

استیون هلرها چه کسانی هستند؟

نوشته‌ی رالف کاپلان



در تاریخ ۲۲ اکتبر سال ۲۰۰۷ نمایشگاهی متفاوت در دانشگاه هنرهای تجسمی نیویورک افتتاح شد. متفاوت بودن این نمایشگاه نه در کیفیت و یا تعداد آثار، بلکه در این بود که برای نخستین بار نمایشگاهی هنری از آثار یک نویسنده به نمایش در می آمد.

این نمایشگاه حاصل فعالیت‌های استیون هلر، نویسنده و مدیر هنری بود. استیون هلر در طول عمر خود بیش از یکصد جلد کتاب، شخصاً و یا مشترکاً با نویسنده‌ی دیگری در زمینه‌ی هنرهای تجسمی، بخصوص طراحی گرافیک، تصویرسازی و هنر سیاسی به رشته‌ی تحریر در آورده است.

او به مدت ۳۳ سال مدیر هنری مجله‌ی نیویورک تایمز^۲ بوده و هم اکنون یکی از نویسندگان ثابت بخش نقد کتاب آن مجله است. پائولا شر^۳ یکی از همکاران استیون هلر در دانشگاه هنرهای تجسمی نیویورک که کاتالوگ، کارت دعوت و پوستر این نمایشگاه را نیز طراحی کرده

است، درباره‌ی او می‌گوید: "استیون هلر گذشته‌ی گرافیک را جاودان و رابطه‌ی آن با گرافیک امروز را منطقی کرده است." استیون هلر جوان در اواخر سال‌های ۶۰ کار خود را به عنوان کاریکاتوریست در مجله‌های زیرزمینی نیویورک شروع کرد؛ اول به عنوان هنرمند مدعو در

نشریه‌ی آواتار^۴ و سپس به عنوان مدیر هنری در نشریه‌ی آزاد نیویورک^۵. در سال ۱۹۷۴ علاقه‌ی استیون هلر به تصویرسازی سیاسی و تفسیر اجتماعی، او را به مجله‌ی نیویورک تایمز هدایت کرد. در ابتدا او به عنوان مدیر هنری بخش نقد کتاب و سپس در سال ۱۹۸۰ به عنوان مدیر هنری مجله، فعالیت خود را ادامه داد. در دورانی که او تصدی مدیریت هنری مجله‌ی نیویورک تایمز را داشت، این مجله را به سکویی برای رشد و نمو

تصویرسازی معاصر آمریکا تبدیل کرد. در سال ۱۹۹۲ مقاله‌های او درباره‌ی شرح حال استادانی چون هنری ولف^۶، پاول رند^۷ و تیپور کالمن^۸ که به تازگی بدرود حیات گفته بودند، حس و حال دیگری به این نشریه داد. سپس مقاله‌های دیگر او درباره‌ی فرهنگ تصویرری عامه که در بخش‌های مختلف مجله چون "نقد هفته"^۹، "هنر و سرگرمی"^{۱۰} و "آخر هفته"^{۱۱} به چاپ رسید، بُعد اجتماعی این نشریه را تقویت کرد. او هم

اکنون مشاور هنری این مجله بوده و نویسنده‌ی دائمی بخشی است به نام "تصاویر"^{۱۲} که درباره‌ی "فرهنگ تصویری" سخن می‌گوید.

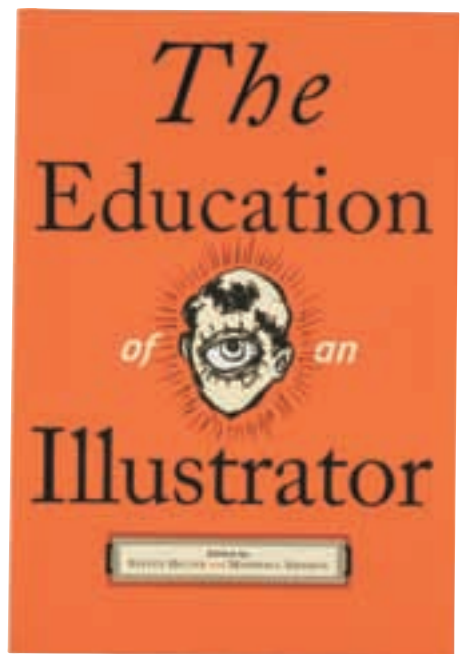
در سال ۱۹۹۶، بعد از تدریس به مدت ۱۴ سال، دانشگاه هنرهای تجسمی نیویورک از او خواست که همراه با لینا تالاریکو^{۱۳} بخش کارشناسی ارشد این دانشگاه در رشته‌ی طراحی را پایه‌گذاری کند. استیون هلر درباره‌ی این بخش می‌گوید: "هدف از برنامه‌ی این دانشگاه تبدیل دانشجویان به نویسنده‌های خلاق، تولیدکننده‌های هنری، دبیران جراید و مدیران تجاری است." او اخیراً بخش کارشناسی ارشد دیگری را در این دانشگاه، در رشته‌ی نقد دریا^{۱۴} با کمک آلیس توملو^{۱۵} تأسیس کرده که از سال ۲۰۰۸ شروع به کار خواهد کرد.

استیون هلر مدیریت برپایی کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های زیادی برای دانشگاه هنرهای تجسمی نیویورک، انجمن طراحان گرافیک آمریکا^{۱۶} و چندین مؤسسه‌ی دیگر را به عهده داشته است. از جوایز معتبری که او تا به حال به خود اختصاص داده است، می‌توان جوایزی چون مدال انجمن طراحان گرافیک آمریکا برای یک عمر تلاش^{۱۷}، که بالاترین سطح جایزه در بین طراحان حرفه‌ای گرافیک در آمریکا است، جایزه‌ی ویژه‌ی مدرسین از مؤسسه‌ی تالار شهرت مدیران هنری^{۱۸}، جایزه‌ی ریچارد گانگل برای مدیریت هنری از طرف انجمن تصویرسازان^{۱۹} را نام برد.

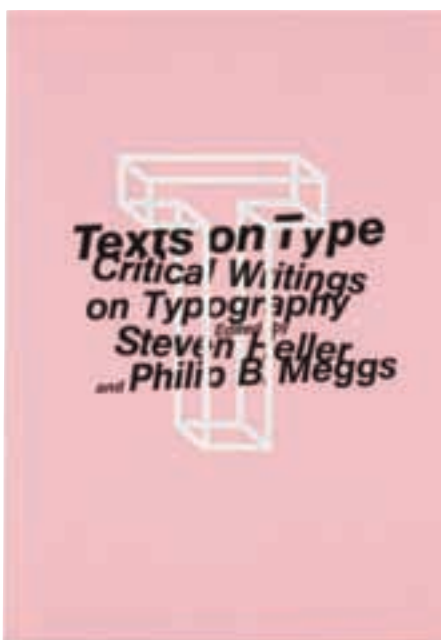
استیون هلر همچنین عضو کمیته‌ی آموزشی موزه‌ی هنری مدرن نیویورک^{۲۰} است.

آن چه در پی می‌آید برگردان نوشته‌ای از رالف کاپلان است در معرفی استیون هلر.

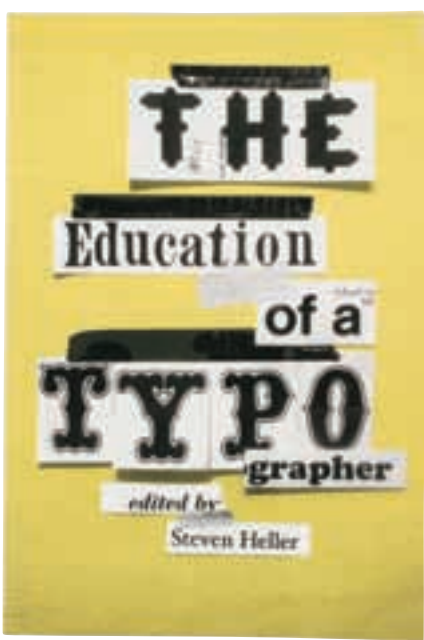
هینت تحریریه اولین کتاب من هدیه‌ای بود که از عمومی آل گرفتم: تام سوئیفت و قایق موتوری‌اش، نوشته‌ی ویکتور اپلتن^۱. کتاب دوم را خودم خریدم: تام سوئیفت و موتورسیکلتش، اثر همان نویسنده. پس از چندی، تام سوئیفت و تفنگ برقی‌اش را به آن‌ها اضافه کردم، و کمی بعد تام سوئیفت و تانکش، و بعد زیدریایی‌اش، بالونش، تلسکوپ بزرگش، و کتاب‌های دیگر و همه در ظاهر به قلم همان نویسنده. از پرکاری او حیرت کرده بودم و از خودم



1



2



3

می پرسیدم چطور ممکن است نویسنده‌ای بتواند این همه کتاب بنویسد. به راستی ویکتور اپلتن چه کسی بود؟ دیگر بزرگ شده بودم که فهمیدم ویکتور اپلتن یک نفر نیست و چندین نفر است، نامی است که به یک گروه تعلق دارد و همراه با طرح‌های داستانی به تعداد زیادی نویسنده‌ی پشت پرده واگذار می‌شود. اگر با آثار استیون هلر آشنا باشید، منظورم را از این حرف‌ها می‌فهمید؛ ولی نگران نباشید. درست است که به این موضوع می‌پردازم، ولی قول می‌دهم زیاد طول نکشد، چون در اینجا پرکاری افسانه‌ای استیون هلر، هدف نیست، بلکه شروع بحث است. نمایشگاه حاضر، آخرین نمایشگاه از «مجموعه نمایشگاه‌های استادان» است، نمایشگاهی به مناسبت یک جایزه‌ی سالانه در مدرسه‌ی عالی هنرهای تجسمی نیویورک^{۲۲} به افتخار «کسی که در طول فعالیت حرفه‌ای خود، به خاطر قلم شیوایش در حوزه‌ی هنرهای تجسمی زمانه‌ی ما مشهور است». استیون هلر در هر موضوعی در حوزه‌ی ارتباطات تجسمی که فکر کنید، دست‌کم یک کتاب نوشته است. کِرت اندرسن^{۲۳}، نویسنده و معجری برنامه‌های رادیویی هم یک‌بار به شوخی گفت، او یک میلیون کتاب نوشته است. و هنوز هم می‌نویسد. احتمال دارد تا این کتابش را بخوانید، کتاب دیگری نوشته باشد. برای کسانی که تمایل ندارند این قدر صبر کنند، و بلاگ^{۲۴} دیلی هلر هم هست که با نظمی کم نظیر در نشریه‌ی اینترنتی پرینت ارائه می‌شود.

استیون هلر، بر خلاف ویکتور اپلتن، واقعی است و یک نفر بیشتر نیست. با این حال، آن معما همچنان وجود دارد. چند سال پیش با استیون هلر قرار ناهار داشتم، و او مثل همیشه کتابی از خودش را به دستم داد. کتاب تازه از چاپ درآمده‌ای بود که ناشرش تازه با پیک شخصی برایش فرستاده بود.

گفتم: «افتخار می‌کنم اولین کسی هستم که یک نسخه از آخرین کتابت را دارم.»

گفت: «راستش، این طور نیست،» و برایم توضیح داد

که همان روز یک کتاب دیگرش هم از چاپ درمی‌آید. احتمالاً همه‌ی کسانی که استیون هلر را می‌شناسند، می‌توانند داستان‌های مشابهی درباره‌ی او تعریف کنند. و با وجود این که ممکن است همه‌ی آن‌ها واقعتاً داشته باشند (داستان من که واقعتاً دارد)، در مجموع گمراه‌کننده‌اند. طراحی گرافیک عرصه‌ی گسترده‌ای است که به معنای واقعی کلمه تا آنجا که چشم‌کار می‌کند ادامه دارد. برای درک این گستردگی، هم باید تصویری کلی و هم تعداد کنثیری تصویر کوچک را در نظر گرفت. کار منحصر به فرد هلر این است که پیوسته هر دوی این‌ها را انجام می‌دهد. تولید اعجاب‌انگیز کتاب‌های او در این زمینه، در مقیاس رکورد‌های جهانی گینس^{۲۵}، مهم‌ترین موفقیت اوست، ولی در عین حال نشانه‌ی موفقیتی به مراتب فراگیرتر و از آن مهم‌تر، مداوم است. نمایشگاه مروری بر آثار هنرمند، آنچه را که هنرمند تاکنون انجام داده ثبت می‌کند، و همواره به نوعی باعث می‌شود این فکر به ذهن بیننده خطور کند که «اینها درست، ولی تازگی برای من چه کرده است؟». بخش عمده‌ی نمایشگاه حاضر خطر این واکنش را رفع می‌کند و بر کارهایی متمرکز است که هلر اکنون در مقام طراح، مدیر هنری، نویسنده، معلم، سخنران، سازمان‌دهنده‌ی همایش‌ها، سردبیر، قصه‌گو و مدیر آموزشی انجام می‌دهد. کاری که او می‌خواهد انجام بدهد تا حد زیادی تعریف کردن داستان طراحی گرافیک است. این داستان از تصورات احتمالی طراحان گرافیک هم به مراتب غنی‌تر و پیچیده‌تر است؛ آن قدر شخصیت‌پرتر، و پیچش و تضاد در طرح داستانی دارد که برای هزار رمان کافی است. تعریف کردن این داستان، و تداوم بخشیدن به این روایت، از دو نظر لازم است: عمومی و تخصصی.

تا آنجا که به سوابق عمومی مربوط می‌شود، شاخه‌های مختلف طراحی شامل معماری، طراحی صنعتی، طراحی داخلی، طراحی محوطه، و از همه رایج‌تر طراحی گرافیک است. هر یک از این شاخه‌ها، خود حوزه‌های تخصصی

نظیر طراحی نمایشگاه، طراحی برای رویدادها، تصویرگری، طراحی نرم‌افزار و تایپوگرافی دارند. مدیریت هنری را هم به این مجموعه اضافه کنید و آن وقت دیگر تعجبی ندارد که طراحان مدام شکایت می‌کنند که کسی آنها را درک نمی‌کند، چون آنچه آن‌ها انجام می‌دهند از بسیاری جنبه‌ها به زحمت قابل درک است. مایکل بیروت^{۲۶}، یکی از شوخ‌طبع‌ترین سخنگویان حوزه‌ی طراحی گرافیک، سرود مسخره‌ای برای انجمن هنرگرافیک امریکا^{۲۷} سروده که در آن یک رشته دلیل را در مدح این انجمن برمی‌شمارد. این سرود این طور به پایان می‌رسد:

«ای ... انجمن

تو را با تمام عیب‌هایت دوست دارم

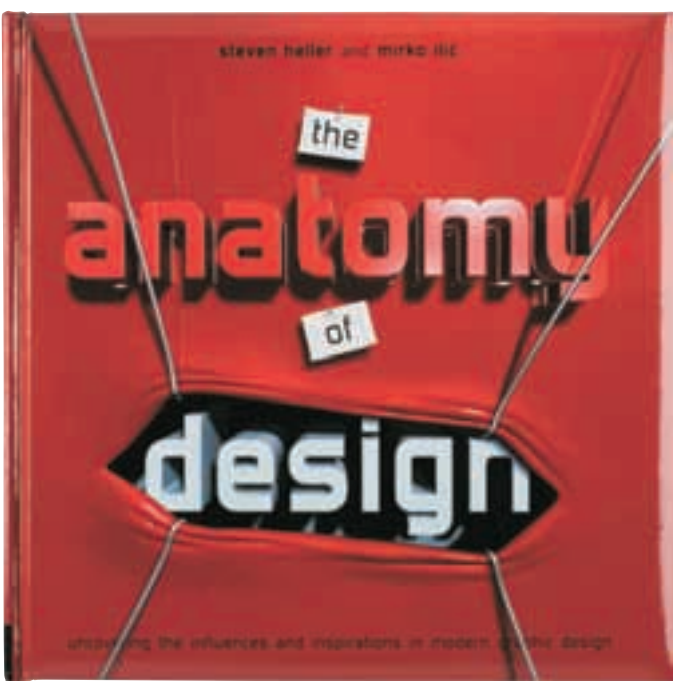
چون درک می‌کنی که ما چه می‌کنیم

و مادران ما هرگز ما را درک نخواهند کرد.»

مادران ما، نماد کلی ناکامی عمومی در درک علت وجودی طراحان است که به ویژه زمانی در دسرساز می‌شود که نه از جانب مادران، بلکه از جانب مشتری‌هاست. رفع این مشکل مطلوب است، ولی اولویت مهم‌تر این است که درک طراح از رشته‌ی تخصصی‌اش بالاتر برود. هلر با انبوه کتاب‌ها، مقالات، سخنرانی‌ها، همایش‌ها، نمایشگاه‌ها، درس‌ها، وبلاگ‌ها، برنامه‌های رادیویی، پادکست‌ها^{۲۸} و بحث‌های سخت تلاش می‌کند تا در زیر این طیف متنوع فعالیت‌هایی که طراحان انجام می‌دهند، شالوده‌ای بیابد. این حرف به معنی آن نیست که او طراحی گرافیک را به طور دقیق تعریف کرده است، بلکه جنبه‌های بی‌شمار آن را به وضوح نشان می‌دهد تا به تعریف‌ها اعتبار ببخشد. یک رویکرد منطقی برای قابل فهم کردن طراحی این است که الگو یا نظریه‌ای را انتزاع کنیم تا نشان بدهد که کارهای مختلف آن چه وجه اشتراکی دارند. روش هلر عمدتاً به این صورت نیست؛ حتی در کتابی عمومی مانند سواد طراحی^{۲۹} چنین روشی را دنبال نمی‌کند. هر یک از کتاب‌ها، مقالات و



4



5

۱. آموزش برای تصویرگر، نوشته‌ی استیون هلر و مارشال آریسمن، با طراحی جیمز ویکتور، ۲۰۰۰ / ۲، متون با تایپ، نوشته‌ی استیون هلر و فیلیپ بی. مگر با طراحی جیمز ویکتور، ۲۰۰۱ / ۳، آموزش برای تایپوگرافر، نوشته‌ی استیون هلر، با طراحی جیمز ویکتور، ۲۰۰۴ / ۴، بوک ریویو، نیویورک تایمز که استیون هلر از سال ۱۹۷۸ تا ۲۰۰۷ مدیر هنری آن بوده است. روی جلد‌های فوق، منتخبی از این سالهاست. / ۵. آناتومی دیزاین، نوشته‌ی استیون هلر و میرکو ایلک، با طراحی میرکو ایلک، ۲۰۰۷

1. The Education of an Illustrator, Steven Heller and Marshall Arisman, editors, James Victore, designer, 2000 2. Texts on Type, Steven Heller and Philip B. Meggs, editors, James Victore, designer, 2001 3. The Education of a Typographer, Steven Heller, editor, James Victore, designer, 2004 4. Steven Heller was the art director of The New York Times Book Review from 1978 to 2007. The following covers are highlights of those years. 5. The Anatomy of Design, Steven Heller and Mirko Illic, authors, Mirko Illic, designer, 2007

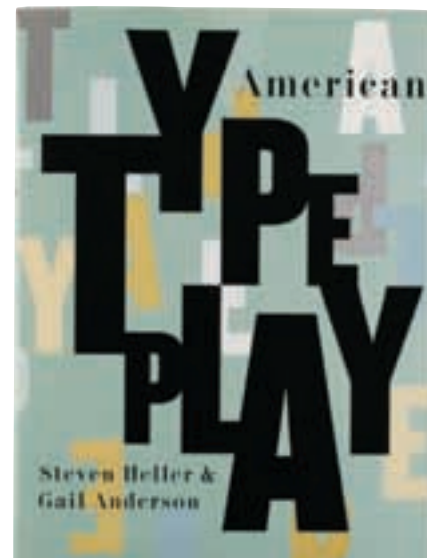
نمایشگاه‌های متعدد او به شیوه‌ای بدیع و جبهی از طراحی گرافیک را بررسی می‌کند. شاید روزی این‌ها بر روی هم تصویری کامل از این موضوع به دست دهند، اما آن روز هنوز نرسیده، و ظاهراً هلمر برای رسیدن آن چندان بی‌تاب نیست. ما هم نباید باشیم، چون در این فاصله به چیزی دست پیدا می‌کنیم که آمیزه‌ای از آموزش و تفریح است، و هر قسمت آن وجهی از دنیای طراح را روشن می‌کند. این دنیا، آن‌گونه که هلمر در رسانه‌های مختلف به ما ارائه می‌کند، بر مبنای سیاسی (اسواستیکا؛ وحشت از سرخ‌ها!؛ طراحی گرافیک خشمگین: پوست‌های اعتراض آمیز دوره‌ی ریگان - بوش؛ هنر علیه جنگ؛ کارتونیست‌ها در حمایت از خلع سلاح هسته‌ای؛ هنر سیاسی ۲۰)؛ منطقه‌ای (مشاهده‌ی نیویورک؛ آرت دکو ایتالیا؛ آرت دکو امریکایی ۳)؛ و در واقع هر سبک، دوره، موضوع و حال و هوایی که علاقه‌ی او را جلب کند، سازمان یافته است. ظاهراً هلمر از آغاز آگاه بوده است که شأن هنر طراحی گرافیک مستلزم سرسپردگی کورکورانه نیست. توماس نست ۳۲، گنورگه گروس ۳۳، پابلو پیکاسو، استن لی ۳۴، و ام.سی. اشر ۳۵ همگی نیاز انسان به لودگی و مسخره‌بازی را به او - و به ما - یادآور می‌شوند. حتی جدی‌ترین طراحی گرافیک به حاشیه‌ای از طنز، بازگوشی، شگفتی و سرخوشی گرایش دارد. برای هلمر به هیچ وجه سخت نیست که از مفهوم ژئوپولیتیک‌ی اسواستیکا به سمت محدودیت‌های سلیقه‌ای و اخلاقی در تبلیغات کاندوم حرکت کند. نوشته‌های هلمر غالباً سمت و سوی اخلاقی دارند و بر خلاف برخی طراحان، این امر موجب نمی‌شود که از دنیای تجاری فاصله بگیرد. در واقع، تعداد زیادی از کتاب‌های او روی وجه تجاری طراحی متمرکز هستند.

طراحان به کرات گفته‌اند که نقش «وجدان صنعت» را ایفا می‌کنند. هلمر آگاه‌تر است. وجدان را نمی‌توان استخدام کرد و نمی‌توان از خارج تأمین کرد و یا واگذار کرد و مشتری‌ها باید خودشان آن را تقبل کنند. اما طراحان می‌توانند بر اساس وجدان کار خود از کار کردن با برخی مشتری‌ها اجتناب کنند. یکی از راه‌های این است که خودشان مشتری خودشان بشوند. ده سال پیش، هلمر برنامه‌ی طراح در مقام کارفرما را در دانشگاه هنرهای تجسمی نیویورک آغاز کرده آن را با همکاری لینا تالاریکو ۳۶ اداره می‌کند. هدف این برنامه تشویق دانشجویان و توانمند کردن آن‌ها برای خلق، تولید و بازار یابی کالاها و خدمات خود است. همه نمی‌خواهند چنین کاری بکنند، و همه‌ی کسانی که می‌خواهند این کار را بکنند استعداد و روحیه‌ی لازم را ندارند. اما همه می‌توانند از تجربه‌ی آغاز کار بر اساس ایده‌های خود، در مقابل وابستگی به کسانی که به اصطلاح «محتوا را تأمین می‌کنند» بسیار بهره بگیرند. من طی سال‌ها کار با طراحان دریافته‌ام که تمایز قائل شدن بین کسی که محتوا را تأمین می‌کند و کسی که این محتوا را به خوبی منتقل می‌کند، در بهترین حالت خطرناک و در بدترین حالت مخرب است. طراحانی را می‌شناختم که نه تنها با این تمایز مشکلی نداشتند، بلکه به صراحت مخالف آن بودند که شیوه‌ی دیگری را برای کار اتخاذ کنند. برنامه‌ای مانند برنامه‌ی هلمر در مدرسه‌ی عالی هنرهای تجسمی می‌توانست برای آن‌ها بسیار سودمند باشد.

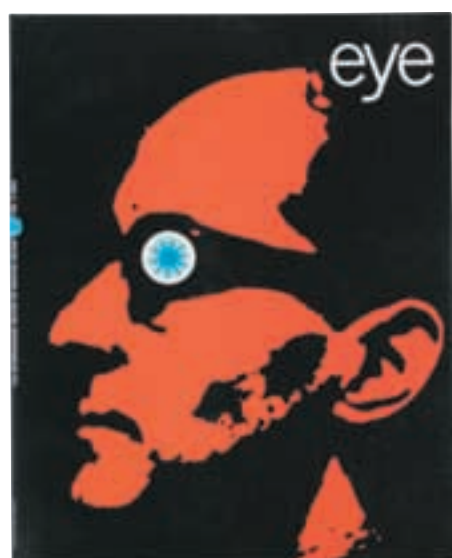
معمولاً اعتقاد بر این است که هیچ حرفه‌ای تا زمانی که تاریخچه، آرشیمی از تحلیل‌های انتقادی و ابزار آموزشی نداشته باشد، جدی تلقی نمی‌شود. هلمر تلاش می‌کند تا

این هر سه را برای حرفه‌ی طراحی گرافیک ایجاد کند و در روند این تلاش، آشنایی ما را با برخی طراحان گسترش داده و عمیق‌تر کرده است. مثلاً در ۱۹۸۹ مرکز هنری واکر ۳۷ در مینیاپولیس با همکاری انجمن هنر گرافیک آمریکا، نمایشگاه «طراحی گرافیک در آمریکا» را برگزار کرد. این نمایشگاه که میلدرد فریدمن ۳۸، مدیر طراحی واکر، آن را ترتیب داده بود، بسیاری از طراحان را ناامید کرد. این طراحان معتقد بودند انتخاب‌ها دلخواهی بوده و به طور دقیق نماینده‌ی این حوزه نبوده است. فریدمن در پاسخ می‌گفت طراحان حرفه‌ای، که عادت داشتند اثر خود را برای داوری به هیئت‌هایی از هم‌تایان خود ارائه کنند - بر خلاف مثلاً نقاش‌ها و مجسمه‌سازها - صرفاً به نمایشگاه‌هایی که مدیریت ترتیب داده باشد عادت نداشتند. هلمر یک میزگرد عمومی در این زمینه تشکیل داد و خود آن را اداره کرد، که در کوپر یونیون ۳۹ برگزار شد. این میزگرد هم، مانند اغلب میزگردها، به نتیجه‌ی قطعی و مشخصی نرسید؛ ولی فضا را آن قدر شفاف کرد که همه اتفاق نظر پیدا کنند که درست‌تر آن بود که عنوان این نمایشگاه این قدر نویدبخش نباشد.

همراه با این نمایشگاه، کتابی با همین عنوان منتشر شد که شامل مقالاتی به قلم منتقدان برجسته مانند لورین وایلد ۴۰، جوزف جووانینی ۴۱، و گروه‌الین لاپتن و آبوت میلر ۴۲ بود. این کتاب همچنین مجموعه‌ای از مصاحبه‌ها را در بر می‌گرفت که هلمر با طراحان مطرح آمریکایی - از جمله سال بس، میلتن گلینزر، ایوان چرمایف، ایپریل گریمن، موریل کوپر، لئو لیونتی، بردبری، تامپسن، و پل رتد ۴۳ - انجام داده بود. هلمر که مصاحبه‌گر چیره‌دستی است، غالباً این نقش را در مجله‌ی پرینت ۴۴ و نشریه‌ی



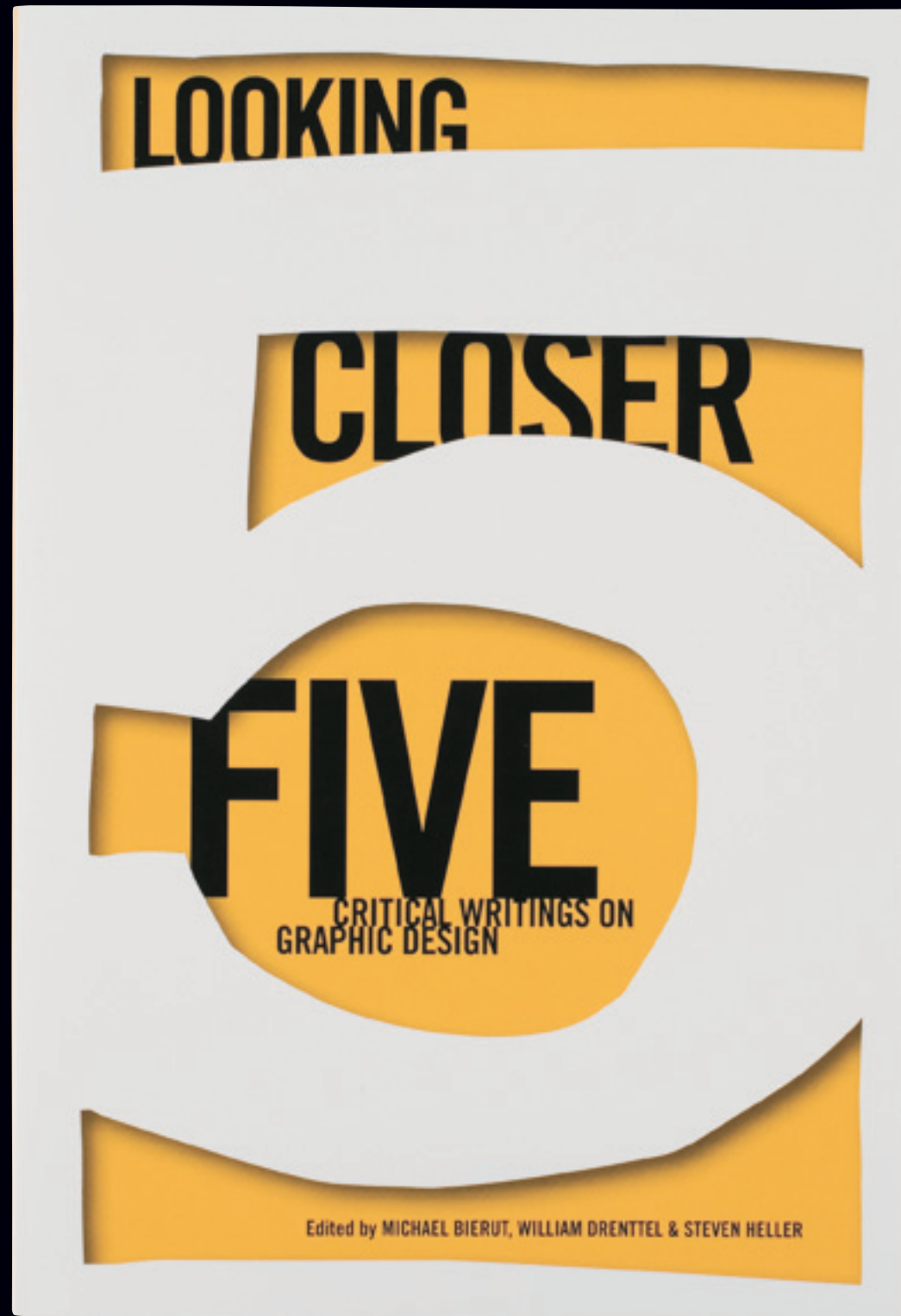
۶. مجله‌ی آی (چشم)، شماره‌ی ویژه‌ی آمریکا، با سردبیری مهمان استیون هلمر و سردبیری ریک پوینر، با طراحی استفان کوآسنس، ۱۹۸۱ / ۰۷. مجله‌ی آی (چشم)، با سردبیری ریک پوینر، و مقاله‌ی استیون هلمر، ۱۹۹۴ / ۰۸. بازی با تایپ آمریکایی، نوشته‌ی استیون هلمر و گیل اندرسن، با طراحی الکس ایلس، ۱۹۹۴ / ۰۹. نگاه از نزدیک ۵، نوشته‌ی مایکل بیروت، ویلیام درنل و استیون هلمر، با طراحی مایکل بیروت، ۲۰۰۶. Eye magazine, American Special Issue, Steven Heller, guest editor, Rick Poynor, editor, Stephen Coates, designer foreword, 1981 7. Eye magazine, Rick Poynor, editor, Steven Heller, author of The Cult of the Ugly 8. American Typeplay, Steven Heller and Gail Anderson, authors, Alex Isley, designer, 1994 9. Looking Closer 5, Michael Bierut, William Drenttel, Steven Heller, editors, Michael Bierut, designer



۷. Eye magazine, Rick Poynor, editor, Steven Heller, author of The Cult of the Ugly 8. American Typeplay, Steven Heller and Gail Anderson, authors, Alex Isley, designer, 1994 9. Looking Closer 5, Michael Bierut, William Drenttel, Steven Heller, editors, Michael Bierut, designer



۸. American Typeplay, Steven Heller and Gail Anderson, authors, Alex Isley, designer, 1994 9. Looking Closer 5, Michael Bierut, William Drenttel, Steven Heller, editors, Michael Bierut, designer





10

اینترنتی ای. آی. جی. ای. جورنال^{۴۵} به عهده می‌گیرد و پیوسته سؤال‌هایی مطرح می‌کند که اطلاعات و دریافت‌های جدیدی به دست می‌دهد.

به قول یکی از صاحب‌نظران، هلر به این دلیل از عهده‌ی این کار برمی‌آید که «می‌داند جنازه‌ها کجا دفن شده‌اند.» معانی ضمنی این حرف صرفاً استعاری نیست، زیرا برخی از بهترین نوشته‌های او درباره‌ی طراحان در قالب سوگنامه‌هایی برای نیویورک تایمز است که در آن‌ها همواره نقش ویژه‌ی هر یک از طراحان در گذشته را در این عرصه به دقت مشخص می‌کند. خود این مصاحبه‌ها و سوگنامه‌ها در مجموع تصویری واقعی از طراحی گرافیک در امریکا به دست می‌دهند. همین عمق معلومات موجب می‌شود که هلر خود نیز به همان میزان در رادیو و تلویزیون مصاحبه‌شونده‌ی تأثیرگذاری باشد.

داستان زندگی خود هلر کم و بیش آشناست، و تا حدی پراکنده‌گزینی او را توجیه می‌کند. او در زندگی حرفه‌ای خود مسیر پر پیچ و خمی را طی کرده، از مجله‌ی اسکرو^{۴۶} که در جوانی مدیر هنری‌اش بود تا نیویورک تایمز که طی ۳۳ سال گذشته مدیر هنری صفحه‌ی روبه‌روی سرمقاله و نقد و معرفی کتاب این روزنامه بوده است. هلر در نقدی که شخصاً بر کتاب گوردن بروس^{۴۷} درباره‌ی البوت نویز^{۴۸} طراح صنعتی نوشت، بر نقش نویز در معرفی طراحان طراز اولی چون پل رند، چرمایف و گایسمار^{۴۹}، چارلز و ری ایمز^{۵۰}، و ارو سارینن^{۵۱} به مشتری‌هایی نظیر آی.بی.ام.^{۵۲} و وستینگهاوس^{۵۳} تأکید کرد. نویز خود مشاور این شرکت‌ها بود، و نه تنها برای آن‌ها طراحی می‌کرد، بلکه در معرفی سایر مشاوران و حمایت از کارشان نقش مؤثری داشت. مثلاً، وقتی ارانه‌ی نشانه‌ی جدید وستینگهاوس توسط پل رند موجب درگرفتن بحثی در سطح مدیران شد (یکی از مدیران به این نشانه معترض بود و می‌گفت شبیه سه تا تویی است که توی ویتترین مغازه‌های گروهی است)، مارک کرسپ مدیر اجرایی این شرکت رو کرد به نویز و پرسید: «چطور باید چنین مسئله‌ای را حل کنیم؟» نویز جواب داد: «خب، فکر

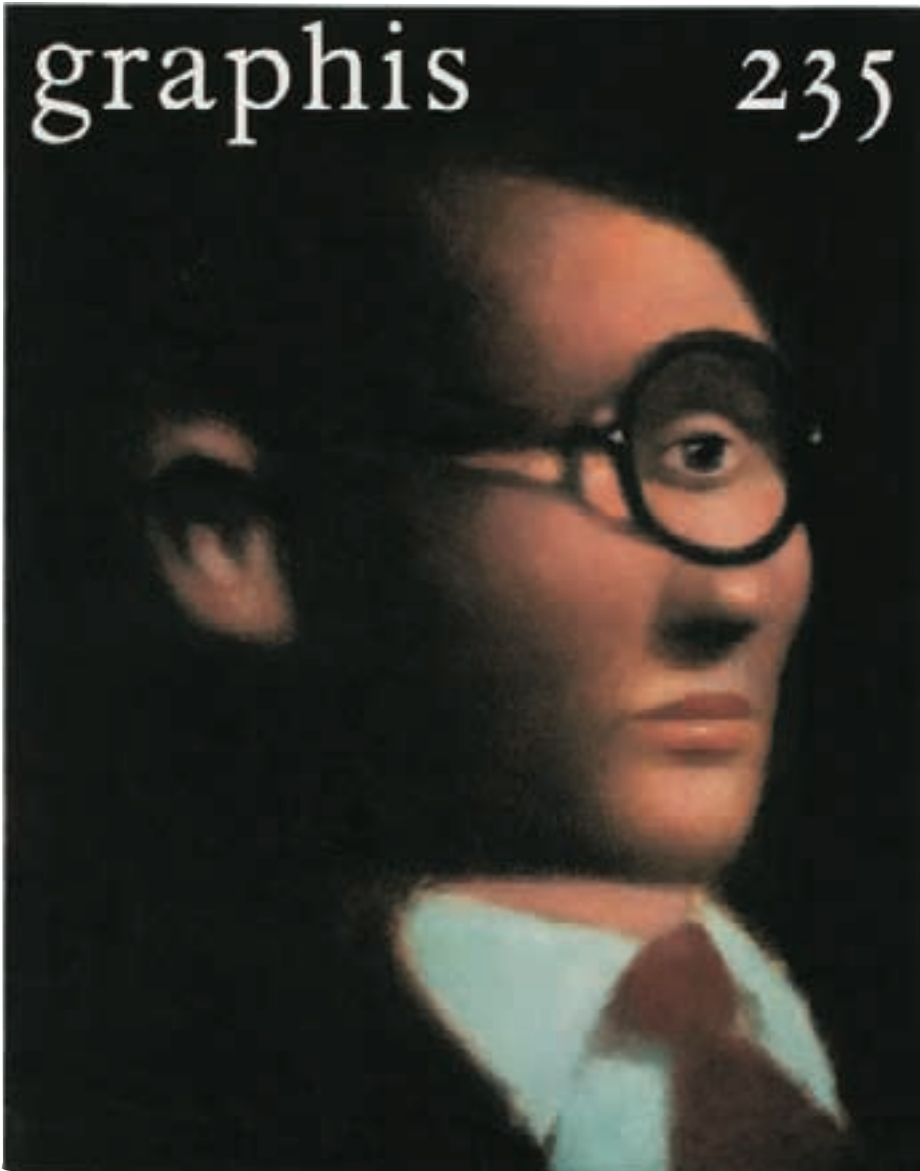


11

می‌کنم من برای همین اینجا هستم.» و او بود که تصمیم گرفت. طبیعی بود که هلر در کتابی درباره‌ی یک طراح صنعتی روی این مطالب انگشت بگذارد. نویز در واقع نقش واسطه را ایفا می‌کرد. میلتن گلینز معتقد است هر طراحی که مشتری‌اش یک شرکت باشد، به «واسطه‌ای در درون آن شرکت احتیاج دارد». گلینز می‌گوید ناملایمات کار ایجاب می‌کند که یک نفر را در جناح خود داشته باشید. به نظر میلتن، این واسطه‌ی درون شرکت حامی فکر و ایده‌ی طراح است و در عمل قدرت دارد که نظر خود را به کرسی بنشانند. گاهی این واسطه خود مدیر اجرایی است، مثل فرانک استنتن در سی.بی.اس.^{۵۴} و والتر پایکه در شرکت کانتینر^{۵۵}، ولی این کاری است که می‌توان به نحو مؤثری به شخص دیگری محول کرد، همان‌گونه که به نویز محول شده بود. حامی طراح، مثل یک واسطه‌ی واقعی، همواره بر هم‌ساختن خود متکی است. بر اساس این سنت، هلر، این واسطه‌ی کل جامعه‌ی طراحی گرافیک، از همکاری استقبال می‌کند، و کلید بازده کارش استعداد او برای همکاری با سردبیر، نویسنده، طراح، و رئیس است، و همکاری با توطئه‌گر در دسیسه‌ای که غنای بی‌پایان طرح را نشان بدهد. برخی از این همکاران خود چهره‌های برجسته‌ای هستند، از جمله سیمور چواست، کری جیکبز، لوئیس فیلی، استیون گونارناسیا،

پائولا شیر، جولی لُسکی، مایکل بیروت، گیل اندرسن، مارشال اریسمن، جسیکا هلفند، فیلیپ مِکز، ورونیک وین، ریچارد وایلد، و برّد هالند^{۵۶}. چنین همکاری‌انی امید اوج گرفتن و مسلط شدن بر عرصه‌های بسیار را افزایش می‌دهند. یکی از این افراد، جولی لُسکی^{۵۷}، سردبیر مجله‌ی آی.دی.^{۵۸} تقریباً در هر سمتی که وجود دارد با استیون هلر کار کرده است: در مقام ویراستار و پژوهشگر در مؤسسه‌ی نشر وان نوستراند راینهولد^{۵۹}، و مدتی بعد در نشریات پرینت و آی.دی.؛ در مقام همکار نویسنده در کتاب طرح فرضی^{۶۰}؛ و در مقام مدرس در مدرسه‌ی عالی هنرهای تجسمی، که عضو کادر مدیریت برنامه‌ی کارشناسی ارشد هنرهای زیباست و در یک کارگاه نشریه نیز تدریس کرده است.

لُسکی می‌گوید هلر نه تنها در شناخت - تشخیص جزئیات خیره است، بلکه تمایلی ندارد که صرفاً به مشاهده‌ی آنها بسنده کند. هلر یک بار، حین مرور کاتالوگ آثار اولیه‌ی لا دیسلا سوتنار^{۶۱}، متوجه شد که نام فیلیپ پرلستاین^{۶۲} در میان کارکنان آن است. از خودش پرسید: یعنی ممکن است این همان نقاش باشد؟ اگر یک نفر دیگر به این اسم برخورد بود، ممکن بود همین فکر به ذهنش خطور کند و از این جلوتر نرود، اما هلر این گونه نبود. او به پرلستاین تلفن کرد و از او سؤال کرد. این نقاش



12

۱۰. کتاب مرجع برای ایده‌های بصری، نوشته‌ی استیون هلر و سیمور کوآست، با طراحی و تصویرسازی روی جلد سیمور کوآست، ۱۱۱۹۸۹. دیزاین و شیوه: سورا لیس، نوشته‌ی استیون هلر و سیمور کوآست، با طراحی و تصویرسازی روی جلد سیمور کوآست، ۱۲۱۹۸۹. مجله‌ی گرافیس ویژه‌ی براند هلند، با سردبیری والتر هرلد و استیون هلر، تصویرسازی روی جلد از براد هلند، ۱۹۸۲
10. Sourcebook from Visual Ideas, Steven Heller and Seymour Chwast, editors, Seymour Chwast, designer and cover illustration, 1989
11. Design & Style: Surrealism, Steven Heller and Seymour Chwast, editors, Seymour Chwast, designer and cover illustration, 1989
12. Graphis magazine, Walter Herdeg, editor Steven Heller, author of "Brad Holland" Brad Holland, cover illustrator, 1984

1. School of Visual Arts 2. New York Times 3. Paula Scher Escher 36. Lita Talarico 37. Walker Art Center 38. Mildred Friedman 4. Avatar 5. New York Free Press 6. Henry Wolf 7. Paul Rand 8. Tibor Kalman 9. The Week in Review 10. Arts and Leisure 11. Weekend 12. Visuals 13. Lita Talarico 14. Design Criticism 15. Alice Twemlow 16. AIGA Muriel Cooper, Leo Lionni, Bradbury, Thompson, Paul Rand 17. The AIGA Medal for Lifetime Achievement 18. The Art Directors Hall of Fame Special Educations Award 19. The Society of Illustrators Richard Gangel Award for Art Direction 20. The Museum of Modern Art, New York 21. Victor Appleton, Tom Swift and His Motor Boat 22. SVA (School of Visual Arts) 23. Kurt Anderson 24. Daily Guinness - World 26. Michael Bierut 27. AIGA Anderson, Marshall Arisman, (American Institute of Graphic Arts) 28. podcasts 29. Design Literacy 30. The Swastika; Red Scared!; Angry Graphics; Protest Posters of the 31. Reagan-Bush Era; Art Against War; Cartoonists for a Nuclear Freeze; Political Art 32. Thomas Nast 33. George Grosz 34. Stan Lee 35. M.C. Escher 36. Lita Talarico 37. Walker Art Center 38. Mildred Friedman 39. The Cooper Union 40. Lorraine Wild 41. Joseph Giovannianni 42. Ellen Lupton, Abbot Miller 43. Saul Bass, Milton Glaser, Ivan Chermayeff, April Greiman, Muriel Cooper, Leo Lionni, Bradbury, Thompson, Paul Rand 44. print 45. AIGA Journal 46. Screw 47. Gordon Bruce 48. Eliot Noyes 49. Geismar Charles and Ray Eames 50. IBM 51. Eero Saarinen 52. Frank Westinghouse 53. Walter Paepcke, Container Corporation 56. Seymour Chwast, Karrie Jacobs, Louise Fili, Steven Guarnaccia, Paula Scher, Julie Lasky, Michael Bierut, Gail Anderson, Marshall Arisman, Jessica Helfand, Philip Meggs, Veronique Vienne, Richard Wilde, Brad Holland 57. Jolie Lasky Pearlstein 58. I.D. 59. Van Nostrand Rhinehold 60. Borrowed Design 61. Ladislav Sutnar 62. Philip Pearlstein 63. Tibor Kalman 64. The Writing Life, Annie Dillard

از معدود چیزهایی که درباره‌ی نوشتن می‌دانم این است: همه چیز را مصرف کنید، همه‌ی تیرها را از ترکش رها کنید، همه‌ی ورق‌ها را بازی کنید، همه را از دست بدهید، همه را، همین حالا. هر بار، چیزی را که به نظرتان خوب است برای یک قسمت جلوتر کتاب، یا یک کتاب دیگر نگه ندارید؛ از آن استفاده کنید، از تمامش، همین حالا. تمایل به اینکه چیزهای خوب را برای جای بهتری نگه دارید، نشانه‌ی آن است که همین حالا از آن استفاده کنید ... به همین ترتیب، تمایل به پنهان کردن آنچه آموخته‌اید نه تنها شرم‌آور است، که مخرب هم هست. هر چیزی که با رغبت و به وفور از آن استفاده نکنید، از چنگتان می‌رود. گاو صندوقتان را باز می‌کنید و می‌بینید جز خاکستر چیزی در آن نیست.»

لُسکی خاطر نشان می‌کند که استیون هلر طراح آموزش دیده نیست، مورخ نیست، او معلم است، ولی به طور رسمی تعلیم ندیده است. لُسکی می‌گوید: «رویکرد هلر نسبت به همه چیز، رویکرد یک بیگانه است.» شاید این طور باشد. ولی اگر هلر بیگانه است، بیگانه‌ی خودی است. و ارزش او در همین است.

تأیید کرد که در واقع برای سوتنار کار کرده است، و پذیرفت که درباره‌ی این تجربه در همایشی درباره‌ی تاریخچه‌ی طراحی، که ریاستش را هلر بر عهده داشت، صحبت کند. لُسکی می‌گوید:

«استیو مرا وارد دوره‌ی بلوغ کاری‌ام کرد. این کار را برای خیلی‌ها کرده است. او فوق‌العاده سخاوتمند است، و همان طور که با سخاوت به بسیاری از طراحان و نویسندگان جوان کمک کرده، با طراحان سرشناس مثل پل رند، سیمور چواست و تیبور کالمان^{۶۳} نیز سخاوتمندانه رفتار کرده است؛ افرادی که با آن‌ها دوستی‌های خاصی پیدا کرده است.» به عقیده‌ی من، نقش سخاوت هلر در طراحی به مراتب بیشتر از صرف برقراری ارتباط بین افرادی بوده است که به یکدیگر احتیاج دارند و نیز افراد و شرکت‌هایی که به یکدیگر احتیاج دارند. سخاوت بی‌حد و حصر هلر حاکی از کیفیت توان تولید اوست. هلر هیچ چیز را مخفی نمی‌کند. اهل جمع کردن است، همان‌گونه که این نمایشگاه نشان می‌دهد، در جمع کردن استعداد غربیی دارد، ولی انبار نمی‌کند.

از این نظر، هلر شاید از هر نویسنده‌ای نویسنده‌تر باشد. آنی دیلرد در کتاب زندگی با نوشتن^{۶۴} می‌نویسد: «یکی