

دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی صنعتی، پردیس بین‌المللی کیش / **آلما زنجانیان**
 دانشیار پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران / **یاسمن خداداده**

بررسی سبک رترو در طراحی خودرو

چکیده

قرن معاصر، جایگاه مناسبی را برای عرضه محصولات طراحی شده با سبک رترو فراهم آورده و توجه روبه‌افزایش مخاطبان این محصولات، مطالعه و شناخت هرچه بیشتر در خصوص این سبک را برای طراحان معاصر حائز اهمیت کرده است. پژوهش حاضر با شناسایی سبک رترو، محصولات منتج از این سبک، فعالیت‌های صورت گرفته در این زمینه و دلایل شکل‌گیری این سبک از طریق بررسی برخی از نمونه‌های موجود و استخراج نشانه‌ها و یا عناصر حفظ‌شده، سعی در شناخت عوامل و ریشه‌های بنیادین موفقیت این رویکرد طراحی دارد. روش مطالعه این پژوهش، بررسی و تحلیل تاریخی تطبیقی طرح جدید و طرح قدیمی الهام‌بخش است که در مورد پنج خودروی موفق انجام شده است. در بررسی و تحلیل انجام‌شده بین مدل‌های دهه ۵۰ و ۶۰ میلادی و مدل‌های معاصر، نکات مشترک بسیاری به‌وضوح قابل مشاهده بود که برای تبیین الگویی مشخص در خصوص طراحی به سبک رترو مورد استفاده قرار گرفت. به‌طور کلی می‌توان گفت که در طراحی موفق خودرو به سبک رترو، طراحان به ایجاد حس نوستالژی در کاربر از طریق حفظ گشتالت کلی و عناصر در معرض دید که بیشترین تأثیر را در یادآوری محصول گذشته در خاطرات دارند، می‌پردازند.

کلیدواژه‌ها

سبک رترو، طراحی خودرو، حس نوستالژیک

alma.zanjanian@ut.ac.ir

مقاله
پژوهشی

در عصر مدرن، ایجاد بازار مناسب و تولید محصولی موفق در جذب کاربر، تنها با رعایت فاکتورهای عملکردی و زیبایی شناختی میسر نیست و احساسات و عواطف مخاطب یک محصول، به عنوان عامل بالقوه و مؤثر در چگونگی انتخاب و خشنودی حاصل از آن بسیار مورد توجه قرار می گیرد. در سال های اخیر برانگیختن حس نوستالژیک^۲، پاسخ گوی مناسبی برای رفع نیاز احساسی کاربران بوده و در شاخه های مختلف طراحی؛ از جمله طراحی گرافیک، تبلیغات، طراحی وسایل منزل، طراحی داخلی، طراحی خودرو و غیره پدیدار شده است. حس نوستالژیک، حسی انسان محور بوده؛ بنابراین احساسات انسان و خاطراتش هسته اصلی تمرکز این رویکرد طراحی است. نکته مهم این است که طی روند طراحی، طراحان سعی می کنند تا تمام فاکتورهای احساسی کاربران را با طراحی محصول ادغام کنند تا به موجب آن، انتخاب کاربران از انتخاب های منطقی به احساسی تغییر کند. این موضوع باعث به وجود آمدن تنوع، تفاوت و شخصی سازی محصولات می شود. مهارت در طراحی نوستالژیک، همان چیزی است که احساسات انسان ها را با محصول به گونه ای درگیر می کند که گویی محصول، داستانی از یک دوره زمانی و موقعیت خاص روایت می کند (Tseng & Ho, 2011). نوستالژی به عنوان چارچوب و دریچه ای به گذشته، حس پایداری را در زمینه تغییرات القا می کند. در اواخر قرن بیستم، نوستالژی به عنوان یک تجربه مشترک از تاریخ و سنت، شروع به اجرا کردن یک نقش بسیار مهم در فرهنگ کاربران کرد (Huppatz, 2009).

دلیل ضرورت بررسی سبک رترو در طراحی، به دست آوردن مدل ذهنی استفاده کننده برای رسیدن به الگویی از طراحی است که بتواند بر لایه های ژرف ذهن، احساس و ناخود آگاه کاربر تأثیر بگذارد. خودروسازان معتقدند که در طول روند ساخت خودرو، جنبه های مهندسی از اهمیت بیشتری نسبت به جنبه های طراحی برخوردار است، ولی در واقعیت و در تجربه کاربران در خرید خودرو، این موضوع دقیقاً برعکس است؛ به این معنا که طراحی و شکل ظاهری خودرو بر انتخاب و روند خرید کاربران بسیار تأثیرگذار بوده و کاملاً مشهود است که انتخاب محصول مورد علاقه کاربران، تنها بر پایه منطق صورت نمی گیرد و عوامل دیگری همچون احساس و فرهنگ نیز تأثیر بسیاری دارد. پیرو مطالب مذکور، این تحقیق تلاش دارد با بررسی و تفحص در تاریخچه و نمونه های منتج از طراحی گذشته گرا، به شناسایی نشانه ها و عناصر موجود در این دسته از محصولات پرداخته تا در نتیجه، الگویی برای طراحی با رویکرد رترو فراهم آید.

سبک رترو

واژه «رترو»^۳ از کلمه «رتروسیکتیو»^۴ به معنی گذشته نگر مشتق شده است، این واژه به کلیه کارها، رفتارها، طرح ها و هر چیزی نسبت داده می شود که به نوعی یادآور گذشته باشند. این سبک با تحریک حس نوستالژی مخاطبان از نشانه های بصری که اغلب در دهه های ۵۰ و ۶۰ میلادی بوده است، بهره می گیرد. در فرهنگ لغات آریان پور واژه رترو، به معنی پس، پشت و پسرو آمده که متضاد کلمه آوانگارد به معنی پیشرو است (آریان پور کاشانی، ۱۳۷۸، ص ۵۸۲). این نوع نگاه در اموری که وابسته به هنر هستند در قالب یک سبک مطرح شده است و در زمینه هایی چون معماری، طراحی داخلی، موسیقی، طراحی صنعتی و طراحی لباس کاربرد دارد (مرادی، ۱۳۸۶).

بسیاری از خریداران با مشاهده محصولی مدرن^۵ که به واسطه داشتن فرمی خاص یا عناصری متفاوت، آن ها را به یاد خاطرات استفاده از یک محصول توسط پدر و مادرشان بیندازد، حس خوشایند نوستالژی در ضمیر ناخود آگاهشان ایجاد می شود. معمولاً این حس، انگیزه ای قوی برای گرایش به سمت چنین محصولاتی می شود. ایجاد حس رضایت مندی در گروه هدف و پیروان، ارتقای کیفیت زندگی بشر، هدف اصلی طراحان

است. طراحان با گرایش به رویکردهای مختلف، سعی در پاسخ گویی به سلاقی و تأمین نیازهای متفاوت انسان ها دارند و با مدنظر قرار دادن رعایت محدودیت هایی همچون ارگونومی^۶، روش ساخت و روش های تولید به طراحی می پردازند. در شرایط زمانی، مکانی، اجتماعی، اقتصادی و غیره، مجموع قواعد و قوانین فرمی یا به عبارتی دیگر، سبک یا رویکردی خاص قالب است. امروزه یکی از سبک های پرکاربرد برای جلب رضایت گروه هدف امروزی سبک رترو است.

از عوامل بنیادین رویکرد رترو، محدوده مرتبط با زمان گذشته و خاطرات تشکیل دهنده گذشته اشخاص و هسته اصلی پیدایش فرهنگ یک ملت است. حس نوستالژی، برآمده از بازسازی خاطرات در ذهن است. نوستالژی به عنوان یک حس تجربی مشترک از گذشته بین افراد یک ملت یا یک دوره زمانی خاص بوده که تکرار نشدنی است و برای افراد آن دوره، یادآور خاطرات، فرهنگ و تمام خوبی ها و بدی های آن دوره است (Grainge, 2000). شناخت مسائل زیبایی شناسی در ضمیر حس نوستالژی، زمینه مساعدی برای ارائه طراحی با رویکرد رترو را در اختیار طراح قرار می دهد. یکی از حقایقی که در طراحی رترو وجود دارد،

این است که کاربران جوان، طرفدار آن هستند؛ کسانی که هیچ‌گاه در گذشته و مفهوم حسی آن زمان حضور نداشته‌اند. طراحان با بازنگری، تحلیل و بررسی چالش‌های به‌یادماندنی و خاطره‌انگیز در طول تاریخ، انتظار کاربران آینده را پیش‌بینی و برآورده می‌کنند. دلیل موفقیت این دسته از طراحان، شناخت نیاز کاربران و سپس پاسخ‌گویی به این نیازها با ایجاد حس نوستالژی نسبت به دستاوردهای تاریخی است. برای تحلیل چگونگی ایجاد یک طرح با رویکرد رترو، می‌توان گفت در صنعت تولید سرگرمی اگر داستانی وجود نداشته باشد، فیلمی هم ساخته نمی‌شود. این موضوع دقیقاً در صنعت خودروسازی هم صدق می‌کند؛ اگر سناریویی نباشد، ماشینی هم نیست. برای خلق یک داستان، لازم است که دنیایی احساسی؛ یعنی جایی که داستان در آن اتفاق می‌افتد، ساخته شود. برای خلق این دنیا دو انتخاب وجود دارد یا اینکه طراح، مخاطب خود را به جایی ببرد که هرگز تابه‌حال آنجا نبوده یا جایی که مدت زیادی است که در آنجا حضور ندارد. این یکی از مفاهیم بنیادین سبک رترو است. به این ترتیب که شخص با بازگشت به دنیایی که مدت‌هاست از آن دور بوده و مواجهه با پدیده‌های خوشایند و خاطره‌انگیزی که قبلاً رخ داده‌اند، حس مسرت‌بخش نوستالژی را تجربه می‌کند و احساس رضایتمندی در وی تقویت می‌شود (Wolf, 2004).

نوستالژی

کلمه نوستالژی از زبان یونانی اقتباس شده که از دو ریشه «نوستوس»^۸ به معنی بازگشت به خانه یا سرزمین اصلی و «آلگوس»^۹ به معنی درد، عذاب یا آلوده تشکیل شده است (Hofer, 1934). با بررسی پیشینه حس نوستالژی در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی می‌توان استفاده از این حس در بازاریابی و تأثیر آن روی رفتار کاربران را توضیح داد. مخاطبین محصولات و تبلیغات در دو بخش معرفی می‌شوند؛ نخست افراد متعلق به نسل قدیم و دوم نسل جدید که برای هر دسته، یک نوع محصول با حس نوستالژی خاص مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای گروه اول، محصولات یا پیام‌های مستقیمی از گذشته و برای گروه دوم، محصولات و پیام‌های جدیدی که حس یک دوره زمانی را می‌رسانند طراحی می‌شوند (Havlena & Holak, 1991).

خودرو

در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ میلادی و پس از پایان جنگ جهانی دوم، با بازگشت کشورها به عرصه‌های توسعه و آبادانی و سرعت گرفتن روند استفاده از خودروهای شخصی، نمایش اهداف کشورها در صنعت خودروسازی نمود بسیار یافت. با توجه به تفاوت اهداف در کشور آمریکا و کشورهای اروپایی، اختلافات چشمگیری در طراحی محصولات آن‌ها پدیدار شد. در آمریکا اتومبیل‌ها به شکل بی‌سابقه‌ای بزرگ‌تر، قدرتمندتر، باشکوه‌تر و پرزرق‌وبرق‌تر شدند. این اتومبیل‌ها تصویری از ثروت و قدرت آمریکایی‌ها در دوران رونق پس از جنگ بود؛ تمکنی که امکان استفاده از وسایل تفننی و خیال‌انگیز را برای همه میسر می‌ساخت (هسکت، ۱۳۷۶). در همین حال برای طراحی اتومبیل‌های اروپایی اهدافی نظیر کم‌مصرف بودن، ایمنی، کم‌حجمی و اقتصادی بودن محصول در جهت پیشبرد وضعیت اقتصادی کشورها حائز اهمیت بود. این اهداف، بنیان و نخستین خطوط طراحی را در آن زمان شکل داده و در نتیجه آن محصولات ارزشمند و درخور توجه عرضه شدند. امروزه با پیشرفت چشمگیر فناوری، خودروسازان برای تولید محصولات کارآمد، دیگر به شکل گذشته درگیر محدودیت‌های ساخت و تولید نیستند

و نمایش اصالت و پیشینه ارزشمند یک محصول می‌تواند به عنوان هدف طراحی مورد توجه قرار گیرد؛ بنابراین طراحان معاصر برای تداعی محصولات قدیمی از الگوهای خاص در قالب سبک رترو برای طراحی برترین و محبوب‌ترین محصولات استفاده می‌کنند. در طراحی به سبک رترو، طراحان با استفاده از آخرین فناوری‌های روز، حفظ سادگی فرمی و استفاده از عناصری شاخص از محصولات قدیمی، باعث یادآوری و ایجاد حس روح حاکم در آن زمان در کاربر می‌شوند. به این ترتیب می‌توان گفت که خودروی گذشته‌گرا^{۱۰} خودرویی است که با حفظ عناصر و نشانه‌هایی از خودروهای گذشته و با استفاده از فناوری روز ساخته می‌شود. در صنعت خودروی جهان، نخستین طراحی با رویکرد رترو به معنای واقعی در کمپانی فولکس‌واگن^{۱۱} با مدل بیتل^{۱۲} نسل دوم یا همان بیتل جدید (فولکس‌واگن - ۱۹۹۴) دیده می‌شود که به شدت الهام گرفته از نسل اول خود بوده است. پس از آن، جهان شاهد ظهور مینی‌کوپر^{۱۳} جدید برمنی مینی‌مایر^{۱۴} دهه ۵۰ و ۶۰، کرایسلر پی‌تی‌کرورز^{۱۵} با نگاهی به کرایسلر ایرفلو^{۱۶} دهه ۳۰ و فورد تاندربرد^{۱۷} بود. اگرچه در تمامی کمپانی‌های خودروسازی آمریکایی و اروپایی مدل‌هایی با طراحی رترو به چشم می‌خورد، ولی در اروپا فولکس‌واگن موفق‌ترین کارخانه در این زمینه بوده و در آمریکا هیچ شرکتی در این زمینه موفق‌تر از فورد^{۱۸} عمل نکرده است. علاوه بر این، شرکت‌های دیگری نیز در زمینه طراحی لوازم خانگی و دکوراسیون داخلی مشغول به فعالیت در این زمینه هستند که می‌توان از شرکت کیچن‌اید^{۱۹} و دلونگی^{۲۰} به عنوان نمونه نام برد (مرادی، ۱۳۸۶).

موفقیت کارخانه فورد در زمینه طراحی رترو به حدی بود که نویسندگان مطبوعات، به جی‌میز^{۲۱} معاون بخش طراحی شرکت فورد، لقب پادشاه رترو را دادند. جی‌میز بخش عمده زندگی حرفه‌ای خود را در آلمان گذرانده و در کارخانه فولکس‌واگن، شاهکار طراحی خود به سبک رترو، به نام نیو بیتل^{۲۲} را با موفقیت به اتمام رسانید. خودروی نیو بیتل فولکس‌واگن، نخستین و آخرین خودروی طراحی شده به سبک رترو در این کارخانه است، اما این خودرو نخستین حرکت در سبک رترو دیزاین بوده و طراحی به معنای واقعی سبک رترو است و پس از آن صنعت خودرو شاهد فعالیت کارخانه‌های دیگری همچون فورد، بی.ام.و و غیره در این زمینه بود. نیو بیتل فولکس‌واگن در بعضی کشورها به عنوان خودروی خانوادگی و در بعضی کشورها به عنوان خودروی اسپرت برای جوانان و در برخی دیگر برای افراد کم‌درآمد جامعه به شمار می‌رود. قطعاً هیچ‌یک از خودروهای طراحی شده به اندازه نیو بیتل در این زمینه مشهور و با اهمیت نبوده و به عبارت دیگر، نیو بیتل سمبل به تمام معنای طراحی به سبک رترو است (مرادی، ۱۳۸۶).

با توجه به مطالب مذکور از متون بررسی شده، می‌توان موارد اصلی را که لازم است در طراحی با سبک رترو رعایت شوند، به شرح زیر خلاصه کرد:

حفظ اصالت طرح (تداعی محصول قدیمی)

برانگیختن حس نوستالژی

دارا بودن عناصری از محصول قدیمی

هماهنگی با فناوری زمان (مثل آیرودینامیک بودن)

هماهنگی با سلیقه کاربران روز

هماهنگی با قوانین روز

هماهنگی با مد روز

مطالعه موردی

پس از بررسی سبک رترو و عوامل مربوط به آن به صورت کتابخانه‌ای، به منظور بررسی دقیق‌تر، به مطالعه نمونه‌های موجود پرداخته شد. برای

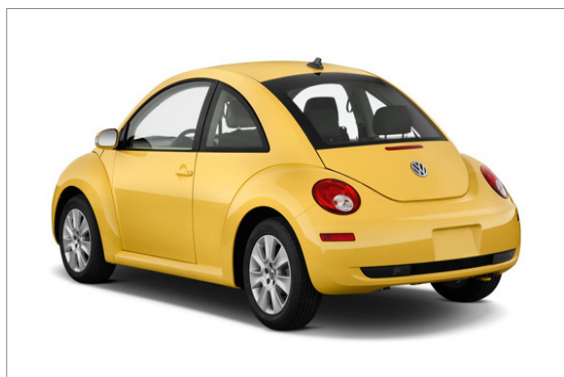
جدید ملایم‌تر و کوتاه‌تر است. همچنین در مدل جدید، قسمت کاپوت با گلگیر جلوی خودرو پیوسته طراحی شده، در حالی که در مدل قدیمی، گلگیر جلو کاملاً مستقل و جداست. این پیوستگی و نرمی فرم‌ها به دلیل مدرن شدن و اسپرت به نظر رسیدن خودروست. در زمان پیدایش بیتل نسل اول، پلاستیک‌ها به تازگی ظهور پیدا کرده بودند و استفاده از آن‌ها رایج نبود؛ بنابراین همان‌طور که در تصویر ۱ مشاهده می‌شود، در گلگیر و نوار تزئین روی کاپوت و کنار ماشین از آلومینیوم و روکش کروم برای ایجاد حس سرعت، تجمل و استقامت استفاده شده است. در چراغ‌های جلوی خودرو در مدل جدید، کاملاً حالت گردی حفظ شده است، اما از حالت ایستاده به حالت مایل به سمت بدنه طراحی شده است. مایل بودن اجزا در کلیه قسمت‌های خودرو به چشم می‌خورد که برای اسپرت و مدرن شدن به این شکل طراحی شده است. فرم شیشه‌های خودرو و بزرگ‌تر شدن پنجره‌ها نیز با حفظ گشتالت طرح قدیمی از طریق ایجاد منحنی با قوس نرم، سعی در به‌روز کردن محصول داشته است. همان‌طور که در تصویر ۲ مشاهده می‌شود، در عین حال که فرم گشتالت

این منظور، پنج نمونه از خودروهایی که با این سبک طراحی شده‌اند، مورد مطالعه قرار گرفتند. این پنج نمونه عبارت‌اند از: فولکس واگن بیتل، فورد تاندربرد، فیات ۵۰۰، فورد موستانگ و مینی ماینر. مطالعه به روش تحلیل تاریخی تطبیقی انجام شد. به این ترتیب که طرح جدید با طرح قدیمی الهام‌بخش در مقایسه قرار گرفت و با مطالعه نظرات متخصصان حوزه طراحی صنعتی و طراحی خودرو از طریق مصاحبه، مشابهت‌های فرمی و عناصر حفظ شده در طراحی شناسایی شدند. در واقع این بررسی کمک کرد که ژن‌های مهم طراحی که در طراحی مبتنی بر روش رترو مورد نیازند، شناسایی شوند.

در ابتدا به عنوان نخستین و مهم‌ترین طراحی خودرو به سبک رترو، به بررسی بیتل فولکس واگن پرداخته می‌شود. همان‌طور که در تصویر ۱ قابل مشاهده است، خودروی بیتل مدل ۲۰۱۰ در نگاه اول به علت حفظ گشتالت دایره‌وار و فرم کاپوت و گلگیرهای برجسته، تداعی‌کننده قدری برای یادآوری خودروی بیتل نسل اول است. البته در قسمت کاپوت خودروی نسل اول، قوس کامل و شدیدی دیده می‌شد که در مدل



تصویر ۱. خودروی بیتل مدل ۱۹۵۱ (سمت راست) و خودروی گذشته‌گرای بیتل مدل ۲۰۱۰ (سمت چپ) (Live life drive, 2014)



تصویر ۲. نمای پشتی خودروی بیتل قدیمی (سمت راست) و خودروی گذشته‌گرای بیتل جدید (سمت چپ) (Cargurus, 2014)

تصویر ۳ فضای داخلی هر دو خودرو را نشان می‌دهد. در طراحی داخلی بیتل جدید، داشبورد خودرو با حفظ فرم مدل قدیمی، برای جا دادن امکانات و فناوری جدید بزرگ‌تر شده است. همچنین به نظر می‌رسد استفاده از فرم‌های دایره‌ای برای بلندگوها و دریچه‌های تهویه به عنوان فرم قالب طراحی بیتل، در مسیر رویکرد رترو شکل گرفته است. شیشه جلوی خودرو برای ایجاد میدان دید بیشتر نسبت به بیتل قدیمی با حفظ فرم قبلی بزرگ‌تر شده است.

پشت خودرو در مدل جدید کاملاً حفظ شده، ولی دستخوش تغییرات بسیار زیادی نیز شده است. حالت شیب تند پشت خودرو به شیب نرم‌تری تبدیل شده و چراغ‌های عقب خودرو با حفظ حالت دایره‌شکل، تغییر اندازه زیادی داشته و شیشه عقب خودرو به نسبت طرح قبلی بسیار بزرگ‌تر شده و از دو تکه کوچک به یک تکه بزرگ تبدیل شده است. این تغییرات برای ایجاد سهولت و راحتی راننده برای تسلط بیشتر و میدان دید گسترده‌تر در حین رانندگی است. شکستگی‌ها در کل بدنه خودرو به فرم‌های منحنی و نرم، برای ایجاد فرم آیرودینامیک تبدیل شده‌اند.



تصویر ۳. فضای داخلی خودروی بیتل قدیمی و خودروی گذشته‌گرای بیتل جدید (Automotiveaddicts, 2014)

چراغ‌ها، هود روی کاپوت، فرمت اصلی سپر جلو، قاب کروم حاشیه شیشه جلو و همچنین خطوط کلی طراحی بدنه کاملاً با حفظ فرم قبلی طراحی شده‌اند. خطوطی که در طراحی جدید روی بدنه خودرو به چشم می‌خورد و تبدیل شدن شکستگی‌ها و فرم‌های لبه‌دار به فرم‌های منحنی و نرم، دلیل بر آیرودینامیک شدن خودرو است.

نمونه مورد بررسی بعدی، نخستین تجربه موفق کارخانه فورد در سبک رترو، فورد تاندربرد^{۳۳} است که با الگوبرداری از مدل طراحی شده دهه ۵۰ این محصول ساخته شده است. همان‌طور که در تصویر ۴ مشاهده می‌شود، در تاندربرد جدید، عناصری همچون فرم چراغ‌ها، موقعیت قرارگیری آن‌ها، فرم ساختار شبکه‌بندی جلوپنجره، انحناهای امتداد



تصویر ۴. فورد تاندربرد مدل ۲۰۰۲ با طراحی گذشته‌گرا (سمت راست) و مدل ۱۹۵۵ (سمت چپ) (Classic cars photo gallery, 2014)

چراغ‌های مدل قدیمی، کاملاً در مدل گذشته‌گرای جدید حفظ شده است و با حفظ گشتالت کلی، یادآور مدل قدیمی است. چراغ‌های عقب خودرو با وجود حفظ گشتالت فرمی مدل گذشته، کوچک‌تر شده و از حالت عمودی و صاف به حالت خوابیده روی بدنه خودرو تغییر یافته که در مقایسه با دیگر اجزا دچار تحول بیشتری شده است. خطوط روی بدنه خودرو، نرم شدن شکستگی‌ها و حالت قرارگیری شیشه جلوی خودرو از حالت عمودی به حالت متمایل به سمت بدنه، نشانگر آیرودینامیک شدن خودرو است.

فرم محصولات دهه ۵۰ آمریکا نشانگر ثروت و قدرت این کشور در آن دهه بود؛ به عنوان مثال، در طراحی خودرویی همچون فورد تاندربرد با طراحی تزییناتی مانند برجستگی امتداد چراغ‌های عقب، بیرون آمدگی آگزوز، گلگیر عقب، تزیینات کروم‌رنگ در چراغ‌ها، لوگوی بزرگ و براق و طراحی با ضلع‌ها و شکستگی‌ها، همه و همه نشانگر تجملات، ثروت، قدرت و سرعت بود که کاملاً این حس را به درستی منتقل می‌کند. همان‌طور که تصویر ۵ نشان می‌دهد، کشیدگی صندوق عقب، خطوط بدنه، برجستگی و فرم



تصویر ۵. نمای عقب خودروی فورد تاندربرد قدیمی و خودروی گذشته‌گرای تاندربرد جدید (Party wave, 2014)

در داشبورد خودروی جدید به چشم می خورد. کوچک تر شدن داشبورد در اتاق مدل جدید و حذف فضاهای اضافی و طراحی فضای کوچک تر ولی کارآمدتر برای قرارگیری امکانات مدرن خودرو از جمله تغییرات ایجاد شده در طراحی داخلی این خودروست.

تصویر ۶ نشانگر فضای داخلی خودروی تاندربرد مدل ۲۰۰۲ است. استفاده از کنسول متقاطع با داشبورد و ترکیب دو نوع متریال در ساختار داشبورد و کنسول از نمادهای تاندربرد قدیمی است. تغییر اندازه زیادی



تصویر ۶. فضای داخلی خودروی تاندربرد قدیمی و خودروی گذشته گرای تاندربرد جدید (Classic cars photo gallery, 2014)



تصویر ۷. خودروی فیات ۵۰۰ مدل ۱۹۵۷ و خودروی مدل ۲۰۱۴ در جلوی تصویر (Motortrend, 2014)

شده است. آینه های جدید کاملاً فرم قدیمی خود را حفظ کرده و فقط به دلیل گسترده تر شدن میدان دید، محل قرارگیری آن ها تغییر کرده و در مدل جدید پایین تر قرار گرفته اند.

در تصویر ۸ در نمای جانبی و عقب خودروی فیات ۵۰۰ می توان شاهد حفظ گشتالت کلی، فرم چراغ های عقب، موقعیت قرارگیری پلاک، فرم کلی شیشه عقب و سپر کروم بود که الهام گرفته از مدل ۱۹۵۷ این خودروست. در طراحی فیات مدل ۲۰۱۴، قالب کلی ابعاد و اندازه های خودرو با مدل قدیمی تا حدود بسیاری یکسان است. بزرگ تر شدن شیشه عقب خودرو به دلیل ایجاد میدان دید بیشتر راننده طراحی شده است. گلگیر کروم عقب خودرو برای یادآوری طرح گذشته کاملاً حفظ شده است. لاستیک ها با اندازه قبلی و گلگیرها با حفظ فرم قبلی و رنگ هماهنگ با بدنه خودروی مدل جدید طراحی شده است.

خودروی فیات مدل ۲۰۱۴ نمونه بسیار مناسبی برای ایجاد حس نوستالژی حاصل از فیات ۵۰۰ مدل ۱۹۵۷ است. همان طور که در تصویر ۷ دیده می شود، فرم شیشه ها، خطوط روی بدنه، کاپوت، درها، فرم چراغ های جلو، فاصله بین چراغ های جلو، مه شکن ها و انحنای گلگیرها با حداکثر حفظ جزئیات مدل قدیمی طراحی شده است. طراحی رینگ و اندازه لاستیک ها نیز از نکات قابل توجه این خودروست. فرم چراغ های بزرگ و کوچک جلوی خودرو با حفظ فرم و حالت قبلی طراحی شده و خطوط روی بدنه دقیقاً با الهام از مدل قدیمی طراحی شده است. محل قرارگیری و اندازه آرم کارخانه دقیقاً در محل قبلی قرار دارد. نمادی از سپر و گلگیر جلوی خودرو در طراحی جدید برای یادآوری طرح گذشته حفظ شده است. خطوط روی بدنه خودرو و فرم طراحی سقف و پنجره های مدل جدید، برای آیرودینامیک شدن خودرو و مدرن شدن آن طراحی



تصویر ۸. خودروی فیات ۵۰۰ مدل ۱۹۵۷ و خودروی مدل ۲۰۱۴ (Top speed, 2014)



تصویر ۹. خودروی فورد موستانگ مدل ۱۹۶۷ سمت راست و مدل ۲۰۱۳ سمت چپ (NPR, 2014)

لاستیک، ابعاد و محل قرارگیری چرخ در گلگیر نیز مشابه مدل قدیمی شکل گرفته است. فرم انحنای سقف خودرو کاملاً حالت قبلی خود را حفظ کرده، ولی اندازه شیشه‌های جلوی خودرو به دلیل نیاز به میدان دید گسترده‌تراننده، نسبت به مدل قدیمی بزرگ‌تر طراحی شده است. خطوط اضافه‌شده روی بدنه خودرو نشانگر خاصیت آیرودینامیک آن است. فرم شکستگی و انحنای گلگیر جلوی خودرو کاملاً حفظ شده است و جنس آن به دلیل مدرن شدن خودرو از کروم تغییر یافته است.

خودروی موستانگ^{۲۴} به‌عنوان طراحی موفق دیگری از کارخانه فورد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. تصویر ۹ نشانگر فورد موستانگ مدل ۱۹۶۷ در سمت راست و مدل ۲۰۱۳ در سمت چپ است. شباهت در گشتالت خودروی جدید به طراحی گذشته، نمایانگر طراحی گذشته‌گرای این محصول است. فرم و جایگاه قرارگیری چراغ‌ها در داخل بدنه خودرو، طول کاپوت، فرم و خطوط روی کاپوت، انحنای شیشه‌ها، مه‌شکن‌ها که با حفظ فرم و موقعیت قرارگیری قبلی طراحی شده است، همچنین اندازه رینگ و



تصویر ۱۰. خودروی فورد موستانگ مدل ۱۹۶۷ (سمت راست) و مدل ۲۰۱۳ (سمت چپ) (Carcraft, 2014)

شده‌اند. اندازه شیشه عقب خودرو نیز همانند شیشه جلو افزایش یافته است. شکستگی‌های بدنه خودرو در مقایسه با طرح گذشته به دلیل مدرن شدن کمتر و تبدیل به فرم‌های نرم شده‌اند.

در تصویر ۱۰، نمای عقب فورد موستانگ قابل مشاهده است. محل قرارگیری پلاک، نحوه قرارگیری اکروزها، فریم دربگیرنده چراغ‌ها، فرم چراغ‌ها به‌خصوص بخش بندی آن‌ها، باله عقب، فرم انحنای شیشه عقب و محل قرارگیری لوگوی خودرو بسیار شبیه به مدل قدیمی طراحی



تصویر ۱۱. خودروی فورد موستانگ مدل ۱۹۶۷ (سمت راست) و مدل ۲۰۱۳ (سمت چپ) (Manifestoo, 2014)

از مدل قدیمی است. داشبورد، کشوی داخل داشبورد، محل قرارگیری سیستم صوتی و کنسول وسط با تغییر بسیار کمی نسبت به مدل قدیمی طراحی شده‌اند. تودوزی داخل در خودرو و صندلی‌ها نیز با حفظ فرم و اصول قبلی طراحی شده است.

طبق تصویر ۱۱ اتاق موستانگ مدل ۲۰۱۳ به لحاظ فرم داشبورد، کیلومترشمار، کنسول وسط، شکل صندلی‌ها، نمای داخلی درها و حتی فرم اصلی فرمان، به خوبی نمایانگر طراحی جوان برگرفته از خودروی مسن است. محل قرارگیری و فرم کیلومترشمار و دریچه کولر کاملاً الهام گرفته



تصویر ۱۲. خودروی مینی مدل ۱۹۶۳ (سمت راست) و مدل ۲۰۰۳ (سمت چپ) (Aol Autos, 2014)

طراحی جدید، چراغ‌ها کمی مایل روی بدنه خودرو است. جلوپنجره با حفظ فرم قبلی، ولی در اندازه کوچک‌تری یعنی یک سوم اندازه قبلی طراحی شده که قسمت بالای جلوپنجره برای ایجاد حس نوستالژی خودرو حفظ شده است. همچنین اندازه پنجره‌ها و لاستیک تغییر چشمگیری نداشته است.

مینی^{۲۵} محصول شرکت «بی.ام.سی»^{۲۶} نمونه آخر مورد مطالعه این پژوهش است. با توجه به تصویر ۱۲، مشابهت‌های بسیاری در فرم چراغ‌ها، جلوپنجره، قاب روی چرخ‌ها، فرم کلی شیشه جلو و شیشه‌های اطراف خودرو، فرم و ابعاد و اندازه کلی خودرو به چشم می‌خورد. فرم دایره‌ای چراغ‌های جلو و اندازه آن‌ها به دقت حفظ شده است، ولی در



تصویر ۱۳. خودروی مینی مدل ۱۹۶۳ (سمت چپ) و مینی مدل ۲۰۰۳ (سمت راست) از نمای عقب (Auto detective, 2014)

در تصویر ۱۳، طراحی فرم شیشه‌ی عقب خودرو، سپر کروم عقب، موقعیت قرارگیری پلاک روی در صندوق عقب، فرم کلی چراغ‌های عقب و سقف خودرو گویای بهره‌گیری زیبا از رویکرد رترو در طراحی این محصول است. نشانی از سپر عقب خودروی قدیمی با جنس کروم در سپر عقب خودروی جدید حفظ شده است که کل سپر را شامل نمی‌شود و جزئی از آن است. چراغ‌های عقب با فرم قبلی اما با افزایش سه‌برابری اندازه طراحی شده است که محل قرارگیری آن به منظور دیده شدن در ترافیک امروزه شهرها، بالاتر از طرح گذشته قرار گرفته است.

بحث

با توجه به موارد فوق می‌توان گفت که اتومبیل‌هایی که اکثر آن‌ها مربوط به دهه‌های ۵۰ و ۶۰ میلادی بوده، هم‌اکنون کانون توجه طراحان معاصر سبک رترو هستند. طراحان با توجه به بازار هدف و کشور تولیدکننده، اهداف متفاوتی را دنبال می‌کردند که پیرو آن، محصولاتی متفاوت به لحاظ ابعاد و اندازه، فرم، میزان مصرف، قدرت و خطوط کلی طراحی پدید می‌آمد. این محصولات در اروپا بیشتر در پی اهدافی نظیر ایمنی، حجم کم، مصرف کم و غیره و در آمریکا به دنبال عظمت، قدرت، تجملات، استقامت و نکاتی از این قبیل بودند. در حال حاضر با پیشرفت فناوری، تمامی این اهداف برآورده شده و طراحان سبک رترو با هدف تحریک احساسات کاربران با تداعی اصالت و قدمت محصولات و همچنین ایجاد حس خوشایند نوستالژی، سعی در ارائه هرچه بیشتر محصولات خود داشته‌اند.

در بررسی و مقایسه انجام شده بین مدل‌های گذشته و مدل‌های

معاصر طراحی شده با رویکرد رترو نکات مشترک بسیاری به‌وضوح قابل مشاهده است که برای تبیین الگویی مشخص درخصوص سبک گذشته‌گرا مورد استفاده قرار می‌گیرد. به‌صورت کلی طراحی یک محصول با رویکرد رترو مشابه ارائه یک پازل به‌صورت ناقص است که خطوط و عناصر اصلی موجود حفظ شده است و باقیمانده قطعات پازل باید توسط بیننده و براساس خاطرات و ذهنیت وی شکل گیرد و حس خوشایند نوستالژی با یادآوری روزگار خوش گذشته ایجاد شود. این موضوع در حالی اتفاق خواهد افتاد که کاربر، تمامی نیازها و انتظارات خود را با امکان دسترسی به فناوری به‌کاررفته در محصول برآورده کند. بدیهی است در صورتی که محصول قدیمی با امکانات روز تجهیز ارائه شود، هرگز تداعی‌کننده قدمت محصول در کنار حس خوشایند نوستالژی نخواهد بود. از این‌روست که باید طراحی یک محصول با سبک رترو مشابه یک معما ارائه شود تا مخاطب در پی به‌خاطر آوردن داستانی در ارتباط با همین محصول در گذشته خود باشد.

همان‌گونه که اشاره شد، محصولات مورد مقایسه دارای نکات مشترک بسیاری بودند که ازجمله آن می‌توان به حفظ فرم کلی و ابعاد و اندازه خودرو، مشابهت چراغ‌ها، سپر، گلگیر، انحنای و بزرگ‌تر شدن اندازه شیشه‌ها، داشبورد، کنسول و غیره اشاره کرد. البته بسیاری از عناصر، دچار تغییرات عمده شده‌اند که غالباً در جهت رفع نیاز دنیای معاصر یا درخصوص رفع نقص با توجه به پیشرفت فناوری و خاصیت آیرودینامیک خودروها صورت گرفته‌اند. به‌منظور جمع‌بندی نتایج، فاکتورهای لازم در طراحی سبک رترو که از مطالعات کتابخانه‌ای استخراج شده، در نمونه‌های مورد مطالعه بررسی و وجود یا عدم وجود این نکات در هر مورد مشخص شده است. نتایج این بررسی در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. فاکتورهای لازم در طراحی سبک رترو در نمونه‌های مورد مطالعه

مینو ماینر	فورد موستانگ	فیات ۵۰۰	فورد تاندربرد	فولکس واگن بیتل	
●	●	●	●	●	حفظ اصالت طرح (تداعی محصول قدیمی)
●	●	●	●	●	برانگیختن حس نوستالژی
●	●			●	دارا بودن عناصری از محصول قدیمی
	●	●	●	●	هماهنگی با فناوری زمان (آیرودینامیک)
	●		●	●	هماهنگی با سلیقه کاربران روز
●	●	●	●	●	هماهنگی با قوانین روز
	●		●	●	هماهنگی با مدرن روز

نتیجه‌گیری

در یک نتیجه‌گیری ساده می‌توان گفت که برای طراحی یک محصول با رویکرد رترو، قالب و فرم کلی ازجمله خطوط طراحی ثابت هستند و پیرو آن، عناصر برجسته که بیشتر قابل رؤیت و توجه هستند، دستخوش تغییرات کمتری می‌شوند. در عین حال هرگونه تغییر در جهت رفع نقص و بهتر شدن محصول مجاز است؛ به‌طوری‌که فرم کلی دچار آسیب نشود. عناصری مانند دکمه‌ها، سوئیچ‌ها^{۲۷}، گیج‌ها^{۲۸}، اهرم‌ها و غیره قابلیت جابه‌جایی با نمونه‌های مدرن مانند صفحات فینگر تاج^{۲۹} را داشته و

امکان استفاده از آن‌ها در سطح وسیع وجود دارد، ولی بهتر آن است که در محل و موقعیت سابق خود قرار گیرند. مواد و متریال مورد استفاده در محصول تأثیر بسیار زیادی در ایجاد حس نوستالژی خواهد داشت، کمالینکه موادی مانند چرم، استیل براق، چوب و از این‌دست که در تولیدات سابق بیشتر مورد استفاده بوده در ارائه محصولی با سبک رترو بسیار حائز اهمیت است. طراحی صورت‌گرفته با رویکرد رترو، به‌هیچ‌وجه نباید شباهت کامل با نسل گذشته خود داشته باشد و فقط لازم است

که فرم‌های کلی حفظ شوند. وظیفه این نوع از طراحی تنها ایجاد کوچک‌ترین جرقه و فلش^{۲۰} برای رجوع مخاطب به خاطرات گذشته خود است و درواقع هر مخاطب، محصول پیش‌رو را با خاطرات خود تفسیر می‌کند، نه با آن چیزی که می‌بیند.

منابع

- آریان پور کاشانی، منوچهر (۱۳۷۸). فرهنگ یک جلدی آریان پور انگلیسی-فارسی. تهران: نشر جهان رایانه.
- مرادی، مسعود (۱۳۸۶). طراحی گوشی موبایل با رویکرد سبک رترو (پایان نامه کارشناسی ارشد). تهران: پردیس هنرهای زیبای دانشگاه تهران.
- هسکت، جان (۱۳۷۶). طراحی صنعتی (غلامرضا رضایی نصیر، مترجم)، تهران: انتشارات سمت.

- Automotive Addicts, www.automotiveaddicts.com, sighted on 20.jun.2014.
- Aol Autos, www.autos.aol.com, sighted on 24.jun.2014.
- Auto detective www.autodetective.com, sighted on 24.jun.2014.
- Car curus, www.cargurus.com, sighted on 20.jun.2014.
- Classic cars Photo gallery, photogallery.classiccars.com, sighted on 22.jun.2014.
- Car Craft, www.carcraft.com, sighted on 24.jun.2014.
- Grainge, P. (2000). MONOCHROME MEMORIES: Nostalgia and Style in 1990s America, Thesis for the degree of Doctor of Philosophy, the University of Nottingham.
- Havlena, W. J. & Holak, S. L. (1991). The good old days: observations on nostalgia and its role in consumer behavior, *Advances in Consumer Research*, Vol 18, pp. 323 - 329.
- Hofer, J. (1934). Medical Dissertation on Nostalgia by Johannes Hofer, 1688, Bulletin of the History of Medicine, 2, pp. 376 - 391.
- Huppatz, D. J. (spring 2009). Designer Nostalgia in Hong Kong, *Massachusetts Institute of Technology MIT Press*, Vol 25, No 2, pp. 14 - 28.
- Live Life Drive, www.lifelivedrive.com, sighted on 20.jun.2014.
- Manifestoo, www.manifestoo.com, sighted on 24.jun.2014.
- Motor trend, www.motortrend.com, sighted on 22.jun.2014.
- Npr, www.npr.org, sighted on 24.jun.2014.
- Wolf, P. J. (2004). Recycling the past through Retro-Design, Arizona State University, The Industrial Designers Society of America (IDSA), February issue
- Party Wave, partywave.deviantart.com, sighted on 22.jun.2014.
- Tseng, Y.S. & Ho, M.H. (2011). Designing the Personalized Nostalgic Emotion Value of a Product, *Springer Berlin Heidelberg*, Volume 6770, pp. 664 - 672.
- Top speed, www.topspeed.com, sighted on 22.jun.2014.

پی‌نوشت

۱. Retro
۲. Nostalgia
۳. Nostalgic
۴. Retro
۵. Retrospective
۶. Modern
۷. Ergonomy
۸. Nostos
۹. Algos
۱۰. Retro Car
۱۱. Volkswagen
۱۲. Beetle
۱۳. Mini Cooper
۱۴. Mini miner
۱۵. Chrysler PT Cruiser
۱۶. Chrysler Airflow
۱۷. Ford Thunderbird
۱۸. Ford
۱۹. Kitchenaid
۲۰. Delonghi
۲۱. J. Mays
۲۲. New Beetle
۲۳. Thunderbird
۲۴. Mustang
۲۵. MINI
۲۶. BMC
۲۷. Switch
۲۸. Gage
۲۹. Finger Touch
۳۰. Flash