

طراح لوگوهای گوگل کیست؟

سال‌هاست که کاربران اینترنت با لوگوهای خلاقانه و زیبای گوگل که به خاطر مناسبت‌های خاص، مثل نوروز یا سالگرد فروپاشی دیوار برلین، درست شده‌اند آشنا هستند ...



سال‌هاست که کاربران اینترنت با لوگوهای خلاقانه و زیبای گوگل که به خاطر مناسبت‌های خاص، مثل نوروز یا سالگرد فروپاشی دیوار برلین، درست شده‌اند آشنا هستند .

دنيس هوانگ، طراح اين لوگوها مشهورترين هنرمند گمنام جهان است. روزانه بيش از ۱۸۰ ميليون نفر در سراسر جهان طرح‌های دنيس هوانگ را می‌بينند؛ طرح‌های زيبا و خلاقانه‌ای که با ديدن هر کدام از آنها لبخندی بر گوشه لب می‌نشيند و برای هوشمندی و نگاه تازه خالقشان به نشان احترام کلاه از سر برمی‌دارند.

دنيس هوانگ را مشهورترين هنرمند گمنام جهان می‌دانند، جوانی ۳۱ ساله، کره‌ای تبار و متولد آمریکا که امروزه یکی از مهم‌ترین کارمندان گوگل است.

لوگوهای دنيس که به مناسبت روزهای خاص و تاریخی بر صفحه آغازین گوگل نقش می‌بندند، برای تمام کاربران اين موتور جستجوی نامدار آشناست. گوگل به اين لوگوهای خاص نام "خط خطی" (Doodle) را داده است.

به گفته اعضای گوگل، هر روزی که یکی از طرح‌های جديد هوانگ بر صفحه گوگل نقش می‌بندد، سيل نامه‌های طرفداران است که سرازير می‌شود. هوانگ سالانه شخصا ۵۰ طرح می‌کشد، زیرا در اصل هم‌اکنون او مسئول سایت گوگل است و طراحی تنها به بخش کوچکی از کار او تبديل شده است.

بیش از ۴۰ نفر در مرکز گوگل در کالیفرنیا برای هوانگ کار می‌کنند و او مسئول هر آن چیزی است که در صفحه گوگل به چشم می‌خورد، از لینک‌ها گرفته تا تبلیغات. به عبارت ساده‌تر، دنيس هوانگ رئیس تمام مسئولین سایت گوگل در سراسر جهان است؛ یک رئیس جوان با صورتی پسرانه و خنده‌رو.

با اینکه هوانگ ۳۱ سال دارد، اما هنوز هم به نظر همان پسر ۲۲ ساله‌ای می‌آید که یک تابستان به عنوان کارآموز در گوگل شروع به کار کرد؛ او بانمک، سرشار از انرژی و خلاق است، یعنی درست همان خصوصياتی را داراست که اصولاً سایت گوگل دارد!

مرد سوزان گوگلی

البته دنيس هوانگ اولین طراح "خط خطی" در گوگل نیست، بلکه لری پیچ و سرگئی برین، پایه‌گذاران گوگل، خود در اين زمینه پیشکسوت به شمار می‌روند. در سال ۱۹۹۸ زمانی که گوگل هنوز پا نگرفته بود و کسی آن را به درستی نمی‌شناخت، این دو یک بار تصمیم می‌گیرند به یک جشنواره هنری به نام Burning Man (مرد سوزان) در صحرای نوادا بروند.

چون پیچ و برین در آن زمان کارمندی نداشتند که در غیابشان در دفتر حضور داشته باشد، روی سایت یک مرد سوزان را در میان حروف گوگل جا می‌دهند تا به این وسیله اعلام کنند که به این جشنواره رفته‌اند. این ابتکار به حدی طرفدار پیدا می‌کند که این دو نفر تصمیم به ادامه این کار می‌گیرند. از آن روز به بعد البته دو قانون برای لوگوهای گوگل وضع می‌شود: عدم کوچک شمردن یک موضوع و همینطور مذهبی نبودن.

به گزارش دوپچه‌وله، زمانی که دنيس هوانگ، فارغ‌التحصیل دانشگاه استانفورد، برای گذراندن یک دوره کارآموزی به گوگل می‌آید، گوگلی‌ها متوجه می‌شوند که این پسر جوان در دانشگاه به جز رشته کامپیوتر در رشته هنر هم تحصیل کرده است. از آنجایی که در آن زمان لوگوهای گوگل توسط گرافیکست‌ها کشیده می‌شدند، به هوانگ این مسئولیت داده می‌شود که دستی به سر و گوش این لوگوها کشیده و آن‌ها را در سایت قرار دهد.

دنيس هوانگ خود معتقد است که در زمان مناسب در جای مناسب حضور داشته، زیرا او همیشه آینده خود را به عنوان یک هنرمند آزاد که فیلم‌های انیمیشن می‌سازد، تصور می‌کرده است. جو خلاقانه حاکم بر گوگل و کارمندانی که هر کدام در ذهنشان به اندازه چندین نفر ایده دارد، این شهامت را به هوانگ می‌دهد تا ایده‌های خود را برای لوگوهای گوگل به برین و پیچ ارائه دهد. روز ۱۴ ژوئیه سال ۲۰۰۰ نخستین لوگوی طراحی شده توسط هوانگ به مناسبت روز استقلال فرانسه روی سایت گوگل نمایان می‌شود. استعداد وی تا آن اندازه برین و پیچ را جذب می‌کند که پس از پایان دوران کارآموزی به وی پیشنهاد می‌دهند به استخدام گوگل درآید.

گوگلی شدن یک رویداد کم‌سابقه

هوانگ تعریف می‌کند، یک بار یکی از مسئولین سایت گوگل در استرالیا تاریخ برگزاری یک مسابقه اسب‌دوانی بسیار معروف در این کشور را فراموش کرده بود، وی با او تماس می‌گیرد و سفارش یک لوگوی ویژه می‌دهد. مشکل اصلی فقط در یک نکته بوده است و

آن این که این مسابقات دو ساعت بعد برگزار می‌شدند! هوانگ در عرض ده دقیقه یک لوگوی ویژه طراحی می‌کند و به این ترتیب لوگوی سایت گوگل در استرالیا به طرح این مسابقه اسب‌دوانی در می‌آید.

البته در شرایط عادی هوانگ برای چنین موقعیت‌های اضطراری وقت چندانی ندارد. برای همین هم او یک تیم طراحی دارد که کار اصلی‌شان تهیه لوگو به شمار می‌رود. نکته مهم‌تر این که هوانگ همیشه هم نمی‌تواند در عرض ده دقیقه یک لوگو طراحی کند و برای برخی مناسبت‌ها همچون جام‌جهانی فوتبال به گفته خودش به چند هفته زمان نیاز دارد.

هر چند ماه یک بار هوانگ همراه با مدیران گوگل جلسه‌ای برگزار می‌کند و در تقویم‌ها به دنبال مناسبت‌هایی می‌گردد که شرایط لوگو شدن را دارند. البته در این میان نباید نقش کاربران گوگل و پیشنهاداتشان را نادیده گرفت. برای نمونه یک بار در یک شب تابستانی یک منجم فرانسوی با هوانگ تماس می‌گیرد و به او اطلاع می‌دهد که در طی چند ساعت آبی ونوس از مقابل خورشید عبور می‌کند؛ اتفاقی که هر ۱۲۲ سال روی می‌دهد.

این بار هم هوانگ دست به کار شده و تخته نقاشی دیجیتالی خود را به دست می‌گیرد و حرف O در لغت گوگل را به شکل یک خورشید با یک لکه سیاه روی آن در می‌آورد که یعنی سایه ونوس روی خورشید افتاده است. او سپس این طرح را به برین و پیج نشان می‌دهد و پس از کسب رضایت رؤسا، این طرح روی سایت گوگل می‌نشیند و به این ترتیب جهان از یک واقعه بی‌نظیر آگاه می‌شود.