

## وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



دانشکده هنرهای تجسمی

پایان نامه تحصیلی جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

رشته ارتباط تصویری

### عنوان

کاربرد عکاسی در طراحی پوستر

### استاد راهنما

استاد محمدرضا دادگر

### استاد راهنمای بخش عملی

استاد محمدرضا دادگر

### نگارش و تمقیق

مجتبی حسن پور

مهرماه ۱۳۸۹

«تصویری که مشاهده آن انسان را تکان ندهد

از هیچ گونه ارزشی برخوردار نیست.»

مارسل دوشان



تقدیم به همسر م که مرا بسیار یاری کرد

تقدیم به تمامی اساتید دانشگاه هنر تهران

## چکیده

در هنر طراحی گرافیک، روش‌ها و تکنیک‌های مختلفی برای طراحی پوستر وجود دارد، از جمله تکنیک تایپوگرافی، تصویرسازی، استفاده از عکس و ...

استفاده از عکس به عنوان یک شیوه اطلاع‌رسانی و مستند از همان سال‌های اولیه عکاسی مورد توجه بوده است. در ابتدا عکس‌ها به صورت تلفیقی در کنار طراحی حروف و تصویرسازی به اضافه هنر چاپ در جهت اهداف اقتصادی سیاسی، خود را نشان دادند. مونتاز عکس، فتوکلاژ، سولاریزاسیون، ساندویچ کردن و سوپر ایمپوزینگ در عکاسی به جهت پوستر سازی، از جمله کارهای حرفه‌ای و مهارتی به حساب می‌آید.

از آغاز طراحی گرافیک تا پیدایش هنری به نام عکاسی، تلاقی این دو و تاثیرات متقابل و پی‌در پی شروع می‌کنیم و تا مونتازهای اولیه و سپس تبدیل آن به یک تکنیک برجسته و در آخر حضور فعال رایانه در این میان به پیش خواهیم رفت.

از جمله برخی یافته‌های این تحقیق عبارتند از تاثیرات متقابل سبک‌های هنری و عکاسی، نقش عکاسی در روند تبلیغات معاصر و همچنین شیوه‌های استفاده از عکس در طراحی گرافیک به جهت بهبود تاثیرات اثر بر ذهن مخاطب و بیان برتری این تکنیک (عکاسی) بر دیگر شیوه‌های بیان در هنر گرافیک که با معرفی هنرمندان موفق این شیوه به پایان می‌رسد.

در این میانه، به نقطه تلاقی هنر گرافیک و عکاسی روبرو می‌شویم و بطور اجمالی به بررسی آن می‌پردازیم. با مفاهیمی همچون شیوه تصویرگرا در طراحی گرافیک، فتوگرافیک در پوستر، طراحی عکس، پست فتوگرافی، عکاسی صحنه سازی شده برخورد می‌کنیم که همگی از نقش طراح گرافیک، آگاه به هنر عکاسی در روند خلق یک اثر هنری سخنی مشترک به میان می‌آورند.

واژه‌های کلیدی در این تحقیق عبارتند از: گرافیک، عکاسی، فتو مونتاز و پوستر که در بخش‌های مختلف به آن‌ها پرداخته شده است.

## فهرست مطالب

چکیده

۱ ..... مقدمه

### فصل اول : کلیات تحقیق

۴ ..... پیش درآمد

۵ ..... اهداف تحقیق

۶ ..... سوالات تحقیق

۷ ..... روش تحقیق

### فصل دوم : تاریخچه مختصر هنر پوستر و عکاسی

۹ ..... تاریخچه مختصر هنر پوستر

۱۰ ..... آغاز طراحی قرن بیستم

۱۲ ..... پوسترهای سیاسی

۱۴ ..... انتقال جنبش طراحی مدرن به آمریکا

۱۶ ..... روسیه

۱۷ ..... طراحی گرافیک و جنگ جهانی دوم

۱۸ ..... طراحی گرافیک در نیمه دوم قرن بیستم

۲۰	.....	آمریکا
۲۲	.....	باهوس
۲۳	.....	تأثیرات متقابل سبک های هنری و هنر گرافیک
۲۷	.....	تاریخچه مختصر عکاسی
۳۰	.....	عکاسی در قرن بیستم
۳۱	.....	روش های استفاده از عکس در ابتداء

### فصل سوم : فتومونتاژ از آغاز تا امروز

۳۵	.....	فتوکلژ
۳۵	.....	فتومونتاژ
۳۶	.....	سرآغاز فتومونتاژ
۳۶	.....	ال لیزیتسکی
۳۷	.....	الکساندر رودچنکو
۳۸	.....	از اختراع تا کاربرد
۴۳	.....	موارد کاربرد فتومونتاژ
۴۵	.....	نقطه تلاقی عکاسی و هنر گرافیک
۴۶	.....	تداوم گرافیک و عکاسی در نیمه دوم قرن بیستم
۴۷	.....	نقاشان بزرگ، سبک ها و عکاسی
۵۱	.....	دادایسم و عکاسی
۵۲	.....	کرونوفتوگراف مقدمه کوبیسم
۵۳	.....	سورئالیسم و فتومونتاژ
۵۳	.....	رنه مگریت

۵۵	..... سالوادور دالی
۵۵	..... پاپ آرت و فتومونتاژ
۵۶	..... دیگر پیروان مونتاژ
۵۸	..... رئالیسم سحرآمیز
۶۰	..... شیوه تصویرگری در طراحی گرافیک
۶۳	..... طراحی عکس
۶۶	..... پست فتوگرافی
۶۷	..... عکاسی صحنه سازی شده
۶۹	..... فتوگرافیک در پوستر
۶۹	..... سابقه پوسترهای فتوگرافیک
۷۱	..... انگیزه های فنی ایجاد فتوگرافیک
۷۳	..... رایانه و مونتاژ
۷۵	..... فتوگرافیک امروز
۸۳	..... اندیشه هایی درباره عکاسی
۸۹	..... سه هنرمند طراح فتوگرافیک
۸۹	..... میلتون گلایزر
۹۱	..... هولگر ماتیس
۹۵	..... میشل باتوری



## فصل چهارم : نتایج تحقیق

نتیجه گیری ..... ۹۹

## فصل پنجم : پروژه عملی

تشریح پروژه عملی ..... ۱۰۶

تصاویر پروژه عملی ..... ۱۰۸

فهرست تصاویر ..... ۱۲۳

منابع و ماخذ ..... ۱۲۴

صفحه	
۳۹	تصویر ۱-۳ ال لیزیتسکی - چهره هنرمند
۵۴	تصویر ۲-۳ رنه مگریت - گنگ خواب دیده
۵۴	تصویر ۳-۳ میشل باتوری - لحظه حساس شکست
۵۷	تصویر ۴-۳ جان هرتفیلد - مرد کوچک برای هدایای بزرگ گدایی می کند
۵۹	تصویر ۵-۳ زونیمیر برکن - <b>Beside Himself</b>
۶۲	تصویر ۶-۳ گانتر کایسر - جاز در فرانکفورت
۶۷	تصویر ۷-۳ شیرین نشاط - چشم من
۶۹	تصویر ۸-۳ آنتون بکه - <b>Kunst Rai</b>
۹۰	تصویر ۹-۳ میلتن گلیرز - ژاکت تمام فلزی
۹۱	تصویر ۱۰-۳ میلتن گلیرز - پوستر نمایشگاه شخصی
۹۲	تصویر ۱۱-۳ هولگر ماتیس - <b>Old Time</b>
۹۳	تصویر ۱۲-۳ هولگر ماتیس - پوسترهای تئاتر ماتیس
۹۵	تصویر ۱۳-۳ هولگر ماتیس - <b>Buchners Sterben</b>
۹۷	تصویر ۱۴-۳ میشل باتوری - <b>Berenice</b>
۹۷	تصویر ۱۵-۳ میشل باتوری - <b>Titus</b>

## مقدمه

از آن جا که تکنیک های تاریکخانه ای در ده سال اخیر به سادگی و بسیار بهتر از سابق توسط کامپیوتر قابل اجرا شده، اهمیت طراحی یک عکس دو چندان شده است. زمانی، عکس در پوسترها و مجلات صرفا به عنوان سند تصویری از یک شخص یا مکان به کار گرفته می شد. امروزه کاربرد عکاسی در گرافیک تا طراحی آرم و لوگوتایپ هم پیش رفته است. این فقط به دلیل امکانات تکنیکی کشف نشده عکاسی نیست بلکه در اصل نیاز به کشف بیانی تازه است که به کشف جدید وسیله نیز منجر گشته است.

امروزه محیطی که به وسیله انسان شناخته شده بیشترین بخش آن چه را پیرامون خویش می بینیم در بر می گیرد. پوسترهای تبلیغاتی کنار جاده ها نشریات کتاب های مصور برجسب های قوطی ها، ویتترین ها و تعداد بی شمار دیگری از اشکال تبلیغات بصری موجود و بالقوه می توانند هدفی دو جانبه داشته باشند

یعنی هم از نظر اجتماعی پیام مفیدی را برساند و هم چشم را به وسیله آن ذهن را جلب می کند و در نتیجه نظم لازم را برای دیدن آن سوی سطوح چیزهای قابل رویت به ذهن بدهد و در شناخت ارزش های لازم برای یک زندگی کامل و لذت بردن از آن راهنمایی اش کنند. اگر شرایط اجتماعی تبلیغات را به عرضه پیام هایی موجه در وسیع ترین و عمیق ترین مفهوم اجتماعی آن ملزم سازند این هنر می تواند به طور موثر به آماده سازی راه برای هنر توده ای و مثبت یاری شود. هنری که بتواند پیام خویش را به مردم برساند و از طرف آن ها درک شود. در اوایل قرن بیستم، برخی از هنرمندان به صورت مشترک در راه رواج دادن این روش به موسسات و کمپانی های مختلف، برای استفاده در رقابت های تبلیغاتی کوشیدند.

امروز آشناترین شیوه و نمود فتومونتاژ<sup>1</sup> در آثار تبلیغاتی پدیدار شده است. اما طبیعت حقیقی ساختارهای اجتماعی و جنسی تبلیغات، خواه فتومونتاژ در آن نقشی داشته باشد یا نه، می توانند از طریقی بیان شوند که تبلیغات را برای آشکار کردن پاره ای از فرض ها و پیش داوری ها به کار گرفته اند.

---

<sup>1</sup> - Photomontage

فصل اول

کلیات تحقیق

## پیش درآمد

بدون بزرگنمایی، عکس به عنوان وسیله ارتباط در بسیاری از موارد جای کلام را گرفته و یکی از رسانه های شرح و تصویر است، از این رو روز به روز بر اهمیت آن رفته رفته افزوده می شود.

عکاسی چیست؟ ابتدا اجازه بدهید بگوییم که عکاسی چه چیزی نیست. عکاسی نه نقاشی است، نه شعر، نه سمفونی و نه رقص، تصویر زیبا، یا آزمونی در تکنیک و کیفیت چاپ صرف هم نیست. سندی مهم، یا گفته ای نافذ است، که می توان با عبارت خیلی ساده ای توصیفش کرد: گزینش. در قرن حاضر، مفاهیم، تصاویر و شیوه های بصری، بینش ارزشمندی در طراحی گرافیک پدید آورد.

در این تحقیق سعی شده است که عکاسی نه فقط به عنوان تکنیکی برای ثبت تصویر، بلکه به مثابه یک رسانه مورد بررسی قرار گیرد. رسانه ای که با مختصات ویژه خود در میان تمامی ابزارهای بیانی دیگر جایگاهی مستقل دارد. برای این منظور و رسیدن به بیانی گویا و قابل فهم، از پوستر به عنوان ساده ترین رسانه (به لحاظ فهم بصری عموم) در طراحی گرافیک بهره برده ایم تا دریافت تفاوت ها آشکارتر جلوه کند.

در پوستر هایی که با تکنیک تایپوگرافی خلق می شود، عنصر نوشتار نقش تصویر را ایفا می کند حال آن که در پوستر هایی که با روش عکاسی خلق می شود این خود عکس یا تصویر فتوگرافیک است که نقش عنصر بصری پوستر را به عهده می گیرد.

در ابتدای اختراع عکاسی، استفاده از عکس به سه صورت عکس ترکیبی مونتاژ عکس، کپی از عکس و فتوگرام انجام می شد. اولین پوستر ها با این رویکرد در سال ۱۹۱۴ طراحی شد. سپس در زمانی نه چندان دور، استفاده از فن عکاسی، در زمینه تبلیغات جای خود را باز کرد که تا به امروز نیز شاهد آفرینندگی و تاثیرگذاری آن هستیم.

## اهداف تحقیق

هدف از انتخاب این موضوع و بررسی آن، آگاهی از برخی جریانات تصویری در دنیای تبلیغات امروز و لزوم استفاده از تصاویر فتوگرافیک (همانطور که در ادامه توضیح داده می شود) بطور فراگیر مشاهده می شود و هماهنگی با این جریان مستلزم شناخت کامل آن و هنرمندان درگیر با این سبک تصویری می باشد. از دیگر اهداف اولیه این تحقیق، بررسی عکاسی در تحولات هنری قرن بیستم بوده است. تاثیر این تکنیک در تحولات گوناگون هنری قرن بیستم بسیار زیاد است و می توان آن را به تفصیل مورد تحلیل قرار داد، که ما در این تحقیق بصورت اجمالی تاثیر این روش بر تحولات هنری قرن را مورد پژوهش قرار می دهیم. من جمله تاثیراتی که سبک ها، یا توسط فرم کلی خود سبک و یا تاثیرات بسیار قوی از سوی هنرمندان این روش ها بر هنرهای دیگر از جمله هنر گرافیک گذاشته و یا بالعکس، دریافت تاثیرات هنر گرافیک بر هنر عکاسی که در جاهای مختلف قابل درک و نمایان است.

در ادامه سعی بر آن است تا به مدد شناخت تاریخچه ای مختصر، شیوه کاربرد عکاسی و قابلیت های آن برای طراحی پوستر و در کل به جهت تبلیغات عصر امروز بررسی و شناخته می شود چرا که در این شیوه

رساندن مفهوم به مخاطب اثر راحت تر صورت می گیرد در نتیجه لازم است قابلیت های فراوان روش عکاسی و شیوه های استفاده از آن برای طراحان روشن شود.

نقطه بر خورد عکاسی با هنر گرافیک، نیز به نوبه خود برای شناخت تاثیرات متقابل عکاسی و گرافیک بسیار ملزم می نماید. این که چگونه هنرمندی با شناخت کامل دو گونه از هنر(گرافیک و عکاسی) و ترکیب آگاهانه این دو می تواند اثری خلق کند که موجب ستایش هر دو گروه و همچنین غیرقابل تمایز باشد نیز بحثی جالب و راهبردی برای ادامه این روش ها می باشد.

در این مسیر به شناخت خاستگاه فتو مونتاز یا دستکاری عکس برخورد می کنیم که اساس این فکر به ذهن کدام هنرمند، باعث خلق ابتدایی ترین آثار در این میان شده است.

شناخت هنرمندان معاصر پوسترساز که با تکنیک فتومونتاز هنر آفرینی می کنند و به وسیله این تکنیک در کارشان متمایزند، جزئی از مباحث پایانی این گردآوری و از قسمت های راهگشا و اساسی این بخش ها برای ایجاد کارهای هنری در قالب های به نسبت تازه به شمار می آید.

در باب پیشینه این تحقیق، آقای داریوش محمد خانی در کتاب خود به نام تحریف در عکس به جهت تبلیغات در قرن بیستم به تاریخ عکاسی در حیطه تبلیغات نه به صرف یاد دادن فنون و تکنیک ها، بلکه به روند چگونگی دستکاری عکس در محدوده تاریخی قرن بیستم می پردازد. شروع این تحقیق با عکاسی و پاپ آرت بود، اما سیر تحقیق به گونه ای تغییر می کند که تاریخچه مختصر عکاسی در کنار هنر گرافیک را مطرح می سازد.

## سوالات تحقیق

ابتدایی ترین سوالی که در ذهن نقش می بندد این است که عکاسی در تحولات هنری قرن بیستم چه تاثیری داشته است؟ آیا این تاثیرات متقابل بوده یا خیر؟ اگر تاثیرات آن ها، یعنی سبک های هنری و عکاسی بر یکدیگر متقابل بوده است در چه مواردی می توان آن را به وضوح مشاهده و درک کرد؟



نقطه برخورد هنر عکاسی و هنر گرافیک در کجاست؟

خاستگاه واقعی فتو مونتاز را در کجا باید جستجو کرد و اصولا الزام دستکاری در عکس چیست؟ هنرمندان معاصر طراحی گرافیک چگونه با این تکنیک برخورد کرده اند؟ و بسیاری سوالات دیگر که در این میان به آن ها اشاره می شود.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر به روش کیفی صورت می گیرد. روش تحقیق کیفی عبارت است از مجموعه فعالیت هایی (چون مشاهده، مصاحبه و شرکت گسترده در فعالیت های پژوهشی) که هر کدام به نحوی محقق را در کسب اطلاعات دست اول، در موضوع مورد بحث یاری می دهند. بدین ترتیب از اطلاعات جمع آوری شده، توصیف های تحلیلی، ادراکی و طبقه بندی شده حاصل می شود.

شیوه مذکور ممکن است به تحقیق درباره زندگی افراد، شرح حال ها، رفتارها، و همچنین درباره کارکرد سازمانی، جنبش های اجتماعی یا روابط بین الملل معطوف باشد. روش کیفی را انسان شناسان فرهنگی برای مطالعه آداب در رفتار های مردمان فرهنگ های دیگر ابداع کرده اند. برای پژوهشگر کیفی واقعیت یگانه وجود ندارد، هر ناظر و مشاهده گری واقعیت را به صورت بخشی از فرآیند پژوهشی خلق می کند، واقعیت مبتنی بر ذهن است. پژوهشگران کیفی دانش را در درجه اول از طریق گرد آوری داده های کلامی و با مطالعه عمقی موارد و عرضه این داده ها به حکم کلی تحلیل می رسند.

## فصل دوم

تاریخچه مختصر هنر پوستر

و عکاسی

## تاریخچه مختصر هنر پوستر

رواج واقعی پوستر را می‌توان به نیمه دوم قرن نوزدهم و سبک آرنوو نسبت داد. ابداع کرومولیتوگرافی (لیتوگرافی رنگی) و قانون آزادی مطبوعات فرانسه در سال ۱۸۸۱، نصب پوستر را در همه جا بجز کلیسا و محل اخذ آرا و محل‌هایی که مخصوص اطلاعیه‌های دولتی معین شده بود امکان پذیر ساخته بود. این قانون سبب توسعه صنعت پوستر شامل حرفه طراحی، چاپگری و نصب پوستر گردید. خیابان‌ها به گالری هنری عمومی مبدل شد و فقیرترین قشر جامعه نیز ناظر تغییر محیط به وسیله شکل و رنگ بود.

علاقه مردم به جایی رسیده بود که پاره‌ای از آنان شبانه پوسترها را که به تعداد محدود و برای نصب درگذرگاه‌های عمومی چاپ می‌شد از دیوار معابر به دیوار خانه‌های خود منتقل می‌کردند، همین تعداد پوستر امروزه در موزه‌ها و مجموعه‌های شخصی به عنوان نماینده پوسترهای آن دوران بجا مانده‌اند. و این موضوع جنبه طنز آمیز، رنگ‌های شاد و زنده و حالت‌های پویایی طراحی‌های آن دوران را آشکار می‌سازد. از هنرمندان آغازگر پوستر می‌توان در فرانسه ماشا<sup>۲</sup>، تولوز لوترک<sup>۳</sup>، پیر برنارد<sup>۴</sup>، گراسه<sup>۵</sup>، در انگلستان برادران بگراستاف<sup>۶</sup>، دابلی هاردی<sup>۷</sup>، جان هسلو<sup>۸</sup>، اوبری بیردزلی<sup>۹</sup>، که در پوسترهایش از تضاد رنگ‌های تیره

---

<sup>2</sup> - Masha

<sup>3</sup> - Toulouse-Lautrec, Henri de

<sup>4</sup> - Benard, Pierre

<sup>5</sup> - Grasset

<sup>6</sup> - Beggarstaffs Brother

<sup>7</sup> - Dublel Hardy

<sup>8</sup> - Heslo, John

<sup>9</sup> - Aubrey Berdsley

و روشن استفاده می کرد و معمولاً اندام انسان را در فضایی بدون بعد قرار می داد نام برد. همچنین در آلمان از طراحان مشهور پوستر می توان لوسین برنهارد<sup>۱۰</sup> و لودویک هولوین<sup>۱۱</sup> را برشمرد. در سوئیس اوژن گراسه<sup>۱۲</sup> و تئوفیل الکساندر استیل<sup>۱۳</sup>، در بلژیک وان دولد<sup>۱۴</sup> و در روسیه مالویچ<sup>۱۵</sup> یکی از پیشگامان برجسته هنر انتزاعی و نیز ال لیزیتسکی<sup>۱۶</sup> که به نوعی آغازگر فتومونتاژ است را می توان سردمداران پوستر و رهبران هنر گرافیک در ابتدای کار نام برد.

در این میان ژول شره و اوژن گراسه دو طراح گرافیک در پاریس نقش مهمی را ایفا نمودند.

## آغاز طراحی قرن بیستم

اغلب به نظر می رسد که تغییر قرن به درون نگری منجر می شود. با خاتمه یافتن یک سده و شروع سده جدید نویسندگان و هنرمندان خرد سنتی را به نقد می کشند و به دنبال امکانات تازه ای برای تغییر اوضاع فرهنگ بشری می روند. برای مثال پایان قرن هجدهم مولد یک مقوله نو در طراحی حروف لاتین بود که هنوز هم پس از گذشت دویست سال سبک مدرن شناخته می شود. در قرن نوزدهم آرنوو، سنت طراحی ویکتوریایی را به چالش طلبید. خط موج آرنوو نشان داد پدید آوردن فرم های نو، به جای کپی برداری نقوشی از طبیعت یا نمونه های تاریخی و رویکردی کار آمد بوده است (بی مگز، ۱۳۸۸، ۲۵۲). در انتهای قرن نوزدهم، انشعاب وین شکل گرفت و حرکتی شد در مقابل آرنووی نقش گیاهی که در فرانسه و آلمان شکوفا گردید. پوسترهای نمایشگاه انشعاب وین نمایانگر تحول سریع کرده از سبک تمثیلی نقاشی نماد پرداز، به سبک گلدار مهم از سبک فرانسوی و سبک جا افتاده انشعاب وین است.

---

<sup>10</sup> - Lucian Bernhard

<sup>11</sup> - Hohlwein, Ludwig

<sup>12</sup> - Eugene Grasset

<sup>13</sup> - Theophile Alexandre Steinlen

<sup>14</sup> - Van de Velde

<sup>15</sup> - Malevitch

<sup>16</sup> - El Lissitzky