

# بررسی مؤلفه‌های هنر معاصر در گزیده‌ای از آثار استودیوی ۳۶۰

فرزانه الماسیان

دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران  
farzaneh.almassian@gmail.com

## چکیده

هنر معاصر، هنر دوره حال حاضر را پوشش می‌دهد که در آن هنرمندان و استودیوهای طراحی گرافیک معاصر با در هم آمیختن سبک‌های مختلف، به خلق ایده‌ها و آثار نو می‌پردازند. یکی از ویژگی‌های اساسی هنر معاصر اهمیت دادن به مفهوم اثر است و نه فرم و شیء ایت آن؛ در این راستا استودیوی ۳۶۰ که دفتر تبلیغاتی ودن سردیک<sup>۱</sup> است خدمات متنوعی را در زمینه طراحی برند ارائه می‌دهد. فلسفه کاری استودیوی ۳۶۰ ارائه سبک‌های جدید و خلاقانه است که اغلب بیان کنایه‌آمیز دارند. در این مقاله پس از تحلیل گزیده‌ای از آثار بخش طراحی برند استودیوی ۳۶۰ به هدف اصلی مقاله یعنی بررسی مؤلفه‌های هنر معاصر در این آثار پرداخته شده است. این مقاله با روش توصیفی تحلیلی انجام گرفته و اطلاعات آن به صورت کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. در نهایت نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که استودیوی ۳۶۰ از مؤلفه‌های هنر معاصر از جمله مفهوم گرایی، آزادی بیان، رهایی از فرم در آثار خود بهره برده است.

کلمات کلیدی: هنر معاصر، استودیوی ۳۶۰، ودن سردیک

## ۱. مقدمه

تحولات نوین امروزی به قدری سریع پیش می‌رود که بسیاری از مفاهیم و به خصوص هنر را نیز دستخوش خود کرده است. هنر معاصر چنان نسبت به گذشته سیر جهشی طی کرده است که آن را کاملاً متمایز با گذشته‌ها می‌کند (مامی، ۱۳۹۴). آنچه امروزه تحت عنوان هنر معاصر نامیده می‌شود دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که چارچوب‌ها، معیارها و ضوابط سنتی هنر را رعایت نمی‌کند. خصلت متباین و ناهمگن و ماهیت غیر سبکی این نوع از هنر، آن را به نوعی پراکندگی و پلورالیزم منتهی کرده است. برخی از آثار هنر معاصر همچون یک رخداد، خود ویرانگرند یا با عناصر کهنه شونده و زوال‌پذیر ساخته شده‌اند. ضرورت وجود اصالت، تفکیک ایده و بیان و تثبیت آثار ادبی و هنری در حامل‌های مادی در بسیاری از مصادیق هنر معاصر به چالش کشیده می‌شوند و در برخی موارد، اثر هنری معاصر، اصولاً موجودیت مادی پیدا نمی‌کند (زاهدی و شریف‌زاده، ۱۳۹۵). این ویژگی‌های هنر معاصر را می‌توان در بسیاری از آثار هنرمندان و استودیوهای معاصر مشاهده کرد. یکی از این استودیوهای معاصر، استودیوی ۳۶۰ دفتر تبلیغاتی ودن سردیک است که در شهر لوبلینا قرار دارد. بخش طراحی برند استودیوی ۳۶۰، در اختیار کارهای تبلیغاتی، تصویرسازی، بسته‌بندی، طراحی گرافیک و طراحی صفحه وب قرار گرفته است (استانیک و لیپاوسکی، ۱۳۹۱: ۲۲). این استودیو بیش از ده سال است که تجربه کاری دارد و همواره به مشتریان خود این تضمین را می‌دهد که یک کار خوب و خلاقانه در طراحی ارائه کند. در این مقاله سعی می‌شود تا مؤلفه‌های هنر معاصر و وجود این مؤلفه‌ها در تعدادی از آثار استودیوی ۳۶۰ بررسی شود.

## ۲. پیشینه تحقیق

با جستجو در اینترنت و کتابخانه‌ها، مستنداتی به دست آمد که به بررسی هنر معاصر و ویژگی‌های آن که یکی از اهداف این مقاله است پرداخته شده بود از جمله: مقاله جایگاه هنر معاصر در حقوق آفرینش‌های ادبی و هنری (زاهدی و شریف‌زاده، ۱۳۹۵) و همچنین مقاله بررسی رسانه‌های هنری جدید در آثار چهار هنرمند زن بین‌المللی معاصر (اسماعیلی و حسنونند، ۱۳۹۷) که منحصراً به رسانه‌های هنری جدید و تحلیل محتوایی آثار چهار هنرمند شاخص پرداخته شده بود؛ اما این مقاله می‌کوشد تا به بررسی مؤلفه‌های هنر معاصر در آثار استودیوی ۳۶۰ بپردازد.

## ۳. مؤلفه‌های هنر معاصر

هنر معاصر درباره شکلی از هنر است، نه درباره تمامی هنری که هنرمندان زنده هم عصر ما تولید کرده‌اند (میته، ۱۳۹۳: ۱۹). «محتوا» و «بیان» در هنر دهه‌های ۷۰ و ۸۰ و ۹۰ به طور غیرقابل تفکیکی در یکدیگر آمیخته‌اند؛ بنابراین ممکن است یک هنرمند به طرق مختلف و با وسایل متنوعی، نظر خود را ابراز کند. این نکته به شکل موجز، خصلت متباین و ناهمگن و ماهیت غیر سبکی هنر معاصر را که به نوعی پراکندگی یا پلورالیزم منتهی شده است نشان می‌دهد (لوسی اسمیت، ۱۳۸۰: ۲۵). نفی زیبایی‌شناسی سنتی مدرنیسم، زیر سؤال بردن و فراتر رفتن از دعاوی نوجویی‌های فرمالیستی، گریز از موزه‌ای شدن و در هم شکستن ارزش‌های روشنفکرانه آثار مدرنیست، بهره‌گیری از ظرفیت‌های عامیانه، بومی و اجتماعی و مهم‌تر از همه استفاده از همه امکانات تکنولوژیک و رسانه‌ای دوران حاضر بدون هیچ‌گونه قید و شرطی، ویژگی‌هایی است که توانسته است هنر معاصر را با مفاهیمی متفاوت از مدرنیسم در قلب زندگی و هنر امروز و در میان هنرمندان به ویژه -نسل جوان- جذاب، فعال و مورد توجه نگه دارد (حسینی راد، ۱۳۸۶).

## ۴. بررسی مؤلفه‌های هنر معاصر در آثار استودیوی ۳۶۰

استودیوی ۳۶۰ دفتر تبلیغاتی ودن سردیک در سال ۲۰۰۵ در شهر لوبلینا تأسیس شد. این شرکت دو بخش دارد: بخش طراحی برند و بخش معماری که راه‌کارهایی را برای ترکیب معماری و طراحی برند (نشان تجاری) پیشنهاد می‌دهد. این استودیو در بخش طراحی برند تلاش می‌کند تا با تعهد به خلق ایده‌های قدرتمند برای مشتریان خود کار کند به گونه‌ای که در آثار این استودیو می‌توان میل به نوآوری را به وضوح مشاهده کرد.

اثر شستشوی مغزی<sup>۲</sup> (شکل ۱) پوستری است که در سال ۲۰۰۳ توسط استودیوی ۳۶۰ طراحی شد. نمایشگاهی بود با مضامین سیاسی که به محدودیت‌های دولت و نیروهای سیاسی سرکوبگر اشاره داشت. این پوستر هم یکی از پوستر سیاسی بود که یک عکس نزدیک از صفحه ماشین لباسشویی است و در آن به جای تنظیمات شستشو، عبارات "ABC، CNN، CBS، NBC، CBC" نوشته شده است که شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی هستند و اخبار آمریکا و جهان را پوشش می‌دهند. در این پوستر همان‌طور که مشاهده می‌شود از ماشین لباسشویی برای رساندن معنا و مفهوم خود استفاده کرده است.



شکل ۱: پوستر شستشوی مغزی

اثر دیگر این استودیو، پوستر فیلم مایل‌اند<sup>۳</sup> (شکل ۲) است. فیلم درباره یک مدیر اجرایی بیکار است تحت تأثیر یک غریبه مرموز قرار می‌گیرد و به یک بازی شوم از حسادت و انتقام کشیده می‌شود. از آنجایی که فیلم یک طبیعت روان‌شناختی دارد، استودیوی ۳۶۰ مفهوم اصلی برای طراحی پوستر فیلم را از آزمون رورشاخ<sup>۴</sup> الهام گرفته که یک آزمون روان‌شناسی است و روانشناسان از این آزمون برای بررسی ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد عاطفی اشخاص استفاده می‌کنند. این اثر که ماهیت مفهومی دارد به نگاه مختلف افراد بستگی دارد و بیننده را به تفسیر و تصور پیام‌های پنهان به چالش می‌کشد، به این صورت که اولین چیزی که بیننده با دیدن این پوستر می‌بیند چیست؟ این پوستر بیشتر بر روی مفهوم اثر متمرکز شده است تا زیبایی آن.



شکل ۲: پوستر فیلم مایل اند

اینفوگرافیک مسیر زندگی شما<sup>۵</sup> (شکل ۳) اثر دیگر استودیوی ۳۶۰ است که تأثیر سرمایه‌داری بر حس رضایت و خوشبختی افراد در کشورهای توسعه یافته را نشان می‌دهد. این اطلاعات گرافیکی از دو کتاب الهام گرفته شده است: «روانشناسی ترغیب» از روبرت چیلدینی<sup>۷</sup> و «آنفلانزا»<sup>۸</sup> از الیور جیمز<sup>۹</sup>. این اثر می‌خواهد بگوید که مردم در جوامع توسعه یافته کمتر احساس خوشحالی می‌کنند تا مردم با ثروت کمتر. استودیوی ۳۶۰ در طراحی این اینفوگرافیک سعی کرده تا حد امکان ساده و قابل فهم باشد؛ بنابراین سردیک تصمیم گرفت تا آن را با طرحی شبیه نقشه یک سیستم حمل و نقل عمومی طراحی کند و سپس پاسخ به این سؤال را مطرح کرد که چرا زندگی در جوامع توسعه یافته منجر به افزایش ناراضی می‌شود؟ در این اثر ایستگاه‌های زیادی وجود دارد که هر یک از ما می‌توانیم در مسیری بین سرمایه‌داری که در ایستگاه اول قرار دارد و ناراضی که در ایستگاه آخر است حرکت کنیم و این به ما بستگی دارد که کدام مسیر را انتخاب کنیم. به نظر می‌رسد چنین تصویری که یادآور سیستم مترو است بهترین گزینه برای درک این مفهوم بوده است.



شکل ۳: اینفوگرافیک مسیر زندگی شما

اثر دیگر این استودیو، گزارش وضعیت آب و هوا<sup>۱۰</sup> (شکل ۴) است که در مورد خود ما است. درباره پوچ بودن، فریب دادن جامعه امروز و حل برخی از «حقیقت‌ها» است.



شکل ۴: گزارش وضعیت آب و هوا

##### ۵. نتیجه

با توجه به اینکه هنر معاصر تعریف مشخصی ندارد اما ویژگی‌هایی آن را از هنر قبل از خودش متمایز کرده است. از مهم‌ترین ویژگی‌های هنر معاصر فاصله گرفتن از فرم و توجه به محتوا و مفهوم اثر است و همین امر سبب می‌شود که محل نگهداری آثار محدود به گالری‌ها نباشد. در هنر معاصر مرزهای هنر نامحدود شده و هر چیزی حتی یک شی بدون اعمال تغییرات هم می‌تواند یک اثر هنری باشد، به عبارتی مفهوم گرایی از ارزش‌های زیباشناسانه بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. هنرمندان زیادی در قالب هنر معاصر آثاری خلق کردند که یکی از آن‌ها ودن سردیک در استودیوی ۳۶۰ است. هر پروژه‌ای برای سردیک مهم است و در هر پروژه اصول زیبایی‌شناسی، شکل و کارکرد را با یکدیگر ترکیب می‌کند. آثار او خلاقانه و مفهوم‌گراست طوری که مخاطب می‌تواند در هر موقعیت جدید مفهومی نو از آن اثر را درک کند. او می‌کوشد در آثار خود، مخاطب را مورد سؤال قرار دهد که این امر سبب می‌شود تا مخاطبان نگاه متفاوتی به اثر داشته باشند و حتی ممکن است برای عده‌ای غیرقابل درک باشد و متوجه مفهوم اثر نشوند؛ بنابراین همان‌طور که ملاحظه شد آثار این استودیو اغلب بر روی مفهوم گرایی، آزادی بیان و رهایی از فرم که از ویژگی‌های هنر معاصر هستند متمرکز شده بود.

##### تشکر و قدردانی

در تألیف این مقاله از پایگاه مجلات تخصصی نور (نورمگز) به آدرس: [www.noormags.ir](http://www.noormags.ir) استفاده شده است.

## منابع

مامی، بی‌بی رابعه. (۱۳۹۴). هنر معاصر. اولین کنفرانس بین‌المللی هنر، صنایع دستی و گردشگری. شیراز. موسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی

- زاهدی و شریف‌زاده. (۱۳۹۵). جایگاه هنر معاصر در حقوق آفرینش‌های ادبی و هنری. پژوهش حقوق خصوصی. ۱۵ (۴). ۵۳-۸۳
- استانیک و لیپاوسکی. (۱۳۹۱). اطلس طراحان گرافیک. ترجمه: سید محمدمهدی بوذری. تهران: فرهنگسرای میردشتی. ۱
- اسماعیلی و حسونند. (۱۳۹۷). بررسی رسانه‌های هنری جدید در آثار چهار هنرمند زن بین‌المللی معاصر. جلوه هنر. ۴۶ (۱۰). ۲۱-۳۳
- میته، کاترین. (۱۳۹۳). هنر معاصر، تاریخ و جغرافیا. ترجمه: مهشید نونهالی. تهران: موسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر. ۲
- لوسی اسمیت، ادوارد. (۱۳۸۰). مفاهیم و رویکردها در آخرین جنبش‌های هنری قرن بیستم. ترجمه: علیرضا سمیع آذر. تهران: موسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر. ۱
- حسینی راد، عبدالمجید. (۱۳۸۶). هنر معاصر و برنامه‌ریزی ملی. مطالعات هنرهای تجسمی. ۲۶ (۱۰). ۴-۵

## زیرنویس‌ها

<sup>۱</sup> Vladan Srdic

<sup>۲</sup> Brain washing

<sup>۳</sup> Mile End

<sup>۴</sup> Rorschach Inkblot

<sup>۵</sup> The Ride of Your Life

<sup>۶</sup> The Psychology Of Persuasion

<sup>۷</sup> Robert Cialdini

<sup>۸</sup> Afluenza

<sup>۹</sup> Oliver James

<sup>۱۰</sup> Weather Report