

neville brody

(born 23 April 1957)



نویل برودی (Neville Brody) در سال ۱۹۵۷ در لندن به دنیا آمد و در سال ۱۹۷۹ از دانشگاه در رشته گرافیک فارغ التحصیل شد. او بین سال‌های ۱۹۸۱ تا ۱۹۸۶ مدیر هنری مجله فیس (Face) بود و بین سال‌های ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۷ طراح هنری مجله تاچ (Touch) و از سال ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۰ طراح هنری آرنا (Arena) بود. نوویل برودی از سال ۱۹۹۴ استودیوی تبلیغاتی و هنر طراحی تبلیغاتی را در لندن تاسیس کرد و در سال ۲۰۰۰ شعبه‌هایی از همین موسسه را در پاریس و سانفرانسیسکو بنا نهاد. استودیو تبلیغاتی نوویل کاملاً با روحیه‌های افراد مختلف آشنایی دارد و طراحی‌ها را به سبکی مردم پسند می‌آفریند. آنها برای هر پروژه سیستم و طرح‌ریزی‌های منسجمی می‌آفرینند و با بررسی اصول اصلی و دقیق، نوآوری‌هایی در آنها به وجود می‌آورند.

آنها طرح‌ها را به صورت نیمه تمام آماده می‌کنند و سپس آن را به افراد مختلف نشان می‌دهند و نظرات آنها را در طرح‌های اصلی که ارائه می‌دهند می‌کنجاند. اغلب این طراحی‌ها با تایپوگرافی منظم آماده می‌شوند. این امر سبب ارتباط نزدیک طرح‌ها با مردم و موجب مردمی شدن طراح می‌شود. استودیوی طراحی نوویل برودی پایگاهی حیاتی در ذهن مردم دارد و اغلب طرح‌های آن برای آنها آرامش، صلح و شادی به وجود می‌آورد.

نویل برودی، طراح انگلیسی، هنرمندی مبتکر، با دیدگاهی جنجال برانگیز است، او به خاطر ابداع در طراحی حروف با مفاهیمی قدرتمند، رنگ آمیزی زنده و شفاف و تایپوگرافی مهیج و تصویری به شهرتی قابل وصول دست یافته است. در واقع امضاء برودی، سبک و سیاق او در مبنا قراردادن استفاده از حروف اند که با بدیهه سازی و ابتکار همراه است. او در آغاز به خاطر طراحی روی جلد مجلاتی مانند «the Face» و «Arena» و نیز طرح‌های گرافیکی و تصویر سازیهای پرمعنا ی سرمقاله‌ها که از بازی با حروف ساخته شده بودند شناخته شد، و اکنون نیز مشغول دگرگون کردن طراحی دیجیتال است. نگاه و تصور برودی، اساساً خلق زبان بصری جدیدی است که قابل نمایش باشد. برودی سی ساله بود که کتاب «زبان گرافیک نوویل برودی» نوشته جان وزنکرافت و طراحی برودی منتشر شد. این کتاب که تب و تاب بصری «برودی» و متن عالی و رفیع «وزنکرافت» را در برداشت، برای هر دو آنها پر بار بود و در آن زمان شصت هزار نسخه آن به فروش رسید. همچنین «برودی» موفق شد تا نمایشگاهی از آثارش را در موزه ویکتوریا و آلبرت در لندن بر پا کند، که چندی بعد همین نمایشگاه رهسپار ادینبورگ، «برلین»، «هامبورگ»، «وین» و «توکیو» شد. اما این تحسین برای برودی در انگلستان نه موجب سفارش بیشتری شد و نه جایزه مالی برای او به ارمغان آورد، بنابراین او به محیطی بین المللی نقل مکان کرد که سفارش دهندگانی از اروپا، آمریکا و ژاپن داشت و همین سفارش‌ها موجب خلق تم‌هایی برای ptt. «تله کام» هلند، طراحی نشانه و شخصیت گرافیکی برای orf. خبرگزاری دولتی اتریش، تبلیغات «نایک»، «وایدن» و «کندی» در ایالات مختلف و انجام پروژه‌هایی برای شعب فروشگاهی «پارکو» در توکیو شد. پاسخگویی به این تعهدها و ازدیاد و کثرت دیگر طرحها، مجموعه ای از آثار ماندگار او در کتاب «زبان گرافیک نوویل برودی ۲» هستند که باز هم توسط «برودی» و «وزنکرافت» از سوی انتشارات «تامس و هادسان» در سپتامبر ۱۹۹۴ منتشر شد. این کتاب نتیجه جستجو، پژوهش و توسعه و تکامل اشکال دیجیتالی «برودی» و تئوریهای استادانه «وزنکرافت» و الهامهایی است که با پیشرفت تکنولوژی کامپیوتر پدید آمده است. آنچه تمام و کمال در کتاب به نمایش در آمده «فیوز» است؛ نشریه ای پر جنب و جوش که در سال ۱۹۹۰، استودیوی برودی آن را ایجاد کرد و با سرمایه «فونت شاپ اینتر نشنال» به چاپ رسید. «فیوز» فصلنامه ای است که جوایز گوناگونی را به خود اختصاص داده: «این نشریه ایده‌های جدید تایپوگرافی و زبان بصری را در قلمرو دیجیتال کشف می‌کند» که به صورت یک دیسکت،

چهار پوستر به همراه یک مقاله انتقادی و تحلیلی از « وزنکرافت » روی کاغذ مقوایی گراف ارائه می شود . هر شماره « فیوز » دارای موضوعی خاص است که چهار طراح آن را تفسیر می کنند ، این طراحان خود برای تجربه کردن با حروف به کار گمارده شده اند. این حروف برای استفاده حروفچینی و چاپ در صفحات نشریه نیست ، بلکه پوسترها (که تعدادی از آنها در این صفحات دیده می شوند) کاربرد حروف « فیوز » را نشان می دهند . هر جایی که برنامه نمایش دهنده کامپیوتری بتواند فونت ها را اجرا کند « فیوز » برای نمایش حاضر و آماده است. موضوعهای هر شماره « فیوز » به ماهیت پژوهشی هر طرح اشاره دارد. فیوز شامل مباحث گوناگونی از جمله ابتکار و نوآوری ، اطلاع رسانی و مذهب است. طراحان فیوز مسئول طراحی فونت های مربوط به موضوعات قابل انعطاف ، دیجیتالی و تفسیری هستند. برودی و وزنکرافت و (جان کریچلی مسئول تولید استودیوی تحقیقاتی برودی) دریافتند که الفبا و حروف چاپی به عنوان نمادهایی که عهده دار بار فرهنگی و عاطفی اند، چیزی فراتر از نمایش ۲۶ حرف اند ؛ چنانکه وزنکرافت می گوید: « فیوز جسورانه تلاش می کند تا هنر گرافیک را با فرهنگ عمومی و فلسفه تلفیق کند . « برودی معتقد است که تغییر سرعت تکنولوژی (به ویژه پیشرفت تکنولوژی کامپیوتر و نرم افزار ها نسبت به پنج سال گذشته) نیاز به فرمول بندی تازه ای در تئوری و مبانی طراحی و تمرین و ممارست دارد ؛ همانند تاثیری که عکاسی بر نقاشی سنتی گذاشت و به هنر تجریدی منجر شد. برودی مدعی است که انقلاب در طراحی از زمانی به راه افتاد که دگرگونی اساسی در تکنولوژی کامپیوتری به وجود آمد. او خود اظهار می کند که کامپیوتر یک رسانه هنری است که او نقاشی های دیجیتالی اش را به وسیله آن و با تجسم بخشیدن و صورتی تبدیل یافته برمبنای شکل حروف خلق می کند . این انتزاع و خصوصیت خلاصه کردن و چگونگی فرم ها ی آزاد در آثار او هم مورد تمجید و ستایش و هم مورد انتقاد و نکوهش قرار گرفته است . این تجربه ها حاصل تحقیق و موشکافی برودی بر روی حروف و طرز بکارگیری نافذ و موثر آنها برای چاپ و نمایش است که تئوری او را از فرم و مضمون تجسم وعینیت می بخشد. او احساس می کند نقش بزرگ فیوز و طراحان شرکت کننده در آن، پشتکار و جدیت در وسعت بخشیدن به تایپوگرافی برای نمایش است . قطعاً یکی از موضوعهای مورد بحث شماره های بعدی نشریه فیوز درباره آینده نویل برودی خواهد بود ، به عنوان هنرمندی که دارای تجربه با فرم های تایپوگرافی و درگیر کار کردن با حروف است.