

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز با عنوان:
An analysis of the human image in Iran's surrealist posters
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

مقاله پژوهشی

تحلیل تصویر انسان در پوستره‌های فراواقع‌گرای ایران*

مهسا هوشیار خوشدل^۱، میترا معنوی راد^{۲*}

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.

۲. دانشیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران، ایران.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۶/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۳۰

چکیده

بیان مسئله: مفهوم تصویر انسان در پوستره‌های فراواقع‌گرای ایران و شناخت نگرش طراحان آن از منظر ایده‌پردازی، ساختار این پژوهش را با فرض خلق تصاویری جدید از انسان، به مثابه راه ارتباطی نوین با مخاطب بنا نهاده است.

هدف پژوهش: هدف از این پژوهش مطالعه تصویر انسان در پوستره‌های فراواقع‌گرای ایرانی و تفسیر شاخص‌های بیان در ایده‌پردازی آنهاست.

روش پژوهش: به کارگیری روش توصیفی-تحلیلی در جهت تحلیل جامعه آماری این پژوهش، شاخص‌های ایده‌پردازی آن دسته از پوستره‌های فراواقع‌گرای ایرانی را که بر مبنای تصویر انسان خلق شده و اکثر نمونه‌های برجسته آن در محدوده زمانی ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۸ به چاپ رسیده‌اند، از حیث ساختاری و محتوایی بررسی می‌کند.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش نشانگر آن است که استفاده از تصویر انسان با شیوه فراواقع‌گرایانه از دوران باستان مورد توجه هنرمندان ایرانی بوده است. به همین دلیل تأثیرات این نگرش در چگونگی بیان بصری نوین در پوستره‌های فراواقع‌گرای ایران را می‌توان برگرفته از این نوع دیدگاه هنرمندان ایرانی دانست. پوستره‌هایی که اغلب با تکنیک‌های متنوع تصویرسازی شده و به شیوه‌ای رویایی و در ترکیبی نوآورانه با عوامل بصری پدید آمده‌اند. از این رو درک آنها برای مخاطب به دلیل مفهوم‌گرایی، تابع تأثیرگذاری آنها بر احساسات درونی او بوده و از جذابیت بصری بالایی برخوردارند.

واژگان کلیدی: تصویر انسان، فراواقع‌گرایی، پوستره، پوستره‌های ایران.

مقدمه و بیان مسئله

با گسترده شدن نیازهای ارتباطی بشر، رشد و توسعه پوستره به مثابه یک رسانه بصری آغاز شد. در عصر مدرن، تصویرسازی از انسان و یا استفاده از خود، در پوستره‌های فراواقع‌گرا برای بیان ایده‌ها و مفاهیم، بسیار مورد توجه قرار گرفت و هنرمندان مضامین ذهنی خود را گویاتر به نمایش درآوردند. طراحان گرافیک از همان آغاز به‌ویژه در پوستره‌های خود از تصاویر نقاشی‌شده با مضمون انسان و یا تکه‌هایی از عکس انسان با تکنیک‌های مختلف بهره‌جستند.

*این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد «مهسا هوشیار خوشدل» با عنوان «مطالعه تطبیقی تصویر انسان در پوستره‌های اجتماعی سورئال و پست مدرن در فرانسه و ایران» است که به راهنمایی دکتر «میترا معنوی

تصویر انسان از زمان تولد هنر تا به امروز فراز و نشیب بسیار داشته است. گاه به شکل انسان در حال شکار و گاه به شکل خدایان، گاه بازنمایی از واقعیت و از قرن بیستم میلادی به بعد اغلب به صورت انتزاعی، فراواقعی یا ترکیب شده با اشیاء دیگر، با ابزارها و روش‌های گوناگون و مطابق با مسائل اجتماعی زمان خود در آثار هنری به کار رفته است. درواقع باید گفت که در هیچ یک از دوره‌های تاریخی، هنرمندان از قالب شخصیتی، روحی و اجتماعی تصویر انسان دور نشده‌اند.

یکی از سبک‌های مهم و تأثیرگذار در تصویرگونگی از

راد و دکتر «سید محمد فدوی» در سال ۱۴۰۰ در دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا (س) تهران به انجام رسیده است.
** نویسنده مسئول: am.manavirad@alzahra.ac.ir، ۰۹۱۲۳۰۴۶۹۵۲

با عنوان «مطالعه تطبیقی ساختار تصویری پوسترهای تئاتر و سینمای ایران با مضامین اجتماعی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶» مباحثی پیرامون دلالت صریح و ضمنی را مطرح کرده و براساس آن به نقد پوسترهای تئاتر و سینمای ایران پرداخته است که مطالعه آن در این پژوهش مؤثر بوده است. بوند و امامی فر (۱۳۹۵) در مقاله «سوررئالیسم، شیوه نوین جذب مخاطب در پوسترهای سینمایی»، به طور اجمالی سوابق پوستر فراواقع‌گرا را بیان و ذهن آزاد هنرمند و ویژگی‌های تصویر فراواقعی در پوستر را با دیدگاه برتون به چند دسته تفکر تقسیم کرده‌اند.

«دایره المعارف هنر»، نوشته پاکباز (۱۳۹۳)، کتابی مرجع است که از مجموعه مقالات در باب هنر و تاریخ آن تشکیل شده و برای مطالعه و رجوع به مرجع دیگر منابع به کار گرفته شد و همچنین پاکباز (۱۳۹۶) در کتاب «نقاشی ایران از دیرباز تا امروز» به نگارگری ایرانی پرداخته که در دسته‌بندی آثار فیگوراتیو فراواقع‌گرای این پژوهش مؤثر واقع شده است.

پایان‌نامه کارشناسی ارشد خدامرادی (۱۳۹۵) با عنوان «بررسی تطبیقی نقاشی فیگور در هنر مدرن و پست مدرن»، تاریخ هنر مدرن و پست‌مدرن را مطرح کرده و سابقه تصویر انسان قبل از تولد فراواقع‌گرایی را مورد توجه قرار داده است.

پایان‌نامه کارشناسی ارشد داداشی (۱۳۹۳) تحت عنوان «بررسی تصویر انسان در پوسترهای فرهنگی مکتب لهستان»، به تحلیل تصویر انسان در گلچینی از پوسترهای لهستان پرداخته و به هنرمندانی که قبل از تولد فراواقع‌گرایی در این سبک فعال بودند اشاره داشته که در این پژوهش به آن پرداخته شده است. همچنین پایان‌نامه کارشناسی ارشد عسکری (۱۳۹۵) با عنوان «انسان‌نگاری در پوسترهای ایرانی»، سیر تاریخی استفاده از نگاره‌های انسانی را بیان کرده است که برای آشنایی با پیشینه استفاده از تصویر انسان در دوران باستان و میل به فراواقع‌گرایی مورد توجه بوده است. همچنین رفیعی (۱۳۷۷) در کتاب «سفال ایران» به استفاده از تصویر انسان از دیرباز تا امروز بر روی آثار سفالی اشاره داشته است.

مطالعه کتاب «عکاسی فیلم»، اثر عادل (۱۳۸۱) در طرح مبانی نظری و روش‌های مفهوم اثر فراواقعی به بیننده استفاده شده است.

گاردنر (۱۳۹۳) در کتاب خود با عنوان «هنر در گذر زمان» به طور جامع به تاریخ هنر پرداخته که جهت استفاده از تصویر انسان در آثار بصری، در این پژوهش از آن بهره گرفته شده است.

از دیگر منابع مورد مطالعه می‌توان به هولیس (۱۳۸۳) در

انسان در قلمرو طراحی پوستر، سوررئالیسم (فراواقع‌گرایی) است که محصول تغییرات بعد از جنگ جهانی اول و اتفاقات اجتماعی سیاسی و فراموشی دادائیسیم بود که از سال ۱۹۲۴ در فرانسه آغاز شد. «بیانیه سوررئالیسم هم‌زمان با ارائه نظریه‌های زیگموند فروید، روانکاوی اتریشی، درباره ناخودآگاه، رویا، واپس‌زدگی و سرکوب که هنرمندان اروپا را به خود مشغول کرده بود، توسط آندره برتون منتشر شد. فراواقع‌گرایی نمونه شاعرانه‌ای از رهایی روح انسان را فراهم ساخت و مبدأ روش‌های جدید در بیان بصری تخیلات و رویا شد. تصویر انسان فراواقع‌گرا با شاخه‌های مختلف از جمله ادبیات، سینما، هنرهای تجسمی و... ارتباط برقرار کرد و با استفاده از فنونی مانند تناقض، طنز و شگفتی‌آفرینی، نظر مخاطبین را به خود جلب کرد» (بوند و امامی فر، ۱۳۹۵، ۴۶).

در این پژوهش، با تمرکز بر تصویر انسان در سبک فراواقع‌گرا، به درک اهمیت طراحی با استفاده از این نوع تصویر و همچنین تفاوت این‌گونه از طراحی پوستر در ایران پرداخته شده است. درک عواملی که طراحان این‌گونه پوسترها را به سمت تصویرسازی از انسان سوق داده و شیوه بازنمایی آنها در پژوهش حاضر مورد توجه واقع شده است.

پیشینه پژوهش

با توجه به فقدان پژوهش‌های منسجم در ارتباط با موضوع این پژوهش، تلاش شده تا با مطالعه و مذاقه در پیشینه‌های مرتبط با موضوع، ارکان تجزیه و تحلیل تصویر انسان در پوسترهای مورد مطالعه پایه‌ریزی شود که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

مقاله شهامی و افشار مهاجر (۱۳۸۹) با عنوان «تأثیر پوسترسازی سوئیس بر طراحی پوستر معاصر ایران» که جهت بررسی جنسیت انسان در پوسترهای ایران و معرفی هنرمندان آن در پژوهش حاضر مورد مطالعه قرار گرفته است.

مبحث تاریخ شکل‌گیری پوستر فراواقع‌گرا، بارنیکت (۱۳۹۲) در کتاب «تاریخ پوستر» که به معرفی طراحان فراواقع‌گرا پرداخته و زمینه‌ساز قسمت مبانی نظری پژوهش حاضر شده است.

کتاب «سرگذشت سوررئالیسم» برتون (۱۳۹۲) که به شکل‌گیری فراواقع‌گرایی از آغاز تا دهه ۱۹۵۰ در قالب مجموعه مصاحبه‌های رادیویی و مطبوعاتی پرداخته است. نحوه بروز فراواقع‌گرایی در آثار تجسمی و ویژگی آثار در این کتاب نیز از پیشینه‌هایی است که جهت این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است.

برزگر نصری (۱۳۹۷)، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود

که «شاخص‌ترین این نمونه‌ها آثار پوسترگونه خیال‌انگیز و شبه‌انسانی نقاش فرانسوی قرن نوزدهم، «گرنویل»^۵ و «لونل»^۶ است. تصاویر ۱ و ۲ آثار «ترروت»^۷ که کارت پستال‌های معروف و محبوب عامه مردم بوده‌اند و در آنها انسان در مناظر و چشم‌اندازهای رویایی فراتر از تصورات انسانی به تصویر کشیده شده است» (همان، ۱۷۸).

علاوه بر این، پیشینه «سبک فراواقع‌گرا در قرن نوزدهم را می‌توان در پوسترهای تبلیغاتی که برای کمپانی‌های دوچرخه‌سازی طراحی شده‌اند نیز یافت. در این آثار تنش و درگیری‌های موجود بین انسان و ماشین در دوران نوین و عصر تکنولوژی دیده می‌شود. این آثار را باید به عنوان دستاوردهای هنر آوانگارد در به‌کارگیری عنصر تخیل و هنر نایف^۸ (ساده‌انگار) دانست» (برزگر نصری، ۱۷۸).

«دیگر هنرمندی که می‌توان نشانه‌های فراواقع‌گرایی را در آثار وی پیش از تولد این سبک یافت، «جک بدینگتون»^۹ است که طرح‌های خود را برای «انجمن شل»^{۱۰} طراحی می‌کرد» (داداشی، ۱۳۹۳، ۹۰).

نمایشگاه‌های شل مکس پوسترهای هنرمندان برجسته انگلیس در سال ۱۹۳۴ را به نمایش می‌گذاشت. «این پوسترها اغلب از تصویر انسان الهام گرفته و به شیوه فراواقعی و با اشتیاق در رنگ طراحی شده‌اند. این دوره اقتباسی مستقیم

کتاب «تاریخچه‌ای از طراحی گرافیک»، اشاره کرد که به مقوله نمادپردازی از انسان در پوستر فراواقع‌گرای ایران پرداخته است.

مقاله «عناصر نشانه‌شناسی» (Barthes, 1967) در قسمت تجزیه و تحلیل پوسترها و شناخت بهتر دلالت‌های صریح و ضمنی در آثار فراواقع‌گرا مؤثر بوده است.

مقاله «سوررئالیسم و سیاست اروس» (Mahon, 2005)، مفاهیم فراواقع‌گرایی در آثار تجسمی متأثر از شرایط اجتماعی سیاسی با استعاره‌های اروس را مورد توجه قرار داده که در نقد پوسترها الهام بخش بوده است.

از پژوهش‌های (YingWu, Magritte & Breton) نیز جهت درک بهتر فراواقع‌گرایی در بخش نقد پوسترها بهره گرفته شده است.

سابقه استفاده از تصویر انسان در پوسترهای فراواقع‌گرا

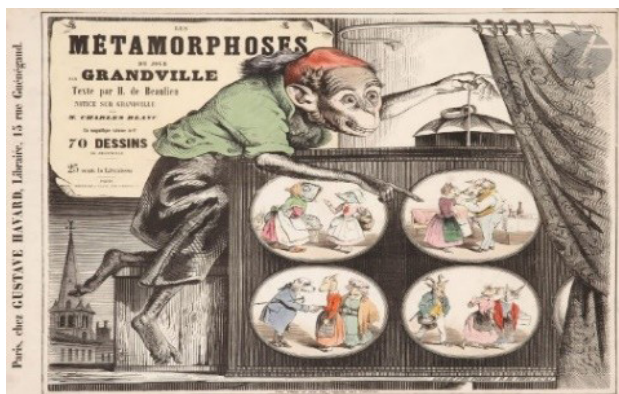
«واژه سوررئالیسم^۲ (فراواقع‌گرایی) را در دهه ۱۹۱۰ گیوم آپولینر ابداع کرد و با انتشار گاهنامه انقلاب سوررئالیسم که آندره برتون^۴ از بنیان‌گذارانش بود و سپس با اثری دیگر از آندره برتون با عنوان مانیفست سوررئالیسم (فراواقع‌گرا) در دهه ۱۹۲۰ رواج یافت» (بوند و امامی‌فر، ۱۳۹۵، ۴۷).

پژوهش‌های انجام‌یافته حاکی از سه دلیل اصلی توجه طراحان پوستر به تصویر انسان در سبک فراواقع‌گرا هستند که می‌توان آنها را به شرح زیر برشمرد:

۱. آشنا و قابل قبول کردن اثر.
۲. بیننده با وجود مشابهت فرم تصویر انسان به واقعیت، درک می‌کند که مفهوم آن با درک اولیه حاصل از تصویر مغایرت دارد. همین امر باعث بازنگری بیننده از اشیاء و پدیده‌هایی می‌شود که در دنیای اطراف وی کاملاً واقعی به نظر می‌رسند.

۳. ارائه هم‌زمان چند ایده برای طراحی انسان با روش‌های مختلف اجرایی. این نوع از ارائه مفهوم می‌تواند به صورت تصویری و بدون شرح نوشتاری با مخاطب خاص خود ارتباط برقرار کرده و با او همذات‌پنداری کند. بنابراین نسبت به دیگر روش‌های القاء مفهوم و انتقال پیام به بیننده، از ارزش بیشتری برخوردار است» (عادل، ۱۳۸۱، ۱۷۸).

برتون در کتاب «سرگذشت سوررئالیسم» به گواه بسیاری از تاریخ‌نگاران اشاره دارد که «پیش از ثبت دهه ۱۹۲۰ به عنوان تاریخ رسمی آغاز جنبش سوررئالیسم (فراواقع‌گرا)، آثاری توسط هنرمندان نقاش با تصویر انسان به وجود آمده بود که دارای شباهت‌های بسیاری با این سبک بودند» (برتون، ۱۳۹۲، ۴۳). با تعمق در این آثار می‌توان گفت



تصویر ۱. گرنویل، پوستر، ۱۸۴۷. مأخذ: www.magazine.interencheres.com



تصویر ۲. فردیناند لونل، پوستر روکسل و دوبیس، ۱۸۹۴. مأخذ: www.bicyclingart.com



تصویر ۳. جان هارتفیلد، فتومونتاژ، ۱۹۳۰. مأخذ: www.johnheartfield.com



تصویر ۴. صخره‌نگاره شکار با تیروکمان در منطقه کوه‌دشت لرستان، حدود ۸ هزار سال ق. م. مأخذ: پاکباز، ۱۳۹۶، ۱۶.

سفالینه‌های متعدد آن با تصویر انسان اشاره کرد. «نقوش روی این سفالینه‌ها به جهت برخورداری از ویژگی‌های گرافیکی نوین مورد توجه طراحان قرار گرفته‌است» (ملک شه‌میرزادی، ۱۳۹۱، ۳۴۰).

تصویر انسان در پوستره‌های واقع‌گرای ایران

پوستر واقع‌گرا در ایران به نوبه خود شامل جریان‌های متعددی است که از نمونه‌های آن می‌توان به واقع‌گرایی اجتماعی، واقع‌گرایی سوسیالیستی^{۱۵}، واقع‌گرایی جادویی^{۱۶}، واقع‌گرایی زشت^{۱۷}، واقع‌گرایی کوبیست^{۱۸}، واقع‌گرایی نوین، واقع‌گرایی افراطی و... اشاره کرد. خلق پوسترها به شیوه واقع‌گرا با پیشرفت دوربین عکاسی و تکنیک‌های نوین عکاسی شدت یافت. «ظاهراً گرایش به رئالیسم به تصور آن است که بیان تصویری اعلان‌ها برای مردم بیشتر مفهوم باشد» (ممیز، ۱۳۸۲، ۸۶).

با توجه به آنکه محور اصلی این پژوهش بر پوستره‌های فراواقع‌گرا متمرکز است در ادامه بحث به این مقوله به تفصیل پرداخته می‌شود.

تصویر انسان در پوستره‌های فراواقع‌گرای ایران

فراواقع‌گرایان در ایران، با استفاده از تکنیک‌های گوناگون فضایی را خلق کردند که موجب ارتباط ناگسسته با مخاطبین شد. آنها این اقدام خود را جنبشی مدرن نمی‌دانستند اما مصمم به تغییر ماهیت تصور ما از چیستی

و بسیار نزدیک به اصول جنبش فراواقع‌گرایی است که ترجمانی از تبلیغات در سطح پوستره‌های تئاتری با استفاده از تصویر انسان است. در آثار دوره دوم که پس از جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۴۵ آغاز شد می‌توان پریشانی و اضطراب ناشی از جنگ را یافت. از زمانی که جوامع بشری در بیان شرایط سخت خود، به اعتراض پرداخته و سعی کردند تا با استفاده از تصاویر مهیب از انسان در تبلیغات چاپی و سینما و تلویزیون به آرامشی نسبی دست یابند. این در واقع نوعی برون‌ریزی رسوبات ناهنجار ضمیر ناخودآگاه بشری بود که وی را از منکوب‌شدن زیر بار فشارهای حاصل از تمدن نوین آمیخته با صنعت، تا حدی رهایی می‌بخشید. دقیق‌ترین تفسیری که می‌توان از تکنیک‌های فراواقع‌گرای این دوره بیان کرد، در آثار جان هارتفیلد^{۱۱} به چشم می‌خورد که با تکنیک فتومونتاژ^{۱۲}، پیش‌بینی جنگ و خشونت میان انسان‌ها را به نمایش می‌گذارد (تصویر ۳). تکنیک اجرایی وی در واقع ترکیبی از سوررئالیسم و دادائیسم^{۱۳} است و دلیل استفاده از چنین تکنیک ترکیبی، محتوای آثار او است که نشان‌دهنده قدرت سیاسی زمانه خود است» (بارنیکت، ۱۳۹۲، ۱۸۱).

سابقه استفاده از تصویر انسان در ایران

رد پای استفاده از تصویر انسان در ایران نیز، همچون غرب در تصاویری یافت می‌شود که انسان پیش از تاریخ بر دیواره غارها و بر روی اشیاء مختلف حک کرده است. در این خصوص عسکری در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود «بازنمودهای حیوان و انسان، شکل‌های دایره و مربع، نقشمایه‌هایی چون کوه، آب موج، خورشید و ماه» که از رایج‌ترین مواد تصویری کهن در ایران هستند را ذکر کرده است (عسکری، ۱۳۹۵، ۱۷). در این تصاویر به مرور زمان ویژگی‌های خلاقانه‌ای بروز یافته است که از آن جمله می‌توان به تصویر تلفیقی انسان و حیوانات در نقش برجسته‌های ایران باستان مانند لاماتوهای^{۱۴} آشور و هخامنشی اشاره کرد (تصویر ۴) اما بیشترین نقوشی که از ویژگی‌های گرافیکی بالایی برخوردارند را می‌توان در سفالینه‌های ماقبل تاریخ یافت. این نقوش اگرچه در مراحل ابتدایی، تقلید از طبیعت بوده‌اند اما صرفاً به جهت تزئین ظروف سفالین ایجاد نشده و هریک نماد موضوعی خاص است. «هنرمند باستان از یک سو با روایت وضعیت و محیط زندگی خود در این آثار، نیازهای ضروری زندگی خود را بیان کرده و از سوی دیگر، بیم‌ها، امیدها، نمادهایی که برای کمک‌خواستن از نیروهای طبیعی در مبارزاتش وجود دارند را برای ادامه حیات به تصویر کشیده است» (مختار معصومی، ۱۳۸۶، ۹). از دیگر نمونه‌ها می‌توان به منطقه تاریخی سیلک کاشان و

دور همگام با زندگی بشر اولیه با می‌گردد، طیف وسیعی از جذابیت‌های تصویری را شامل می‌شود که در بسیاری مواقع تأثیر قابل توجهی در جلب نظر مخاطب دارد. در ایران، تصویر انسان برای طراحان پوستر، پس از رواج شیوه خاص برادران سروری^{۲۰} و تالبرگ^{۲۱}، رو به پیشرفت نهاد. شیوه آنها نوعی تصویرسازی ساده و واقع‌گرا بود که بعد از انقلاب مشروطیت و از طریق روزنامه «ملانصرالدین»^{۲۲} در ایران رواج پیدا کرده و ملهم از گرافیک روسی بود» (پاکباز، ۱۳۹۶، ۸۳).

«اگرچه شیوه طراحی مبتنی بر تصویرسازی دستی، قدیمی‌ترین روش به تصویر کشیدن انسان در پوستر است، اما این شیوه پس از ورود دوربین عکاسی به ایران همچنان ادامه یافت. در اوایل دهه ۴۰ با وجود گرایش به واقع‌گرایی از شیوه‌های چاپ و عکاسی کمتر استفاده شد؛ در این دوران کیفیت چاپ و گراور در ایران ضعیف بود و برای حفظ کیفیت اجرای کار، طراحان ایده‌های خود را با تکنیک‌های تصویرسازی پیاده می‌کردند که همین امر زمینه‌ساز خلاقیت و نوآوری طراحان معاصر در پوسترهای فراواقع‌گرا شد» (بوند و امامی‌فر، ۱۳۹۵، ۴۶) گواه این مسئله را می‌توان در سال‌های اخیر در آثار برخی طراحان ایرانی و استفاده آنها از عناصر نمادین در پوسترها جست. اگرچه واقع‌گرایی به نوبه خود روش مؤثری در طراحی پوستر به شمار می‌رود، اما باید توجه داشت که اساس پوستر فراواقع‌گرا، بر مبنای نمادپردازی است و با توجه به تمرکز بحث بر تصویر انسان می‌توان به گفته هولیس اشاره داشت که «تصویر انسان فراواقعی در پوسترهای ایران را بسیار ملهم از روحيات اجتماعی، دغدغه‌های مردم عامه و زندگی روزمره می‌داند. به‌ویژه در پوستر سینما و تئاتر که مهم‌ترین موضوعات اجتماعی را نشان می‌دهند، انسان بسیار اغراق‌شده و در عین حال رازآلود و پر معنا به تصویر کشیده شده است» (هولیس، ۱۳۸۳، ۱۵).

یکی از عواملی که در بحث پوسترهای فراواقع‌گرای ایرانی با بهره از تصویر انسان نباید از نظر دور داشت توجه به عامل جنسیت است.

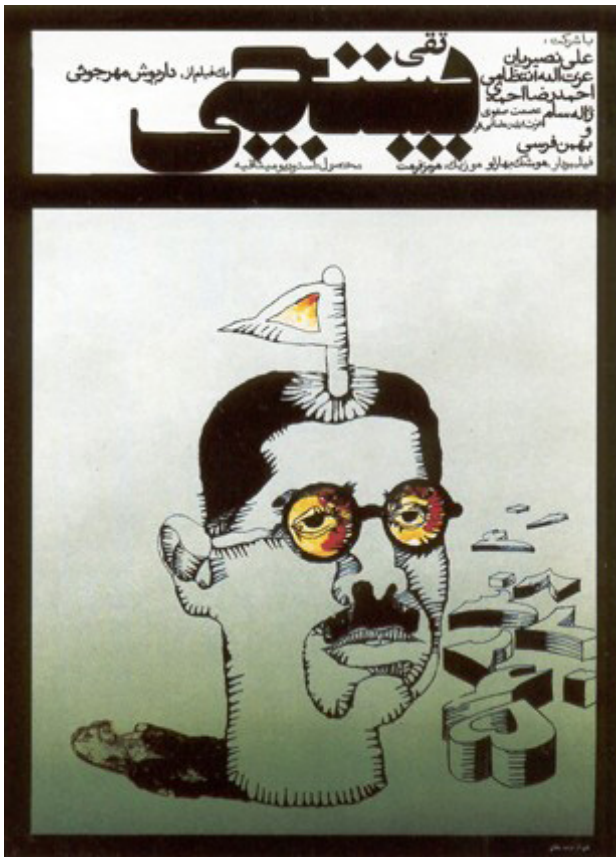
جنسیت در پوسترهای ایران

از نکات بسیار مهم در مطالعه شیوه‌های به تصویر کشیدن انسان در پوسترهای ایران، توجه به جنسیت است. در طول تاریخ طراحان گرافیک همواره از هر دو تصویر زن و مرد در پوسترهای خود استفاده کرده‌اند، هرچند در بسیاری از پوسترها نیز جنسیت مطرح نبوده است. در برخی از آثار اولیه پوسترسازی ایران، گرایش به سبک غربی و عدم آشنایی طراحان با زیبایی‌شناسی و سواد بصری، تقلید کورکورانه از

تبلیغات بودند. با مطالعه تاریخ طراحی گرافیک ایران می‌توان دریافت که تبلیغات فراواقعی در جامعه ایران به دنبال مخاطب خاص نیست، بلکه تمامی مخاطبین را از هر سن و جنس تحت تأثیر قرار می‌دهد. در توضیح این روند باید گفت که سبک فراواقعی در ایران، حاصل ایده‌پردازی‌های گسترده‌ای است که نماینده فرهنگ اصیل اسلامی است.

در ایران، تصویر انسان از جمله عناصری است که در طیف وسیع و در دوره‌های متعدد زمانی مورد توجه هنرمندان قرار گرفته است. رفیعی در کتاب خود به گفته گریشمن اشاره دارد که «تصویر انسان در سبک بسیار قدیمی‌تر از یونان است و نیمرخ انسانی در قرن هشتم پیش از میلاد، در ظروف گلی تکامل‌یافته آن ظهور کرده است» (رفیعی، ۱۳۷۷، ۹۹). اما در پوسترهای ایرانی، شاهد روند تکامل تصویر انسان به مرور زمان هستیم و از این رو جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص داده است. شمار زیادی از پوسترهای سینمایی و تبلیغاتی و... با محوریت تصویر انسان و با اسلوب غربی گواه این سخن هستند. در دهه پنجاه شمسی (دوران آغاز پوسترسازی نوین) به‌واسطه امکاناتی که در سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۰ فراهم شد هنر پوسترسازی در ایران اوج گرفت. گشایش کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، سازمان تلویزیون و انتشار کتب و مجلات و جشنواره‌ها، پوسترسازی را به سوی فرهنگ ایرانی سوق داد و بدین ترتیب تصویر انسان با تنوع بیشتری صورت گرفت. در این‌گونه پوسترها طراحان گرافیک ایران انسان را گاه به صورت کاملاً واقعی و ترکیب‌شده با تصاویر دیگر، گاه با استفاده از نقاشی و تصویرسازی فراواقعی و گاهی نیز با کمک گرفتن از یک نماد ترسیم کرده‌اند. در بسیاری از این پوسترها پیکر انسانی واضح و مشخص است که این پوسترها را می‌توان در دسته پوسترهای فیگوراتیو قرار داد. در تعدادی دیگر از پوسترها از علائمی که نماد انسان است بهره گرفته شده و در حقیقت بدون استفاده از فیگور انسان، معنای انسان قابل استنباط است. این‌گونه پوسترها در دسته پوسترهای مفهوم‌گرا قرار می‌گیرند. بنابراین شیوه‌های به تصویر کشیدن انسان در پوسترهای فراواقعی ایرانی را می‌توان به دو دسته فیگوراتیو و مفهوم‌گرا تقسیم کرد» (رخشان، ۱۳۸۳، ۱۲۹).

در این خصوص رویین پاکباز در کتاب «نقاشی ایران از دیرباز تا امروز» به این موضوع اشاره کرده است که «می‌توان تمامی آثار پیکرنامایی که مبتنی بر عکس و تکنیک‌های عکاسی و ویرایش عکس نباشند را در دسته آثار فیگوراتیو^{۱۹} فراواقع‌گرا جای داد. بنابراین خلق تصاویر انسانی با بهره‌گیری از تکنیک‌های تصویرسازی در این دسته بسیار رایج است. روش‌های تصویرسازی، که تاریخچه آن به گذشته‌های بسیار



تصویر ۵. پوستر فیلم پستی، اثر فرشید مثقالی، ۱۳۵۱، فراواقع‌گرا، تصویر مرد. مأخذ: www.graphic.ir



تصویر ۶. پوستر طراحی امروز ایران، اثر مرتضی ممیز، ۱۳۸۰، فراواقع‌گرا، جنسیت نامشخص. مأخذ: www.graphic.ir

برخی پوستره‌های کم‌ارزش غربی به چشم می‌خورد. اما از نیمه دوم دهه ۴۰، شاهد تحولی در این زمینه هستیم. به صورتی که «تعدادی از طراحان تحصیل‌کرده از جمله مرتضی ممیز، فرشید مثقالی، صادق بریرانی، ابراهیم حقیقی، علاوه بر تغییرات تکنیکی، پوستره‌های ارزشمندی از حیث محتوا و نحوه به‌کارگیری عناصر بصری را ارائه کردند» (شهامی و افشارمهاجر، ۱۳۸۹، ۷۱).

«باید توجه داشت که در ایران به‌کارگیری تصویر مرد بسیار بیشتر مورد استفاده بوده و به صورتی ابتدایی در اعلان‌های مذهبی به کار می‌رفته است. اما یکی از بهترین فنون، به‌خصوص در پوسترسازی فراواقع‌گرایانه، به‌کارگیری جنسیت نامشخص است که در آن جنسیت مطرح نبوده و از موضوعی کلی و مفهومی برخوردار است. چرا که پوستر اجتماعی باید همه افراد جامعه را درگیر کرده و تنها محدود به گروه خاصی نباشد» (حقیقی، ۱۳۹۰، ۲۰۴). «هرچند در برخی از آثار نیز نمی‌توان به طور یقین اظهار داشت که هدف طراح نشان‌دادن جنسیت خاصی نبوده است لیکن نتیجه کار چیزی است که نخست، در ذهن مخاطب یک انسان را تداعی می‌کند. این پوسترها همچون پوستره‌های نمادین به جهت خلاقیت به کار رفته در طراحی شخصیت، حس تازگی و جذابیت بصری بیشتری داشته و علاوه بر ارتباط بهتر با مخاطب، در ذهن او ماندگارتر بوده و برای همه افراد جامعه مورد توجه بوده‌اند» (عسکری، ۱۳۹۵، ۳۱)، (تصاویر ۵ و ۶).

روش پژوهش

این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی به مطالعه پوستره‌های ایران در محدوده زمانی سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۸ که نمونه‌های شاخصی از پوستره‌های فراواقع‌گرا با محوریت تصویر انسان را در بر می‌گیرند، می‌پردازد. جامعه آماری مشتمل بر ۱۳ پوستر فراواقع‌گرای ایران راه‌یافته به جشنواره‌های بین‌المللی است که تعداد پنج عدد از آنها در دو بخش ساختاری و محتوایی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. لازم به ذکر است که استفاده از تصویر انسان در پوستره‌های فراواقع‌گرای ایران در محدوده زمانی مورد پژوهش در حوزه‌های تئاتر، سینما و نمایشگاه‌ها بوده و این پوسترها چاپ شده‌اند.

ویژگی‌های پوستر فراواقع‌گرا

آزادی ذهنی که نخستین ویژگی پوستر فراواقع‌گرا است، مستلزم آزادی انسان است. طراح پوستر فراواقع‌گرا که از تصویر انسان استفاده می‌کند باید از وابستگی به یک سیستم فکری به عنوان پناهگاه بپرهیزد و خود را با چشمانی تیزبین به سوی نتایج خارجی آن معطوف دارد. بوند و امامی‌فر در

زرد، چهره بازیگر اصلی فیلم را با ترفندی برگرفته از تکنیک مونتاژ در درون جایگاهی غیر متعارف و فراواقع‌گرا به شکل درخت قرار داده است.

رنگ زرد، نماد تفکر در زندگی دنیوی، نوعی رخوت و خستگی از زنده‌بودن را به ذهن متبادر می‌سازد، در عین آنکه زرد به عنوان نماد روشنایی نیز به کار رفته و با قرار گرفتن رنگ قرمز بر روی آن نشانه‌ای از تغییر زمان به سمت غروب یا طلوع را به نمایش می‌گذارد. رنگ فیلتر قرمز بر روی هایلایت درخت که چهرهٔ مرد را به صورت سیلوئت نشان می‌دهد، مستأصل و جستجوگر بودن تصویر انسان (مرد) را نشان می‌دهد که با قرارگیری در کادری برگرفته از شکل درخت، مفهوم‌گرایی مورد نظر طراح را که برگرفته از موضوع فیلم است به خوبی به نمایش می‌گذارد. عناصر نوشتاری به صورت خطوطی موازی در سرتاسر متن پوستر، با ریتمی افقی، علاوه بر تأکید بصری بر تصویر انسان، نوعی خیال‌پردازی ذهنی او را در قالب نوشتار بیان می‌دارد که حاکی از توجه و شناخت طراح از ارتباط بصری میان تصویر و نوشته در قالب ترکیب‌بندی متعادل و شناور است.

پس‌زمینهٔ پوستر کاملاً تخت و بدون بافت است. درخت سیلوئت^{۲۶} و شاخ‌وبرگ‌های آن بافت موزونی که یادآور انعکاس نور و سایه در آب و آینه حیات هستند را نمایان می‌سازند.

تأکید بر روی چشم‌های انسان درون درخت، دریچه‌ای جستجوگر معنا در زندگی را تداعی می‌کند. به عبارتی پیام پوستر در چشم‌های مرد به صورتی رازبرانگیز و مفهومی قرار گرفته است.

- بخش محتوا

این پوستر با وجود نگاه خنثی اما جستجوگر، نگرش مثبتی را به نمایش می‌گذارد. کنایه از آن که طعم گیلان می‌تواند حیات‌بخش، دعوتی به زندگی و یادآور لذت‌های زندگی باشد و درخت نشانهٔ شکوفایی و برگشت به زندگی معنی است؛ بستری که تصویر انسان در آن کرد پیدا کرده و به دنبال چیستی آن می‌شود.

نشانه‌های به‌کاررفته در این پوستر، چشمانی باز است که گویی به غروب نگاه می‌کند. مرثیه‌ای است بر طعم گیلان، بر طعم توت، بر غروب خورشید، بر ذات زندگی.

از منظر دلالت معنایی، تلفیق تصویر انسان بر درخت و آن نگاه بازیگر مرد، گویای این نکته است که طعم گیلان فیلمی است که اگر نگاهش کنید، نگاهتان می‌کند، سؤال پرسید، سؤال می‌پرسد، هر احساسی داشته باشید آن احساس را معنا می‌کند و این خود ما هستیم که در زندگی به دنبال چیزی می‌گردیم.

مقالهٔ خود به این نکته اشاره کرده‌اند که «پوستر فراواقع‌گرا باید در مخاطب گونه‌ای «پیش لذت» سازد. نوعی رها شدن از تنش‌های ذهنی و آماده شدن برای کسب لذت‌های بعدی» (بوند و امامی‌فر، ۱۳۹۵، ۵۰). تغییر نگرش حساب‌شده به خوبی می‌تواند مخاطب را تحت تأثیر خود قرار دهد و او را از احساس روزمرگی و نگاه‌های یکنواخت دور کند. بازبینی وقایع و جایگزینی آنها در موقعیتی جدید، بدون آنکه شرحی را در کنارشان مشاهده کنیم، راهکاری است که کاملاً ذهن مخاطب را درگیر می‌کند.

در این‌گونه پوسترها، تداعی آزاد در خلق پوستر بسیار متداول است. بهره‌گیری از فنون: ناخودآگاه ذهن (خلاقیت)، غیبت عقلانیت، پدیدهٔ غریب، خط‌ها و شکل‌های رنگی، تلفیق تصاویر، فتومونتاژ، تصویرسازی و تلفیق آن با هنر چاپ، سولاریزاسیون^{۲۳}، ساندویچ کردن^{۲۴} و سوپر ایمپوزینگ^{۲۵} در عکاسی، نقش برگردانی، مهرزنی و... از جمله فنون کارآمد در این حوزه هستند. با توجه به نظرات کلیدی آندره برتون، به طور کلی ویژگی‌های اصلی پوسترهای فراواقع‌گرا را می‌توان این‌گونه بیان کرد:

۱. «تفکر تحمی شده در غیاب هرگونه عنصر بازدارندهٔ ناشی از عقل و در خارج از قلمرو هرگونه پیش‌پنداشت.

۲. اعتقاد به وجود شکل‌هایی از تداعی ناشناخته، قدرت یک‌ه‌تاز روی‌پردازی و فعالیت بی‌غرضانه تفکر در واقعیتی فراتر.

۳. ارتقا احساسات بشری و قرار دادن ذهن مخاطب در مسیری جدید.

۴. تلفیق واقعیت «آگاهانه» و «نیمه آگاهانه» به واقعیت نو و مطلق به طوری که برای مخاطب قابل درک باشد» (برتون، ۱۳۹۲، ۲۸۲).

• معیارهای انتخاب پوسترها

پوسترهای نمونه با محوریت انسان‌گرایی فراواقع‌گرا از میان پوسترهایی که به جشنواره‌های هنری راه یافته و به چاپ رسیده، انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل ساختاری و محتوایی قرار گرفته‌اند.

بخش ساختار به عواملی همچون: خط و ریتم آن، شکل و هندسه، رنگ، تضاد، بافت و نوشتار اشاره دارد. در تحلیل پوسترها، به چگونگی ترکیب این اجزا با هم جهت نیل به گویاکردن مفهوم توجه شده است. بخش محتوا به نگرش، نشانه‌ها، دلالت‌های معنایی و هدف اثر می‌پردازد.

تجزیه و تحلیل آثار

• پوستر فیلم طعم گیلان

زمینهٔ پیام: اجتماعی، فراواقع‌گرا

طراح پوستر: عباس کیارستمی

- بخش ساختار

تمرکز تصویر انسان در مرکز این پوستر در پس‌زمینه‌ای

این تصویرسازی، رنگ روغن و توسط نرم افزارهای دیجیتال به اجرا درآمده است. سر انسان در این پوستر مملو از کاغذ سفید است که در فضا پراکنده شده‌اند. عنوان و دیگر عناصر نوشتاری فرعی سمت راست کادر قرار گرفته‌اند. خطوط پیشانی و صورت مرد، کهن‌سالی وی را نشان می‌دهد.

لکه‌های رنگ گرم و خاکستری، سفید و رنگ آبی روشن در پس‌زمینه و تصویر انسان حاکی از تنهایی، اندیشه و قصه‌ای درآلود است.

ترکیب مرکزی تصویر انسان و دیگر عناصر پراکنده در پوستر و لکه‌های رنگ حالتی شناور دارند. این در حالی است که قرارگیری قطار بر روی چهره، ترکیب‌بندی را به سمت مرکز هدایت می‌کند.

عنوان فارسی پوستر فرم موج دارد و عنوان غیرفارسی آن به زبان چک اسلواکی نوشته شده است.

- بخش محتوا

ایده تصویرسازی نشان‌دهنده محتوای نمایشی منفی و دردمند است.

چهره مرد نشانه انسانی اندیشمند و تنها است. قطار سمبل صنعت و تکنولوژی مدرنیته است که قرارگیری آن بر روی دهان انسان، سرکوب ناشی از بردگی انسان امروزی را در مقابل زندگی ماشینی صنعتی تداعی کرده و نشانه پیروزی و غلبه مدرنیته بر انسان است.

این پوستر دلالت بر تنهایی و زندگی خسته‌کننده عصر ماشینی دارد. زندگی و مغز تصویر انسان پر از کتاب و اندیشه است. هیاهویی که او را احاطه کرده یادآور سر و صداهای ذهنی او از کتاب‌هایی که خوانده است. مردی که عاشق کتاب است اما سنگینی قطار روی چهره، دلالت بر از بین بردن عشق و اندیشه‌ای است که در راه آن جان می‌سپارد.

محتوای این پوستر حاکی از انتقال پیام فلسفی و انزوای برگرفته از عصر مدرن به مخاطب است. این نمایش است که برگرفته از رمان تنهایی پر هیاهو اثر «بهومیل هرابال»^{۲۹} است (تصویر ۸).

• پوستر تئاتر خانه نهم زده

زمینه پیام: اجتماعی انسانی، جادویی، کمدی، فراواقع‌گرا
طراح پوستر: سینا افشار

- بخش ساختار

مجسمه دست در مرکز کادر وجود دارد که در پشت آن چهره انسان بازنمایی شده است. دست در میان هدفون قرمز رنگ و در زمینه خاکستری قرار دارد. کلیدهای معلق در فضا عناصر فرعی هستند. رنگ سفید دست و چهره نقش‌بسته بر روی آن، خنثی است که به واسطه رنگ

با توجه به آنکه این پوستر توسط کیارستمی (کارگردان فیلم) طراحی شده با نوعی تلفیق نگاه فردی طراح و کارگردان مواجه می‌شویم که گویی آن مرد (آقای بدیعی) که شخصیت اصلی فیلم است، خود اوست و با توجه به اطلاعات و گفته‌ها که این شخصی‌ترین فیلم کیارستمی است، در پی نشان‌دادن تنهایی و استقبال وی از مرگ است.

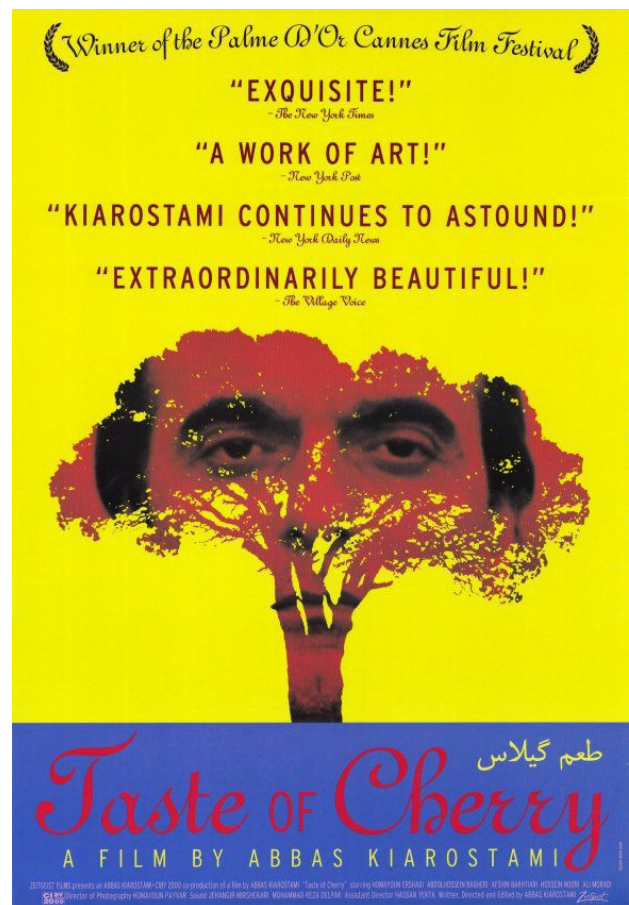
پالت رنگی زرد، قرمز، نارنجی و قهوه‌ای و محیطی که با نمادهای اگزستانسیالیسم^{۲۷} و مینی‌مالیسم^{۲۸} پوشیده شده است، بریدن از زندگی و استیصال را با نورهایی به بیننده نشان می‌دهد. و او انسانی نوعی است به جای همه آدم‌ها (تصویر ۷).

• پوستر تئاتر تنهایی پر هیاهو

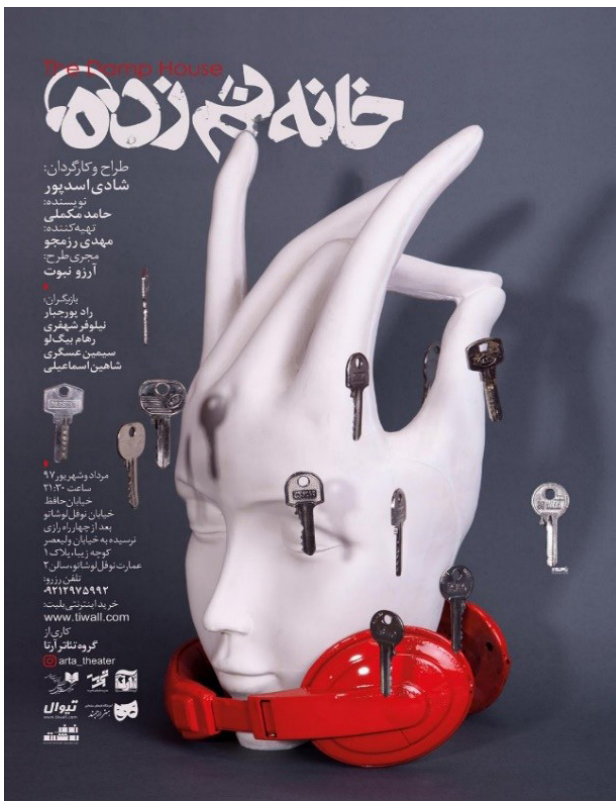
زمینه پیام: اجتماعی، انسانی، فراواقع‌گرا
طراح پوستر: سینا افشار

- بخش ساختار

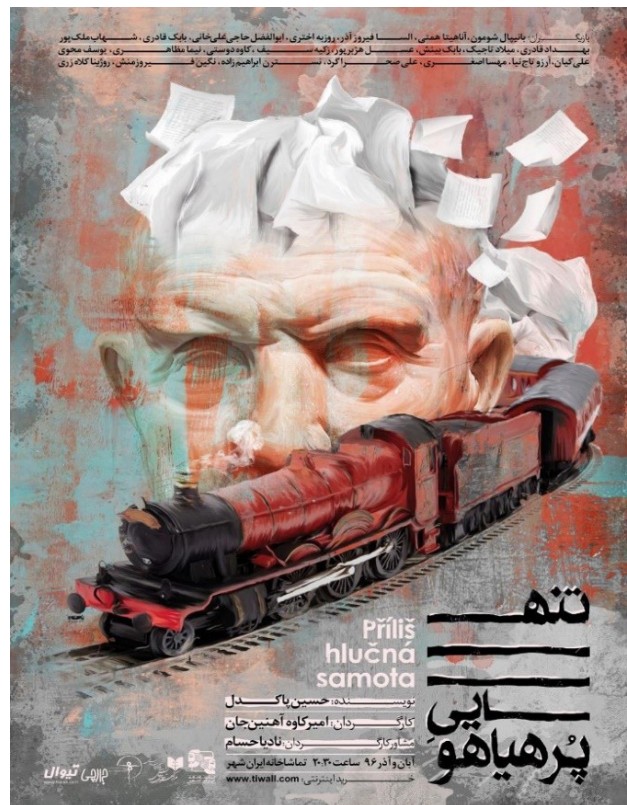
در مرکز این پوستر با تمرکز بر تصویر انسان، چهره مردی با چشمان سفید دیده می‌شود. تصویر قطار به شکلی غیر مرسوم روی دهان چهره را پوشانده است. تکنیک اجرای



تصویر ۷. فیلم طعم گیلاس. مأخذ: www.amazon.com



تصویر ۹. تئاتر خانه کیم زنده. مأخذ: www.sinagraphic.com



تصویر ۸. تئاتر تنهایی پر هیاهو مأخذ: www.sinagraphic.com

• پوستر فیلم هامون

زمینه پیام: اجتماعی، فراواقع گرا
طراح پوستر: ابراهیم حقیقی

- بخش ساختار

عنصر اصلی تصویر انسان (هامون، بازیگر اصلی فیلم) است که در بالای کادر به صورت سیلوئت قرار دارد. شخصیت زن، با حالتی اندیشمندانه دیده می شود.

رنگ زرد نماد معنویت و خورشید منبع روشنی است. نکته قابل تأمل در این پوستر نقشی است که در بالای سر زن قرار گرفته که همان قطرات رنگ ریخته شده روی صورت هامون (شخصیت مرد) است. چهره مرد و زن به صورت سیلوئت بوده که با نوری آبی، در پایین کادر، معنایی فلسفی عرفانی را منتقل می سازد. عناصر در تعادل هستند و ترکیب بندی در این پوستر، قرینه و متمرکز است.

- بخش محتوا

اگرچه این پوستر نگاهی عارفانه دارد اما رنگ های ریخته شده بر روی اثر، حس فروپاشی و گسست میان دو شخصیت اصلی فیلم را القا می کند. تصویر مرد در بالای کادر با اندازه اغراق شده به نسبت تصویر زن و همراهی آنها با نقوش تزیینی به شکل شاخ و برگ گیاهان، گل پیچک و قوس های دورانی، نماد عروج عرفانی

خاکستری پس زمینه نیز این ویژگی دوچندان شده است. رنگ قرمز هدفون، نماد هیجان، نگرانی، استیصال و جادو است.

ترکیب بندی متعادل و متمرکز و اغراق و ایماژ در حرف آخر عنوان پوستر از ویژگی های ساختاری این اثر به شمار می آید.

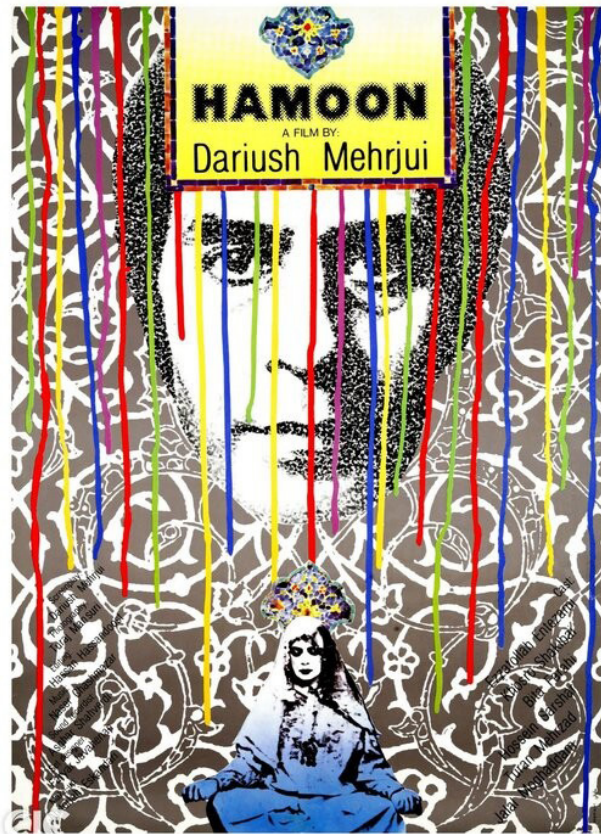
- بخش محتوا

کلیدها پراکنده در تقابل با تصویر انسان مجسمه گونه، نشان از راهی است که دارند و این از سمت طراح به مخاطب انتقال داده می شود.

دست و چهره انسان پشت آن با چشمان بسته، نماد برده بودن انسان به مانند مانکن در عصر مدرن است. هدفون نشانه هویت تسلیم شده انسان امروزی در مقابل تکنولوژی است. کلیدها اما نشان از رمزگشایی راه نجات انسان در این مسیر دارند.

ایده فراواقع گرای این پوستر، دلالت بر مسخ شدگی، سرگشتگی و جادوشدن انسان امروزی در برابر مدرنیته دارد.

هدف این پوستر، انتقال احساس فراتر از واقعیت و گم گشتگی به مخاطب است گویی هویت اصلی انسان گم شده و سردرگم، مانند یک مانکن برده دست عصر جدید است (تصویر ۹).



تصویر ۱۰. فیلم هامون. مأخذ: www.farsihib.com

را شکستند. در ستایش راستی‌ها و مردانگی‌ها نقش‌ها زدند و حکایت کژی‌ها و پلیدی‌ها کردند. رنگ‌های گرم بر تن دیوار که گویی لخته‌خون‌های خشکیده مظلومیت‌های زیادرفته هستند؛ در این پوستر نیز لکه‌ها به واسطه برش‌های روی چهره و مثلث‌های کوچک پراکنده روی آن، دلالت بر همان مضمون نقاشی قهوه‌خانه‌ای دارند.

هدف طراح در این پوستر، غوطه‌ور ساختن مخاطب در فضای نقاشی‌های قهوه‌خانه‌ای دوران گذشته است (تصویر ۱۱).

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشانگر آن است که استفاده از تصویر انسان با شیوه فراواقع‌گرایانه از دوران باستان مورد توجه هنرمندان ایرانی بوده است. تأثیرات این نوع نگاه با صورتی نوین در پوسترهای ایرانی را می‌توان برگرفته از این نوع دیدگاه هنرمندان ایرانی دانست.

به طور کلی تصویر انسان در پوسترهای فراواقع‌گرای ایران را می‌توان در چند مورد بیان کرد:

۱. نحوه ارائه تصویر انسان وحدت‌گرا است و زیبایی‌شناختی خاصی را که زاینده تفکر طراح است را به همراه دارد.
۲. پوسترهای فراواقع‌گرای ایران با محوریت تصویر انسان،

است. وضعیت زن به صورت نشسته، انرژی چرخشی و حیات‌بخشی که در روح او جریان دارد را توصیف می‌کند. این فیلم، ذهنیت‌گرا، شخصیت‌محور و برای بیننده، مجذوب‌کننده و تأثیرگذار است. پوستر فیلم، جدال شخصیت اصلی با خود را نشان می‌دهد. جریان سیال ذهن نشان‌دهنده حالات درونی اوست. آشفتگی در فضای پوستر، دلالت بر روشنفکری دارد که میان دنیاخواهی و آرمان‌خواهی در تلاطم بوده و به دنبال ناجی می‌گردد. هدف این پوستر نمایش ارتباط بین دو شخصیت فیلم و انتقال مفهوم اگزیستانسیالیست و عرفانی است که در موضوع فیلم وجود دارد (تصویر ۱۰).

• پوستر نمایشگاه نقاشی قهوه‌خانه‌ای

زمینه پیام: فرهنگی-اجتماعی، فراواقع‌گرا

طراح پوستر: مصطفی اسداللهی

- بخش ساختار

تصویر انسان در نقاشی قهوه‌خانه‌ای، مردی با موهای بلند است که چشم‌ها از روی آن برش خورده و در فضای صورت تکثیر شده‌اند. در پس‌زمینه نیز نقوشی از نقاشی روایی قهوه‌خانه‌ای دیده می‌شود. مثلث‌های کوچک بر روی تصویر که به رنگ قرمز و نارنجی و سفید پراکنده هستند به همراه عناصر نوشتاری در راستای فرم صورت و گردن و یقه لباس، چهره مرد را با ترکیب‌بندی ویژه‌ای نمایان کرده است. گویی پازلی است که به صورت نامتعارف، چهره انسان را به تصویر کشیده است.

رنگ‌های گرم و سوزان نقاشی قهوه‌خانه‌ای در این پوستر در مجاورت زمینه سفید، شور و هیجان را تداعی کرده و در ترکیب‌بندی متعادل و متمرکز بر فضای منفی برش خورده مرکز پوستر قرار گرفته‌اند.

خط نستعلیق به‌کاررفته در عنوان به‌واسطه موضوع پوستر، در ترکیب با سایر نوشتارها، جهت تکمیل ترکیب چهره انسان مؤثر واقع شده است.

- بخش محتوا

جنبه روایی با درون‌مایه‌های رزمی، مذهبی و بزمی در این پوستر و توجه به چهره‌پردازی ملهم از اشعار شاهنامه فردوسی (تصویر انسان به مانند رستم) به همراه عناصر برگرفته از نقاشی قهوه‌خانه‌ای و سقاخانه‌ای در تلفیق با هنر مدرن از ویژگی‌های اصلی این پوستر به شمار می‌آیند. نقاشی قهوه‌خانه‌ای که بازتابی اصیل از هنرمندانی عاشق، و دلسوخته است. هنرمندانی مظلوم و محروم از تبار مردم ساده‌دل کوچه و بازار، آنانی که از پس قرن‌ها سکوت، زیر سقف تاریک قهوه‌خانه‌ها در خلوت عارفانه تکیه‌ها و حسینی‌ها، در سر هر کوی و برزنی، چشم در چشم مردم دوختند و در محفل پر انس و الفت آنان، بغضشان

فراواقع‌گرا پس از دهه ۶۰ متأثر از حال و هوای عصر جدید و حاصل آزادی ذهن خلاق طراح است.

پی‌نوشت‌ها

۱. Poster / Surrealism / ۲. / ۳. Guillaume Apollinaire / ۴. Andre Breton / ۵. Ferdinand Lunel / ۶. Jean Ignace Isidore Gerard, dit Grandville / ۷. Shell- / ۸. Naive Art / ۹. Jack Beddington / ۱۰. Terrot & Cie. Dijon / ۱۱. Mex House / ۱۲. John Hartfield / ۱۳. Dadaism / ۱۴. Photomontage / ۱۵. Socialism realism / ۱۶. Magic realism / ۱۷. Assyrian lamats / ۱۸. Realism / ۱۹. Cubism / ۲۰. Figurative / ۲۱. Mushakh and Napoleon / ۲۲. Frederick Thalberg / ۲۳. Sarvari / که به سردبیری جلیل محمدقلی‌زاده به زبان ترکی آذربایجانی و گاهی به زبان روسی منتشر می‌شد. این مجله که در سال ۱۹۰۶ تأسیس شد، در ابتدا در تفلیس منتشر می‌شد و سپس در تبریز و باکو (از ۱۹۲۱ تا ۱۹۳۱) انتشارش ادامه یافت. / ۲۴. Solarization / ۲۵. Superimposing / ۲۶. Printmaking / ۲۷. Silhouette / ۲۸. Existentialism / ۲۹. Minimalism / ۳۰. Bohumil Hrabal

فهرست منابع

- بارنیکت، جان. (۱۳۹۲). تاریخ پوستر (ترجمه مهدی نوری مقدم). تهران: مارلیک.
- برتون، آندره. (۱۳۹۲). سرگذشت سوررئالیسم (ترجمه عبدالله کوثری). تهران: نی.
- بوند، شقایق و امامی‌فر، سیدنظام‌الدین. (۱۳۹۵). سوررئالیسم، شیوه نوین جذب مخاطب در پوسترهای سینمایی. شباک، ۲ (۹)، ۴۴-۵۵.
- برزگر، نصری. (۱۳۹۷). مطالعه تطبیقی ساختار تصویری پوسترهای تئاتر و سینمای ایران با مضامین اجتماعی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.
- پاکباز، رویین. (۱۳۹۳). دایره‌المعارف هنر، چاپ چهاردهم. تهران: نشر فرهنگ معاصر.
- پاکباز، رویین. (۱۳۹۶). نقاشی ایران از دیرباز تا امروز. تهران: زرین و سیمین.
- حقیقی، ابراهیم. (۱۳۹۰). روبه‌رو، گفتگوی ابراهیم حقیقی با مرتضی ممیز. تهران: خجسته.
- خدامرادی، شیلان. (۱۳۹۵). بررسی تطبیقی نقاشی فیگور در هنر مدرن و پست مدرن، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، ایران.
- داداشی، حمیده. (۱۳۹۳). بررسی تصویر انسان در پوسترهای فرهنگی مکتب لهستان (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد). دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ایران.
- رخشان، منوچهر. (۱۳۸۳). شکل‌گیری پوستر در ایران. کتاب ماه هنر، ۷ (۷۷ و ۷۸)، ۱۲۹.
- رفیعی، لیلیا. (۱۳۷۷). سفال ایران. تهران: یساولی.
- شهامی، فرناز و افشار مهاجر، کامران. (۱۳۸۹). تأثیر هنر پوسترسازی سوئیس بر طراحی پوستر معاصر ایران. کتاب ماه هنر، ۱۳ (۱۵۰)، ۶۶-۷۴.
- عادل، شهاب‌الدین. (۱۳۸۱). عکاسی فیلم. تهران: آن.
- عسکری، پریا. (۱۳۹۵). انسان‌نگاری در پوسترهای ایرانی (پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد). دانشکده هنر و معماری،



تصویر ۱۱. نمایشگاه نقاشی قهوه‌خانه‌ای. مأخذ: www.artreact.blogspot.com

بسیار رویایی، تصویرسازی‌گونه، با بهره‌گیری از تکنیک‌های متنوع و اغلب در ترکیب تصویر انسان با اشیاء دیگر خلق شده‌اند و به‌واسطه این ترفند بصری است که به خلق تصویری جدید منجر می‌شوند.

۳. ارتباط سریع مخاطب عام با پوسترهای فراواقع‌گرای ایران به دلیل مفهوم‌گرا بودن آنها، کمی دشوار است. زیرا مفاهیم بسیار پیچیده‌ای در آنها وجود دارد. به ویژه نمادها و سمبل‌های متأثر از فرهنگ ایرانی اسلامی و دغدغه‌های اجتماعی انسان امروزی. بنابراین گمان آنکه استفاده از تصویر انسان ارتباط با مخاطب را سریع‌تر می‌سازد، چندان در پوسترهای فراواقع‌گرا با مضمون‌های هنری، فرهنگی و اجتماعی قابل اثبات نیست و نیاز به تأمل دارد، اما احساسات مخاطب را درگیر کرده و از جذابیت بصری بالایی برخوردار است.

پوسترهای فراواقع‌گرای ایران، نقطه برخورد دو دنیای متفاوت را نشان می‌دهند که اغلب با آشنایی‌زدایی از واقعیت دو شیء و با هدف شگفت‌زده کردن مخاطب طراحی شده‌اند. به عبارتی طراحان گرافیک فراواقع‌گرا در پوسترهای ایران، مخاطبین را به بخشی از یک بازی دعوت کرده تا معماها را رمزگشایی کنند.

می‌توان گفت که نگرش طراحان گرافیک ایران به انسان

- هولیس، ریچارد. (۱۳۸۳). *تاریخچه‌ای از طراحی گرافیک* (ترجمهٔ سیما مشتاقی). تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- Barthes, R. (1967). *Elements of semiotics*. New York: hill and wang.
- Mahon, A. (2005). *Surrealism and the Politics of Eros, 1938-1968*. London: United Kingdom.
- Ying Wu, P. (1997). *Critical analysis of theatre posters*, Rochester Institute of Technology, 1997.

- دانشگاه کاشان، ایران.
- گاردنر، هلن. (۱۳۹۴). هنر در گذر زمان (ترجمهٔ محمدتقی فرامرزی). چاپ شانزدهم، تهران: انتشارات نگاه.
- مختارمعصومی، بیتا. (۱۳۸۶). نقش دیروز، گرافیک امروز. تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ممیز، مرتضی. (۱۳۸۲). بررسی کوتاه تاریخچهٔ اعلان در ایران، حرف‌های تجربه (مجموعه مقالات مرتضی ممیز، به اهتمام حسین چنعانی. تهران: دید.
- ملک شه‌میرزادی، صادق. (۱۳۹۱). *ایران در پیش از تاریخ*. تهران: سبحان نور.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوهٔ ارجاع به این مقاله:
هوشیار خوشدل، مهسا و معنوی راد، میترا. (۱۴۰۲). تحلیل تصویر انسان در پوسته‌های فراواقع‌گرای ایران. *باغ نظر*. ۲۰(۱۲۳)، ۱۹-۳۰.

DOI:10.22034/BAGH.2023.328143.5171
URL: https://www.bagh-sj.com/article_174102.html

