فتح مذهب الفعالية الاجتماعي في أواخر الستينات الطريق لمزيد من التدخل الشخصي الذاتي خلال السبعينات، تحدت المثقفون الإعلاميون عن

(جيل الأنا) للتعبير عن روح ذلك العقد، وتعكس السمات الحدسية والهزلية للتصميم في مذهب ما بعد الحداثة التدخل الشخصي، ويضع مصممو ما بعد الحداثة شكلاً في فضاء التصميم لأن ذلك يبدو صحيحاً بدلاً من أن يلبي حاجة تواصلية، وإن تصميم الشركات المعتبرة مختلف جذرياً، كما يمكن أن يكون الحال في الملصقات الإعلانية السيكيديليكية وكتيب الهوية البصرية، إذ أنها ترتبط بمجموعة من الأشخاص الذين تجمعهم أهداف مشتركة. من جهة أخرى فإن التصميم- في فترة ما بعد الحداثة- غالباً شخصي ولا مركزي أيضاً، ويصبح المصمم فناناً يقوم بأعماله أمام جمهور باتقان كونه عازفاً متجولاً، والجمهور إما أن يستجيب له أو يمشي في طريقه.

إن مصطلح ما بعد الحداثة العام لا يروي القصة الكاملة لأنه في الوقت الذي يمكن أن يتناسب فن العمارة بعناية مع الفنون التاريخية (الفن الفيكتوري والفن الحديث (الطبيعي) وما بعد الحديث) فإن التصميم الجرافيكي متعدد ومتنوع إلى حد أكبر من أن يلائم مثل هذه الأنظمة البسيطة، وهناك ثلاثة أمثلة فقط من تعبيرات التصميم الجرافيكي ليس لها مثيل في فن العمارة وهي الملصقات الإعلانية في الحرب العالمية الأولى وأعمال مجموعة البوش بن Push Pin والملصقات السيكيديليكية، ولم يتحكم الأسلوب العالمي بالتصميم الجرافيكي المتغير بسرعة العابر كما في فن العمارة، ويمكن تصنيف التصميم الجرافيكي ما بعد الحديث على نحو غير محكم بأنه يتحرك في عدة اتجاهات رئيسية: الامتدادات المبكرة لأسلوب فن الطباعة العالمي من قبل المصممين السويسريين الذين انشقوا عن آراء الحركة والحركة الجديدة في فن الطباعة التي بدأت في بيسل في سويسرا من خلال تعاليم وأبحاث Wolfgang Weingart ولفغانغ وينغارت والفن الأسلوبى الوافر في أوائل الثمانينات والإسهامات المهمة لمجموعة الميمفيس في ميلانو في إيطاليا ومن قبل مصممي سان فرانسيسكو، وهي الإحياء الانتقائية وإعادة الإبداع اللامركزية للنماذج الأولية وخصوصاً التصميم الأوروبي العامي، والتصميم الحديث في عقود ما بين الحربين والثورة الالكترونية التي أنتجتها شركة مكنوتش للكمبيوترات في أواخر الثمانينات التي اقتبست من جميع الحركات السابقة.



الشكل 8.1 - 1967 ماكيت لمركز رياضي تصميم Robert Venturi

بؤادر المبشرين بالتصميم ما بعد الحديث Precursors to postmodern design

كان مصطلح الفن الأسلوبى الفائق، والتصميمات الغرافيكية الفائقة كلمات مبتكرة لوصف الانشقاق عن التصميم الحديث، كما كانت سابقاً العديد من الألقاب في تاريخ الفن.

استُخدم مصطلح الفن الأسلوبى الفائق لأول مرة بوصفه مصطلحاً استخفاً، واستخدم مصطلح الفن الأسلوبى لأول مرة بوصفه لقباً للفن الأسلوبى في الخمسينات الذي انفصل عن الجمال الطبيعي والمتناسق للنهضة الفنية. وخرج الفن الأسلوبى عن العادات من خلال حرّيته في التعامل مع المفردات الكلاسيكية للشكل، أما مصطلح الفن الأسلوبى الفائق فلقد استخدمه مناصرو الحركة الحديثة الأصيلة للمرة الأولى للتعبير عن الأعمال التي قام بها المعماريون الشباب الذين تضمّن مجالهم الشكلي الموسّع مفهوم فن البوب في المقاييس والسياقات المتغيرة، وتم إضافة أقطار متعرجة للتراكيب الأفقية والعمودية في فن العمارة الحديث، وحل فن العمارة التضميني محل الفن الآلي والصيغ الهندسية البسيطة للأسلوب العالمي.

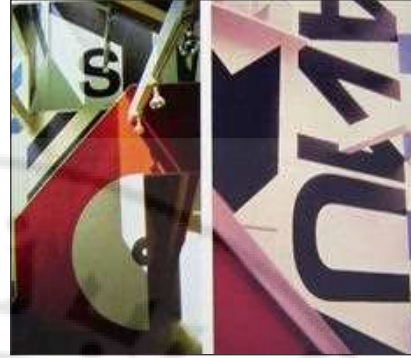
في أواخر الستينات توسّع تطبيق التصميم الغرافيكى على فن العمارة في التصاميم البيئية واسعة النطاق للمفاهيم الشكلية لفن الكونكريت، Concret، وللفن المادي الحسى والأسلوب العالمي لفن الطباعة، وأصبح التصميم



الشكل 8.4 - 1968 إعلان
لشركة الاتحادية للمصمم
Siegfried Odermatt



الشكل 8.3 - 1964 إعلان
للمصممة Rosmarie Tissi



الشكل 8.2 - 1966 تطبيقات لحرف Sans-Serif
على العمارة تصميم Barbara Solomon

الغرافيكي الفائق الاسم الشائع للأشكال الهندسية الجريئة ذات الألوان الزاهية، وصيغ أحرف هائلة بخط الهيلفيتيكا Helvetica، وكتابات بالصور تغلف الجدران وزوايا منحنية، والارتفاع من الأرضية إلى الجدار وعبر السقف، وفراغ يمتد وينكمش مع تغيرات في المقياس تتصل بفن العمارة، وتمت معالجة القيم النفسية إضافة إلى القيم التزيينية فيما قام المصممون بتكوين أشكال لإحياء فن العمارة المؤسساتي الكثيب، كما قاموا بتقصير منظور القاعات اللامتناهي، وأضافوا حيوية ولونا إلى البيئة التي يقومون بإنشائها.

الأمريكي روبرت فينتوري Robert Venturi المولود في فيلادلفيا (1925) هو المعماري الأكثر إثارة للجدل وإبداعاً الذي صُنِفَ بلقب الفنانين الأسلوبيين الفائقين (الشكل 8.1). عندما نظر فينتوري إلى المناظر الطبيعية المدنية المبتذلة والمزرية في اللوحات الإعلانية والإشارات الكهربائية والمباني العادية رأى حيوية وهدفاً وظيفياً، وشجع المصممين على التعلم من التائق المفرط لأماكن مثل لاس فيغاس، ولم يرَ المبنى على أنه شكل منحوت فقط بل جزء من النظام البيئي المدني الداخلي والخارجي الأوسع بحركة المرور والاتصالات، كما أضاف تلقائياً إلى مفرداته المعمارية الاستخدام غير المؤلف، وتراصف المواد والعناصر الغرافيكية المأخوذة من الأسلاك التجارية على الطريق، واللوحات الإعلانية والكتابة بمقاييس بيئية، ويرى فننتوري الوسائل الغرافيكية والتقنية الجديدة أدوات مهمة لفن العمارة، وإن

مشروعه لقاعة الشهرة لكرة القدم أبرزت لافتة مضيئة عملاقة التي يمكن رؤيتها من على بعد أميال من الطريق السريع بين الولايات. كما قام المعماري تشارلز و. مور Charles W. Moor مواليد 1923 الذي يتبع الفن الأسلوبى الفائق بتصميم مشروع لشقة خاصة كبيرة في كاليفورنيا في منتصف الستينات. ودعا المصممة الغرافيكية (Barbara Stauff-Facher Solomon باربارة ستوفاشير سولومون) كي تصنع الجدران والأسقف المتعلقة بالمشروع المعماري الضخم من خلال تطبيق اللون والشكل (الشكل 8.2). أما سولومون Solomon وهي رسامة من مدينة سان فرانسيسكو درست التصميم الغرافيكي في سويسرا، وعملت في أمريكا إذ استخدمت في تصاميمها أواخر الخمسينات مجموعة ألوان تجريدية وأشكال أولية في تركيبات غيرت الوحدة الكاملة للفضاء المعماري، وفي عام 1970 قدّم المعهد الأميركي للمصممين المعماريين ميداليته لسولومون عن التصميمات الجريئة والجديدة والمثيرة التي تصور بوضوح أهمية التصميم الغرافيكية العقلانية والقوية في إدخال الترتيب إلى المشاهد المدنية. وقد استحوذ مصطلح التصميم الغرافيكية الفائقة والفكرة بحد ذاتها على ذوق الناس، وبحلول عام 1970 تم استخدام التصميم الغرافيكي الفائق في أنظمة هوية الشركات، وفي التصميم الداخلي للمتاجر والمحلات، ومن أجل إضاءة بيئة المدارس والمصانع، مما أدى إلى إدخال المزيد من التصميمات الغرافيكية إلى التصميم البيئي.

التصميم السويسري في مرحلة ما بعد الحداثة Early Swiss postmodern design

نشأت النزعات الأولى نحو التصميم الغرافيكي ما بعد الحديث من الأفراد الذين يعملون في ظل أفكار أسلوب الطباعة العالمي، وكان الاتجاه الرئيس لهذه الحركة نحو فن طباعة محايد وموضوعي، وقلما سمح للعبثية ولغير المتوقع وغير المنظّم لأن يخرق وضوحها الممتاز وموضوعيتها العلمية، وكانت إحدى الدلائل الأولى بأن جيلاً جديداً من المصممين الغرافيكين بدأ بتوسيع مدى احتمالاته في الستينات بالإعلان التجاري عام 1964 لشركة (E. Lutz -إي. لوتز) للطباعة من قبل روزماري تيسي Rosmarie Tissi. وتم إظهار أنواع مختلفة من النماذج المطبوعة من قبل الزبائن كالعناوين الرئيسية



الشكل 8.6 - إعلان لشركة AG
تصميم Rosmarie Tissi



الشكل 8.5 - مغلف Folder تصميم Rosmarie Tissi



الشكل 8.9 - ملصق
لمعرض poster
للمصمم Bruno Monguzzi



الشكل 8.8 - غلاف دليل
brochure cover
تصميم Steff Geissbuhler



الشكل 8.7 - ملصق poster
للمصمم Steff Geissbuhler

والنصوص والألوان النصفية والمجسمات برموز أولية (الشكل 8.3)، ويبدو أن الأشكال الخمسة الأولى قد تم وضعها على نحو حدسي وعشوائي بدلاً من ترتيبها في جداول مرتبة في شبكات، وإن الحروف المسطرة التي تشكل حواف المربعات التي تتوضع عليها هذه الأشكال لها حواف متداخلة، لتشغل الناظر إليها والذي يجب عليه أن يملأ الحروف المفقودة.

في عام 1966 صمم سيغفريد أودرمات Siegfried Odermatt علامة تجارية وإعلان لشركة السلامة الاتحادية (الشكل 8.4) وهي نقيض التصميم السويسري لأن أشكال الحروف في كلمة اتحاد مكّدة فوق بعضها البعض لتشكل وحدة مضغوطة توحى بالقوة الثابتة للمنتج، وتُضحي بسهولة قراءة الكلمة، فقد استخدم أودرمات وتيسي دائماً تأثيراً جرافيكياً قوياً، إحساس هزلي بالشكل وتحكم غير متوقع بالفراغ بحثاً عن حلول منطقية وفعالة لمشاكل التصميم (الشكل 8.5-8.6)، وعندما تحول أودرمات وتيسي إلى تصميم الحروف قدما تصاميم مبتكرة وغير متوقعة في أشكال الحروف كما نرى في إعلان تيسي لشركة (انغلرستاز إي تجي) الذي يبرز أنواع الخطوط التي استخدمتها، كما حققت واجهة العرض التي صممتها تيسي لمؤسسة أنتون سكوب للطباعة حيوية طباعية من خلال تداخل وجمع أشكال الحروف، إذ كان وضع النصوص المطبوعة داخل الأشكال الهندسية التي شكّل صورتها طول خط النص تقنية استخدمها أودمات وتيسي كثيراً خلال الثمانينات.

المصمم Steff Geissbuhler ستيف غيزبولر (1942) سويسري آخر مهتم جداً بتعقيد الأشكال الذي انضم إلى شركة غيجي Geigy للصناعات الدوائية في منتصف الستينات، ففي دليل عن الكفاءات في قسم الدعاية أصبحت أشكاله الطباعية الملفتة أنفاقاً دائرية تتحرك إلى الوراء في فضاء التصميم، انتقل إلى فيلادلفيا وأسس تطبيقاً مستقلاً للتصميم قبل أن يصبح شريكاً في شركة (Chermayeff & Geismar) كيرماييف وغيسمار، ولم يستخدم تعقيد الأشكال أبداً كغاية بحد ذاته، فحيوية المكونات المتعددة التي تشكل مجموعة ذات تأثير بصري تنشأ من المكون الرئيسي لمشكلة التصميم، (الشكل 8.7-8.8).

واهتم مصممون سويسريون آخرون باستخدام الطباعة بوصفها وسيلة لتوجيه تقاليد المذهب الحديث نحو التجربة والتعبير عن آرائهم للتواصل مع المشاهد. برونو مونغوزي Bruno Monguzzi مصمم وخطاط ومعلم متميز

(1941)، بعد دراسته في جنيف ولندن بدأ مهنته في أستوديو Boggeri بوغيري في ميلانو عام 1961، الذي تُعَبِّر حلوله الطباعية عن الموضوع من خلال ارتباط إبداعي بين الشكل والوظيفة، ففي ملصقه الإعلاني لمعرض (الحضور من خلال الغياب): كانت الصور في فن القرن العشرين فكرته لتمثيل عملية الضوء من خلال التحسيس المباشر للطبقة الحساسة في ورق الصور الفوتوغرافية، من أجل ذلك شكل صورة ليد تحمل شكلاً دائرياً كاملاً على مستطيل دائري الزوايا، يكشف خلفية من الشبكات، وكانت النتيجة قوية بصرياً ومفهوماً، وتحوي أفكار السريالية والبنائية Constructivism حينما تقوم بدمج الحرف مع الشكل لتشكيل ملصق إعلاني مبتكر (الشكل 8.9).

التصميم الغرافيكي البريطاني ما بعد الحديث Postmodern British graphic design

تنسجم لندن غالباً بأنها مؤقتة ومبهما مع وجود سوق المستهلك المتغيرة باستمرار وشعب متعدد الثقافات ودائم التوسع. وهنا تمتد ثقافة بصرية مقترنة بوسائل الإعلان الجديدة وتطور تقنية الكمبيوتر مع العديد من أستوديوهات التصميم الصاعدة التي قدّمت طرقاً مختلفة لحل المشاكل البصرية. وتتضمن العديد من أستوديوهات التصميم الغرافيكي في لندن فناً جميلاً معاصرة انتقائية ومرتبطة بثقافة البوب العابرة. ويستقي العديد إلهامهم من التصميم الغرافيكي التقليدية.

تعاون المصمم الغرافيكي الشاب فوغان أوليفر Vaughan Oliver المولع بموسيقى الروك المستقلة مع ايفو واتز رسل Ivo Watts-Russell، وهو مؤسس شركة 4AD لإعلانات الأسطوانات. وبعد توظيفه في شركة ايفو في جنوب لندن شكّل أوليفر سلسلة بارزة من أغلفة الأسطوانات وطبعات ترويجية للفرق الموسيقية الشهيرة مثل فرقة كوكتو توينز وذس مورتال كويل والبيكسيز وبوش ولاش. وفي شركة 4AD للإعلانات منح أوليفر استقلالية مبدعة وسلسلة من مهام التصميم لموسيقى الروك المستقلة. وألزم أوليفر نفسه بمعايير عالية، واكتشافات جريئة، والاستخدام البارع للأشكال المبتكرة مدفوعاً بعلاقته الوثيقة بالموسيقى (الشكل 8.10-8.11). وكان يعمل غالباً مع المصور الضوئي Nigel Grierson نيل غريرسون في تصميم الأغلفة،



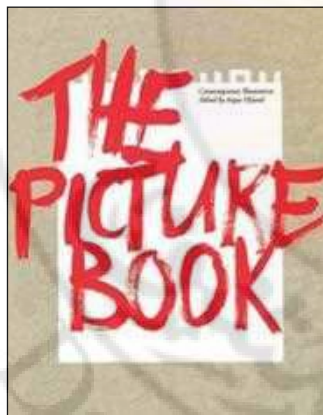
الشكل 8.12 - 2004 بطاقة دعوة
invitation fashion
Vaughan Oliver تصميم



الشكل 8.11 - 1990 مطبوعات لشركة
الإسطوانات 4AD
vaughan oliver تصميم



الشكل 8.10 - 1990 ملصق
لشركة 4AD
vaughan oliver تصميم



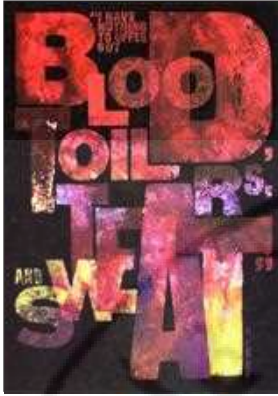
الشكل 8.15 - 1999 غلاف كتاب
Book Jacket
Angus Hyland تصميم



الشكل 8.14 - 1998 غلاف كتاب
Book cover
Why not شركة تصميم



الشكل 8.13 - 1996 poster
Michael Johnson تصميم



الشكل 8.18 - 2004
مطبوعة لمعرض
تصميم Alan Kitching



الشكل 8.17 - 2001 ملصق لمسرحية
هاملت Hamlet
تصميم Alan Kitching



الشكل 8.16 - 1990
غلاف مجلة Zembla
للمصمم Vince Frost

وأخيراً تعاون مع كريس بيغ، منتجاً تصاميم غرافيكية لزبائن مثل شركة مايكروسوفت وسوني والـ بي بي سي وبنك جي بي مورغان الخاص ومتحف فيكتوريا وألبرت ومجمع هارودز (الشكل 8.12).

المصمم ميشيل جونسون Michael Johnson كانت بدايته في ولف أولينز في الثمانينات، وبعد أن عمل لفترة قصيرة في أستراليا واليابان كونه مخرجاً فنياً عاد إلى لندن وبدأ أستوديو تصميم جرافيك خاص به. إن أعماله بارعة وذكية، إذ يستخدم التلاعب بالكلمات والتمويه البصري القوي في إستراتيجية الاتصال (الشكل 8.13).

تأسست شركة Why not (لم لا) على يد Andrew Altmann أندرو أولتمان وهاورد غرينهال عام 1987، إذ عملت الشركة المشهورة بالتجريبية وبالتصميم متعدد التخصصات والقائمة في لندن على مشاريع متنوعة بما في ذلك الأختام البريدية وهويات الشركات وتصميم المعارض وعناوين التلفاز والتصاميم الغرافيكية بأسلوب التحريك. وكان من بين الزبائن مجلة الطباعة U & IC والكلية الملكية للفنون ومتحف كوب للأزياء في اليابان وأرماني ونايك وساب وفيرست دايركت (الشكل 8.14).

واستمرت فلسفة تطبيق التصميم المشترك بين حقول المعرفة المختلفة، والتبادل الحدسي بين الشركاء في مكتب لندن للتصميم الذي يستضيف نشاطات عامة كالمحاضرات والمعارض في معرضه الواقع في نوتينغ هيل. وتنوعت الخبرات مع إضافة الفنان المعماري لورينزو أبيسولا ومصمم الكتب آنغوس هايلاند Angus Hyland (الشكل 8.15) ومدير مجلة كولورز المبدع فيرناندو غوتيريز. ومن بين أعضاء مكتب لندن البارزين مصمم الجريدة اليومية الفرنسية (صباح باريس Le Matin de Paris - لو ماتان دو باريس) جون ماكونيل John McConnel الذي كان من بين زبائنه السابقين البوتيك الرائد في الستينات Biba، ومصمم المنتجات والطرود البارز جون رشورث، والمصمم الصناعي للمركبات دانييل ويل الذي يمكن أن نجد أعماله ضمن مجموعة متحف فيكتوريا، وألبرت للفنون، ومتحف الفنون الحديثة (MoMA) في نيويورك.

عمل المصمم فينس فروست Vince Frost على حل مشاكل التصميم الجرافيكي من خلال تعاون وثيق مع المصورين الفوتوغرافيين والرسامين والكتّاب، وتمثل هذا الاتحاد في تصميم المجلة الأدبية Zembla، وتحدي دمج الكتابة والتصوير الفوتوغرافي والرسم الإيضاحي والطباعة التعبيرية جميع الصيغ السابقة مما جعل مجلة زيمبلا تمثل حقبة جديدة متميزة في تصميم المجلات (الشكل 8.16).

أما ألان كيتشينغ Alan Kitching المتخصص البارز، ومدرس تصميم الطباعة والتنضيد الطباعي، والمعروف عالمياً لاستخدامه المبدع لأشكال الحروف الخشبية والمعدنية، فقد حوّل وبمهارة أشكال الحرف الطباعي السابقة إلى وسيلة تواصل حديثة في التركيبات الطباعية والكتب والأغلفة والطباعة الأحادية (الشكل 8.17-8.18)، كما أسس الورشة الطباعية في كليركنويل في لندن عام 1989 عندما بدأ العمل متدرباً على التنضيد في عمر الرابعة عشرة لكل من الطلبة والمتخصصين. وفي عام 1999 أقام شراكة مع المصمم والمدرس سيليا ستوتارد، ونقل ورشة الطباعة والمكابس إلى لامبث في جنوب لندن. وفي عام 1992 بدأ كيتشينغ ورشات لتنضيد الطباعة، وعمل مدرساً للطباعة في الكلية الملكية للفنون، ومدرساً زائراً في جامعة الفنون في لندن.

الموجة الجديدة في التايپوغرافيا New-Wave typography

قام جان تشيشولد Jan Tschichold وآخرون بتوظيف مدخل جديد في التصميم الطباعي في العشرينات مثلما فعل Herbert Bayer هيربرت باير، وبعد حوالي أربعين عاماً نشأت معارضة للمذهب الشكلي في التقليد الحديث لأول مرة في سويسرا، ثم انتشرت حول العالم. في عام 1964 وصل Wolfgang Weingart ولفغانغ وينغارت، الذي أكمل لتوه ثلاث سنوات في التدريب على فن الطباعة ودراسة الفن، إلى بيسل في ألمانيا الشرقية للدراسة مع إميل رودر، ثم انضم إلى أرمين هوفمان في كلية جامعة بيسل عام 1968، وعمل متأثراً برودر وهوفمان أثناء دراسته، مع ذلك عندما بدأ التدريس قام بتدريس الحرف بطريقة مختلفة عن طريقة معلميه، بدأ بالشك بفن الطباعة المرتب والنظيف كلياً، وتساءل فيما إذا أصبح الأسلوب العالمي محسناً وسائداً جداً في العالم، حيث وصل إلى فترة الضعف، وبرفضه فكرة أن الزاوية الصحيحة هي المنظم الوحيد للمنشأ، حقق وينغارت تصميماً ممتعاً وحسبياً غنياً بالمؤثرات البصرية، وانهارت المذاهب والقواعد في وجه طاقته غير المحدودة، وأظهرت كثافة المعلومات داخل الصفحة أسلوباً من المعرفة التقنية الواسعة واستعداداً لسبر أغوار المجهول (الشكل 8.19).

عمل وينغارت Weingart من 1968 إلى 1974 في الطباعة بالرصاص، وأنظمة تنضيد الحروف وسعى في تعاليمه ومشاريعه الشخصية لبث روح جديدة في فن الطباعة المنظم والدقيق، وذلك بالتشكيك بالفرضيات والقواعد والمظاهر الخارجية التي كانت تقف في وجه الإبداع السويسري للتقدم نحو أسلوب أكاديمي. وأعيد التفكير بالتقاليد الأصيلة للطباعة وأنظمة اللغة البصرية. وكان وينغارت غالباً ما يجعل الكلمة المهمة التي يريد تأكيدها في العنوان بيضاء على مستطيل أسود مليء بالقطع. كما تم اكتشاف الفراغات الواسعة بين الأحرف مستبعداً بذلك التركيز على الطباعة الدقيقة في ثورة التحول من الطباعة المعدنية إلى الطباعة التصويرية في الستينات (الشكل 8.20). وقام وينغارت بتصنيف أنواع الحروف الطباعية التي صممها بعد أن طُلب منه تحديدها: (حرف ضوء الشمس، وحرف الأرنب، وحرف النملة، وحرف الخمس دقائق، وحرف الآلة الكاتبة، وحرف الناس). كما أن الفكاهة والاستعارات التعبيرية التي استخدمها



الشكل 8.21 - 1979 ملصق
تصميم Wolfgang Weingart



الشكل 8.20 - 1974 ملصق للمصمم
Wolfgang Weingart



الشكل 8.19 - 1978 ملصق
تصميم Wolfgang Weingart

لتعريف أعماله كانت تشبه إبداعاته الطباعية. ولكن بحلول منتصف السبعينات انطلق في اتجاه جديد عندما حوّل اهتمامه إلى طباعة الأوفست، وأنظمة الأفلام (الشكل 8.21). واستخدم الكاميرا في الطباعة كي يعدل الأشكال، واكتشف الخواص الفريدة لصناعة الأفلام. وبدأ بالابتعاد عن التصميم الطباعي الصرف، واعتنق الفن التصويري كأداة للتواصل البصري. ومكّنته تقنية جديدة، وهي حصر وتصنيف الأشكال والحروف التي تم تصويرها كالأفلام المطبوعة، من تركيب معلومات بصرية معقدة، وصفّ النص إلى جانب الشكل، وتوحيد الطباعة مع الأشكال المصورة بطريقة لم يسبق لها مثيل، وكان يستمتع بالتنوعيات الغرافيكية ذات النقاط المكبرة والملونة بلون نصفي، والنقوش المتموجة التي تنشأ من تداخل نقوش هذه النقاط، ثم تحريكها عكس بعضها البعض، وتضمنت عملية التصميم عنده العديد من الأفلام المطبوعة، وأقنعة مكدسة ومرتبعة، بعد ذلك يتم عرضها بعناية لتنتج نيجاتيف واحد ثم تذهب للطباعة. وفي الأعمال الملونة كالمصق الإعلاني لمعرض **Kunstcredit** كنستكريدت نجد أن العملية توسعت لتسمح بتفاعل لونين بزيادة الطباعة لتشكيل طبقات ذات أبعاد لأشكال خيالية (الشكل 8.22-8.23). ويناصر وينغارت مدخل غوتنبرغ للتواصل الغرافيكي إذ كان على المصممين كأمثال مختصي الطباعة أن يناضلوا للبقاء منخرطين في جميع مراحل العملية



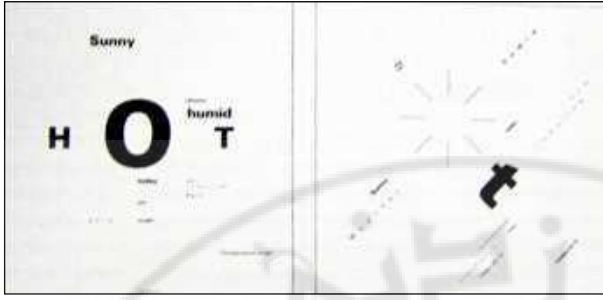
الشكل 8.23 - ملصق Kunstkredit 1982 -
تصميم Wolfgang Weingart



الشكل 8.22 - ملصق Kunstkredit 1977 -
تصميم Wolfgang Weingart

الطباعية بما في ذلك تشكيل الفكرة، وتنضيد الحروف وإنتاج الطباعة، لضمان تحقيق تصوراتهم. وفي الوقت الذي دخلت فيه التصورات الإبداعية المتجانسة لـ وينغارت إلى الاتجاه السائد للتصميم الجرافيكي انتقل إلى اكتشافات تصميمية جديدة (الشكل 8.24).

رفض وينغارت وآخرون ممن مهّدوا الطريق للموجة الجديدة في الطباعة بشدة مبدأ الأسلوب، ورأوا أعمالهم كونها محاولة لتوسيع أفق التواصل الطباعي. مع ذلك تمت محاكاة أعمالهم على نطاق واسع خصوصاً في ثقافة التصميم التي أدت إلى نشوء مدخل سائد في الطباعة أواخر السبعينات والثمانينات، التي تضمنت أفكاراً تصميمية معينة اكتشفها وينغارت وتلاميذه في أواخر الستينات وأوائل السبعينات، وتم تبنيها بعد عقد من الزمن لحروف Sans Serif السانس سيرف، وباستخدام فراغات بين الحروف ودرجات متنوعة من الألوان.



الشكل 8.25 - 1970 نماذج طباعية تصميم Daniel Friedman



الشكل 8.24 - 1982 ملصق لمعرض
Wolfgang Bayer تصميم
Weingart



الشكل 8.27 - 1973 ملصق موسيقي
Daniel Friedman تصميم



الشكل 8.26 - 1971 غلاف مجلة
magazin cover
Daniel Friedman تصميم

درس المصمم الأمريكي Daniel Friedman دانييل فريدمان في معهد أولم للتصميم عام 1967 و1968 (الشكل 8.25-8.26-8.27) وفي جامعة ببيل للتصميم من 1968 إلى 1970، وفي بداية عمله أعاد النظر في طبيعة الأشكال الطباعية، وكيفية توضعها في مساحة التصميم. وسمى غلاف مجلته بروغرافيش Pografische التي حملها بياناً بصرياً لطباعية أكثر شمولاً. وبعد عودته إلى الولايات المتحدة أعطى دروساً في جامعة ببيل وجامعة فيلادلفيا للفنون عام 1970 و1971. وفي الوقت الذي كانت تنهار فيه الطباعة التنضيدية، وتنشأ الطباعة التصويرية، والعمليات التي يقوم بها الحاسوب واجه فريدمان مشكلة تعليم مبادئ الطباعة الجديدة من الناحية التقنية، إذ أجرى سلسلة



الشكل 8.29 - 1979 ملصق Poster تصميم April Greiman



الشكل 8.30 - 1980
إعلان advertisement
تصميم April Greiman



الشكل 8.28 - 1977 تغليف Packaging
للمصمم Daniel Friedman

من عمليات التصميم التي تتراوح بين البسيطة والمعقدة أدت إلى تنويع تأثير الرسالة من خلال تغيير المواقع، والوزن والمقياس، وميلان (روماني أو مائل) الخط والكلمة والفراغ بين الأحرف، والتجميع والإشارات الرمزية، والمقارنة بالصور. والمشكلة الأخرى كانت نشوء سهولة القراءة وإمكانية القراءة، إذ اعتقد فريدمان أن سهولة القراءة (نوعية قراءة فعالة وواضحة وبسيطة) تتنازع دائماً مع إمكانية القراءة (النوعية التي تدعم الاهتمام والمتعة والتحدي في القراءة). وشجّع تلاميذه على جعل أعمالهم واضحة الوظيفة وغير تقليدية من الناحية الجمالية. كما أن اكتشاف الفواصل المسافية بين الأحرف والأسطر أعطت بعض أعمال فريدمان وتلاميذه نوعية تحليلية، وهذا يعني أنه قد تم تمزيق البنية التركيبية، ولكن حتى في الحلول الأكثر عشوائية، فإن البنية الأساسية واضحة،



الشكل 8.32 - 1974 ملصق لورشة
عمل تصميم willi kunz

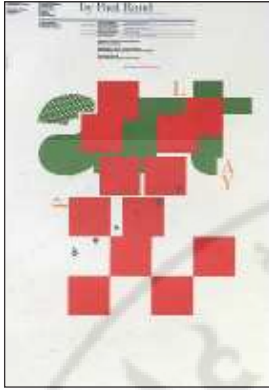


الشكل 8.31 - 1978 لوجو Luxe تصميم April Greiman

وكان لنشر هذه الأفكار عام 1973 في مجلة اللغة المرئية تأثيرٌ واسعٌ على ثقافة الطباعة في الولايات المتحدة ودول أخرى.

وكانت تصاميم فريدمان الغرافيكية ومفروشاتة ومنحوتاته أمثلة على تيارات ما بعد الحداثة الناشئة، وكانت تجاربه الشكلية في أولم وتجاربه الطباعية في بيسل مركبة، إذ جعل البنية الشكلية تتقبل الأشكال العفوية والتعبيرية، وتم اكتشاف البنية والسطح والتصنيف المكاني في أعماله، كما تم مغايرة الأشكال العضوية والهندسية، وأعتقد فريدمان أنه يمكن أن يكون من الممتع والمثير النظر إلى الأشكال، وقام بإدخال هذه الخواص إلى تصاميمه على نحو ملائم. ومع تقدم أعماله رفض مصطلح ما بعد الحداثة، مفضلاً مصطلح المذهب الحديث الثوري الذي عرّفه بأنه إعادة تأكيد لمثالية المذهب الحديث التي تغيرت لتبلي التغيرات الثورية الثقافية والاجتماعية التي حصلت في نهاية القرن العشرين (الشكل 8.28).

أسست أبريل غريمان April Greiman أستوديو في لوس انجلوس بعد أن درست مع وينغارت وهوفمان في بيسل Basel في سويسرا في أوائل السبعينات. ورأي وينغارت: (أخذت أبريل غريمان الأفكار التي تطورت في بيسل في اتجاه جديد خصوصاً استخدامها للون والتصوير، حيث كل شيء ممكن في أميركا!) بينما استقت غريمان من تصميم بيسل مستخدمة أشكالاً مثل قاعدة



الشكل 8.35 - 1979
ملصق لمعرض
Paul Rand تصميم
Kenneth Hiebert



الشكل 8.34 - 1978 ملصق لمعرض
معماري تصميم
willi kunz



الشكل 8.33 - 1975 إخراجات تايبوجرافية
في صفحة دليل تصميم
willi kunz

الدرج في أسفل شعار لوكس التي استوحتها من نموذج لآثار درج في موقع أثري زاره وينغارت خلال رحلاته، وأنشأت موقفاً جديداً تجاه الفراغ. وكان التصميم الجرافيكي عادةً ذا بعدين أكثر من جميع المجالات الأخرى، إلا أن غريمان حققت إحساساً بالعمق في صفحاتها الطباعية (الشكل 8.29-8.30). وكانت الأشكال المتداخلة والخطوط المائلة التي تتضمن مناظير معكوسة، وخطوطاً مؤشرة تتحرك للخلف في الفراغ، حيث تتداخل أو تتحرك خلف عناصر هندسية وأشكال طافية تلقي ظلاً، إذ تستخدمها لصنع أشكال تتحرك إلى الأمام والخلف من على سطح الصفحة المطبوعة. ويعمل فراغ غريمان الطباعي بنفس المبدأ المسيطر الذي عرفه إليستركي في تصاميمه، لكنه لم يطبقه أبداً على الطباعة. وتوجد نوعيات حسية قوية في أعمال غريمان، إذ تتجم تركيبات من شاشات عملية بأربعة ألوان ونماذج متكررة لنقاط، أو خطوط منظمة مقارنة بأشكال مسطحة ملونة. وقد يتحول التفريق الحدسي للعناصر العديدة إلى فوضى إلا أن التنظيم الذي يعتمد على الفكرة مقابل عكسها يحافظ على الترتيب ولفت الانتباه إلى الصفحة من خلال عناصر مسيطرة تؤدي بسرعة إلى عناصر أخرى، بينما ينتقل المشاهد في غنى الصفحات بالأشكال الجرافيكية (الشكل 8.31).

وبالتعاون مع المصور Jayme Odgers جيم أودجرز حولت غريمان التصميم الجرافيكي والصور الإيضاحية التصويرية إلى نطاق جديد في الفضاء

الحيوي، وأصبحت العناصر الغرافيكية جزءاً من الفضاء الحقيقي للصور، ولصور أودغرز زوايا واسعة وعمق كبير لأرضية تحوي أشكالاً تتداخل في فراغ الصورة مع الحواف المحيطة.

أما ويلي كنز Willi Kunz المولود في سويسرا فقد ترك أثراً في إدخال الطباعة الجديدة التي تطورت في بيسل إلى الولايات المتحدة. بعد تدريبه بوصفه منضداً للحروف أتم كنز دراساته العليا في جامعة زيوريخ للفنون والمهن، وانتقل إلى مدينة نيويورك عام 1970، وعمل هناك مصمماً غرافيكياً حتى عام 1973 عندما درّس لسنة واحدة الطباعة في مدرسة بيسل للتصميم كبديل عن وينغارت. وبدأ كنز سلسلة من التفسيرات الطباعية لكتابات الفيلسوف الكندي مارشال ماكلوهان بعد أن ألهمته أبحاث وينغارت وتلاميذه ومختبر الفنون الطباعية الموضوع تحت تصرفه، وطُبعت هذه التفسيرات يدوياً ونشرت باسم 12 تفسيراً طباعياً. وتجسدت أفكار ماكلوهان في التواصل والطباعة، وتركزت من خلال تغييرات قراءة الحرف، أحياناً ضمن الكلمة الواحدة، وأشكال هندسية متدرجة، وفراغات غير اعتيادية بين الأحرف والخطوط والكلمات، وخطوط وأعمدة استُخدمت كعلامة ترقيم بصرية، وعناصر مكانية ومساحات نصية أدخلت إلى تصميم الدلالات المكانية.

وبعد عودة كنز إلى نيويورك وتأسيسه مكتباً للتصميم رحّبت مجلة (Print برينت) بملصقه الإعلان لمعرض المصور فريدريك كانتنور على أنه المثال الجوهري للتصميم في مرحلة ما بعد الحداثة. وبشرت المقاسات المتناقضة للصور والتقدير المتداخل للأحرف المطبوعة والخط المائل للأحرف، والنموذج المتداخل للنقاط التي تغطي جزءاً من الفضاء بقدم تركيب طباعي جديد (الشكل 8.32).

لم يشكل كنز عمله على شبكة محددة مسبقاً بل بدأ الإنشاء البصري، وسمح للبنية والتخطيط بأن ينشأ مع عملية التصميم. ويبني مجموعاته الطباعية مع الاهتمام بالرسالة الرئيسة، إذ يتكشف التركيب منسجماً مع المعلومات التي يقدمها (الشكل 8.33). ويمكن تسميته بالفنان المعماري المعلوماتي الذي يستخدم التدرج والتركيب البصري، ليرتب ويوضح الرسائل كما نرى في إعلانات سلسلة من المحاضرات أو جدولاً لمعرض ما. إن أسلوب كنز في العمل يشبه العملية التي استخدمها بيت زوارت Piet Zwart، إذ يعتقد أن التصميم يجب أن يتم من خلال العمل مع المواد الطباعية الفعلية، وكان عادة لا

يقضي الكثير من الوقت في العمل على المخططات الأولية. بعد تشكيل الأفكار الرئيسية، كان يحضّر مجموعة مواد الطباعة الفعلية، ثم يطور الحل النهائي من خلال وضع احتمالات تصميمية للمشروع (الشكل 8.34).

في الوقت الذي انتشرت فيه الموجة الجديدة للطباعة، بدأ العديد من المصممين الذين يعملون بالأسلوب العالمي للطباعة باختبار حلولهم التصميمية اتجاه مواقف التصميم الاكتشافي الذي نشأ آنذاك. واستخدمت تقانات الدادائية DADA في مونتاج الصور، إذ تم تشكيل شبكات ثم تشويهها، كما استخدمت العناصر الوظيفية للطباعة الجديدة في العشرينات كعناصر تزيينية، وبدأ المصممون تعريف الفضاء الكلي كمجال للتوتر والشدّ كما فعل Zwart قبل نصف قرن، بالإضافة إلى ذلك عاود الحدس واللعب الدخول إلى عملية التصميم.

كان عنوان معرض شيكاغو عام 1977 الذي رعاه Bill Bannell بيل بونيل (الطباعة في فترة ما بعد الحداثة) إذ تتوضح التطورات الأميركية الحديثة في التطبيقات الأولى للمصطلح المعماري ما بعد الحديث. وللصدفة فلقد ضمّ المعرض أعمالاً لمجموعة من المصممين، الذين أتوا إلى أميركا بعد العمل أو الدراسة في سويسرا. ولم يبتعد أودرمات وتيسي وغيزبولر وغيرهم ممن عملوا خلال الستينات على الأسلوب العالمي للطباعة، بل قاموا بتوسيع مؤشراتهم. وفي السبعينات تلا هذا التطور ثورة، إذ سعى الممارسون والمعلمون الذين درسوا أسلوب الطباعة العالمي لتجديد التصميم الطباعي. وسرعان ما تمت عنونة هذه الاتجاهات الجديدة بالموجة الجديدة في الطباعة (الشكل 8.35).

التعبير الطباعية الحديثة

New typographic expression

كان المصممون والفنانون يحررون شكل الحرف الطباعي عن الصفحة، وذلك بتحويله إلى رموز تعبيرية طوال الفترة التي سبقت وصول الكمبيوتر. واستفادوا من إعلان المصمم والفنان المستقبلي فيليبو مارينيتي (كلمات بحرية) في بيانته التقني عن الأدب المستقبلي عام 1912. إذ مكن الكمبيوتر الشخصي المصممين من توسيع حدود الأشكال الطباعية بحرية من أجل تشكيل كلمات أو أحرف غير محدودة على الصفحة، كما استخدمها Shuichi Noghami شويتشي نوغامي مصمم الملصقات معتمداً على أشكال طباعية تعبيرية. ففي



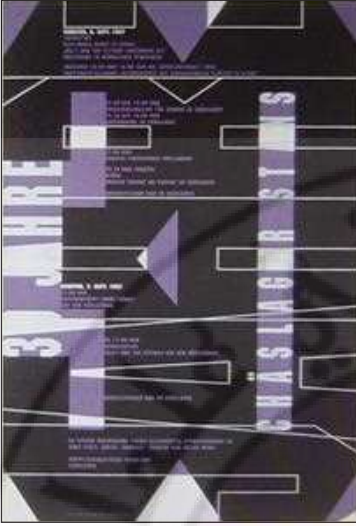
الشكل 8.37 - 2000 ملصق لمعرض
poster by Shinnoske Sugisaki تصميم



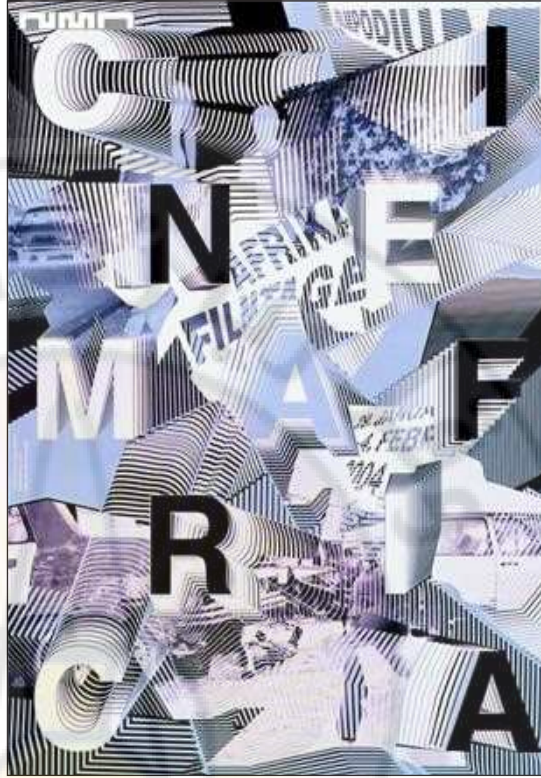
الشكل 8.36 - 2002 ملصق للعمارة تصميم
Shuichi Nogami

التصميم Shiki جمع المصمم أشكال الحروف، ومدّها على صورة منحوتة خشبية تحوم في الفراغ من أجل ملصق إعلاني للترويج لأعمال فنان معماري ياباني، يستخدم الخشب في تصاميمه، إذ يأخذ نوغامي عادة أشكالاً وأحرفاً فوتوغرافية مفاجئة، ويجمعها ويدخلها ببعضها البعض ويدمجها ويطيّلها لتصبح أشكال حروف تجريبية، تطفو مثل أشكال ثلاثية الأبعاد على الصفحة (الشكل 8.36).

أما تصاميم شينوسكي سوغيزاكي Shinnoske Sugisaki الشاعرية فتعرض مزيجاً فريداً بين السمات الغربية واليابانية (الشكل 8.37). وكان من بين الشخصيات الرائدة في التصميم الغرافيكي السويسري المعاصر المصمم رالف شرايفوغل Ralph Schraivogel و Melchior Imboden وملكيور إمبودن. أما شرايفوغل الذي تخرج من جامعة زيوريخ للتصميم فقد أسس أستوديو للتصميم خاصاً به عام 1982، وطور ملصقات إعلانية لمجموعة كبيرة من



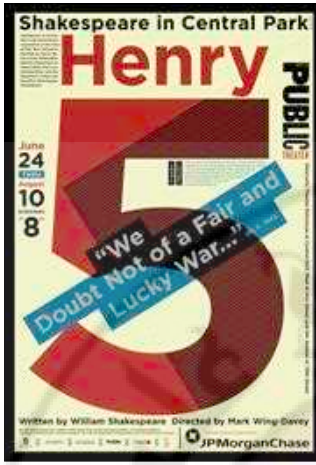
الشكل 8.39 - 1997 ملصق لمعرض
سويسري poster
تصميم Melchior Imboden



الشكل 8.38 - 1993 ملصق عن السينما الأفريقية
poster by Ralph Schraivogel تصميم

المعاهد والأحداث الثقافية بما في ذلك منصّة الأفلام الفنية، ومتحف التصميم في زيورخ، ومهرجان سينمائي للأفلام الإفريقية African Films ومسرح أم نيوماركت (الشكل 8.38). أما إمبودن فيرتب عناصره بتشكيلات هندسية بسيطة من خلال الاستخدام الأدنى والحاسم للون من أجل تصميم أشكال طباعية تجريدية وخداعية وجريئة ومثيرة بصرياً. ويجمع عمله التعبيري الاستخدام الناقب والإيقاعي للفضاء، مع التجريد والتكرار، والمستويات المسطحة والهندسية للون، والطباعة التجريبية. وقد صمم العديد من الملصقات الإعلانية والكتب والكتالوجات للمعاهد الثقافية السويسرية التي حازت على التقدير في العديد من المعارض الدولية (الشكل 8.39-8.40).

أما بولا شير Paula Scher القوة الرئيسية والرائدة في التصميم الغرافيكي التي أعادت تأسيس نفسها بسهولة واضحة، فقد استمرت في الاستقاء من



الشكل 8.42 - 1995 ملصق لمسرحية
لشكسبير تصميم Paula Scher



الشكل 8.41 - 1994 ملصق
للمصممة Paula Scher



الشكل 8.40 - 1999 ملصق
لمعرض poster Kunst
تصميم Melchior Imboden

النماذج التاريخية محولةً إياها إلى أشكال تعبيرية فريدة خاصة بها، وإن ملصقها الإعلاني (ديفا مطرودة) نموذج عن هذه القدرة، ويعكس الملصقات الإعلانية الموسيقية في فترة الستينات (الشكل 8.41). كما يبدو ملصقها الذي صممته من أجل مهرجان نيويورك لإنتاج أعمال شكسبير (الشكل 8.42) (العاصفة) و(ترويلس وكريسيدا) وكأنه نسخة محسنة للملصقات الإعلانية الطباعة في القرن التاسع عشر.

تخرج المصمم Hans D. Reichert هانز ديتر ريشيرت من جامعة لندن للفنون بعد فترة قصيرة من دراسته للتصميم في سويسرا. وعمل في شركة (BRS بريمسيل أند فونك) وفي (Total Design توتال ديزاين)، ثم عاد إلى لندن للعمل في شركة بانك أند مايلز اللندنية للتصميم المحدودة لمدة خمس سنوات. وفي عام 1993 أطلق شركته الخاصة HDr للاتصالات البصرية في مدينة (كنت) في إنكلترا، وفي عام 1995 شارك في تأسيس شركة برادبورن المحدودة. وهناك بدأ بإصدار المجلة الطباعة الفصلية الدولية البارزة (Base-Line الخط الأساسي)، إذ عمل فيها ناشراً ومحرراً ومخرجاً فنياً ومصمماً.

واستخدم النص على شكل رموز أو أشكال بصرية متأثراً بكل من الفنانين التكعيبيين والدادائيين والمستقبليين الذين بحثوا في أشكال الكلمات، وصاغوا النصوص. وإن الأعمال التكعيبية لغيلوم أبولينير Apollinaire الذي شكل



الشكل 8.44 - 1999
ملصق poster تصميم
Skolos and T. Wedell



الشكل 8.43 - 1992 صفحات دليل
للمصم Nancy Skolos and T. Wedell

النص ليصور الأفكار من خلال خط يده، وصفحاته الافتتاحية كانت مصدر إلهام للآخرين الذين يسعون لاستخدام النص من أجل توضيح القصة. إن هذه القطع تتحدى المشاهد لرؤية النص على أنه أشكال صُوريّة (صورة) ناهيك عن كونها كتابة للقراءة (الشكل 8.43-8.44).

المصم ميركو إليك Mirko Ilic من البوسنة والهرسك استخدم الكمبيوتر لتصميم مقاطع مؤلفة من أشكال حرفية في تصميم الكتب، ومقاطع الصفحة المقابلة للصفحة الافتتاحية في صحيفة النيويورك تايمز، إذ كان له دورٌ فعالٌ فيها. وبدأ العمل مصوراً ومصمماً تحريرياً، وعمل مديراً فنياً لمجلة (The Time) التايم ناهيك عن صحيفة النيويورك تايمز، كما أسس شركة للتصميم في مدينة نيويورك. وكان استخدامه للكمبيوتر في كل من التصميم والتصوير لتطوير أسلوب مباشر ومفصل. إذ تميز باستخدامهما كأدوات للتمثيل البصري من أجل إيصال أفكاره بوضوح وسهولة، وفي تصميمه لكتاب إيلفز + مارلين 2X، شكّل صفحات كاملة للنص على هيئة رموز لأشكال فنية (Iconographie- إيكونوغراف)، كما استخدم أيضاً رموز +، 2، و X في العنوان، مستفيداً من تصاميم النصوص في بداية القرن العشرين مثل صفحات أبولينير لمجلة S/C عام 1917، الذي استخدم الفراغ السلبي والنص على نحو جادّ باستخدام نوع الحرف الطباعي المنضّد يدوياً. كما أن تصاميم (إليك) لتشكل النصوص التي تتحدى القارئ، ليرى النص على أنه شكل، وأنه من أجل القراءة أيضاً، كانت



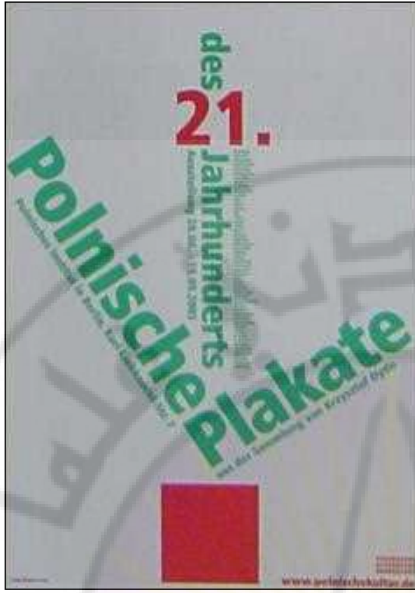
الشكل 8.45 - 1994 صفحات دليل للمصم Mirko ilic

لتكون مستحيلة أو غير عملية لولا وجود الكمبيوتر، وتطبيقات تصميم الصفحات التي توفرت في أواخر القرن العشرين (الشكل 8.45).

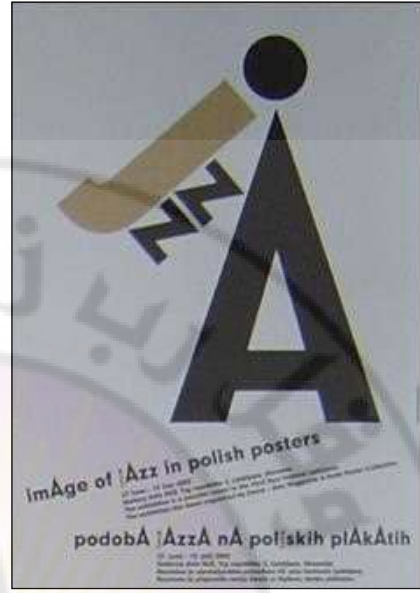
يستخدم المصمم الغرافيكي البولندي لاديسلاف بلوتا Wladyslaw Pluta وببراعة الحرف الطباعي ليعث الحياة في محتوى تصاميمه. وإن الفكاهة واللون التعبيري، والمحاولة للعب (ألعاب ثقافية مع المشاهد) جميعها من سمات أعمال (بلوتا) الذي عمل رئيساً لقسم الاتصال البصري في كلية التصميم الصناعي في أكاديمية الفنون الجميلة في مدينة كراكو بعد أن كرّس حياته من أجل تعليم التصميم الغرافيكي الأكاديمي (الشكل 8.46-8.47).

المصمم الغرافيكي الكوري Ahn Sang Soo أن سانغ سو صمّم في أوائل الثمانينات سلسلة من الأحرف التجريبية التي تعتمد على أنواع الأحرف الطباعية الكورية القديمة، وكانت سلسلته الأولى التي تخرج عن صلاية الفن الطباعي (Hangul)- وهو أبجدية كورية تشكلت في أواسط القرن الخامس عشر- وعن الإطار المربع للكتابة الكورية. وفي تصاميمه للملصقات الإعلانية يدمج Sang soo الحروف وكأنها عناصر حرة يمكن التلاعب بها (الشكل 8.48).

يتّضح من أعمال المصمم Michael Bierut ميشيل بيروت بأن الأسلوب



الشكل 8.47 - 2003 ملصق لمعرض المصقات البولونية تصميم Wladyslaw Pluta



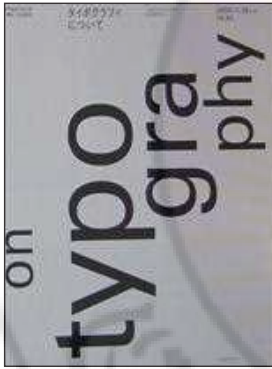
الشكل 8.46 - 2002 ملصق لمعرض صور الجاز البولونية تصميم Wladyslaw Pluta

الطباعي العالمي ليس حياً فقط وإنما مزدهر أيضاً، وقبل أن يصبح شريكاً في مكتب (بينتاغرام Pentagram) في نيويورك عام 1990 عمل بيروت لمدة عشر سنوات في شركة فيغنيللي، وأصبح أخيراً نائب رئيس التصميم الغرافيكي فيها (الشكل 8.49).

المصمم الألماني النمساوي الأصل Helmut Schmid هيلمت شميد، تدرب أولاً كونه منضداً للأحرف الطباعية في ألمانيا، ثم درس على يد إميل رودر وروبرت بوشلر وكورت هوريت في جامعة بيسل للتصميم في سويسرا، وعمل منذ عام 1977 مصمماً جرافيكياً في أوساكا في اليابان، إذ صمم علامات تجارية Trademarks لمنتجات إستهلاكية (الشكل 8.50)، كما كتب مقالات قيّمة عن فن الطباعة لمجلات دولية كونه محترفاً في فن الطباعة، وكان من بين المجلات التي صممها مجلة TM في سويسرا ومجلتي أيديا، والتصميم الغرافيكي في اليابان، ومجلة جرافيكس ريفي في السويد، ومجلة غرافيك ريفو في النمسا، ومجلة الخط الرئيس Base-line في المملكة المتحدة، وكان كتابه المُلهم: (الطريق إلى بيسل) عبارة عن أفكار طباعية بقلم طلاب المعلم، والفنان



الشكل 8.49 - 2002 ملصق
لجامعة أمريكية تصميم Michael Bierut



الشكل 8.50 - 2000 ملصق
لمعرض تايبوغرافيا تصميم
Helmut Schmid



الشكل 8.48 - 2003 ملصق لمعرض شخصي تصميم Ahn Sang-Soo

الطباعي إميل رودر نُشر باللغة الألمانية والانكليزية واليابانية عام 1997، وأعاد طبعته دار روبندو للنشر في طوكيو عام 2004. كما تعكس تصاميم (شميد) تعاليم (رودر) بوضوح، ومع ذلك فقد منحها تعديلات إضافية وكلها من صُنعه.

بقي التصميم الغرافيكي في هولندا في طليعة مجال الهولنديين، وتم اختيار القليل من المصممين الرائدة لتقديمهم في هذا الكتاب، لأن هولندا تمتلك ثقافة طباعية متنوعة لدرجة أنها بحاجة إلى مجلد خاص بها. ولا يزال العديد



الشكل 8.52 - 2001 ملصق لذكرى تولوز لوتريك
Max Kisman للمصمم Toulouse Lautrec

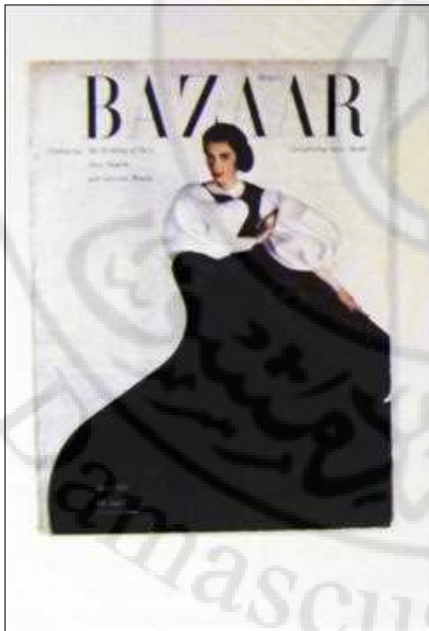


الشكل 8.51 - 2001 ملصق للمصمم Koeweiden-Postma

من المصممين فَعَالِينَ إلى الآن مثلما كانوا فَعَالِينَ في السنوات السابقة. من أبرز الأمثلة أستوديو دمبار Studio Dumber في روتردام، وأستوديو أنطون بيك في أمستردام اللذان بقيتا أعمالهما حيوية ومفاجئة وغنية ثقافياً على نحو متزايد. وبدأ أستوديو جديد وبارز للتصميم اسمه كويدن-بوستما Postma & Koeweiden في أمستردام الذي أداره المصممان جاك كويدن Jacques Koeweiden و Paul Postma بول بوستما (الشكل 8.51). وكان التصميم الغرافيكي لكويدن وبوستما متنوعاً جداً، إذ إن وصف مشروع معين يمكن فقط أن يلمس المجال الواسع لإبداعات الأستوديو شأنه في ذلك شأن نطاق التصميم الغرافيكي الهولندي ككل (الشكل 8.52-8.53). أما المصممان Hans Dieter Reichard and Paul Arnot فقد عملا في تصميم المجالات (الشكل 8.54-8.55).



الشكل 8.54 - 2003 صفحات مجلة تصميم Hans Dieter Reichard and Paul Arnot



الشكل 8.55 - 2002 صفحة في مجلة BAZAAR
H. D. Reichard and Paul Arnot تصميم



الشكل 8.53 - 2004 ملصق لمهرجان موسيقي
Thonik تصميم



الشكل 8.57 - ملصق 2000
تصميم Helmut Brade

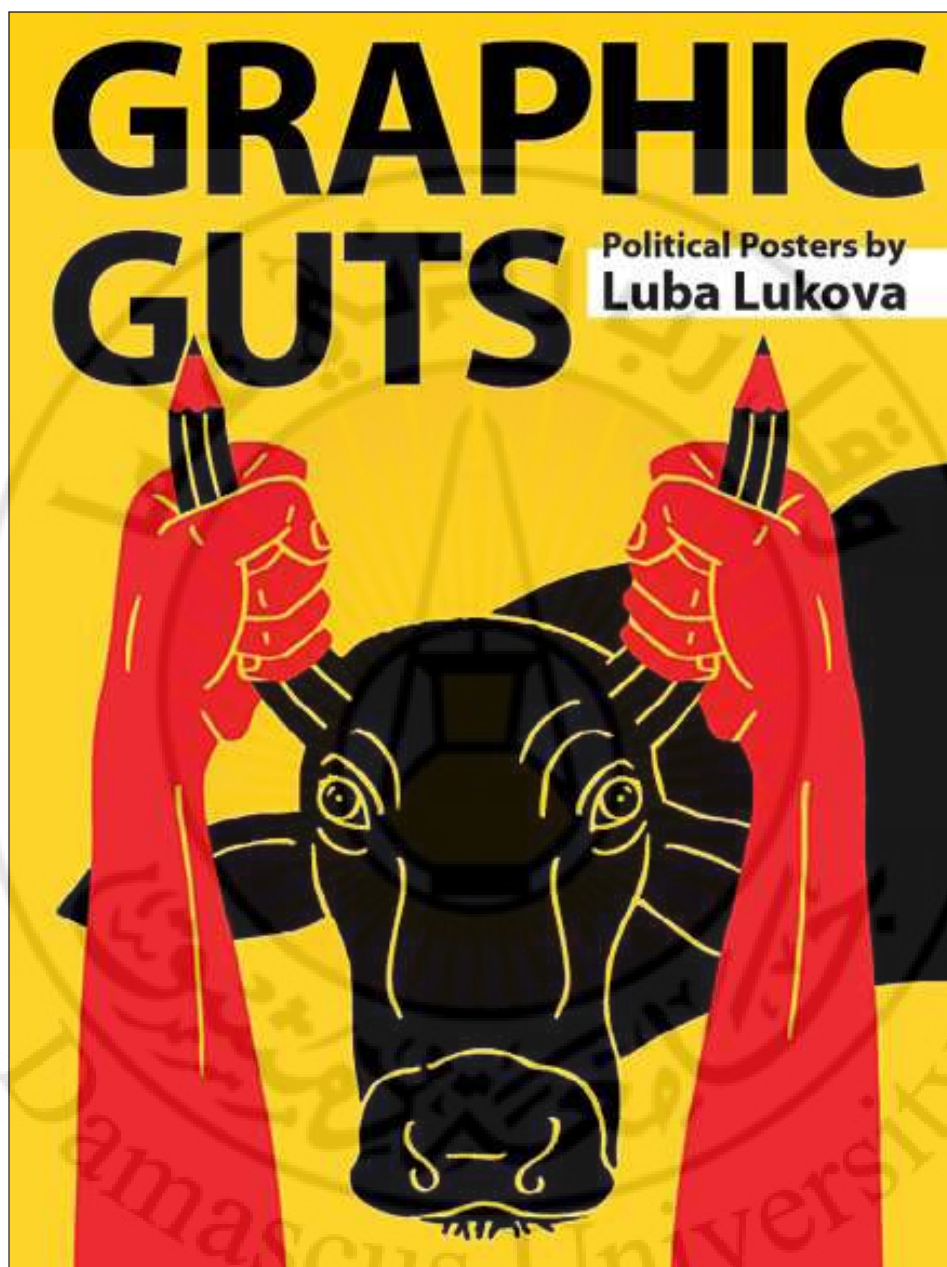


الشكل 8.56 - ملصق 2001
تصميم Helmut Brade

الملصق المفهومي الجديد New Conceptual Poster

على الرغم من التقدم في التكنولوجيا استمر تصميم الطباعة بالازدهار في عصر الإنترنت، وبقي بعض المصممين مثل (Helmut Brade هيلموت بريد) مخلصاً للطرق الأكثر تقليدية أيضاً، وبريد من مدينة هيل في ألمانيا يعمل مصمماً غرافيكياً ومسرحياً، إذ تدخل ملصقاته الملونة الإيضاحية بفعالية في صلب الموضوع الذي يتم تصويره من خلال عرضه للفكاهة الساخرة ناهيك عن مجموعة من الملصقات التي تتميز بالتفكير العقلاني (الشكل 8.56-8.57).

بعد أن تلقت تدريبها الفني في بلغاريا عاشت الفنانة والمصممة Luba Lukova لوبا لوكوفا (1960) في الولايات المتحدة منذ عام 1981 (الشكل 8.58)، وهي الآن تعمل في نيويورك، وفازت بالعديد من الجوائز بما فيها جائزة Savignac سافيناك الكبرى، وهو الملصق الإعلاني الأبرز في الصالون الدولي للملصقات الإعلانية الذي أقيم في باريس عام 2001. وباستخدامها أشكالاً متناقضة



الشكل 8.58 - ملصق 2002 تصميم Luba Lukova



الشكل 8.60 - 2001 ملصق poster
تصميم Luba Lukova



الشكل 8.59 - 2002 ملصق poster تصميم Luba Lukova

جوهرياً فإن تصريحاتها الدقيقة والواضحة غالباً ما تتحدى وبصراحة القضايا الاجتماعية والسياسية كقضايا الحرب وحماية البيئة (الشكل 8.60-8.59).

إن المذهب المفهومي- الذي يُعزى عموماً للتصميم الغرافيكي الياباني- موجود وبشكل مفرط في التصاميم المعقدة للمصمم Hideki Nakajima هايديكي ناكاجيما، الذي تحوي ملصقاته الإعلانية المميزة، التي يكتنفها الغموض، أشكالاً تجريدية - إلى حد كبير- وصريحة بإسقاط اللون والضوء، كما أن استخدامه التصويري والمتناغم للفراغ يتشكل من خلال مزج الأشكال الرقمية والنماذج الخطية الكتابية المتموجة والمستويات الأفقية للون والطباعة العاتمة، ففي الملصق الكبير (أنا أسير) المؤلف من تسعة مقاطع، يوجه ناكاجيما القارئ ببراعة بصرية من خلال قراءته لنص قصيدة غرافيكية (الشكل 8.61).

Makoto SAITO ماکوتو سیتو (1952) يعمل مديراً تصميمياً، ومصمماً معمارياً، ومصمماً غرافيكياً، ينظم محتوياته الرمزية المُلغزة التي لا تتبع أية نماذج سابقة متسلحاً بخياله الخصب، وتلعب عنده موهبة الاكتشاف بالصدفة دوراً بارزاً، إذ يكتشف حلولاً تصميمية خلال العملية الإبداعية، ويحتوي ملصقه الإعلان عام 1988 لشركة ألفا كيوبك المحدودة وجهاً أعيد تشكيله بطريقة معقدة، إذ يثبت أنه محير ومصدر للإثارة للمشاهد بسبب عدم وجود أي نص عدا اسم الشركة (الشكل 8.62)، ومن الخطأ أن نقرأ كثيراً ما بين سطور قطع سیتو



الشكل 8.63 - 1999 ملصق لتكريم الفنان كاميكورا poster
للمصمم Makoto Saito



الشكل 8.61 - 2001 ملصق أنا أسير
للمصمم Hideki Nakajima



الشكل 8.62 - 1988 ملصق poster
للمصمم Makoto Saito

الفنية، إذ ذكر في إحدى المرات: (يمكن لعشرة أشخاص ينظرون إلى إحدى ملصقاتي أن يتخللوا عشرة أشياء مختلفة)، ويرفض سيتو في بعض الأحيان استخدام الكمبيوتر قائلاً: (مهما كانت قدرة الكمبيوتر على العمل بسرعة فإن مخيلتي تبقى أسرع)، وكان ملصقه لعام 1999 (الشروق والغروب) الذي حمل تعابير بصرية مبتكرة، تكريماً رائعاً للفنان الراحل يوساكو كاميكورا (الشكل 8.63).

يعرض Shin Matsunaga شين ماتسوناجا (1940) الأشياء العادية على هيئة أشكال غنية وجديدة وغير متوقعة، فهو يمنح أشكاله ألواناً حيوية،



الشكل 8.65 - ملصق 2004 poster
تصميم Mitsuo Katsui



الشكل 8.64 - ملصق 2003 poster
تصميم Shin Matsunaga

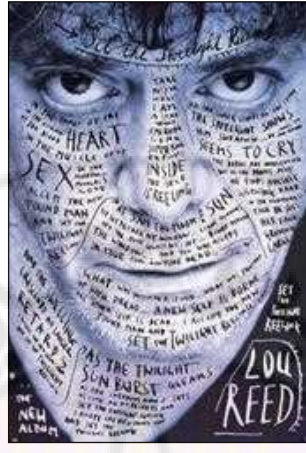
وتوازناً ودفناً ونعومة تبدو غالباً روحية باستخدامه عناصر هندسية بسيطة، كما في ملصقه الإعلانى لعام 2002 لأعضاء معرض JAGDA للملصقات الإعلانى الذى استخدم فيه موضوع الشمس المشرقة المؤلف بوصفه عنصراً رئيساً (الشكل 8.64)، وأعاد وضع طبقات من الضوء السماوي ليصبح وسيلة تصميم في ملامح ملصقه.

واستخدم الياباني Mitsuo Katsui ميتسو كاتسوي، الشكل الدائري المؤلف في ملصقه المميز عام 1998 من أجل معرض، وهو تصميم معبر عن موضوعه بوضوح (الشكل 8.65)، كما كانت الحال مع ماتسوناجا.

درس Jianping He جيانبينغ هي (1973) الفن أولاً في أكاديمية الصين للفنون في هانغزو، وبعد متابعة دراسته في جامعة برلين للفنون بقي في برلين، وأسس استوديو هيساين، وحافظت ملصقاته الإعلانى على مهارة وصفاء رسومات المناظر الطبيعية الصينية التقليدية (الشكل 8.66).



الشكل 8.68 - 2000 ملصق
Werner Jeker تصميم



الشكل 8.67 - 1996 ملصق
Stefan Sagmeister تصميم



الشكل 8.66 - 2004 ملصق
Jianping He تصميم

تلقى Stefan Sagmeister ستيفان ساغميستر المولود في النمسا (1962) شهادته الأولى من جامعة الفنون التطبيقية في فيينا، وحصل على شهادة الماجستير خلال منحة دراسية قدمتها الفولبرايت من معهد برات في نيويورك، وبعد أن عمل أولاً في نيويورك، عمل مديراً مبدعاً في مكتب وكالة ليو برنت للدعاية في هونغ كونغ، ثم عاد إلى نيويورك عام 1993 ليؤسس شركة ساغميستر، وقدم تصاميم غرافيكية ومجموعات للرولينغ ستون وديفيد بايرن ولو ريد وإيروسميث وبات ميتني مع زبائن آخرين. وتتسم تصاميم ساغميستر الغرافيكية على نحو ثابت بصراحة شديدة وقاسية. فقد نفذ كتابة كلمات إحدى أغنيات ريد يدوياً على وجهه بصورة تشبه الكتابة أو الرسم على الحائط في ملصق إعلاني لألبوم لو ريد Lou Reed (الشكل 8.67).

عمل Werner Jeker ورنر جيك (1944) مصمماً غرافيكياً في شاتيلنيه ولوزان في سويسرا وللمؤسسات الثقافية بصورة رئيسة. تميز ملصقه الإعلاني (سيزون saison) الذي يحمل شكلاً واحداً لإعطائه مَعْنَيْنِ من خلال إجراء تعديل بسيط وبمهارة تقنية للمفردات البصرية أو تغيير اللون (الشكل 8.68).

درس Rudi Meyer رودي ماير (1943) وهو من أهالي بيسل مع أرمين هوفمان وإميل رودر في جامعة بيسل للتصميم قبل أن ينتقل إلى فرنسا خلال الستينات، إذ درّس في المدرسة الوطنية العليا لفن الديكور بصفته مصمماً



الشكل 8.72 - 2002 ملصق poster تصميم Rudi Meyer



الشكل 8.71 - 2001 ملصق poster
تصميم Rudi Meyer

غرافيكياً، وقدم برامج الهوية البصرية والملصقات والشعارات والمعارض وفن رسم الخرائط، وقد ألهم جيلاً من المصممين الغرافيكين في مدة عمله مدرّساً من خلال التأكيد على أهمية مبادئ التصميم الأساسية، وأبحاث الطباعة، والتقليد الفرنسي لتصميم الملصقات المبتكرة، وسواء كانت أعمال ماير تعتمد على الحروف الطباعية أم على الأشكال الغرافيكية فإنها تعرض تشكيلات بصرية جميلة ومبتكرة (الشكل 8.71-72).

تعرف السويسري Niklaus Troxler نيكلاوس تروكسلر إلى عالم التصميم الغرافيكى بينما كان يتدرب على الطباعة وتابع ذلك بتلقيه تدريباً رسمياً في جامعة لورنس للفنون منذ عام 1967 وحتى عام 1971، وعمل مديراً فنياً لشركة هولنستين كرييشن في باريس قبل أن يبدأ استوديو تصميم غرافيكى خاص به في ويلييسو في سويسرا، وفي عام 1973 قام بتصميم العديد



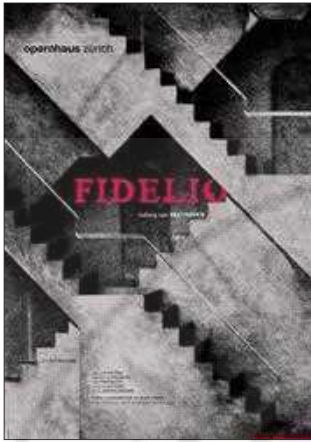
الشكل 8.74 - ملصق 2004 poster
تصميم Niklaus Troxler



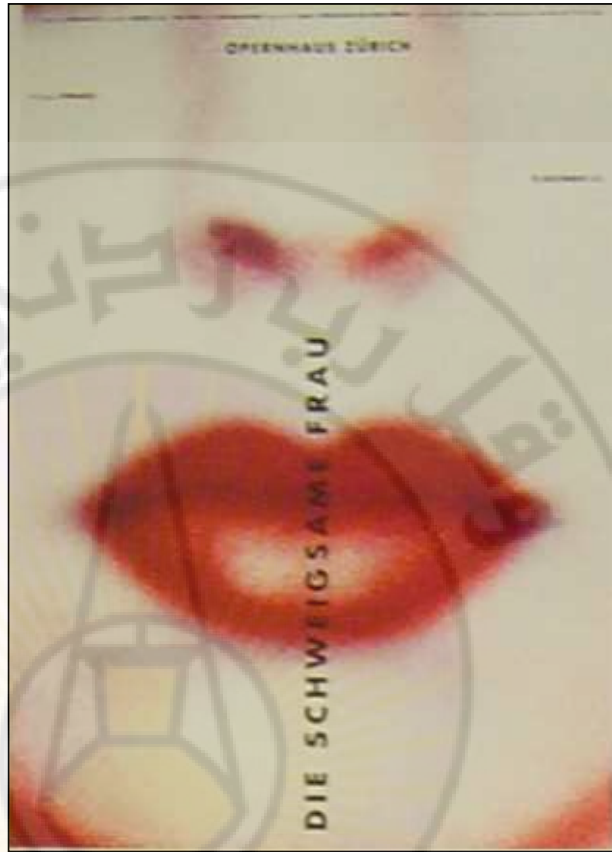
الشكل 8.73 - ملصق للتايو جرافيا 1996 poster
تصميم Niklaus Troxler

من الملصقات الإعلانية لحفلات الجاز الموسيقية ومهرجاناتها كونه شديد الإعجاب بالجاز، وكان تروكسلر من دون استثناء عنصراً من العناصر البارزة في تصميم الملصقات في الثمانينات، وخاصة التصميم الطباعة المعتمدة على الحروف والأشكال الإيضاحية (الشكل 73-8.74).

المصمم Karl Dominic Geissbuhler كارل دومينيك غيزبولر (1932)، الذي بدأ تدريبه في التصميم الغرافيكي مع إرنست كيلر وجوهانس إيتن في كنستغوربيكول في زيوريخ، أنهى دراسته للفنون الغرافيكية في كنستوكول في برلين، وبعد أن عمل مديراً فنياً لوكالة دعائية ألمانية أصبح مصمماً غرافيكياً مستقلاً، وخلال مدة عمله الطويلة صمم غيزبولر أكثر من مئتي ملصق إعلاني لزبائن مثل شركة الطيران البريطانية ودار الأوبرا في زيوريخ وقدم أيضاً تصاميم مسرحية بارزة للاحتفالات الموسيقية والمسرحية الفصلية، وقد أظهرت ملصقاته الإعلانية (المرأة الصامتة) و(ماريا ستواردا) بأنه سيد البساطة (الشكل 75-8.76). وفي



الشكل 8.76 - ملصق 2002
للمصمم Karl D. Geeissbuhler

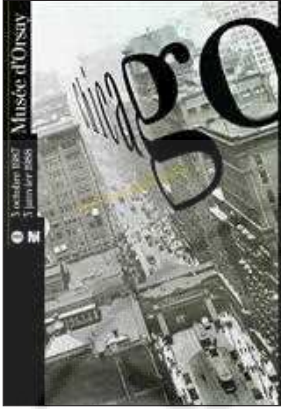


الشكل 8.75 - ملصق 2001
تصميم Karl Dominic Geeissbuhler

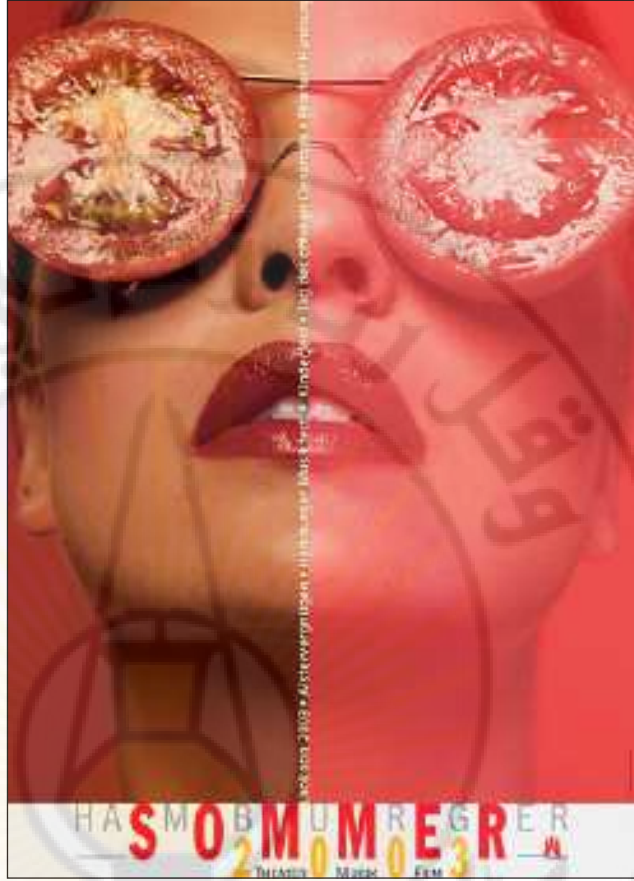


الشكل 8.77 - ملصق 2003
للمصمم Uwe Loesch

المجال ذاته يقدم Uwe Loesch أو لوخ (1943) وهو من أهالي دريسدن في ألمانيا للمشاهد إشارات قليلة لمعاني رسائله التجريدية والملغزة (الشكل 8.77). كما ينتهج المصمم الغرافيكي هولغر ماتيز Holger Matthies من برلين/هامبورغ (1940) في تقديم أشياء وحالات عادية بطرق بصرية غير اعتيادية، إذ تصبح البندورة نظارات شمسية في ملصقه Sommer (الشكل 8.78). أم الباريسي Philippe Apeloig فيليب أبولوا (1962) فقد تلقى تعليمه في المدرسة الوطنية العليا للفنون التطبيقية، وفي المدرسة الوطنية العليا لفنون



الشكل 8.79 - 2003
ملصق poster
تصميم Philippe Apeloig



الشكل 8.78 - 2003 ملصق poster تصميم Holger Matthies

الديكور، ثم عمل بعد ذلك متدرباً في شركة توتال ديزاين Total Design في أمستردام، وهي تجربة أغنت اهتمامه في الطباعة كثيراً. وفي عام 1985 بدأ يعمل مصمماً لمتحف Orsay أورسي في باريس، وفي عام 1988 عمل ودرّس في لوس أنجلوس مع إيريل جريمان، وبعد عودته إلى باريس بدأ أبولوا باستوديو خاصاً به وأصبح مديراً فنياً لجاردان دي مود Jardain des modes، وفي عام 1997 أصبح مستشاراً تصميمياً لمتحف اللوفر، حيث يعمل حالياً مديراً فنياً هناك، وتتميز تصاميم أبولوا سواء كانت تعتمد على الطباعة أم على الأشكال، بأنها يتحكم بها استخدام معبر وحازم للطباعة التي لا تقدم فقط المعلومات، بل تعمل أيضاً كتشويش بصري مؤثر (الشكل 8.79).



الشكل 8.80 - 1983 ملصق لمعرض Michael Graves للمصمم William Longhauser

الممفيس ومدرسة سان فرانسيسكو The Memphis And San Francisco Schools

خطت الحركة الجديدة في التصميم ما بعد الحديث نحو الشهرة العالمية في نهاية السبعينات وبداية الثمانينات، وكان العمل تعددياً وانتقائياً وثورياً، وكان المصممون مفتونين بالبنية والنماذج والمظهر الخارجي واللون والهندسة الهزلية، وظهر الإبداع في العديد من المدن والدول بإسهامات من مجموعات متنوعة بما فيهم الفنانين المعماريين، ومصممي المنتجات في ميلانو/ إيطاليا، والمصممين الغرافيكين في سان فرانسيسكو/ كاليفورنيا، وظهر إلهام مميز في جميع مجالات التصميم عام 1981، عندما تركز



الشكل 8.81 - 1985 ترويج لشركة ورق للمصمم Michael Vanderbyl

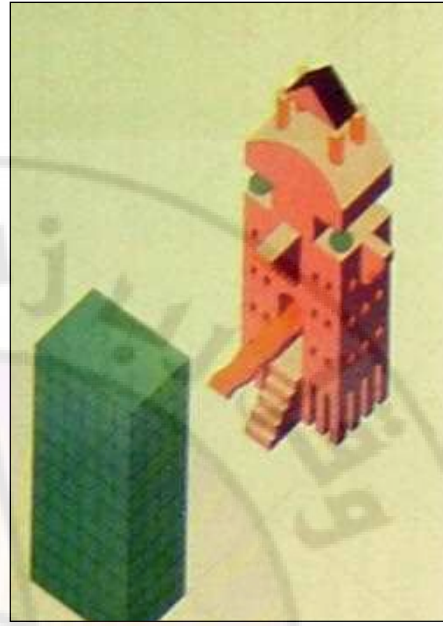
الاهتمام العالمي حول معرض لمجموعة تصميم ايطالية تدعى الممفيس Memphis يقودها المعماري ومصمم المنتجات الايطالي البارز (إيتور سوتساس 1917 Ettore Sottsass)، واختارت المجموعة اسم ممفيس لتعكس الإلهام الذي استنقته من كل من الثقافة الشعبية المعاصرة والمصنوعات اليدوية والزخارف في الثقافة القديمة، وأصبحت الغاية شيئاً ثانوياً مقابل النموذج والبنية الخارجية واللون والأشكال الخيالية في مصابيحهم وكتباتهم وخزائنهم.

وتضمن حسّ الممفيس أشكالاً هندسية مبالغاً فيها بألوان زاهية وحتى مُبهرجة، ونماذج هندسية وعضوية غامقة مطبوعة غالباً على أسطح من البلاستيك المصقول، وإشارات لثقافات سابقة كاستخدام الرخام والغرانيت لأرجل الطاولات والكراسي الذي يذكرنا بالفن المعماري اليوناني-الروماني. في تصاميم الممفيس لم يعد الشكل يتبع الوظيفة بل أصبح السبب المؤدي للتصميم، وترأس Christoph Radl كريستوف رادل قسم التصميم الجرافيكي، وكان للموقف التجريبي والولع بالنماذج الملموسة التزيينية الملونة، والهندسة المفعمة بالحياة تأثيراً مباشراً على التصميم في مرحلة ما بعد الحداثة في جميع أنحاء العالم، وظهرت الممفيس على الساحة الفنية مع حلول الثمانينات وأسهمت في التأسيس لمرحلة من التصميم التزييني المفرط.

وأصبح المصمم المعماري ميشيل غريف Michael Graves 1934 مصدراً آخر للإلهام في التصميم ومشهوراً في مرحلة الستينات، لتصميمه

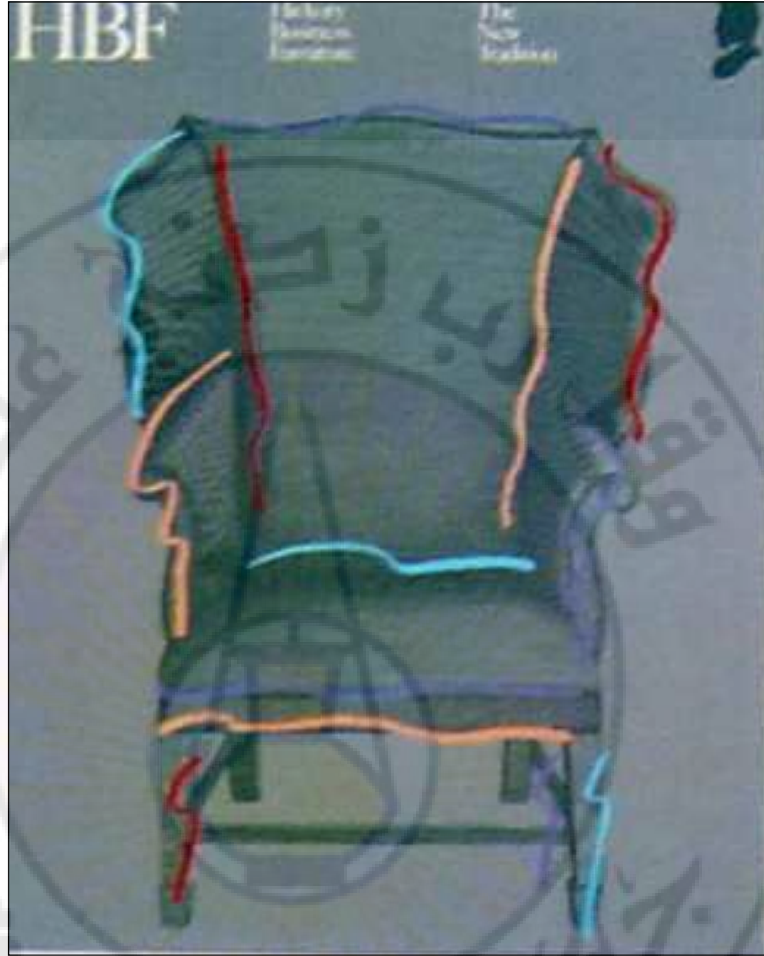


الشكل 8.83 - 1979 ملصق للراديو
تصميم Michael Vanderbyl



الشكل 8.82 - 1984 ملصق لعمارة ما بعد الحداثة
تصميم Michael Vanderbyl

للبيوت الخاصة على الطريقة التجريدية للمذهب الحديث التقليدي، متأثراً بأعمال لو كوربوزية، وفي أواخر السبعينات ثار ضد التقليد الحديث، ووسّع مجال أشكاله المعمارية، وأعاد إحياء الأعمدة والأروقة الكلاسيكية وجمعها مع العناصر البصرية المستوحاة من الرسوم التكميلية. إن تصاميم غريف الهندسية ليست بالتجريدية التقليدية إنما هي هندسة حيوية حديثة ذات روح عالية للنماذج الخارجية التزيينية والملموسة المتكررة التي عُبر عنها وعن مواضيعها البصرية بملصق إعلاني صممه المصمم الغرافيكي William Longhauser وويليام لونغوسر من فيلادلفيا 1947 لمعرض لأعمال غريف (الشكل 8.80)، إذ نجد في ملصقه الإعلاني - الذي أصبح تصميماً ملهماً بحد ذاته في مرحلة ما بعد الحداثة - نموذج خلفية بنقاط متكررة شكلتها الفراغات بين أحرف كلمة ميشيل MICHAEL على شبكة. لقد تأثرت المجتمعات والمدارس الفنية في سان فرانسيسكو كثيراً بالأسلوب



الشكل 8.84 - 1985 غلاف كاتالوج للمفروشات تصميم cover by Michael Vanderbyl

العالمي، وتؤكد الاتجاه بظهور الملصق الإعلاني السيكيديلي Psychedelic في أواخر الستينات مبيناً للمصممين الغرافيكين في منطقة الخليج وجود إمكانيات هائلة في الأشكال والألوان الإبداعية، وفي أوائل الثمانينات ظهر التصميم ما بعد الحديث في سان فرانسيسكو بسرعة مكسباً المدينة سمعة كبيرة بأنها المركز الرئيس للتصميم الإبداعي، وعمل كل من ميشيل فاندريل Michael Vanderbyl (الشكل 8.81-8.82) وميشيل مانواريغ Michael Manwaring وميشيل كرونين Michael Cronin على



الشكل 8.86 - 1984 ملصق
Poster by Michael Manwaring تصميم



الشكل 8.85 - 1984 غلاف دليل
brochure cover Michael Manwaring تصميم

نحو بارز في تطور قياس الميديوم في الورق، ومكّنهم الحوار الجاري بينهم وبين مصممين آخرين في سان فرانسيسكو من التعلم من بعضهم البعض، بينما قاموا بتشكيل حركة ما بعد الحداثة في منطقة الخليج. وعبر مدى الاحتمالات الجغرافية التي اكتشفوها معاً عن تقائل مبهج، وحس دافئ بالفكاهة، وموقف حرّ مطلق العنان حول الشكل والفراغ، وغالباً ما نجد في أعمالهم إشارات مرسومة بحرية، ومجموعة ألوان تفاؤلية بألوان الباستيل وتركيبات حدسية، وقد استعملوا غالباً اللون الرمادي وظلال أرجوانية وفيروزية اللون، وكان ملصق (فاندريل Vanderbyl) للإذاعة العامة في كاليفورنيا رائداً مهماً للمدرسة الصاعدة (الشكل 8.83)، فمجموعة الألوان، وتكرار الخطوط المنتظمة، والنموذج الكلي لموجات الراديو في الخلفية ينبئ بالاتجاه الجديد، إذ تم اختيار أشكال مثل الخطوط والإشارات التي تدل



الشكل 8.88 - 1996
book cover غلاف كتاب
Daniel Pelavin تصميم



الشكل 8.89 - 1987 غلاف مجلة
lorrain louis تصميم



الشكل 8.87 - 1983 ملصق لمهرجان بيتهوفن تصميم Michael Cronin

على موجات الراديو بعناية من أجل دلالاتها الرمزية، وهي تترك أيضاً أثراً تزيينياً وتركيبياً قوياً، وكان فاندربيل وفيلاً لتصميمات ممفيس الوافرة للآثاث والمنسوجات ترويجاً لشركة Simpson Paper سمبسون بيبر، ووجه تفكيره نحو الفن المعماري ما بعد الحديث في سلسلة ملصقات إعلانية، استخدمت أشكالاً غرافيكية من أجل تعليقات تحريرية حول مظاهر الحركة، وتشهد هذه السلسلة على ظهور موقف المرجعية الذاتية ضمن مجالات

التصميم، وكان فاندربيل يجمع حيوية ما بعد الحداثة الاعتيادية مع وضوح طباعي يحاكي خلفيته في الطباعة المرتبة أسلوب الطباعة العالمي في التصاميم الغرافيكية للمنتجات التي تتراوح بين القبعات الصوفية إلى أثاث المكاتب (الشكل 8.84)، ويعد غلاف دليل شركة هيكوري Hickory (لأثاث الأعمال) جزءاً من برنامج التصميم المنهجي الذي يجمع بين التصاميم التي تؤدي معلومة بالتعابير البصرية الحيوية.

في تصاميم الممفيس أدت العناصر دوراً رمزياً، وأصبحت جزءاً من المحتوى، إذ يتخلل رنين غنائي اللون والشكل والبنية في تصاميم Michael Manwaring ميشيل مانوارينغ الغرافيكية والبيئية. وفي مجموعة ملصقاته الإعلانية لشركة سانتا كروز Santa Cruz للألبسة تؤدي الأشكال الغرافيكية والألوان وظيفة العناوين التقليدية، وترتبط قيم أنماط الحياة بالمنتجات الاستهلاكية (الشكل 8.85-8.86)، وبالرغم من أن مصممي سان فرانسيسكو يتشاركون بمجموعة من الإشارات والأشكال والألوان والترتيبات المكانية الحديثة فإن المواقف الشخصية واضحة في أعمالهم. ويبنّي ميشيل كرونين Michael Cronin تكويناته غالباً بأشكال تصبح أوعية أو حاويات رمزية للألوان، مثل ملصقه الإعلاني لمهرجان بيتهوفن الذي صممه مع شانون تيري مستخدماً فيه تكرار الأشكال المائلة والمنحنية، ليضفي ترتيباً وتناغماً لتركيبته (الشكل 8.87). وتم توحيد ثلاث معالجات للطباعة العرضية من خلال علاقاتها البنوية بحواف المستطيل والعناصر المعمارية الخضراء. كما أصبحت أساليب تصميم ما بعد الحداثة التزيينية والأسلوبية - التي أنتجت مصادر عالمية متنوعة بما فيها الممفيس وميشيل غريفز ومصممي سان فرانسيسكو - اتجاهاً سائداً في التصميم خلال الثمانينات. وفي الوقت الذي دعم فيه التوسع الاقتصادي والمادي بإمدادات الطاقة الوفيرة ورفع الديون بشكل كبير، قام الفنانون المعماريون حول العالم بتزيين الواجهات بالأقواس والمثلثات في واجهة المباني والأعمدة ومن ثمّ قاموا بزخرفتها بالرخام ومعدن الكروم وألوان الباستيل. واستخدم المصممون الغرافيكيون مجموعة الألوان المورقة، وزينوا أعمالهم بالإشارات وعناصر هندسية. وأصبح المظهر الخارجي والأسلوب هدفاً بحد ذاته (الشكل 8.88-8.89).



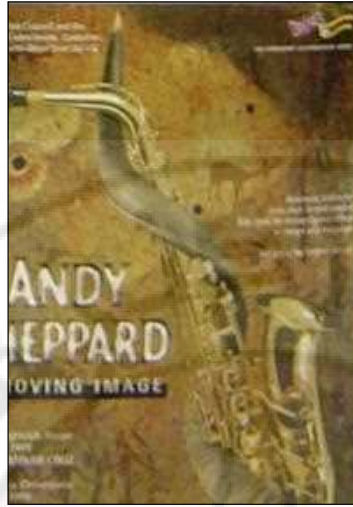
الفصل التاسع

9

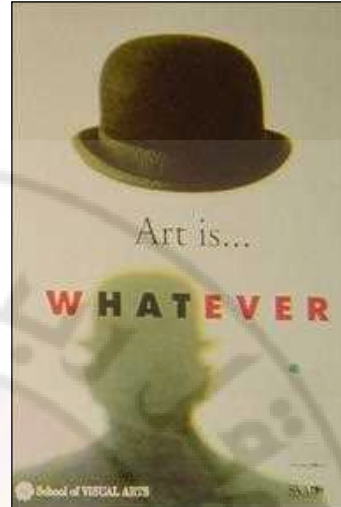
الثورة الرقمية وما بعدها

The Digital Revolution and Beyond





الشكل 9.2 - 1996 ملصق للموسيقي معالجة
كوميوتريّة للصورة والحرف
تصميم Chaz Maviyane Davies



الشكل 9.1 - 1996 ملصق
معالجة كوميوتريّة للصورة والحرف
تصميم Milton Glaser

التصميم بالحاسوب

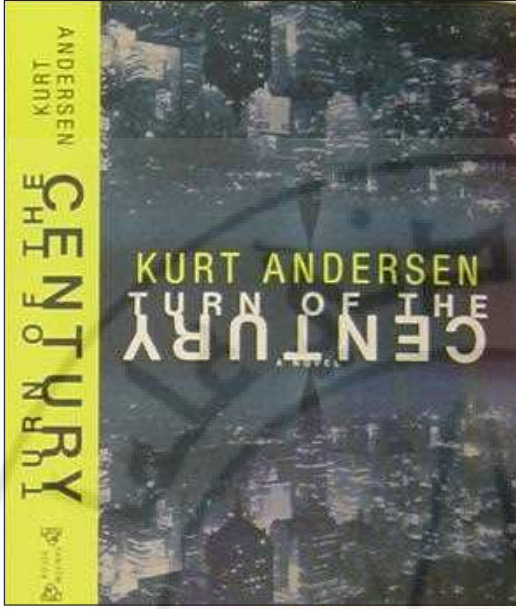
خلال الربع الأخير من القرن العشرين تطورت التقنية الكهربائية والحاسوبية بسرعة استثنائية مغيّرةً العديد من مجالات النشاط الإنساني، وتغير التصميم الجرافيكي بشكل لا يمكن تجاهله من خلال أجهزة وبرامج الكمبيوتر والتطور السريع للإنترنت، وجزأت الثورة الصناعية عملية تشكيل وطباعة الاتصالات الجرافيكية إلى سلسلة من الخطوات المتخصصة، وبعد أن أصبحت الطباعة التصويرية سائدة في الستينيات ضمت مجموعة المتخصصين مصممين جرافيكين، الذين وضعوا مخطط الصفحة ومنضدي الحروف المطبعية، الذين عملوا على النص وأدوات عرض تنضيد الأحرف وفنيو الإنتاج، الذين لصقوا جميع العناصر في مواقعها على اللوحة وفنيو الكاميرا، الذين أنجزوا نيجاتيف فوتوغرافي للعناصر الملصقة والمشكلة من الرسوم والصور والأشرطة مع بعضها البعض وصانعو اللوحات الذين حضّروا لوحات الطباعة وفنيو الطباعة الذين أداروا الطباعة. وبحلول التسعينيات مكنت التقنية الرقمية شخصاً واحداً يستخدم كمبيوتراً مكتبياً من مراقبة جميع هذه الوظائف (الشكل 9.1). واستخدمت آلات الطباعة البصرية الضوئية أجهزة ليزر يتحكم بها الكمبيوتر، كي تتفاعل ضوئياً

tangible	tangible	tangible	tangible	tangible
tangible	tangible	tangible	tangible	tangible
tangible	tangible	tangible	tangible	tangible
tangible	tangible	tangible	tangible	tangible
tangible	tangible	tangible	tangible	tangible
tangible	tangible	tangible	tangible	tangible
tangible	tangible	tangible	tangible	tangible

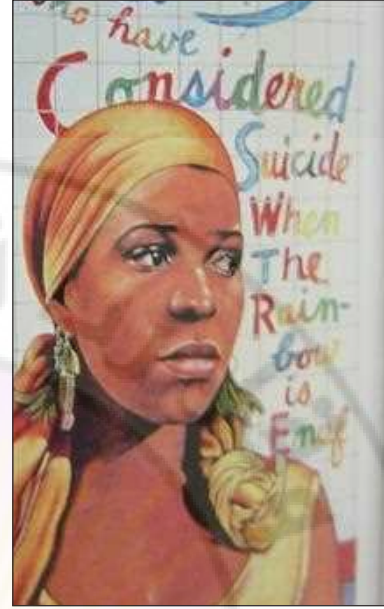
الشكل 9.3 - نموذج من عائلة الأبجدية المنفذة بتقانات الكمبيوتر للمصمم Robert Slimbach

مع الأسطوانات الطباعية مما مكن من الحصول على صفحات مطبوعة وملونة بالكامل ومميزة بدقتها.

وبالرغم من مقاومة بعض المصممين الأولية الشديدة تطورت التقنية الجديدة بسرعة داعية إلى قبول واسع النطاق، وتمكن مستخدمو الكمبيوتر من السيطرة على التصميم وعملية الإنتاج بشكل كبير (الشكل 9.2). كما وسعت التقنية الرقمية والتطور في برامج الكمبيوتر الإمكانيات الإبداعية للتصميم الجرافيكي من خلال جعل التحكم باللون والشكل والفراغ والصور ممكناً وبطريقة غير مسبقة، ووسع تطور الأقمار الصناعية وأجهزة التلفاز السلكية في الربع الأخير من القرن الماضي عدداً من قنوات البث الإذاعي، وشجع على تقدم البث التلفزيوني، والتصميمات الجرافيكية الحركية، كما مهد الطريق للزبائن كي يهتموا قوة ومرونة الإنترنت، كما أن التطور المتسارع للإنترنت والشبكة العالمية خلال التسعينات غير طريقة التواصل بين البشر، وطريقة الوصول إلى المعلومات مولداً ثورة تجاوزت جوتنبرغ في أهميتها، وبحلول بداية القرن الحادي والعشرين أصبح العديد من الأشخاص يعتمدون على الإنترنت للوصول إلى المعلومات والتسلية، الظاهرة التي أثرت في جميع نواحي المجتمع والثقافة، وغيّرت التقنية عصر اتصالات الشركات لحشد من المشاهدين إلى فترة الإعلام اللامركزي مخلقة خيارات لا محدودة للأفراد. وقد اخترقت تجارب التصميم الجرافيكية باستخدام الكمبيوتر أفكار التصميم الصناعي، والتصميم الجرافيكي الحديث وما بعد الحديث وحركات إحياء الفن والأعمال الغريبة، واكتشفت تقنيات إلكترونية لتشكيل فترة من التعددية والتنوع في التصميم (الشكل 9.3).



الشكل 9.5 - 1998 معالجة كومبيوترية للحرف مع الصورة تصميم
Chip Kidd



الشكل 9.4 - 1976 معالجة كومبيوترية للصورة
تصميم Paul Davis

أصل التصميمات الجرافيكية باستخدام الكمبيوتر

The origins of computer-aided graphic design

وصلت الثورة الرقمية إلى مكاتب المصممين الجرافيكين نتيجة لأجهزة وبرامج الكمبيوتر معقولة الثمن والقوية التي طورتها مبدئياً ثلاث شركات خلال الثمانينات، إذ طوّرت شركة آبل Apple للكمبيوترات جهاز الماكينتشوش، واخترعت أنظمة أدوب Adobe لغة البوست سكريبت Post Script للبرمجة التي أسست برامج تخطيط الصفحة، وأنتجت الطباعة الكترونياً، وصنّعت شركة ألدوس Aldus برنامجاً لتشكيل الصفحة، وهو من أوائل برامج التطبيقات التي تستخدم البوست سكريبت Post Script لتصميم الصفحات على شاشة الكمبيوتر. وإن تقديم شركة آبل Apple عام 1984 للجيل الأول من أجهزة الماكينتشوش معتمدة على التقنية التي مهدت لها كمبيوترات لديها، أنبأ بثورة جرافيكية مهمة.

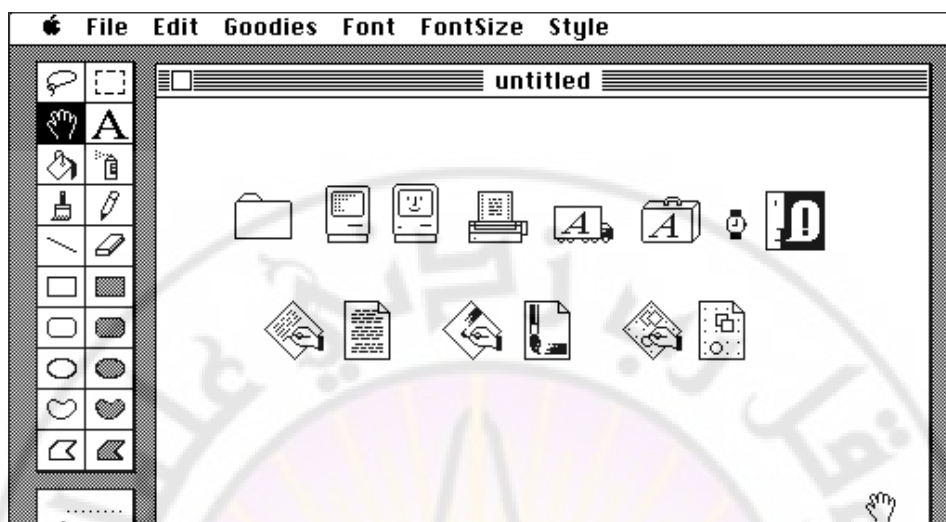
وعندما قام جهاز الماكننتوش بعرض تصاميم نقطية، هذا يعني أن شاشته كانت تمثل المعلومات على شكل نقاط تسمى البيكسل بمعدل 72 نقطة للإنش dpi على شاشة بيضاء وسوداء. ويصل إليها المستخدم عن طريق أداة مكتبية تدعى الفأرة التي تتحكم حركتها بمؤشر على الشاشة، وبوضع المؤشر على أية أيقونة على الشاشة والضغط على زر على الفأرة يتمكن المستخدم من التحكم بالكمبيوتر حدسياً، وبذلك يركز على الأعمال الإبداعية بدلاً من العمليات الآلية أو برمجة الكمبيوتر.

اخترع العالم (Douglas C. Engelbart) دوغلاس سي. إنجلبارت (1925) أول فأرة، وهي عبارة عن صندوق خشبي صغير على عجلات من الفولاذ في الستينات في مركز أبحاث الاندماج الحكومي الفدرالي، وكان يدعى مؤشر وضعية إكس واي لأنظمة العرض كبراءة اختراع، ولقب أحد زملاء Engelbart أدياته الصغيرة لوضع المؤشر باسم (الفأرة) وظل الاسم عالقاً بها، وسهلت الفأرة إمكانية الوصول إلى الكمبيوترات من خلال عمليات ملموسة بدلاً من الترميز الرياضي الممل، ومكنت آلاف الأشخاص من المحاسبين والكتاب والفنانين والمصممين من استخدام الكمبيوتر (الشكل 9.4-9.5).

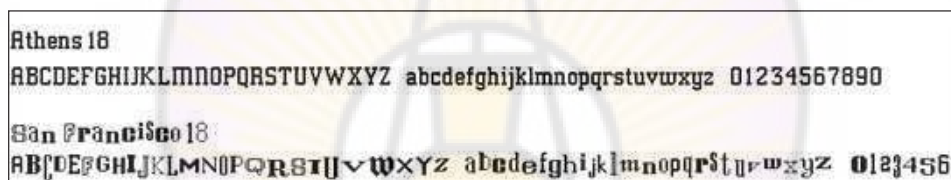
وتم مدح إنجلبارت Engelbart على أنه شخص حالم ومتنبئ، أنسنت أولى اختراعاته الكمبيوترات من خلال جعل الوصول إليها أكثر سهولة. ونبأ بحثه منذ عقود مضت بأنظمة البريد الإلكتروني، وأنظمة الكمبيوتر التي تعمل على النوافذ والأيقونات والإنترنت وبرامج الشبكات التي تسمح للعديد من المستخدمين العمل على ملف واحد في الوقت ذاته.

وأطلقت شركة آبل برامج تطبيقات لمعالجة الكتابة والرسم والتلوين. وصممت Susan Kare سوزان كير 1954 أولى الخطوط النقطية، تلتها تصاميم قسم تصميم الكمبيوتر في شركة آبل (الشكل 9.6-9.7). وكانت مصفوفة النقاط تتحكم بتصميم شكل الحرف في هذه الخطوط الأولى (الشكل 9.8).

كما مكنت أنظمة أدوب للغة تذييل البوست سكريبت Post Script الصفحة من طباعة النصوص والأشكال والعناصر الجرافيكية وتحديد توضعهم على الصفحة. ولم تكن خطوط التذييل (البوست سكريبت Post Script) مصنوعة ببساطة من نقاط (البت مابد Bitmapped) وإنما يتم تخزينها على أنها أوامر ومعلومات تخطيطية، وتم تشكيل أشكال الحروف على أنها خطوط عامة تملأ فيما بعد وكأنها أشكال صلبة (الشكل 9.9)، وتشكلت الخطوط المنحنية للأشكال من شرائح بيزير



الشكل 9.6 - 1984 رموز لجهاز الماكينتوش- معالجات كومبيوترية تصميم Susan Kare



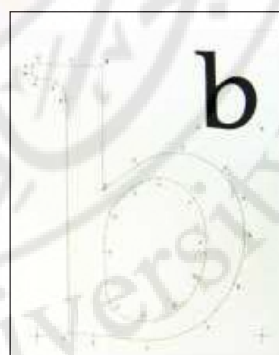
الشكل 9.7 - 1984 ابدية مصممة على برنامج الماكينتوش للمصممة Susan Kare



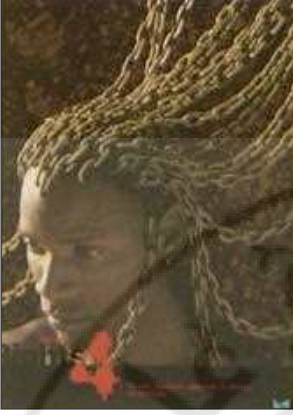
الشكل 9.10 - 1995 مجموعة أبديات
منفذة كومبيوترياً للمصمم
Matthew Carer



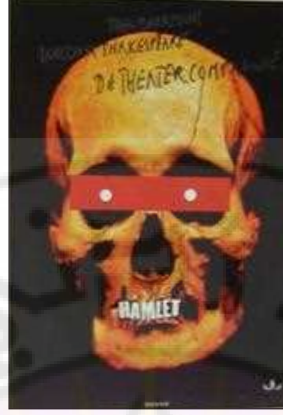
الشكل 9.9 - 1995 أبدية منفذة
كومبيوترياً للمصمم
Matthew Carer



الشكل 9.8 - 1985
معالجة الحرف كومبيوترياً
تصميم Sumner Stone



الشكل 9.13 - 1996 معالجات
غرافية كوميوتريه لمصق
تصميم Chaz Maviyane



الشكل 9.12 - 2002 معالجات
غرافية كوميوتريه لمصق هاملت
تصميم Anthon Beeke



الشكل 9.11 - 1994 معالجات
كوميوتريه لعلاقة الصورة بالكتابة
تصميم Paula Scher

Bezier التي سميت على اسم الرياضي الفرنسي بيير بيزير Pierre Bezier 1910-1999 الذي اخترعها، وهي انحناءات منتظمة مشكلة رياضيًا (على عكس الانحناءات المتشكلة من تقوسات منتظمة تدعى الأقواس) التي تعرفها أربع نقاط للتحكم، ويمكن لانحناءات Bezier أن تشكل أشكالاً معقدة بنهايات ملساء مصقولة، مما يجعلها مفيدة وبشكل خاص لتشكيل أشكال الحروف والتصاميم الغرافية باستخدام الكمبيوتر (الشكل 9.9-9.10).

في عام 1985 قدمت شركة آبل للكمبيوترات أول طابعة ليزيرية، إذ مكنت سعتها البالغة 300 dpi من خط البوست سكريبت تجاربها الطباعة من مضاعفة تنضيد الحروف بشكل أكبر، وانتهى الخلاف حول نوعية التصميم بعد وصول الطابعات الليزرية ذات الـ 600 dpi ومحددات الأشكال العالية التصميم مثل الليتوترون، وهي بسعة إما 1,270 أو 2,540 dpi، وسمحت برامج تشكيل الصفحة التي جعلها خط البوست سكريبت ممكنة بتصميم صفحات كاملة على الشاشة (الشكل 9.11). وفي عام 1984 شكل المحرر الصحفي السابق بول برين Paul Brain والبالغ من العمر ستاً وثلاثين عاماً شركة تدعى آلدوز Aldus (على اسم الطباع في القرن الخامس عشر Aldus Manutius آلدوز مانويوتيسوس) لتطوير البرمجيات من أجل تمكين الصحف من إنتاج إعلانات بفعالية أكبر. وفي تموز عام 1985 قدمت آلدوز برنامج البيج ميكر Page Maker

صانع الصفحات لكمبيوتر الماكينتوش. ويمكن للبيج ميكر أن يعدّل حجم الصفحة واختيار الخط وأبعاد الأعمدة، كما دمج خط النص بالعناصر الأخرى كمسح الصور والخطوط المنتظمة والعناوين والحدود، ومكنت الكمبيوترات المكتبية المستخدم من تشكيل عناصر على شاشة الكمبيوتر ومن ثمّ توضعها على الصفحة بطريقة تشبه الأسلوب التقليدي الذي يتم فيه تحضير العناصر، ولصقها على الموضع لطباعتها بطريقة الأوفست، وجمع برينرد مصطلح الناشر المكتبي على هذه الطريقة الجديدة (الشكل 9.12). ووفّر الناشر المكتبي كمية كبيرة من الوقت والمال في تحضير الصفحات للطباعة، واجتمعت كل الإجراءات بما فيها التخطيط والتنضيد، وصنع نسخ Photostats فوتوستاتية، ولصق عناصر على الموضع في عملية الكترونية مستمرة، ويمكننا مقارنة هذه العملية باختراع (جورج إيستمان George Eastman) لكاميرا كوداك، فكما تم استعادة التصوير من الاستخدام الحصري للمختصين، وأصبحت متوفرة للعامة في الثمانينات فإن الطباعة تركت المجال المحصور بالمختصين، وأصبحت متاحة لدائرة واسعة من الأشخاص في الثمانينات.

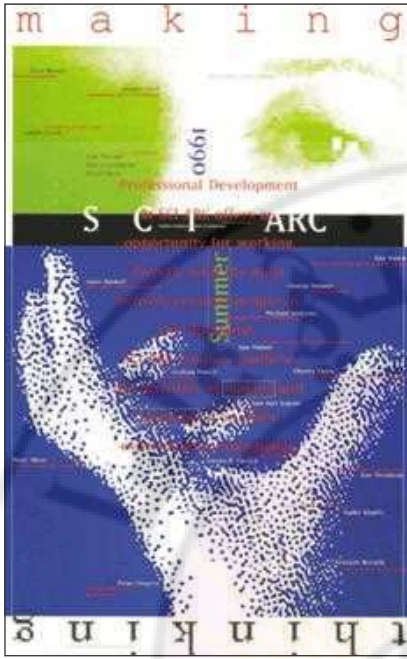
وتضمنت الأجهزة الرقمية الأولى أنظمة التنضيد الرقمية، ومعالجات الصور الالكترونية القوية مثل أنظمة السايتركس Scitex التي تسمح الصور إلكترونياً، وتسمح بتدقيق شامل وأجهزة فيديو كوانتل Quantel و غرافيك بينت بوكس Paint boxes التي سمحت بالتحكم الدقيق باللون، وسمحت بتداخل الأشكال وجمعها وتغييرها، وأنظمة اللايت سبيد Light Speed كانت آلة معقدة لبدية تنضيد الصفحة، وكانت جميع هذه الأنظمة باهظة الثمن، وقلما تتوافر للمصممين من أجل التجربة، إذ تنشأ الأهمية الكبيرة لأجهزة ماكينتوش وبرمجياتها من توفرها الواسع للمصممين الفرديين والمسؤولين عن الإخراج .

بحلول التسعينات أثار الجيل الثاني لكمبيوترات ماكينتوش الملونة والبرمجيات المتطورة ثورة تقنية وإبداعية في التصميم الغرافيكي، وكانت جذرية مثلها مثل التحول الذي حصل في القرن الخامس عشر من الكتب التي تكتب بخط اليد إلى طباعة جوتنبرغ المتحركة، وسبّب التوسع غير المسبوق لثقافة التصميم والنشاطات المتخصصة مجاًلاً أكبر بأعداد هائلة من الممارسين المدربين. وارتفع عدد الأفراد المصممين والشركات التي تنتج أعمالاً جيدة بشكل تصاعدي، من جهة أخرى مكنت التكنولوجيا الرقمية الممارسين غير المدربين الذين تلقوا تدريباً هامشياً للدخول في هذا المجال (الشكل 9.13).

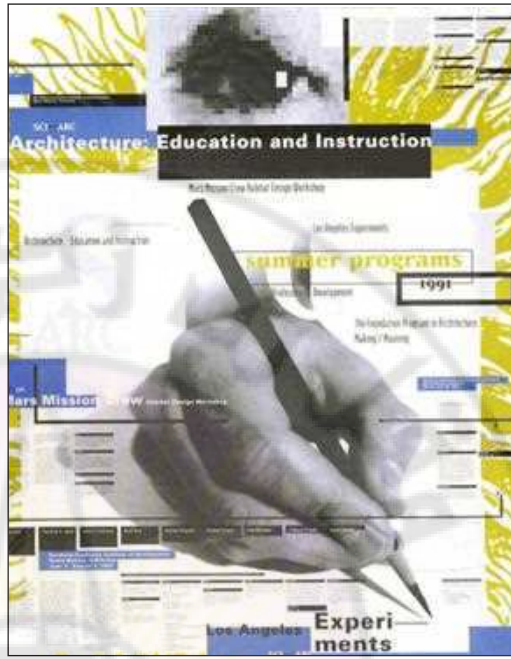
رواد التصميم الغرافيكي الرقمي Pioneers of digital graphic design

مكنت التكنولوجيا الجديدة المصممين غالباً من تكوين أشكال وصور لم يسبق لها مثيل من خلال تزويدهم بالعمليات والإمكانيات الجديدة، ففي الوقت الذي رفض فيه العديد من المصممين، وشجبوا التكنولوجيا الرقمية خلال مدة ولادتها، وأطلقوا على المصممين الذين جربوها (بالبدائيين الجدد The New Primitives)، اعتنقها آخرون كأداة إبداعية قادرة على توسيع مجال احتمالات التصميم وطبيعة عملية التصميم، ومكّن استخدام الحاسوب بوصفه وسيلة للتصميم من ارتكاب الأخطاء وتصحيحها، وأصبح من الممكن توسيع اللون والبنية والأشكال والطباعة ونهيتها وجعلها شفافة وذات طبقات، وجمعها بطريقة مبتكرة، وتضمنت قائمة الرواد الأوائل ممن اعتنقوا التكنولوجيا الجديدة وسبروا أغوار إمكانياتها الإبداعية (المصممة ابريل جريمان April Greiman) من لوس انجلوس ومصمم ومحرر مجلة (إميجر Emiger المهاجر) رودي فاندرلانز Rudy Vanderlans ومصممة الحروف الطباعية سوزانا ليكو Zuzana Licko، وعندما سألت جريمان لتصمم عدداً لمجلة ديزاين كوارترلي Design Quarterly (مجلة التصميم الفصلية لمركز ووكر للفنون في مينيابوليس) قامت بتشكيل مجلة من صفحة واحدة مقاسها 183 × 61 سم عبارة عن فن تصويري رقمي منفذة بالكامل على كمبيوتر ماكينتوش، وجربت أخذ الصور من الفيديو، وتحويلها إلى نسخ رقمية، وترتيب أشكال في الفراغ، ودمج كلمات وصور بملف واحد على الكمبيوتر، وحالما أصبحت الكمبيوترات وبرامجها أقوى أصبحت المرونة المكانية ممكنة في الطباعة والأشكال، وأعربت جريمان عام 1988 تعهداً بقبول التحدي في المضي قدماً نحو المجال الجديد للتواصل، وإن استخدام هذه الأدوات لتقليد ما نعرفه مسبقاً ونفكر به شيء يدعو للأسف. وإضافة لاستخدام التكنولوجيا الجديدة لاتخاذ قرار بخصوص الحرف والإخراج فقد أكدت على الاهتمام بفكرة التصميم أولاً (الشكل 9.14-9.15).

في عام 1984 بدأ Rudy Vanderlans رودي فاندرلانز بتحرير وتصميم ونشر مجلة تدعى (إميجر Emiger المهاجر) (الشكل 9.16)، وانضم إليه صديقان هولنديان عرفهما في الأكاديمية الملكية للفنون الجميلة في لاهاي اللذان كانا يعيشان آنذاك في سان فرانسيسكو، وكانوا يعتزمون أصلاً تقديم أعمالهم غير المنشورة ناهيك عن الأعمال الإبداعية التي قام بها آخرون،



الشكل 9.15 - 1986 ملصق April Greiman تصميم



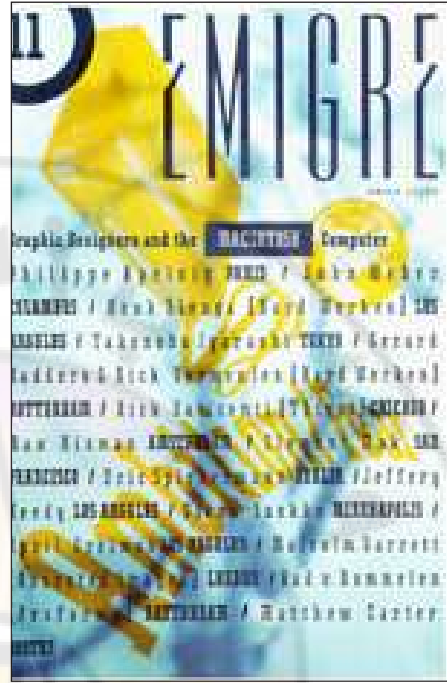
الشكل 9.14 - 1987 ملصق April Greiman تصميم

واختير اسم المجلة لأن مؤسسيها اعتقدوا أن التعرض لثقافات متنوعة والعيش في بيئات ثقافية مختلفة له تأثير مهم على الأعمال الإبداعية، واستخدم فاندريلانز خط الآلة الكاتبة وأشكال النسخات في الطبعة الأولى، وأصبحت المجلة ذات السبعة آلاف نسخة في الطبعة الواحدة نقطة جذب للتجريب مثيرةً غضب العديد من مختصي التصميم، بينما جذبت انتباه الذين اعتنقوا إمكانية تكنولوجيا الكمبيوتر في إعادة تعريف التصميم الغرافيكي، وساعد مدخل مجلة Emiger التجريبي في تعريف وعرض إمكانيات التكنولوجيا الجديدة في تصميمها التحريري وبتقديمها أعمالاً ومقابلات مع مصممين من جميع أنحاء العالم، كانت أعمالهم تجريبية للغاية بالنسبة للتصميمات الأخرى المنشورة (الشكل 9.17).

وفي عام 1987 ترك Rudy Vanderlans فاندريلانز عمله في تصميم الصحيفة، وأقام شراكة مع المصممة سوزانا ليكو Zuzana Licko التي تضمنت ثقافتها

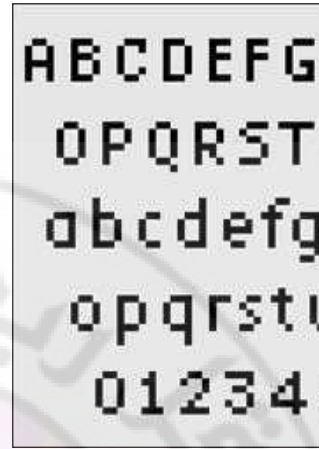
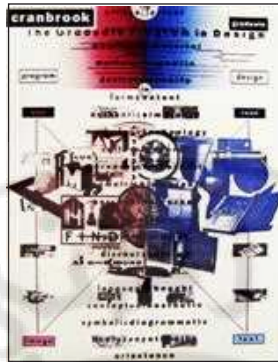
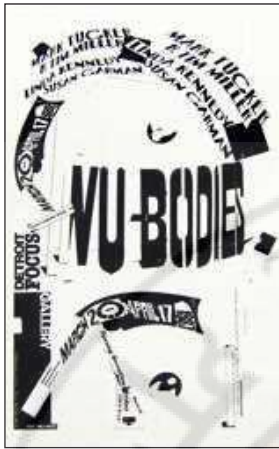


الشكل 9.17 - غلاف مجلة Emigre
تصميم Rudy Vanderlans



الشكل 9.16 - غلاف مجلة Emigre
تصميم Rudy Vanderlans

التعليمية دروساً في برمجة الكمبيوتر. ولأنها لم تكن راضية عن أنواع الحروف المحدودة التي توفرها كمبيوترات ماكينتوش الأولى استخدمت ليكو برنامجاً ذا مجال عام لتوليد الأشكال يدعى (Font Editor فونت إديتور - معدل الحرف) لتشكيل حروف رقمية، وكانت خطوطها الأولى مصممة لتقنية التصميم الصغير، ثم تحولت لترافق النسخ عالية التصميم لاحقاً في الوقت الذي تطورت فيه برامج تصميم الحرف وتصاميم الطابعات (الشكل 9.18)، وتستذكر ليكو تجربتها المزعجة في كلية تصميم الخطوط الـ Calligraphy إذ أجبرت على الكتابة بيدها اليمنى رغم أنها تكتب بيدها اليسرى، وبأنها أسهمت في مداخلها الأصيلة في تصميم الخط، ورفضت الخط اليدوي الأساس (الشبيه للخطوط التقليدية). وأصبحت العديد من برامج تعليم التصميم في الجامعات والمدارس الفنية مراكز مهمة لإعادة تعريف التصميم الغرافيكي من خلال المحاضرات النظرية



وتجريب تكنولوجيا الكمبيوتر، وتأسس قسم التصميم في أكاديمية كرانبروك Cranbrook للفنون في ميشيغان، إذ اشتركت Katherine McCoy كاترين ماكوي (1945) في إدارة قسم التصميم مع زوجها مصمم الإنتاج ميشيل ماكوي Michael McCoy منذ عام 1971 وحتى عام 1995 وأصبح مركز جذب للمهتمين بتوسيع حدود التصميم، ثم أكدت كلية كرانبروك الجامعية الصغيرة التي تحوي 150 طالباً في تسعة أقسام على أهمية التجريب في الوقت الذي رفضت فيه أية فلسفة أو منهجية موحدة، وتعتقد الكلية أنه يجب على الطلاب أن يجدوا اتجاهاتهم الخاصة بينما يتفاعلون مع آخرين منخرطين في أبحاث مشابهة، وشبّهت ماكوي أكاديمية كرانبروك (بمجتمع قبلي قوي ومغامر)، عندما عملت فيها كمديرة ومَحَكَمَة للمعارض (الشكل 9.19).

وخلال سنوات ماكوي McCoy الأربع والعشرين في كرايبروك تطوّر البرنامج من مدخل منطقي ومنهجي لحل مشاكل التصميم المتأثرة بأسلوب الطباعة العالمي من خلال مدخل شكّك بالحدود المعبّرة لهذا الأسلوب، إلى برنامج تمت فيه تجربة التعقيد والتصنيف للأشكال التقليدية وما قبل الحديثة وصلاحيّة القواعد المعيارية والأعراف، وتحدي ملصق ماكوي معايير الانضمام إلى الكليات ، وعرض تعقيداً في الأشكال والمعاني. وبخروجها عن المعتقدات

السائدة للاتصالات البسيطة والمخففة غطت ماكوي مستويات مختلفة من الرسائل البصرية والشفوية طالبة من الجمهور أن يفك رموزها. وكان Edward Fella ادوارد فيلا (1939) المصمم الغرافيكي من ديترويت الذي عملت معه ماكوي في أستوديو المصممين والشركاء قبل تعيينها في كرانبروك ملهماً رئيساً في البرامج التصميمية (الشكل 9.20)، فبعد أن كان ضيفاً ناقداً دائماً في كرانبروك لعدة سنوات، حضر ادوارد فيلا برنامج الأكاديمية الجامعي من 1985 إلى 1987، ثم قبل منصب مدرّس في كاليفورنيا، وأصبح لأعمال ادوارد فيلا التجريبية تأثيرٌ رئيس على جيل من المصممين مع تجذرها في التصميم الأميريكي العامي وأوائل فن الطباعة الحديث، وقدم منذ 1983 وحتى 1991 تصاميم غرافيكية لمعرض ديترويت فوكس، وأنتج نشرات إعلانية تحدى فيها القارئ بالطباعة والأحرف بالطريقة نفسها التي تحدى فيها الفن المتقدم المشاهد في المعرض، وبمحاكاته للمذهب المستقبلي استقصى ادوارد فيلا الإمكانيات الجمالية لأشكال الأحرف المخترعة والمسافات المكانية غير العادية والأشكال الغريبة والرموز الشخصية والأشكال العامة، وجمع هذه المواد بمهارة إنشائية رائعة، وألحق غالباً تعليقات جانبية وملاحظات وإضافات إلى الرسالة الأساسية، فيها شيء من السخرية (الشكل 9.21). وبحلول منتصف التسعينات شقّ تعقيد الشكل طريقه في الاتجاه السائد للتواصل الغرافيكي مع الاهتمامات النظرية المعالجة بالكمبيوتر الموجود في أعمال الرواد الأوائل (الشكل 9.22).

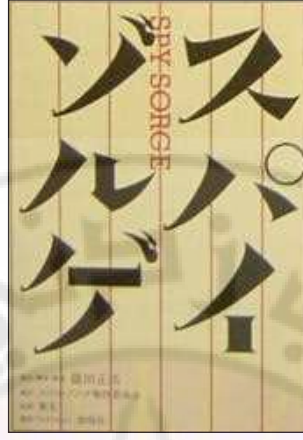
إحياء تصميم المجلات

Revitalizing magazine design

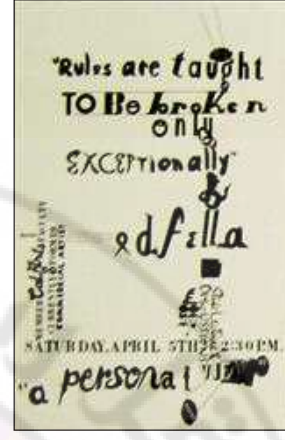
خلال أوائل التسعينات مكّن التطور المتسارع للكمبيوترات والبرمجيات ووسائل إخراج المعلومات المصممين الغرافيكين من تحقيق نتائج مطابقة فعلياً لنتائج طرق العمل التقليدية، إذ تم تحقيق الوعد بصنع تصاميم ملونة مستمرة على الشاشة، واكتشف المصممون الإمكانيات غير المسبوقة للكمبيوترات وبرامج التصميم وفي الوقت ذاته تم تجديد الأحرف والأشكال التعبيرية المكتوبة باليد. ومكّن برنامج (كوارك اكسبريس _ QuarkXpress وهو تطبيق آخر



الشكل 9.23 - 1994 صفحة مجلة
تصميم David Carson



الشكل 9.22 - 2003 غلاف كتاب
معالجات كومبيوترية
تصميم Katsumi Asaba



الشكل 9.21 - 1995
إعلان لمحاضرة
تصميم Edward Fella

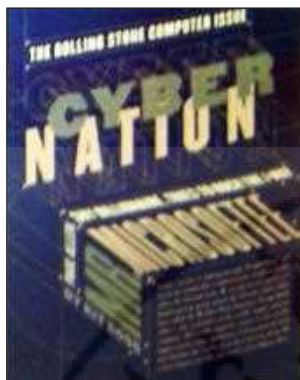
لتصميم الصفحات) المصممين من إدخال العناصر على الصفحة بزيادة تصل إلى مئة ألف بوصة، وطبع الجزء الثاني من الحرف الطباعي بمسافة واحد من عشرين ألف إم (وهو مقياس أفقي يعادل عرض الحرف). ومكنت تقنية الفوتوشوب (وهي تطبيق تم تطويره أساساً لتحسين التصوير الإلكتروني) من التحكم بالأشكال، وتشكيلها بطريقة لم يسبق لها مثيل، وانتقلت التطورات الجديدة من الاكتشاف الشخصي وثقافة التصميم إلى الاتجاه السائد، بينما قام المصممون المحررون للمجلات المتخصصة بتطبيق تجارب الكمبيوتر على صفحاتهم، وتحول ديفيد كارسون (1956) David Carson، وهو راكب أمواج ومعلم مدرسي محترف إلى تصميم المجلات في الثمانينات، وتجنب الأشكال الشبكية، وتدرج المعلومات أو النماذج الطباعية الثابتة (الشكل 9.23-9.24)، وبدلاً من ذلك اختار اكتشاف الإمكانات التعبيرية لكل موضوع وكل صفحة أو نشرة رافضاً المفاهيم التقليدية للتركييب والأشكال الطباعية، وخرق كارسون تقاليد التصميم أثناء عمله مديراً ومصمماً فنياً لمجلة (ترانسورلد سكيت بوردينغ Transworld Skateboarding) بين عامي 1983-1987 ومجلة (Musician الميوزيشان- الموسيقي 1988)، وتضمنت مخططاته الثورية أرقام صفحات موضوعه بخط كبير للعرض وتعليقات ضئيلة للصور تم تكبيرها



الشكل 9.24 - 1991 صفحات مجلة تصميم David Carson

إلى عناصر تصميمية بارزة، وغالباً ما كان يقوم كارسون بترك مسافات بين الأحرف في عنوان مقالاته على نحو غريب عبر الأشكال أو يرتبهم بتسلسل تعبيرى بدلاً من التسلسل المعيارى (الشكل 9.25)، كما طلب أيضاً من قرائه أن يفكوا رموز رسالته من خلال قطع أجزاء من الأحرف، وتحدي نوع حرف النص الذي استعمله كارسون المعايير الأساسية للوضوح، إذ اكتشف التوجيه المقلوب وملء السطور لطرفيها بتكلف، وأعمدة النصوص المضغوطة إلى بعضها البعض من دون وجود قنوات بينها، وأعمدة نصوص بعرض الصفحة (وفي حالة واحدة على الأقل تمتد إلى صفحتين) ونصوص بمقدار نسبي أدنى لإشراق اللون مقارنة بين الكتابة والشكل، واللون تحتها وأعمدة النصوص مكتوبة بأشكال غير اعتيادية وأحياناً منحنية، وتم وضع خطوط عرض بيضاء فوق النص غطت بعض الكلمات، لكن لا يزال النص مفهوماً، وتلقى الكتابة والموضوع رعاية كارسون الفائقة، إذ تنشأ تصاميمه من معاني الكلمات أو التعليقات على الموضوع في بحثه عن جلب التناغم للمخطط.

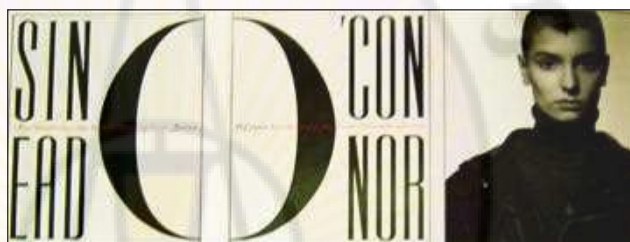
تضمنت المعالجة غير التقليدية لأشكال التجميع غير الطبيعي للتعبير عن المحتوى عند David Carson، بالرغم من رؤية مجلة راي غن Ray Gun



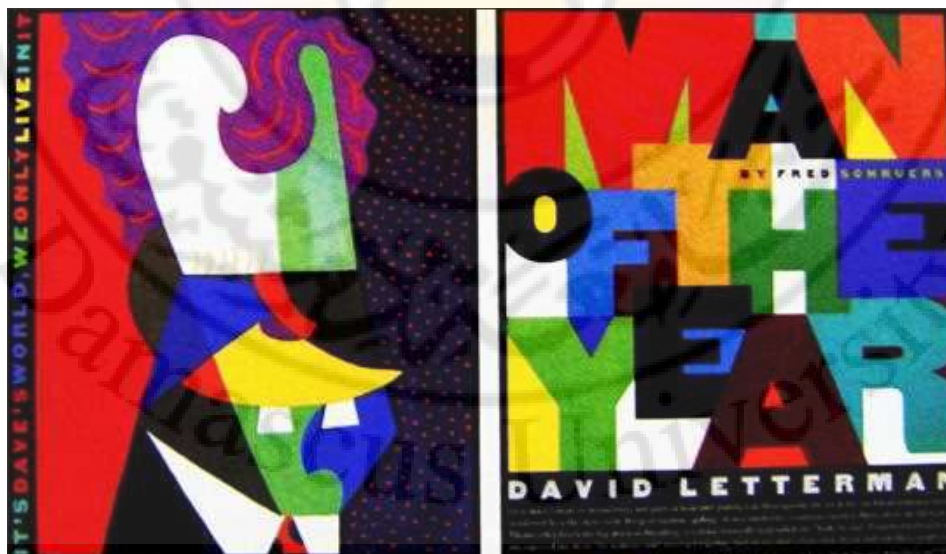
الشكل 9.26 - 1993 صفحة في
مجلة Rolling Stone تصميم
Fred Woodward



الشكل 9.25 - 1994 صفحات مجلة
David Carson تصميم



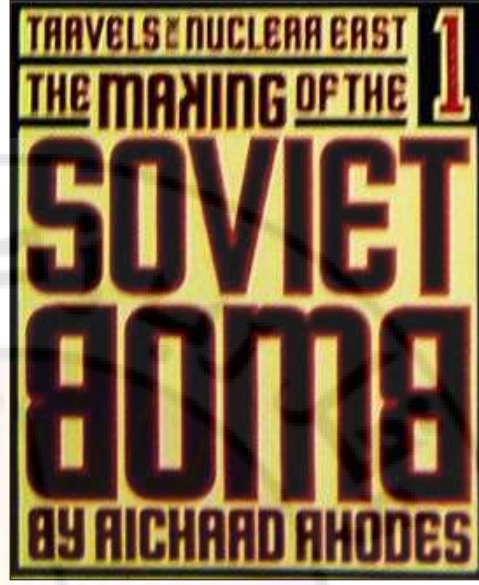
الشكل 9.27 - 1990 صفحات مجلة Rolling Stone للمصمم
Fred Woodward



الشكل 9.28 - 1995 صفحات مجلة Rolling Stone للمصمم
Fred Woodward



الشكل 9.30 - 1993 صفحة رسم إيضاحي لمجلة
Fred Woodward تصميم Rolling Stone



الشكل 9.29 - 1993 صفحة مجلة Rolling Stone
Fred Woodward للمصمم

كمثال عن ثورة الكمبيوتر، فقد كانت المجلة الأولى التي أرسلها كارسون للطباعة على صيغة ملفات الكترونية، وقبل ذلك قام بإنتاج عناصر من خلال الكمبيوتر، ثم حَصَّر أشكالاً فنية جاهزة مأخوذة بالكاميرا على الجوانب، وأصبح كارسون مثيراً للجدل خلال بداية التسعينات، وألهم المصممين الشباب، بينما أثار غضب آخرين من الذين اعتقدوا أنه لا يميز الخط الفاصل بين الترتيب والفوضى، وتم شجب وإدانة طباعة كارسون، بينما قام وآخرون بدفع أعمالهم إلى حافة انعدام الوضوح، اكتشف المصممون أن العديد من القراء كانوا أكثر مرونة مما توقعوا، وأشاروا أن الرسائل كانت تُقرأ بظروف أقل من مثالية، وأعطت تقنية الأفلام والفيديو شكلاً لتصاميم مجلة كارسون، إذ إن التركيب المتسلسل والمنظم لتصميم الصفحة أحدث في أعماله بيئة متحوّلة وحركية مكانية، إذ يتداخل الشكل مع الخط ويضمحلان ويتشوهان، وتتصادم العناصر الشفوية والبصرية المتفاوتة في الفراغ كما يصطدم ويتدافع الصوت مع الشكل في الأفلام والفيديو. وجعل كارسون صفحاته سينمائية عن عمد من خلال ترك المقالات والعناوين تتدفق من إعلان إلى آخر من خلال لفّ الصور حول حافة الصفحة إلى الطرف الآخر.

وخلال فترة عمله مديراً لمجلة (Ray Gun راي غن) قدم إطاراً مفتوحاً نادراً للرسمين والمصورين الفوتوغرافيين الرئيسيين وقدم فنانيين جدد، وترك ست صفحات للقراء كي يعرضوا عليها صورهم الإيضاحية لكلمات الأغاني، وتكررت هذه الحركة الشعبية عندما بدأت المجلات الشخصية والمطبوعة من قبل الأفراد باستخدام برمجيات النشر المكتبية وطابعات رخيصة أو ناسخات بالظهور في رفوف مكاتب المجلات. وغادر كارسون مجلة Ray Gun عام 1996 وطبق مدخله في الطباعة ووسائل التواصل الإعلان الأخرى لمعاني وسائل الإعلام الجماهيرية مثل الكوكا كولا ونايك، ويعتقد أنه لا يجب أن نخطأ بين الوضوح والتواصل لأنه في الوقت الذي تكون فيه العديد من الرسائل المطبوعة والواضحة جداً غير جذابة للقارئ تجذبهم وتشغلهم التصاميم التعبيرية.

وأصبح Fred Woodward فريد وودوارد (1953) مديراً فنياً لمجلة الروك أند رول rock-and-roll النصف شهرية و رولينغ ستون Rolling Stone عام 1987 (الشكل 9.28-27-26) التي يعود تقليدها في ابتكار التصاميم الجرافيكية للمقالات الافتتاحية إلى عام 1967، وساد الضغط لمنافسة هذا الإرث، وحدثت نقطة التحول عندما جدد وودوارد Woodward قواعد أوكسفورد (الاسم المستخدم للحروف المتعددة والحواف السميكة والنحيفة) الموجودة في مدة المجلة الأولى (الشكل 9.30-9.29)، وشعر بأن هذه الحدود تمنحه رخصة كبيرة، وكأن كل شيء يوضع ضمنها يشبه رولينغ ستون Rolling Stone، فقد كان للمجلة آلة تنضيد أحرف تصويرية، ومئات الأشكال للأحرف الطباعية، وأضاف وودوارد Woodward إلى هذا المخزون، وجعل الطباعة الجريئة علامة لأعماله. واستخدم الحرف بمقياس Bold عريض وصورة بكامل الصفحة في تصميم يُعدّ انجازاً كبيراً لصنع عرض بصري قوي للمغنية سينيد أوكونور Sinead Oconnor.

وبالرغم من أن المجلة تحولت لكمبيوترات الماكينتش في أوائل التسعينات سعى وودوارد Woodward إلى شكل يبدو، وكأنه مكتوب باليد، واستخدمت Rolling Stone رولينغ ستون مجموعة واسعة من الحروف التي لا تقوم باستخدام التحكم الرقمي بحرية فقط، وإنما تستخدم أيضاً فن الخط والكتابة اليدوية والخط المبتكر وألغت مقاييس ترتيب التصميم التي يتم تحقيقها من



الشكل 9.31 - 1993 صفحات فهرس مجلة لشركة Rolling Stone للمصمم Erik Adigard

خلال تمرير الحرف عبر الطباعة عدّة مرات، وعندما قال وودوارد بأنه يفضل ألا يستخدم نوع الحرف أكثر من مرّة كان يعبر عن اهتمامه بالتغيير الديناميكي وفي تشكيل إعلانات يعيد اختراع تصاميمها باستمرار استجابة للمحتوى، وهذا يوضح كيف أن نوع الخط ومعالجته ومجموعة الألوان والأشكال كلها تنشأ من اتحادها مع موضوع المقال.

وسمحت المرونة الجديدة للطباعة بتشكيل الحروف بأشكال منظورية في عنوان مقال عن الكمبيوترات، وجمعها برسومات ذات إطارات سلوكية من أجل الحصول على تأثير حركي ثلاثي الأبعاد، كما تمت إمالة نوع حرف الطباعة المنشور على شكل صندوق منظوري، وكذلك خط النص ليشكل المستوى الأمامي للصندوق، ومكنت برامج الكمبيوتر المصممين من التحكم بنوع الحرف بشكل تفاعلي من خلال تغيير المقياس واللون وتداخل الأشكال حتى يتم تشكيل توازن حركي، كما أعطت البرمجيات المصورين الفوتوغرافيين حرية الاختيار والانفتاح لتحقيق أفضل أعمالهم (الشكل 9.31-9.32).

في منتصف التسعينيات- في الوقت الذي انتعش فيه الاقتصاد الأميركي من كساد مدمر- نشأ نموذج ثقافي جديد، وانطلقت الكمبيوترات الشخصية



الشكل 9.33 - 1993 صفحات في مجلة WIRED
تصميم John Plunkertt



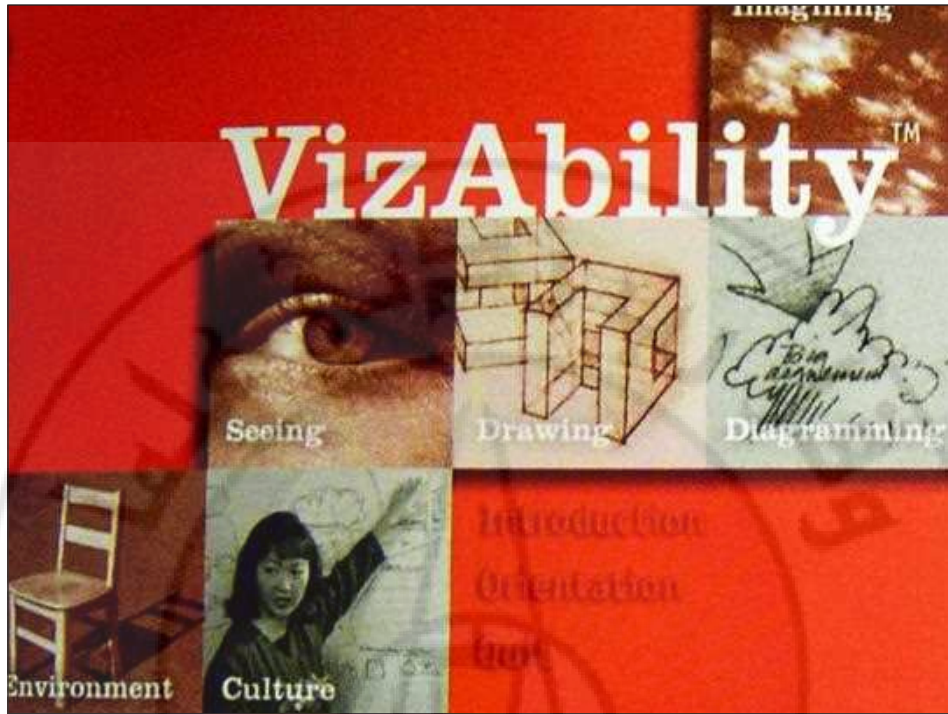
الشكل 9.32 - غلاف مجلة cover magazine
تصميم Hard Werken



الشكل 9.34 - صفحات مجلة
تصميم Quentin Fioris

والإنترنت في عصر المعلومات. وكانت مجلة وايرد WIRED المجلة التي يمكن أن تعطي صورتها بالأسلوب المناسب، وتعمل خارطة طريق افتراضية للجيل الرقمي الجديد (الشكل 9.33).

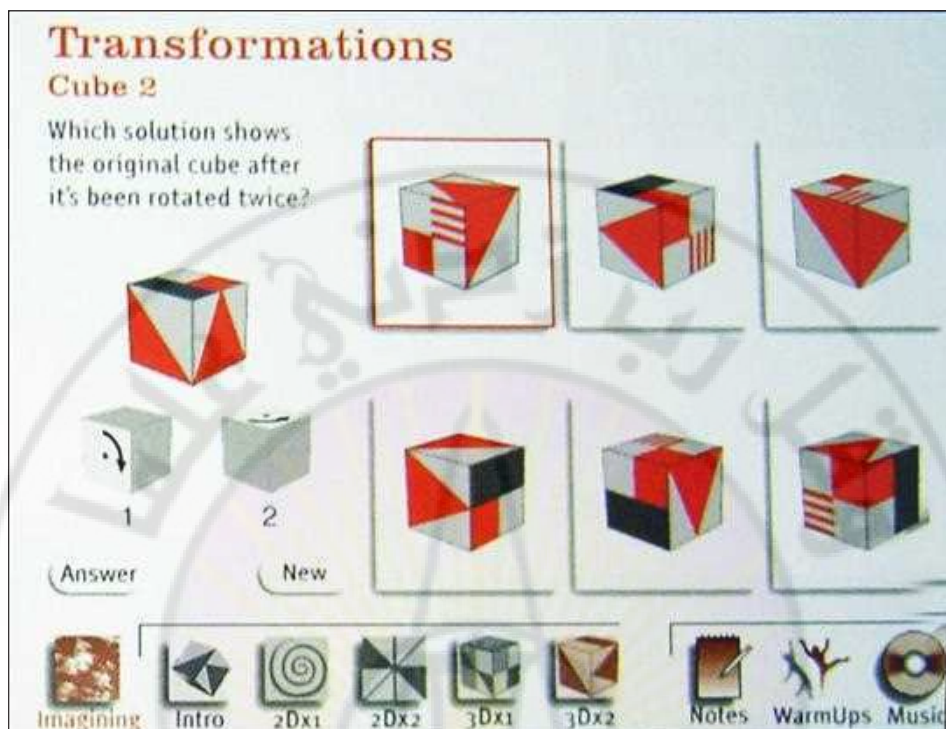
وتأثر التصميم بكل تأكيد بتصاميم مطبوعات (كوينتن فيوري Quentin Fioris) عام 1967 (الشكل 9.34)، واستخدمت تصاميم المقالات الرئيسة ما بعد الحديثة مجموعة واسعة من الخطوط القاطعة الحادة للعناوين. وسرعان ما قام مصممو WIRED بترتيب نوع حرف النص الخاص بهم، وايردبوم Wiredbaum الذي صممه ماثيو كارتر، الذي يعتمد على خط السيرف serif الحديث. ولم تكن هناك أية مجلة تشبه مجلة WIRED، إذ كان التوقيت ممتازاً لنشرها، وظهرت جمالية التصميم الآلية بين ليلة وضحاها، إذ سارت على أعقاب ظهور الإنترنت لأول مرة.



الشكل 9.35 - 1996 صفحات إلكترونية Digital Media Web لشركة VizAbility للمصمم Bill Hill

وسائل الدعاية التفاعلية والإنترنت والشبكة العالمية Interactive media theinternet, and the world wide web

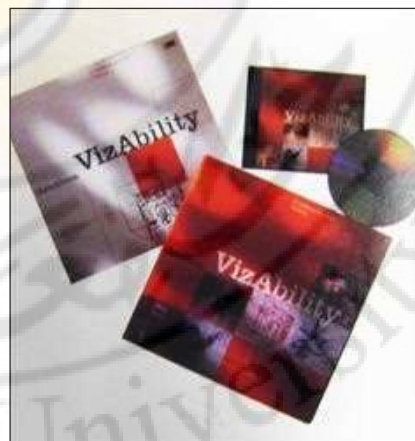
إن مواد الإنترنت نصوص وصور على شاشة الكمبيوتر، تحوي روابط لنصوص أخرى تظهر بسرعة من خلال وضع المؤشر على الكلمة الرئيسة أو الأيقونة والضغط على زر الفأرة، ويمكن الوصول إلى مواد الإنترنت بطريقة سريعة، فعلى سبيل المثال من خلال الضغط على اسم معين ضمن نص عن تاريخ العالم يحصل القارئ على صفحة أخرى عن السيرة الذاتية وصورة شخصية لهذا الاسم تظهر على شاشة الكمبيوتر، كما أن برنامج بطاقات الإنترنت في ماكينتوش الذي صممه المبرمج بيل أدكينسون Bill Adkinson كان من التطبيقات الأولى لهذه الفكرة، وتجاوزت وسائل الدعاية التفاعلية التي تدعى أيضاً الهايبر ميديا Hypermedia مفهوم نص الإنترنت



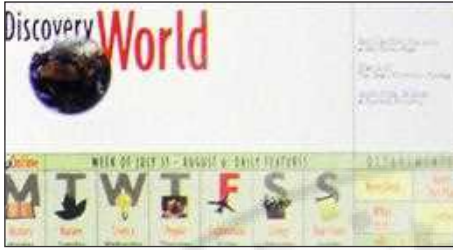
الشكل 9.36 - 1995 صفحات إلكترونية Digital Media Web لشركة VizAbility للمصمم Bill Hill



الشكل 9.38 - 1994 صفحة إلكترونية
Jessica Helfand تصميم Digital M. Web



الشكل 9.37 - 1996 غلاف قرص
Digital Media CD-ROM
لشركة VizAbility تصميم Bill Hill



الشكل 9.39 - 1994 صفحات إلكترونية Digital Media web تصميم Jessica Helfand

(الهابر تيكست Hypertext) إلى مجموعة من الاتصالات السمعية والبصرية والسينمائية المتصلة ببعضها البعض لتشكل مجموعة متجانسة من المعلومات، وربطت هذه المواد لتسمح للمشاهد بالوصول إلى المعلومة بطريقة سريعة وتمكن كل مشاهد من متابعة المعلومة عبر طريق يتم اختياره شخصياً، وعلى عكس الكتب أو الأفلام التي تقدم المعلومة بتسلسل خطي فإن لوسائل الدعاية التفاعلية تركيبة لا خطية. ويتم تشكيل وسائل الدعاية اللاخطية عادة من قبل فريق من المتخصصين يضمّ متخصصي الوسائل السمعية البصرية والمؤلفين والمصممين الجرافيكين وصانعي الأشكال والمنتجين، ويتم تخزين عروض وسائل الدعاية التفاعلية على أقراص DVD وأقراص ذاكرة مدمجة، أو يتم وضعها على مواقع على الشبكة مما يمنح إمكانية متزايدة لتخزين وسائل إعلام متنوعة تشمل صوراً متحركة وصوراً إيضاحية وصوراً فوتوغرافية ساكنة وأصواتاً ونصوصاً ومقاطع فيديو.

وكان فيزيابيليتي VizAbility نموذجاً لبرنامج أقراص مدمجة تفاعلي يعلم مفاهيم مرتبطة بالإدراك البصري، الذي ساعد المستخدمين في تطوير وعي بصري متزايد (الشكل 9.35-9.36)، وأصبحت الشاشة الرئيسة صفحة محتويات باستخدام رمز مكعب مكشوف للفصول الستة، وبالنقر على الشكل ينتقل المستخدم إلى صفحة عنوان ذلك الفصل، ومصمم برنامج VizAbility هي مؤسسة ميتاديزاين Meta Design في سان فرانسيسكو، وهي مؤسسة لتصميم المعلومات، وكان لها مكاتب في برلين ولندن وفي سان فرانسيسكو، ويترأسها المصمم الألماني Erik Spiekermann إيريك سبايكرمان (1947)، وهو مصمم فصيحة حرف الميتا Meta، ومؤسس سبك خط الفونت شوب الرقمي (الشكل 9.37-9.38-9.39).

وعلى عكس الاتصالات المطبوعة التي يتم إنهاؤها بعد خروجها من عملية

الطباعة فإن بعض برامج الدعاية التفاعلية غير محدودة، كما أن التعديلات غير المحدودة ممكنة، يمكن إضافة أو تعديل المحتويات باستمرار. واستخدمت سبع طرق توضيحية الواحدة تلو الأخرى عادة من أجل ترتيب وتنظيم تجربة المشاهد: سلاسل خطية، وتقريب وتباعد مكاني، ونصوص متوازية وأغطية وتسلسلات وقوالب وشبكات. إن السلسلة الخطية عبارة عن سلسلة من الشاشات تشبه صفحات الكتاب أو الأشكال على شريحة العرض التي يمكن عرضها على الشاشة الواحدة تلو الأخرى، كما إن التقريب والتباعد يدع المشاهد يكتسب معلومات أقرب أو أكثر تفصيلاً من خلال الضغط على الكلمة لرؤية تعريفها أو بالتقريب على تفاصيل خريطة أو مخطط ما. والنصوص المتوازية هي نسخ معدلة لنفس الوثيقة. أما الأغطية فهي مشاهدات مختلفة للمعلومة ذاتها فعلى سبيل المثال سلسلة من الخرائط تُظهر الإمبراطورية الرومانية في مراحل مختلفة من تاريخها، أما التسلسلات فهي عبارة عن بُنى متفرعة مرتبة مثل شجرة العائلة، وهذا يسمح للشخص باختيار خيارات تؤدي إلى الفروع المتنوعة. وقفزت اتصالات الكمبيوتر قفزة كبيرة نحو الأمام مع تطور الإنترنت، وهي شبكة واسعة من الكمبيوترات المرتبطة ببعضها البعض، وتعود أصول الإنترنت إلى الستينات عندما قام علماء في وكالة مشاريع الأبحاث المتطورة التابعة لوزارة الدفاع الأميركية بتأسيس شبكة كمبيوترات الـ ARPA، تمكنهم من نقل المعلومات بين المواقع التي تعمل على مشاريع أبحاث مشابهة، وارتبطت مواقع الكمبيوتر عبر الولايات المتحدة من قبل مؤسسة العلوم الوطنية بشبكة NSF عام 1986، وأدى هذا لاستبدال شبكة ARPA خلال عامين، وفي عام 1991 أصدر الكونغرس تشريعاً يوسع نطاق وصول الشبكة إلى المدارس العامة والكلية ومنظمات الأعمال، وأدى ذلك لتوسع درامي لما أصبح يسمى الآن الإنترنت، وفي أوائل عام 1997 ارتبط أكثر من ثلاثين مليون مستخدم في أكثر من مئة دولة بمجتمع الكتروني عالمي، وفي أوائل عام 2005 وجد أكثر من 800 مليون مستخدم للإنترنت في العالم من بينهم أكثر من 200 مليون في الولايات المتحدة.

وأصبحت الشبكة العالمية الموجودة في كل مكان وسيلة سهلة لتنظيم الوصول إلى محتويات الإنترنت الواسعة والمتزايدة باستمرار بما في ذلك النصوص والأشكال والأصوات والصور المتحركة والفيديو. وتم تطوير الشبكة لأول مرة عام 1990 من قبل العالم الفيزيائي تيم بيرنرز لي Tim Berners Lee الذي



الشكل 9.41 - 1995 صفحة إلكترونية
Clement تصميم Digital Media Web site
Mok



الشكل 9.42 - 1995 كتالوج لصفحات إلكترونية
Bob Aufuldish تصميم catalogue web site



الشكل 9.40 - 1995 صفحات إلكترونية
Digital Media web
Jessica Helfand تصميم

يعمل في المنظمة الأوروبية للأبحاث الذرية في جنيف في سويسرا، وقد طور Berners Lee الأعمدة الأساسية الثلاثة للشبكة وهي بروتوكول نقل مواد الانترنت (HTTP)، ولغة تكوين مواد الإنترنت (HTML) وتخصيص عنوان لكل ملف على الشبكة يدعى عنوان الموقع على الشبكة (URL)، ويمكن للمرء تصفح الشبكة من خلال روابط على الشبكة، وهي عبارة عن كلمات أو أيقونات أو أشكال ملونة موضوع تحتها خط تربط العناصر في إحدى الوثائق بوثائق

أخرى موجودة في أي مكان على الشبكة، وبدأت الشبكة بالانطلاق عام 1993 محصورة في البداية بالمجتمع العلمي مع تطور محركات البحث الفسيفسائية الغرافيكية في المركز الوطني لتطبيقات الحاسبات الكبرى (NSCA) من قبل فريق ضم مارك أندريسن Marc Andreessen، وبعد مغادرته لـ NSCA شارك أندريسن في تأسيس اتصالات نت سكيب من أجل إنتاج أول محرك بحث غرافيكى تجاري رئيسي في أواخر عام 1994، وهو متصفح نت سكيب الذي أدى لزيادة عدد مستخدمي الشبكة. واستمر ازدياد استخدام الشبكة بمعدلات خيالية حتى يومنا هذا في الوقت الذي أصبحت فيه الشبكة وسيلة موجودة في كل مكان للتجارة والبحث والتعبير للمستخدمين وللشركات حول العالم.

وفي التسعينات استخدمت عبارة الطريق السريع جداً للمعلومات للتعبير عن الوصول العالمي لكميات هائلة من المعلومات التي تقدمها الإنترنت والشبكة، وفي عام 1997 كان هناك ما يقارب 150 مليون صفحة على الإنترنت، وفي عام 2005 وجد أكثر من ثمانية مليار موقع على الشبكة، وتمثل الإنترنت تقدماً غير مسبوق في الاتصالات البشرية، كما أن نموها السريع خلال أواخر التسعينات فتح أفقاً جديدة للتصميم الغرافيكى من قبل المختصين والأفراد الذين يستخدمون الكمبيوتر والإنترنت من أجل إنتاج مواقع على الشبكة.

ووضعت السنوات الأولى لتصميم صفحات الإنترنت قيوداً على المصممين الغرافيكين، وساعد حجم شاشة الكمبيوتر، وتطور الأشكال الطباعية من إعادة تشكيل تصميم الصفحة المطلوب حتى تمكنت برامج أكثر تطوراً من تحميل الخطوط، وفي بداية ثورة الإنترنت خشي العديد من انهيار معايير التصميم نتيجة محدودية لغة برمجة HTML، وتمكن الأفراد من الوصول الى الانتشار الواسع لتصميم صفحة الشبكة من دون تدريبهم على التصميم، وفي النتيجة بعد استخدام هذه الوسيلة برهن العديد من المصممين من ضمنهم جيسيكا هيلفاند Jessica Helfand الذين تضمنت مشاريعهم البارزة في الشبكة التصميم الأولي لموقع قنوات Discovery ديسكفري بأن المصمم الغرافيكى قادرٌ على تشكيل هوية للموقع الإلكتروني، والمساعدة في تحسين التصفح، وجذب اهتمام بصري إلى موقع الشبكة، وأصبح موقع قناة ديسكفري مثلاً لتصميم الشبكات، وكانت صفحة العنوان والصفحات الافتتاحية الثانوية تستخدم تقسيمات هندسية لتشكيل مساحات للعناوين والعناوين الفرعية وأعمدة جانبية للمعلومات (الشكل 9.40)، واستخدمت الأشكال دليلاً لتوجيه المشاهد بينما يقوم بتصفح الموقع،



الشكل 9.44 - 2001 تصميم كومبيوترى
بطاقة دعوة لمعرض عمارة تصميم
Felix Berltran



الشكل 9.43 - 1996 صفحات إلكترونية Digital Media Web
تصميم Charles Anderson

كما تستخدم الشاشات الافتتاحية للمقالات الرئيسية أشكالاً مذهشة وأحرف طباعية غامضة مقارنة بالخليط الشديد للعناصر الصغيرة المتنافسة في العديد من المواقع.

وفي عام 1976 ابتكر المهندس المعماري والمصمم Richard Saul Wurman ريتشارد ورمان (1935) مصطلح فن عمارة المعلومات، متوقعاً بأنه سيصبح مهنة جديدة للأفراد الذين جعلوا المعلومات المعقدة مفهومة، وبعد عشرين سنة أصبح هذا المصطلح مستخدماً بشكل واسع ليشير إلى عملية تحليل المعلومات المعقدة، وإعطائها بنية وترتيباً يمكن الجمهور من فهم جوهرها بطريقة فعالة ومقبولة.

كما ظهر Clement Mok كليمنت موك (1958) وهو مدير مبدع في شركة آبل للكمبيوترات الذي غادرها ليفتح شركة تصاميم Clement Mok كليمنت موك عام 1987 (التي سميت فيما بعد بأستوديو النموذج الأصلي (أستوديو Archetype أركيتايب) على أنه من المناصرين الأوائل لدور المصممين الجرافيكين في عالم الإعلام المتغير بسرعة (الشكل 9.41)، وأدرك موك أن الثورة الرقمية كانت عبارة عن اندماج التجارة والتكنولوجيا

والتصميم بشكل متكامل، واعتقد موك أنه لا يجب تعريف التصميم على أنه كيان منعزل كالمجموعات أو التصميمات الجرافيكية المضافة إلى المنتج أو الخدمة بل على أنها جزء لا يتجزأ من الإستراتيجية والرؤية الكلية للشركة. وتمكّن وسائل الدعاية التفاعلية الشركات الصغيرة والأفراد من التواصل بفعالية مع الجمهور ومنتجات السوق أو الخدمات، ويثبت ذلك الكرّاس الأول لنوع الخط التفاعلي فونت بوي Font Boy الذي صممه بوب أوفولديش Bob Aufuldish (الشكل 9.42)، إذ تطفو أشكال الأحرف عشوائياً في فضاء الشاشة الرئيسية، وعندما يمرر المشاهد المؤشر على شكل الحرف تتوقف حركته، ويظهر اسمه بينما يفتح النقر المزدوج على الحرف شاشة أخرى، تظهر نوع الحرف بأكمله، ويمكن الوصول إلى أنواع الحروف من خلال صفحة القائمة أيضاً، ويمكن كتاب الحروف الإلكتروني (الباروكي الحديث) الذي وضعه Aufuldish Kathy أوفولديش كاثي بالتعاون مع وارينر Warinner المشاهد من طباعة نماذج بالخط النقطي والحصول على ترتيب للمعلومات ومراجعة إصدارات الإعلانات القادمة وقراءة سيرة ذاتية عن مصممي أنواع الحروف.

ونُشرت تصاميم الفونت بوي على شكل أصوات مضحكة وألوان غريبة، أشكال مرحلة تتراوح بين إعادة الصياغة الهزلية للأشكال العامة الدارجة إلى الأشكال التجريدية التي ألهمها الرسامون الحديثون من أمثال ماتيس وميرو، وكأنها محاكاة فنية معقدة بحد ذاتها مقارنة بالتركيز الوظيفي المقيد للعديد من التصميمات التفاعلية، وبطريقة مماثلة يبرز الموقع الإلكتروني لأرشيف CSA القدرة على جلب نموذج إبداعي لإنترنت بدلاً من جعل الوسيط يوجه مدخل التصميم والرسالة (الشكل 9.43).

وبما أن الوصول إلى الكمبيوترات الشخصية أصبح الآن عالمياً أصبح التحكم بالنص والأشكال ميدان كل مصمم، وكما ذكر آنفاً مكّنت البرامج المعقدة بشكل متزايد المصممين لافتراض الدور الذي أدّاه تنضيد الطباعة والأعمال الترويجية، وسيطر عدد قليل من الأفراد على ذروة مهنة التصميم الجرافيكي بشكل كبير بينما اليوم فإن ميدان اللعب متساوٍ لدرجة كبيرة. ولم يحدث توسّع مهنة التصميم من خلال تشكيل برامج كمبيوتر جديدة والإنترنت فقط بل كان أيضاً نتيجة لكل من توسع ثقافة التصميم ونوعيتها المتزايدة (الشكل 9.44).



BIBLIOGRAPHY

المراجع العربية

- 1 - رؤية فنية معاصرة لخط النسخ من خلال صياغة تشكيلية حروفية جديدة:
(بحث دكتوراه للدكتور محمد ياسر العبار) 2000.
- 2 - تعريف بفن الحفر والطباعة : الدكتور عز الدين شموط 1992.
- 3 - لغة الفن التشكيلي : الدكتور عز الدين شموط 1993.
- 4 - القيم الفنية للكلمة العربية في صياغة الإعلان الحديث:
(رسالة ماجستير للدكتور محمد ياسر العبار) 1997.
- 5 - اللغة السيكلوجية في العمارة - المدخل في علم النفس المعماري:
(د.الحارث عبد الحميد حسن) دار صفحات للدراسات والنشر 2007.
- 6 - تكنولوجيا التصميم الجرافيكي :
(نور الدين النادي - محمد الدرايسة - سعد البهنسي)
مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع 2008.

BIBLIOGRAPHY

المراجع الأجنبية

- 1- Meggs History of Graphic Design (Philip B. Maggs- Alston w. Purvis) Wiley- 2006.
- 2- Graphic Design A New History (Stephen J. Eskilson)Laurence King Publishing 2007.
- 3- Graphic Design A Concise History (Richard Hollis) World of Art 1994
- 4- Dictionary of Graphic Design and Designers (The Thames & Hudson) World of Art.
- 5- Dictionnaire du Graphisme (Alan & Isabella Livingston) L univers de L art.
- 6- Graphic Design History A Critical Guide (Johanna Drucker & Emily Mcvarish) PearsonPrentice - 2009.
- 7- Swiss Graphic Design -The Origins and Growth of an International Style 1920 1965 -(Richard Hollis) Laurence King Publishing 2006.
- 8- History of the poster (Josef und Shizuko Muller-Brockmann) Phaidon 2004.
- 9- a typographic WORKBOOK (Kate Clair) John Wiley & Sons, Inc 1999.
- 10- Grapus 85 (Grapus) publishinghouse reflex utrecht the netherlands 1985.
- 11- Twentieth-Century Type (Lewis Blackwell) Laurence King 1992.
- 12- icons of graphic design (Steven Heller& Mirko Ilic - Thames & Hudson 2001.
- 13- The Fundamentals of Typography (Gavin Ambrose & Paul Harris) ava,Academia 2006.

اللجنة العلمية

- الدكتورة سوسن الزعبي
- الدكتور عبد الناصر ونوس
- الدكتورة منار حمادي

التدقيق اللغوي

الدكتورة حسناء أقدح

حقوق الطبع والترجمة والنشر محفوظة لمديرية الكتب والمطبوعات الجامعية