



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



دانشکده هنرهای تجسمی

پایان نامه تحصیلی جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

رشته ارتباط تصویری

عنوان:

بررسی پوسترهای موسیقی ایران در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ ش.

استاد راهنما:

مصطفی اوجی

استاد مشاور:

دکتر سودابه صالحی

نگارش و تمقیق:

سید جواد میرحسینی

شهریور ۱۳۹۰

این جانب، اعلام می‌دارم که تمام فصل‌های این پایان‌نامه و اجزاء مربوط به آن، برای اولین بار (توسط این جانب) انجام شده است. برداشت از نوشته‌ها، کتب، پایان‌نامه‌ها، اسناد، مدارک و تصاویر پژوهشگران حقیقی یا حقوقی (فارسی و غیر فارسی) با ذکر مأخذ کامل و به شیوه‌ی تحقیق علمی صورت گرفته است.

بدیهی‌ست در صورتی که خلاف مورد فوق اثبات شود، مسئولیت آن مستقیماً به عهده‌ی این جانب خواهد بود.

تقدیم به مادر و روح پر از مهر پدر عزیزم
که آخرین حرف او علم آموزشی ام بود.
و با تشکر از زحمات صمیمانه استادان ارجمندم
جناب مصطفی اوجی و دکتر سودابه صالحی
که همواره در طی پایان نامه مرا یاری رساندند.

چکیده

موضوع این رساله در خصوص بررسی پوستره‌های موسیقی دهه‌های ۴۰ و ۵۰ ایران می‌باشد. در تحقیق مورد نظر، ابتدا به طور اجمالی تعریف پوستر و روند شکل‌گیری و پیدایش پوستره‌های موسیقی، در غرب مرور گشته و در ادامه روند شکل‌گیری پوستره‌های موسیقی در ایران مورد مطالعه قرار گرفته است. این مطالعه، زمینه‌ی نظری بررسی آماری و موردی پوستره‌های موسیقی طراحی شده در این دو دهه را فراهم آورده و به فهم فرایند طراحی این گونه پوسترها کمک کرده است. برای انجام این تحقیق، پس از شناسایی مراکز و منابع موجود برای گردآوری نمونه‌ها، پوستره‌های موسیقی طراحی شده در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی جمع‌آوری گردید. از آن جا که هیچ بایگانی مدونی از آثار طراحی گرافیک ایران وجود ندارد، روش نمونه‌گیری از نوع سهل‌الوصول انتخاب شده و با این روش تعداد ۱۳۷ نمونه انتخاب گردید. پس از شناسایی گروه‌بندی نمونه‌ها، پرسش‌نامه‌ای تهیه شد که توسط محقق برای نمونه‌های جمع‌آوری شده پر گردید. سوالات این پرسش‌نامه بر مبنای تاریخ شکل‌گیری پوستره‌های موسیقی، الگوهای خاص در طراحی پوسترها به وسیله طراحان مختلف و نوع تکنیک‌های به کار رفته در خلق این پوسترها طرح شد.

در نهایت، نتایج به‌دست آمده از بررسی کمی و آماری نمونه‌ها ارائه گردید. این نتایج نشان می‌دهند، موضوع پوستره‌های مورد بررسی بیش‌تر به موسیقی غیرستنی اختصاص داشته که خود می‌تواند حاکی از اهداف ترویجی سازمان‌های مجری این برنامه‌ها در ایران باشد. هم‌چنین، آمار نشان می‌دهند که در طراحی این پوسترها، فرم‌های فیگوراتیوِ جان‌دارِ تصویرسازی شده بیش‌ترین فراوانی را دارا هستند. در تولید و تکثیر این‌گونه پوسترها نیز بیش‌ترین تکنیک چاپی به کار رفته، تکنیک سیلک‌اسکرین بوده که با توجه به تیراژ محدود پوسترها، احتمالاً ارزان‌ترین روش محسوب می‌شده است. نتایج حاصله از این مطالعه به خوبی روی‌کرد طراحان پوستره‌های موسیقی را در طراحی‌هایشان باز می‌نمایاند.

واژه‌های کلیدی: طراحی گرافیک، پوستر موسیقی ایران، قباد شیوا، صادق بریرانی، بهزاد حاتم.

فهرست مطالب

چکیده - پنجم

فهرست جداول - هشتم

فهرست تصاویر - یازدهم

فصل ۱: کلیات

مقدمه - ۲

طرح مساله، اهداف و سوالات تحقیق - ۴

طراحی تحقیق - ۸

پیشینه‌ی تحقیق - ۱۰

چارچوب نظری: نظریه‌ی شکل‌گرایی - ۱۴

فصل ۲: پوسترهای موسیقی

پوستر به عنوان یک رسانه چیست؟ - ۱۸

شکل‌گیری پوستر در اروپا و آمریکا در قرن ۱۹ و ۲۰ میلادی - ۲۴

تاریخچه مختصری از طراحی گرافیک و طراحی پوستر در ایران - ۳۱

ظهور و شکل‌گیری پوستر موسیقی - ۴۲

فصل ۳: مورد پژوهی

مورد پژوهی - ۵۱

بررسی داده‌های پژوهش - جمع‌آوری نمونه‌ها - ۵۳

مورد ۱: قباد شیوا - ۵۶

بررسی آماری پوسترهای موسیقی قباد شیوا - ۵۷

مورد ۲: صادق بریرانی - ۶۳

بررسی آماری پوسترهای موسیقی صادق بریرانی - ۶۳

مورد ۳: بهزاد حاتم - ۶۸

بررسی آماری پوستره‌های موسیقی بهزاد حاتم - ۶۸

مورد ۴: سایر طراحان - ۷۴

بررسی آماری پوستره‌های موسیقی سایر طراحان - ۷۴

بررسی آماری مجموع پوستره‌های موسیقی طراحان تحقیق - ۸۰

بررسی آماری نتایج پرسش‌نامه در به کارگیری عوامل مهم در مجموع پوسترها - ۸۶

نتیجه‌گیری - ۸۷

فصل ۴: پروژه‌ی عملی

شرح پروژه‌ی عملی - ۹۲

فهرست منابع - ۱۰۰

فهرست منابع تصاویر - ۱۱۳

پیوست‌ها

نمونه کارت‌های مقدماتی جهت بررسی پوسترها - ۱۲۴

نمونه سوالات مطرح شده در مصاحبه با طراحان شاخص - ۱۲۵

کدهای مصاحبه - ۱۲۷

مصاحبه با قباد شیوا - ۱۲۸

پوستره‌های موسیقی طراحان شاخص مورد مطالعه‌ی تحقیق - ۱۴۱

نمونه اعلان‌های کنسرت تبریز - ۱۵۸

چکیده انگلیسی - ۱۶۱

فهرست جداول

- جدول ۱- مقایسه متغیرها در ارتباط با موضوع پوستر در آثار قباد شیوا. ۵۷
- جدول ۲- مقایسه متغیرهای مربوط به قطع پوسترهای قباد شیوا. ۵۷
- جدول ۳- مقایسه متغیرها برای انتقال پیام پوسترهای قباد شیوا. ۵۸
- جدول ۴- مقایسه متغیرها در تکنیک اجرایی پوسترهای قباد شیوا. ۵۸
- جدول ۵- مقایسه متغیرها در فرم‌های به کار رفته در تصویرسازی‌های قباد شیوا. ۵۹
- جدول ۶- مقایسه متغیرها در کادر پوسترهای قباد شیوا. ۶۰
- جدول ۷- مقایسه متغیرها در ترکیب‌بندی پوسترهای قباد شیوا. ۶۰
- جدول ۸- مقایسه متغیرها در برتری محورها در ترکیب‌بندی‌های پوسترهای قباد شیوا. ۶۰
- جدول ۹- مقایسه متغیرها در برنامه رنگی پوسترهای قباد شیوا. ۶۱
- جدول ۱۰- مقایسه متغیرها در تعداد رنگ چاپی پوسترهای قباد شیوا. ۶۲
- جدول ۱۱- مقایسه متغیرها در موضوع پوسترهای صادق بریرانی. ۶۴
- جدول ۱۲- مقایسه متغیرها در انتقال پیام در پوسترهای صادق بریرانی. ۶۵
- جدول ۱۳- مقایسه متغیرها در فرم‌های به کار رفته در تصویرسازی‌ها در پوسترهای صادق بریرانی. ۶۵
- جدول ۱۴- مقایسه متغیرها در منشاء فرم‌های فیگوراتیو. ۶۶
- جدول ۱۵- مقایسه متغیرها در ترکیب‌بندی پوسترهای صادق بریرانی. ۶۶
- جدول ۱۶- مقایسه متغیرها در برتری محورها در ترکیب‌بندی‌های پوسترهای صادق بریرانی. ۶۷
- جدول ۱۷- مقایسه متغیرها در برنامه رنگی پوسترهای صادق بریرانی. ۶۷
- جدول ۱۸- مقایسه متغیرها در تعداد رنگ چاپی پوسترهای صادق بریرانی. ۶۷
- جدول ۱۹- مقایسه متغیرها در موضوع پوسترهای بهزاد حاتم. ۶۹
- جدول ۲۰- مقایسه متغیرها در سایز پوسترهای بهزاد حاتم. ۶۹
- جدول ۲۱- مقایسه متغیرها در انتقال پیام در پوسترهای بهزاد حاتم. ۷۰

- جدول ۲۲- مقایسه متغیرها در تکنیک اجرایی پوسترهای بهزاد حاتم. ۷۰
- جدول ۲۳- مقایسه متغیرها در فرم‌های به کار رفته در تصویرسازی‌های پوسترهای بهزاد حاتم. ۷۰
- جدول ۲۴- مقایسه متغیرها در منشاء فرم‌های فیگوراتیو در پوسترهای بهزاد حاتم. ۷۱
- جدول ۲۵- مقایسه متغیرها در ترکیب‌بندی پوسترهای بهزاد حاتم. ۷۱
- جدول ۲۶- مقایسه متغیرها در برتری محورها در ترکیب‌بندی‌های پوسترهای بهزاد حاتم. ۷۲
- جدول ۲۷- مقایسه متغیرها در نوع تکنیک چاپی. ۷۲
- جدول ۲۸- مقایسه متغیرها در برنامه رنگی پوسترهای بهزاد حاتم. ۷۲
- جدول ۲۹- مقایسه متغیرها در تعداد رنگ چاپی پوسترهای بهزاد حاتم. ۷۳
- جدول ۳۰- مقایسه متغیرها در نام طراح در پوسترهای سایر طراحان. ۷۴
- جدول ۳۱- مقایسه متغیرها در موضوع پوسترهای سایر طراحان. ۷۵
- جدول ۳۲- مقایسه متغیرها در سایز پوسترهای سایر طراحان. ۷۵
- جدول ۳۳- مقایسه متغیرها در انتقال پیام در پوسترهای سایر طراحان. ۷۶
- جدول ۳۴- مقایسه متغیرها در تکنیک اجرایی پوسترهای سایر طراحان. ۷۶
- جدول ۳۵- مقایسه متغیرها در فرم‌های به کار رفته در تصویرسازی‌های سایر طراحان. ۷۷
- جدول ۳۶- مقایسه متغیرها در کادر پوسترهای سایر طراحان. ۷۷
- جدول ۳۷- مقایسه متغیرها در ترکیب‌بندی پوسترهای سایر طراحان. ۷۸
- جدول ۳۸- مقایسه متغیرها در برتری محورها در ترکیب‌بندی‌های پوسترهای سایر طراحان. ۷۸
- جدول ۳۹- مقایسه متغیرها در نوع تکنیک چاپی پوسترهای سایر طراحان. ۷۹
- جدول ۴۰- مقایسه متغیرها در برنامه رنگی پوسترهای سایر طراحان. ۷۹
- جدول ۴۱- مقایسه متغیرها در تعداد رنگ چاپی پوسترها. ۷۹
- جدول ۴۲- مقایسه متغیرها در نام طراح در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۰
- جدول ۴۳- مقایسه متغیرها در قطع پوسترها در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۱

- جدول ۴۴- مقایسه متغیرها در انتقال پیام در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۱
- جدول ۴۵- مقایسه متغیرها در تکنیک اجرایی در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۲
- جدول ۴۶- مقایسه متغیرها در فرم‌های به کاررفته در تصویرسازی‌ها در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۲
- جدول ۴۷- مقایسه متغیرها در منشاء فرم‌های فیگوراتیو در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۳
- جدول ۴۸- مقایسه متغیرها در کادر پوستر در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۳
- جدول ۴۹- مقایسه متغیرها در ترکیب‌بندی در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۴
- جدول ۵۰- مقایسه متغیرها در برتری محورها در ترکیب‌بندی‌ها در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۴
- جدول ۵۱- مقایسه متغیرها در برنامه رنگی پوسترها در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان تحقیق. ۸۵

فهرست تصاویر

فهرست تصاویر فصل دوم

- تصویر ۱-۲- پوستر برای مجلس رقص. ۳۵
- تصویر ۲-۲- پوستر برای نمایش لابلاش. ۳۶
- تصویر ۳-۲- پوستر برای جین اوریل. ۳۶
- تصویر ۴-۲- پوستر قصر یخ. ۳۷
- تصویر ۵-۲- پوستر برای سربازگیری ارتش. ۳۹
- تصویر ۶-۲- پوستر جهانگردی کشور سوئیس. ۳۹
- تصویر ۷-۲- نمونه‌ای از روزنامه‌های اولیه در ایران. ۴۲
- تصویر ۸-۲- نمونه‌ای از تبلیغات دینی. ۴۲
- تصویر ۹-۲- اولین آگهی مربوط به اجرای کنسرت تبریز. ۵۵
- تصویر ۱۰-۲- نمونه‌ای از به کارگیری خط فارسی در اعلان‌های تبریز. ۵۵

فهرست تصاویر فصل سوم

- تصویر ۱-۳- پوستر فصل کنسرت در تهران. ۶۷
- تصویر ۲-۳- پوستر اشتکهاوزن. ۶۸
- تصویر ۳-۳- پوستر موسیقی پیشرو. ۶۸
- تصویر ۴-۳- پوستر رسییتال ویلنسل. ۷۳
- تصویر ۵-۳- پوستر رسییتال پیانو پری برکشلی و ویولنسل استفان پویوف. ۷۵
- تصویر ۶-۳- پوستر یوهانس سباستین باخ. ۷۷
- تصویر ۷-۳- پوستر دیلان. ۷۷
- تصویر ۸-۳- پوستر آنترومون. ۷۸

تصویر ۳-۹- نمودار □: مقایسه متغیرها در منشاء فرم‌های فیگوراتیو پوسترهای قباد شیوا. ۷۷

تصویر ۳-۱۰- نمودار ۲: مقایسه متغیرها در نوع تکنیک چاپی پوسترهای قباد شیوا. ۷۷

تصویر ۳-۱۱- نمودار ۳: مقایسه متغیرها در منشاء فرم‌های فیگوراتیو در پوسترهای سایر طراحان. ۷۷

تصویر ۳-۱۲- نمودار ۴: مقایسه متغیرها در موضوع پوسترها در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان

تحقیق. ۷۷

تصویر ۳-۱۳- نمودار ۵: مقایسه متغیرها در نوع تکنیک چاپی مجموع پوسترهای موسیقی طراحان

تحقیق. ۷۷

تصویر ۳-۱۴- نمودار ۶: مقایسه متغیرها در تعداد رنگ چاپی در مجموع پوسترهای موسیقی طراحان

تحقیق. ۷۸

تصویر ۳-۱۵- نمودار □: مقایسه آماری نتایج کلی پرسش‌نامه. ۷۸



فصل ۱

کلیات

- مقدمه
- طرح مساله، اهداف و سوالات تحقیق
- طراحی تحقیق
- پیشینه تحقیق
- چارچوب نظری نظریه‌ی شکل‌گرایی

مقدمه

حدود یک قرن می‌شود که طراحی گرافیک به عنوان پدیده‌ای نوظهور در جوامع تکامل یافته وارد شده است. هر چند که کتاب‌آرایی‌هایی که از دوران قبل‌تر پدید آمدند هم جزئی از تاریخ گرافیک محسوب می‌گردند، اما در این جا منظور زمانی است که طراحان از طراحی گرافیک به عنوان ابزاری در خدمت معرفی و تبلیغ استفاده کردند. پوستر نیز همواره به عنوان یکی از زیر مجموعه‌های مهم طراحی گرافیک هم از لحاظ کاربردی و هم از لحاظ هنری مورد توجه طراحان بوده است.

با شروع قرن بیستم، تغییر و تحولاتی به وجود آمد که متاثر از این تغییرات، نیاز ارتباط جوامع مختلف با یکدیگر افزایش یافت. از این رو برای آن که جوامع متفاوت بتوانند نیازها و قابلیت‌های خود را در فرآیند ارتباط با دیگر جوامع گسترش دهند، مجبور به استفاده از رسانه‌های عمومی در جهت ترویج افکار و عقاید و همچنین تبلیغ کالاها و امکانات رفاهی شدند. در بین رسانه‌ها، پوستر نیز به لحاظ اهمیت و همگانی بودن مورد توجه قرار گرفت. اما عاملی که باعث افزایش اهمیت پوستر گردید، در حقیقت توانایی آن در انتقال پیام‌ها و عرضه‌ی موضوع‌های مختلف بود. پوسترها همواره قابلیت معرفی موضوعات گوناگونی را داشته‌اند. در این میان پوسترهای موسیقی نیز به جهت معرفی اجراهای موسیقی تولید می‌شدند و یکی از موضوعات مورد توجه در طراحی پوستر بودند که تقریباً از پیدایش پوسترهای حرفه‌ای توسط طراحان شروع به شکل‌گیری کرده و سهم خود را در شکل‌گیری تاریخ پوستر محفوظ نگاه داشته‌اند.

شروع طراحی پوسترهای موسیقی به اواخر قرن نوزدهم (۱۸۸۸ م) بر می‌گردد، اما در واقع در سال ۱۸۹۶ م. بود که پوسترهای موسیقی حرفه‌ای با آثاری از طراحانی هم‌چون ژول شره^۱ پدید آمدند و به فراخور پیش‌رفت زمان و با به روز شدن تکنولوژی صنعت چاپ، پوسترها رنگ و بوی

1- Jules Cheret

دیگری را به خود گرفتند. پیدایش پوستره‌های موسیقی فقط منوط به کشور خاصی نبود بلکه در هر کشوری که موسیقی دارای اهمیت بود به فراخور نیاز و اطلاع رسانی، این رسانه پا به میدان گذاشت. به لحاظ تاریخی، زمان ظهور طراحی پوستره‌های موسیقی در ایران را می‌توان به شروع دهه‌ی ۱۳۴۰ ش. منسوب دانست. چرا که در این زمان است که پوستره‌های موسیقی توسط طراحان حرفه‌ای تولید می‌شدند. در این مقطع زمانی طراحی گرافیک در ایران دارای تحول شگرف و چشم‌گیری شده و تلاش طراحان برای تطبیق خود با استانداردهای بصری جهانی آغاز گردید. هر چند که نمی‌توان منکر آن شد که در این زمان هنوز فضای نقاشی‌گونه در برخی پوسترها حاکم بود، اما دست‌رسی طراحان این دوره به آثار پوستر دیگر کشورها سبب شد که آن‌ها در طراحی پوستره‌های خود به سمت‌وسویی حرفه‌ای‌تر هدایت شوند.

در فرآیند معرفی طراحی گرافیک ایران به دیگر نقاط جهان عوامل متعددی دست داشته‌اند. شاید بتوان گفت که یکی از عوامل معرف طراحی گرافیک ایران در خارج از این مرز و بوم، در واقع، پوستره‌های موسیقی تولید شده‌ای هستند که از دهه‌ی ۱۳۴۰ شکل گرفته و در دهه‌ی ۱۳۵۰ به اوج خود رسیده‌اند. پوستره‌های موسیقی تولید شده در حد فاصل دو دهه‌ی ۴۰ و ۵۰ شکل‌دهنده‌ی بخشی از تاریخ طراحی گرافیک ایران هستند.

طرح مساله، اهداف و سئوالات تحقیق

در اواخر قرن بیستم شاهد روندی بودیم که در طی آن جوامع شرق و غرب در معرض تغییر و دگرگونی قرار گرفتند. هر چند این تغییرات در غرب چشمگیرتر بوده، اما تاثیرهای آن در شرق نیز راه پیدا کرده‌اند. در این دوره در عالم هنر افرادی ظهور می‌کنند که بین فرهنگ ملی خود و شیوه‌ی نوظهور هنری پلی زده‌اند تا آثار خود را در جامعه‌ای نو، عرضه کنند. معمولاً حاصل کار این‌گونه هنرمندان قابل تامل و دیدنی است. در این فاصله زمانی، هنرهای مختلف در ایران شروع به رشد می‌کنند. در مقاله‌ای تحت عنوان *مقاله پیرامون موسیقی ایران* در کتاب سومین جشن هنر شیراز (۱۳۴۸) در خصوص وسعت موسیقی به ایران آمده است، مردم ایران در تاریخ طولانی خود از گنجینه‌ای عظیم ادبیات و همچنین صنایع دستی و هنرهای تزئینی برخوردار بوده‌اند که سراسر دنیا بدان آگاه است. در موسیقی نیز ثمره ذوق ایرانی آن‌چنان سستی ظریف و پایدار به وجود آورد که خود را در تمام دنیا نمایان ساخت. اما می‌توان گفت که تقریباً از دهه‌ی سوم قرن بیستم، موسیقی در ایران کم‌کم وسعت بیشتری یافته است.

مجید عباسی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای تحت عنوان *تصویرهای شنیدنی* در مجله نشان در خصوص موسیقی بیان می‌کند که موسیقی هنری است محض و انتزاعی که بدون واسطه خود را بیان کرده و احتیاجی به توضیح ندارد. او دلیل خود را از این گفته بدان جهت می‌داند که هر فردی می‌تواند بنا به درک و احساس خود آن را تعبیر و دریافت نماید. و در ادامه معتقد است برای طراح که وظیفه‌ی به تصویر کشاندن فضای موسیقی را دارد، نوع دریافت و آگاهی از فرهنگ و نوع موسیقی مهم است، چرا که او با کنار هم قرار دادن مجموع اطلاعاتش از فضای موسیقی و تشخیص صحیح از عوامل بصری، کار خود را طراحی و تولید می‌کند. در قسمتی دیگر عباسی به نقل از آرنولد شوونبرگ بیان می‌کند: «از دیدگاه روان‌شناسی، گنجایش فکری ما به همان اندازه که محدود است، نا محدود نیز

هست، بنابراین هر موضوع عادی، مفاهیم موسیقایی را تحریک کرده و یا بر عکس موسیقی می‌تواند مفاهیمی را با اهدافی و رای موسیقی تحریک کند» (۵). در جای دیگر عباسی (۱۳۸۹) به نقل از «استفان سگمیستر»^۱ در مقاله‌ای تحت عنوان با سبک یا بدون سبک در سایت گرتی بیان می‌کند: «هدف ما از طراحی برای موسیقی به تصویر کشاندن آن است.» شاید این طور بتوان گفت که در این بین، طراحان گرافیک جدای از دیگر عوامل، از سهم مهمی جهت معرفی و ارائه‌ی موسیقی در جامعه‌ها برخوردار هستند و یک اثر موسیقایی با ارائه و معرفی صحیح، جایگاه خود را در جامعه پیدا می‌کند.

حال با شرح توضیح‌های مختصر ذکر شده، می‌خواهیم به مقوله اصلی این تحقیق که همانا بررسی پوستره‌های موسیقی ایران در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ ش ایران است، پردازیم. در صورتی که عمیق‌تر به مسئله وارد شویم، به نظر می‌رسد که شاید باید تا حدودی به عقب‌تر از این دو دهه نگاهی بیندازیم. ما در سرزمینی زندگی می‌کنیم که موسیقی ریشه‌ای تاریخی و تثبیت شده دارد. این همانا اهمیت و حساسیت دوران گذشته به موسیقی بوده که جزء نبوغ موسیقایی ایرانیان می‌باشد. اما نباید دور از ذهن داشت که در طول تاریخ، در اثر تماس با فرهنگ‌های گوناگون، موسیقی ایران دچار دگرگونی‌های گشته و شکل‌های تازه‌ای به خود گرفته است (هاشمی نژاد، ۱۳۷۳). البته قبل از دو دهه ۴۰ و ۵۰ در ایران می‌توان نمونه‌هایی از اعلان‌ها که برای اجرای نمایش‌نامه‌ها و کنسرت‌ها طراحی شده‌اند را یافت. قدیمی‌ترین اعلان موسیقی به استناد روح‌اله عباس‌خانی (۱۳۸۲) به سال ۱۳۰۸ ش. جهت اعلان اجرای کنسرت در آذربایجان ایران برمی‌گردد. اما در حقیقت شاید بتوان گفت این اعلان‌ها بیشتر جنبه اطلاع‌رسانی داشته و به نوعی جنبه‌های زیباشناسانه به صورت امروزی در آن‌ها لحاظ نگردیده است. با این حال در این نوع اعلان‌ها به نوعی گرافیک اولیه لحاظ شده است.

با گذشت زمان، از دهه‌ی ۱۳۴۰/۱۹۶۰ ش. طراحی پوستر موسیقی در ایران دچار تحول و تکامل اساسی شده و در دهه‌ی ۵۰ نیز حرکت‌هایی در خور توجه در هنر، شتاب بیشتری به این

1- Estefan Sagmeister

عرصه بخشیده است. از این رو مطالعه این دوره می‌تواند شناخت عمیق‌تری از تاریخ پوستر در ایران و بالطبع تاریخ گرافیک ایران فراهم آورد.

مجید عباسی (۱۳۸۵) در مصاحبه‌ای با مصطفی اسداللهی در مجله‌ی نشان این‌طور بیان می‌کند: به نظر می‌رسد فضای حاکم بر گرافیک فرهنگی ایران در این دهه‌ها به سمت غرب‌گرایی داشته و نگرش طراحان تحصیل کرده در غرب بعد از بازگشت تفاوتی نکرده بود و به راحتی به تولید آثار فرهنگی - ایرانی پرداختند. و از مرتضی ممیز، فرشید مثقالی و قباد شیوا به عنوان سه راس مثلث گرافیک آن دوره (میانه‌ی ۵۰) نام برده است و به تاثیر زیاد آن‌ها بر جو حاکم در گرافیک ایران اشاره می‌کند. هم‌چنین در مورد دهه‌ی ۴۰ و ۵۰ اسداللهی معتقد است که این دو دهه، دهه‌هایی هستند که با آثاری مثل پوستره‌های صادق بیرانی برای تالار رودکی و آثار گرافیک قباد شیوا و غیره جذابیت خاصی به خود گرفته‌اند. به نظر مجید عباسی (۱۳۸۵) قسمت مهمی از آثار طراحان گرافیک که در عرصه ارتباطات بصری خلق شده‌اند نقش مهم خود را در فرهنگ و اجتماع ایفا کرده‌اند و این امر قابل توجه و بررسی هستند. او می‌گوید همان‌طور که موسیقی هر کشور فرهنگ آن را مشخص می‌کند طراحی گرافیک به عنوان مهم‌ترین شاخصه در عرصه ارتباطات بصری نقش تاریخ‌سازی دارد و برای طراحی فرآورده‌های موسیقی معتقد است که باید آن را از سه منظر نوع موسیقی، زمان و طراح بررسی کرد.

حال با این تفصیل، از آن‌جا که مرور ادبیات در این حوزه بیان‌گر این مساله است که تا کنون مطالعات کافی در مورد پوستره‌های موسیقی در ایران انجام پذیرفته است، پژوهش حاضر می‌تواند با شناسایی و تحلیل مشخصه‌های اصلی و شکل‌دهنده پوستره‌های موسیقی دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ در ایران قدم موثری در راستای ضبط، ثبت و فهم تاریخ ارتباط تصویری در ایران بردارد که این خود ضرورت انجام این تحقیق را بیش از پیش باز می‌نماید.

همان‌طور که در قبل ذکر شد، هدف کلی این تحقیق شناسایی و تحلیل مشخصه‌های پوستر موسیقی دهه‌های ۱۳۵۰ و ۱۳۴۰ ایران است. شناسایی و تحلیل این ویژگی‌ها برای نیل به این هدف

به فهم سیر پیدایش، تغییر، تحول و تکوین پوسترهای موسیقی در ایران کمک می‌کند. برای نیل به این هدف، شناسایی و تحلیل ویژگی‌های بصری پوسترها ضروری به نظر می‌رسد. این شناسایی هم‌چنین محتاج معرفی و شناخت سبک کار طراحان شاخص این پوسترها و تجزیه و تحلیل آثار آنان نیز می‌باشد.

در این تحقیق، پژوهش‌گر به طور مشخص، در پی پاسخ دادن به سوالات زیر است:

۱- آیا الگوهای خاصی در طراحی پوسترهای تولید شده به وسیله طراحان مختلف در دو دهه‌ی ۴۰ و ۵۰ ایران به چشم می‌خورد؟

۲- آیا تکنیک خاصی در خلق پوسترهای موسیقی دو دهه‌ی ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ وجود دارد؟

۳- به لحاظ تاریخی شکل‌گیری پوسترهای موسیقی در ایران مربوط به چه زمانی است؟

طراحی تحقیق^۱

پژوهش حاضر با شناسایی منابع مکتوب و الکترونیکی شامل کتاب و مقالات فارسی و غیر فارسی، پایان‌نامه‌های دانشجویی و پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر آغاز گردید. مرور این منابع به محقق در یافتن جایگاه تاریخی و شناخت زمینه‌های اجتماعی- تاریخی آثار کمک می‌نمود. پس از مرور ادبیات، تحقیق به صورت ابتدایی طراحی گردید. طراحی کلی پژوهش، استراتژی جمع‌آوری داده‌ها و فرآیند کلی دسته‌بندی و تحلیل آن‌ها را مشخص می‌نمود. البته باید خاطر نشان کرد که منابع در رابطه با موضوع تحقیق بسیار محدود بوده و بیشتر به صورت آرشیوهای تصویری پوستره‌های موسیقی بوده است.

برای جمع‌آوری داده‌ها که پوستره‌های موسیقی طراحی شده در دهه‌های مورد مطالعه هستند، محقق ابتدا به موزهی انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران و سپس به تالار وحدت که در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ به نام تالار رودکی شناخته می‌شد و متولی برگزاری اجراهای موسیقیایی بود و دیگر نهادهای مرتبط مراجعه نمود. در موزهی انجمن تعدادی پوستر به دست آمد ولی متأسفانه از دیگر مراکز و آرشیو آن‌ها هیچ اطلاعات و سندی که برای پژوهش حاضر مفید باشند، به دست نیامد. برای تکمیل اطلاعات مورد بررسی، به طراحان شناخته شده در رشته مراجعه گردیده و از آرشیو شخصی آن‌ها نیز نمونه‌هایی به دست آمد.

پس از جمع‌آوری داده‌ها، تصویر آثار جمع‌آوری شده که شامل ۱۳۷ پوستر بود، بر روی کارت‌هایی که به طور مقدماتی تهیه شده بودند و نمونه‌ی آن در پیوست ۱ به چشم می‌خورد، تعبیه گردیده و به این ترتیب شناسنامه‌ای برای هر داده تهیه شد. مشخصات ثبت شده در این کارت‌ها بر

1- research design

۲- Etic