



paul rand

( August 15, 1914 – November 26, 1996 )





پل رند انگلیسی (Paul Rand; ۱۵ اوت ۱۹۱۴ – ۲۶ نوامبر ۱۹۹۶) یک گرافیست و کارگردان هنری اهل ایالات متحده آمریکا بود که با طراحی لوگو ی شرکت‌هایی چون IBM، انرون، Morningstar, Inc، Westinghouse، ABC و نکست شناخته می‌شود. بین گرافیست‌های آمریکایی، او از پیشگامان پیروی از سبک سوئیسی است. طراحی که در بروکلین به دنیا آمده و تا حد زیادی خود آموخته بود و به عنوان کارگردان هنری ارشد در آژانس ویلیام اچ وینتراب کار می‌کرد. تنها شش سال قبل از آن با معرفی وضوح در مدرنیسم اروپا دارای اعتبار شد و جلد کتاب‌ها، پوسترها و تبلیغات از امضای وی پوشیده شد. در آن زمان هنوز جوان بود و لوگوهای معروف آی بی ام، ای بی سی، و وستینگهاوس را طراحی نکرده بود. القای او در تصدی باشگاه مدیران هنری تالار مشاهیر، منصب اش در دانشکده هنر دانشگاه ییل، مدال AIGA، از او به عنوان بزرگترین طراح کشورش در سال فوت وی در ۱۹۹۶ یاد می‌کند. سی و سه سالگی برای نوشتن کتاب خیلی زود است اما راند برای این کار آماده بود. پاول رند اعتراف کرد که تمام عمرش را به عنوان یک نویسنده در ناامنی به سر برده بود، و اشتیاق او به طراحی بود که از او شخص مؤثری را ساخت. در دوران اشتغالش در خیابان مدیسون، آموخت که با خلاصه‌ترین طرح، بیشترین را بگوید. در نتیجه، این کتاب به سادگی کتاب داستانی کودکانه است، جملاتی کوتاه، اما واضح و تصاویری زنده، و پویا. ظاهراً، چیزی بیش از یک کتاب دستور العمل ساده نیست که نمونه‌هایی از کارهای خود طراح است. اما در واقعیت این کتاب، یک بیانیه، و یک تعریف عملی از آن چیزی است که یک طرح خوب را به اصطلاح خوب می‌کند. شاید، این مطلب به‌طور مستقیم در کتاب گفته نشده باشد، اما زیباترین جمله ای که می‌توان در ابتدا به کتاب راند نسبت داد: صفات "زیبا و مفید" است. او می‌گوید، مهم نیست طرح چقدر زیبا باشد اما اگر بی ربط باشد، طرح خوبی نیست. لازلو موهولی ناگی درباره پاول راند می‌گوید: "او یک آرمانگرا و واقع گراست که هم از زبان شاعر و هم از زبان طراحی برای بیان مقاصدش استفاده می‌کند. وی همچنین بین سال‌های ۱۹۵۶–۱۹۶۹ و ۱۹۷۴–۱۹۸۵ استاد دانشگاه ییل شهر نیو هیون آمریکا بود. زندگی

پل رند (پرتر روزنباوم) در ۱۵ اوت ۱۹۱۴ در بروکلین نیویورک متولد شد. او کارش را خیلی زود با طراحی سر در فروشگاه پدرش آغاز کرد. او بیشتر یک طراح خودآموخته بود که با دیدن آثار لاسلو موهولی ناجی و کاساندره در مجلات نسبت به طراحی گرافیک آشنایی پیدا کرد اما بعدها آموزش آکادمیک نیز دید. وی به عنوان «پیکاسو و طراحی گرافیک»، شهرت یافته‌است و یکی از با نفوذترین طراحان در تاریخ چاپ شناخته شده‌است. حرفه‌ای افسانه‌ای او در شکل‌گیری طراحی گرافیک تأثیر به‌سزایی داشته، و پیشرفت او در نقش‌های متفاوت و حوزه نفوذ مختلف به منزله نقشه‌ای برای طراحی گرافیک حرفه‌ای محسوب می‌شود. از زمان وارد کردن این حرفه در ارتقاء رسانه‌ها و طراحی جلد در Enquire ساخت معاصر، هنر طراحی در کمپین‌های تبلیغاتی، تا طراحی برخی از لوگوهای شرکت‌ها در قرن بیستم، از جمله IBMABC را در بر می‌گیرد از طرف موزه هنر مدرن او یکی از ده نفر برتر هنری در تاریخ نامگذاری شد، و تمجیدهای متعددی که از او شده شامل جایزه از AIGA، باشگاه مدیران هنری نیویورک نیویورک بوده‌است.<sup>[۱]</sup> پل رند، طراح پرشور

پل رند یکی از مشهورترین گرافیست‌های مدرن از نسل دوم پیشگامان گرافیک آمریکایی است که به دلیل کار با شرکت استیو جابز و طراحی های لوگو و نشان های تجاری معروف جهانی همچون وستینگ هاوس، امروزه و در تاریخ تحولات گرافیک، به چهره ای بسیار شناخته شده تبدیل شده است.



پل رند در ۱۵ آگوست ۱۹۱۴ میلادی به دنیا آمد و در ۲۶ نوامبر ۱۹۹۶ دیده از جهان فروبست. وی در انستیتو پرات، از ۱۹۳۲-۱۹۳۳م. در مدرسه طراحی پارسونز و از ۱۹۳۳-۱۹۳۴م در انجمن دانشجویان هنر تحصیل کرد. در همین انجمن، معلم وی، دادائیسیت پیشین گئورگه گروتس (جورج گرز) بود و سنتهای مدرنیستی را به بهترین نحو به رند جوان انتقال داد. رند که طراح جوان و با استعداد و خوش قریحه ای بود، در ۲۳ سالگی مدیر هنری مجله های "اسکوپر" و "پارل آرتز" شد و از سال ۱۹۳۸م. تا ۱۹۴۵م. این سمت را در "دایرکشن" حفظ نمود.

#### جایگاه رند در گرافیک

وی معمای تصویری را همسو با ایجاد تأثیری قوی، به طور مثال در نام سازمان هنرهای گرافیک امریکا که در آن دو ا به عنوان نمادی از چشم استفاده شده اند به کار برد. توضیح آن که کلمه "آی eye" در انگلیسی به معنای چشم است که از نظر تلفظ مشابه حرف انگلیسی ا است و رند از این تشابه در طراحی آرم، استفاده کرد.

پل رند با عنوان طراح زیبایی هایی پرشور شناخته شده است و آثار او به سبب دارا بودن صراحتی آشکار، بارز و ممتاز هستند که این ویژگی با سلیقه، هوش و بذله گویی همراه است. در میان همه طراحان میانه قرن، پل رند با خوش بینی نسبت به کیفیت طراحی، بر این باور تاکید داشت که جهان می تواند به واسطه آنچه "هنر طراحان" خوانده می شود، بهبود یابد.

همان طور که اشاره شد، وی از معروف ترین پیروان مدرنیسم در طراحی امریکا بود. زمینه فعالیت های رند به طراحی ختم نمی شد و در کاری ستودنی دست به قلم شد تا تجربیات خود را در زمینه گرافیک نگارش کند. کتاب های رند

وی یکی از نخستین طراحان گرافیک امریکایی بود که تلاش برای نگارش ایده های و تجربیات خود در قالب کتاب کرد و حاصل سه جلد کتاب شد: او نگرش خویش را در زمینه افکار موثر در طراحی گرافیک در کتاب "تفکر درباره طراحی" در سال ۱۹۴۷م. به چاپ رساند. در این کتاب وی نکات مهمی را که در زندگی و کارش تکرار می شد، آشکار ساخت و در کتاب های بعدی خود، "هنر طراح" در سال ۱۹۸۵م. و "طراحی، فرم و آشفستگی" در سال ۱۹۸۵م. به دقت درباره آن ها توضیح داد. ویژگی های گرافیک از نظر رند

اصول آموزشی رند بر پایه تجربه ها، دریافت ها، بررسی ها، سازمان دادن ها، نمادگرایی و ترکیب ها بود. او علاقمند بود که خود را از افراط های طراحی کارکردگرایی دهه ۱۹۲۰ م. دور نگه دارد. رند پیشنهاد کرد که "ارتباط بصری به هر شکل آن، به صورت تجسمی از فرم و کارکرد در نظر گرفته شود؛ یعنی یکپارچگی، زیبایی و ثمربخشی." رند کارش را از مدیریت هنری تا طراحی پوسترهای جذاب تبلیغاتی با درون مایه هایی یکسان ادامه داد. وی بیش از در نظر گرفتن چهارچوب منطقی طراحی گرافیک، از هنرهای زیبا الهام می گرفت و بر پایه ایده های رنگ، بافت و کلاژ در آثار نقاشان مدرن، همچون آرب، ماتیس، کلی، و کاندینسکی طراحی کرد.

وی متأثر از این هنرمندان، به درکی استوار از اصول قرارگیری هندسه و فرم دست یافت. اگر همه این اصول سرچشمه اروپایی داشتند، عناصر امریکایی طراحی های رند، برای پیچیده کردن استعاره گرافیکی و درک او از کلمات و کپی لاین برآمده از همکاری با بیل برنیتج از آژانس "دیل، دین و برنیتج" بود.

مشهورترین آثار رند



این نگرش ها و ایده ها در مجموعه علامت های تجاری شایان توجه که رند برای شرکت ها و سازمان های بزرگ طراحی می کرد، آشکار شد.

وی معمای تصویری را همسو با ایجاد تأثیری قوی، به طور مثال در نام سازمان هنرهای گرافیک امریکا که در آن دو ا به عنوان نمادی از چشم استفاده شده اند به کار برد. توضیح آن که کلمه "آی eye" در انگلیسی به معنای چشم است که از نظر تلفظ، مشابه حرف انگلیسی ا است و رند از این تشابه در طراحی آرم، استفاده کرد.

برای شرکت "وستینگ هاوس" وی لوگویی که نحوه قرارگیری حروف در آن شبیه تشریح مدار الکتریکی بود، طراحی نمود. در واقع حرف W که حرف آغازین وستینگ Westing است مانند مدار الکتریک طراحی شد تا گویای آن باشد که وستینگ هاوس، تولیدکننده محصولات الکتریک مانند یخچال و ماشین لباسشویی است. رند همچنین از نقش مایه های گرافیکی به عنوان شیوه های یادمانی استفاده کرد. راه راه هایی که از خطوط افقی تشکیل می شدند و برای جلوگیری از جعل اسناد قانونی کاربرد داشتند، در نشان دادن هویت مشترک "آی بی ام" که رند در سال ۱۹۵۶م. بر روی آن کار می کرد، به کار گرفته شد.

همچنین وی از نقش "چشم" (به جای حرف ا) و نقش "زنبور" (بجای حرف B، چراکه با Bee به معنای زنبور در انگلیسی یک تلفظ را دارد) استفاده نمود.

سرانجام این راه ها به دلیل آن که شرکت به وسیله آنها در ذهن مردم تداعی می شد، استعاره ای برای کامپیوترها تبدیل شد، تا حدی که در بعضی از نمونه ها، حروف I, B, M وجود نداشت اما همچنان در اذهان مردم باقی ماند. پاپ آرت مرجع دیگری بود که رند در ساخت شناسه برای شرکت "نکست" آن را نمود داد. این نماد با مجسمه ای ساخته رابرت ایندیانا که در آن فرم کلمه Love شکسته شده بود، تطبیق یافته بود.

در سال ۱۹۶۰م. رند یکی از تعریف های مختصر قاطع خود را در زمینه این که علامت های تجاری چگونه کار می کنند، نوشت: علامت تجاری یک تصویر است. یک نماد، عنصر، نشان و شکل است. نمادی است برای شرکت، علامتی است اشاره کننده به کیفیت که آمیزه ای از فرم و محتواست. علامت های تجاری، جاندار، بیجان، ساختمانی و هندسی اند. آنها حروف، مفهوم نگاشت، تک نگاشت، رنگ و شیء اند. آنها نمایش دهنده هیچ چیز نیستند، اما اشاره گرد و بر پایه بذله گویی و اختصار شکل می گیرند.

رند به عنوان مربی برای نسل های بعدی دانش آموزان طراحی گرافیک، در دانشگاه هنری پیل از ۱۹۵۶م. شروع به تدریس کرد. وی این موقعیت را تا سال ۱۹۷۰م. حفظ نمود. حتی پس از آن که تدریس تمام وقت را ترک کرد، به شرکت در برنامه تابستانی که از سوی مدرسه، در شهر بریسگو در سوئیس برگزار می شد، ادامه داد.

نزدیک به پایان دوران طولانی حرفه اش، به دفاع از نقش اساسی طراح به معنای جستجوگر زیبایی ادامه داد. وی در برابر نسل جدید طراحان گرافیک که به تایپوگرافی ساختارشکن یا "طراحی همچون سخن گفتن" علاقه مند بودند با تمام قدرت ایستاد.

پیامد این نوع برخورد، نوشته او در سال ۱۹۹۲م. بود: "امروزه تأکید بر سبک بر پایه محتوا، در بیشتر آنچه که طراحی گرافیک یا ارتباط خوانده می شود، در والاترین جایگاه آن، آشفتگی محض است. دستورالعمل بدون آشفتگی، دستور العمل روز نیست."