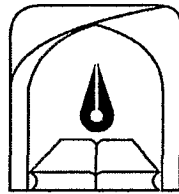


به نام خداوندگار

۹۳۶۹۸

۸۷/۱/۱ ... ۳۳

۸۷/۹/۲۳



دانشگاه تربیت مدرس
دانشکده هنر و معماری

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد
رشته گرافیک

هماهنگی تکنیک با محتوا در آثار گرافیکی معاصر ایران (پوستر)
پروژه عملی: طراحی پوستر با موضوع صلح و طبیعت

موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی
دانشگاه تربیت مدرس

۱۳۸۶ / ۹ / ۱۲

سارا شادرخ

استاد راهنما

جناب آقای دکتر جواد پویان

تیر ۱۳۸۶

۹۳ ۷۹۸

تأییدیه اعضای هیات داوران حاضر در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیئت داوران نسخه نهایی پایان نامه خانم سارا شادرخ تحت عنوان: «هماهنگی تکنیک با محتوا در آثار گرافیکی معاصر ایران (پوستر) - پروژه عملی: انتخاب ۱۵ موضوع از میان مضامین فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، آموزشی با توجه به نتایج به دست آمده از پایان نامه» را از نظر فرم و محتوی بررسی نموده و پذیرش آنرا برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می‌کنند.

| اعضای هیات داوران | نام و نام خانوادگی | رتبه علمی | امضاء |
|---------------------------|--------------------|-----------|---|
| ۱- استاد راهنما | جواد پویان | مربی |  |
| ۲- استاد مشاور | | | |
| ۳- نماینده تحصیلات تکمیلی | دکتر محمد خزائی | دانشیار |  |
| ۴- استاد ناظر | صداقت جباری | مربی |  |
| ۵- استاد ناظر | دکتر محمد خزائی | دانشیار |  |



بسمه تعالی

آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، مبین بخشی از فعالیتهای علمی - پژوهشی دانشگاه است بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱ در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲ در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه)، عبارت ذیل را چاپ کند:
«کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد / رساله دکتری نگارنده در رشته گرامر است که در سال ۱۳۸۶ در دانشکده هفتم دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی سرکار خانم / جناب آقای دکتر حجاجیچیان، مشاوره سرکار خانم / جناب آقای دکتر — و مشاوره سرکار خانم / جناب آقای دکتر — از آن دفاع شده است.»

ماده ۳ به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشگاه، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اهدا کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴ در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس، تأدیه کند.

ماده ۵ دانشجوی تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶ اینجانب حاج دانشجوی رشته گرامر مقطع کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی: حاج

تاریخ و امضا:

دستورالعمل حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهشهای علمی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه: با عنایت به سیاست‌های پژوهشی دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها که لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیات علمی، دانشجویان، دانش‌آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهشهای علمی که تحت عناوین پایان‌نامه، رساله و طرحهای تحقیقاتی که با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد ذیل را رعایت نمایند:

ماده ۱- حقوق مادی و معنوی پایان‌نامه‌ها / رساله‌های مصوب دانشگاه متعلق به دانشگاه است و هرگونه بهره‌برداری از آن باید با ذکر نام دانشگاه و رعایت آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مصوب دانشگاه باشد.

ماده ۲- انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان‌نامه / رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی باید به نام دانشگاه بوده و استاد راهنما مسئول مکاتبات مقاله باشد. تبصره: در مقالاتی که پس از دانش‌آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان‌نامه / رساله نیز منتشر می‌شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

ماده ۳- انتشار کتاب حاصل از نتایج پایان‌نامه / رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی دانشگاه باید با مجوز کتبی صادره از طریق حوزه پژوهشی دانشگاه و بر اساس آئین‌نامه‌های مصوب انجام می‌شود.

ماده ۴- ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه در جشنواره‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان‌نامه / رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی استاد راهنما یا مجری طرح از طریق حوزه پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

ماده ۵- این دستورالعمل در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۱۳۸۴/۴/۲۵ در شورای پژوهشی دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب لازم‌الاجرا است و هرگونه تخلف از مفاد این دستورالعمل، از طریق مراجع قانونی قابل پیگیری می‌شود.

نام و نام خانوادگی

مضامین

با سپاس بی دریغ از زحمات اساتید محترم

- چکیده :

تکنیک و محتوا همواره به عنوان دو اصل جدایی ناپذیر از هم مطرح شده اند که هر یک در تکمیل آن دیگری نقشی بسزا ایفا می کند، در نتیجه میزان اهمیت آن در مسیر آفرینش اثر گرافیکی مشخص تر می شود، تا دیگر آن چه را که امروز در جامعه با آن مواجه هستیم یعنی ناهنجاری های تصویری و بصری که به لحاظ عدم هماهنگی تکنیک و محتوا، عملکرد مثبتی ارائه نداده اند را شاهد نباشیم .

ولی باید دانست که آیا تکنیک و محتوا در آثار گرافیکی می توانند به عنوان دو اصل جدا و مستقل مورد بررسی قرار گیرند ؟ و آیا محتوا به عنوان مهم ترین شاخص جهت ارائه الگویی برای باقی عناصر بصری معرفی می شود ؟

در حقیقت باید اصولی تعریف شود تا بتوان به وسیله ی آن در جهت نظام مند کردن طرح در جهت هماهنگی تکنیک با محتوا به عنوان دو اصل موازی گام برداشت، و به طرح هایی دست یافت که هم به لحاظ فنی قابل بحث باشند و هم به عنوان عامل ارتباطی میان موضوع و مخاطب قرار گیرند. روند طراحی به سلسله تصمیم گیریهایی نیاز دارد و هم به نحوه ی شکل گیری طرح. سلسله تصمیم گیریهایی شامل ، ترکیب، ارزیابی و تصمیم گیری که در سطوحی از فرآیند طراحی باید طی شود. مسیر طراحی شخصی هر چه که باشد در آخر و در مرحله ی اتمام کار، نتیجه، ملاک ارزشگذاری برای آن قرار می گیرد و کار و اثر ارائه شده توسط طراح که در اینجا تأکید بر طراح گرافیک می باشد با توجه به مخاطب و اصول به کار گرفته در روند طراحی برای رسیدن به نتیجه مهم است که چنانچه موفقیت حاصل کند و اثری خلق نماید که از حیث مسایل مطرح شده هماهنگ باشد ، نمایانگر مسیر صحیح طی شده توسط طراح است که تحلیل، ترکیب، ارزیابی و تصمیم گیری در آن حضور داشته و مخاطب و نتیجه اثر و نه حفظ سبک شخصی طراح به عنوان یکی از شاخص های مهم فراموش نشده است.

واژگان کلیدی : طراح گرافیک . تکنیک . محتوا . ارتباط بصری . مخاطب . پوستر

| | |
|----|---|
| ۱ | مقدمه..... |
| ۲ | فصل اول : تاریخچه..... |
| ۳ | ۱-۱-گرافیک..... |
| ۶ | ۱-۲-روند پیدایش پوستر در جهان..... |
| ۲۰ | ۱-۳-روند شکل گیری پوستر در ایران..... |
| ۲۳ | ۱-۴-نگاهی به برخی از سبک های گرافیک در دوران معاصر..... |
| ۲۴ | ۱-۴-۱-جایگزین سبک های بین المللی..... |
| ۲۵ | ۱-۴-۲-بریتانیا..... |
| ۲۷ | ۱-۴-۳-هلند..... |
| ۳۰ | ۱-۴-۴-فرانسه..... |
| ۳۲ | ۱-۴-۵-سوئیس..... |
| ۳۳ | ۱-۴-۶-آلمان..... |
| ۳۵ | ۱-۴-۷-ایتالیا..... |
| ۳۶ | ۱-۴-۸-ژاپن..... |
| ۳۸ | ۱-۴-۹-ایالات متحده..... |
| ۴۲ | فصل دوم : تبیین برخی از مفاهیم (مبانی نظری تحقیق)..... |
| ۴۳ | ۲-۱-تعریف ارتباط بصری..... |
| ۴۴ | ۲-۲-تعریف پیام بصری..... |
| ۴۴ | ۲-۳-تعریف رمزهای بصری..... |

- ۴۵.....تعریف کیفیات بصری.....۴-۲
- ۴۶.....آفرینش تصویری.....۵-۲
- ۴۶.....تصویر و نوشته.....۱-۵-۲
- ۴۶.....ترکیب نوشته و تصویر.....۲-۵-۲
- ۴۸.....قالب یک تصویر.....۳-۵-۲
- ۴۸.....تحول ابزاری.....۶-۲
- ۵۰.....فکر و زبان.....۷-۲
- ۵۱.....مفهوم کلی.....۸-۲
- ۵۱.....نمود مفهوم کلی.....۱-۸-۲
- ۵۲.....پرورش مفاهیم کلی.....۲-۸-۲
- ۵۳.....توجه و درک کردن.....۹-۲
- ۵۴.....آمادگی.....۱-۹-۲
- ۵۴.....عمل مغز در توجه.....۲-۹-۲
- ۵۵.....انواع توجه.....۳-۹-۲
- ۵۵.....توجه غیرارادی.....۱-۳-۹-۲
- ۵۵.....توجه ارادی.....۲-۳-۹-۲
- ۵۶.....عوامل برونی توجه.....۳-۳-۹-۲
- ۵۷.....عوامل درونی توجه.....۴-۳-۹-۲
- ۵۷.....تحلیل ادراک.....۱۰-۲
- ۵۸.....تعریف فرایند رمزی.....۱۱-۲
- ۵۸.....تصویر آفریده شده.....۱۲-۲
- ۵۹.....افکار عمومی.....۱۳-۲

- ۶۰.....۱-۱۳-۲- وجوه روانشناختی افکار عمومی
- ۶۳.....۲-۱۳-۲- مفهوم افکار عمومی
- ۶۴.....۳-۱۳-۲- تعاریف افکار عمومی
- ۶۵.....۴-۱۳-۲- تمایز میان افکار عمومی
- ۶۷.....۵-۱۳-۲- نظام ارتباطی
- ۷۱.....۶-۱۳-۲- آثار ارتباطات
- ۷۳.....۷-۱۳-۲- ارزش های فرهنگی

فصل سوم: تکنیک و مفهوم‌گرایی در پوستر..... ۷۴

- ۷۵.....۱-۳- تصویر
- ۷۶.....۲-۳- عناصر و کیفیات ارتباط بصری
- ۷۷.....۳-۳- عناصر بصری
- ۷۷.....۱-۳-۳- فضا یا کادر
- ۷۷.....۲-۳-۳- نقطه
- ۷۷.....۳-۳-۳- تکرار منظم نقطه ها : نقش و نگار
- ۷۸.....۴-۳-۳- سطح یا شکل در دو بعد
- ۷۸.....۵-۳-۳- حجم
- ۷۹.....۶-۳-۳- وحدت
- ۸۰.....۷-۳-۳- تعادل
- ۸۱.....۴-۳- برخی از تکنیک های مورد استفاده در اجرای پوستر
- ۸۱.....۱-۴-۳- کلاژ
- ۸۱.....۲-۴-۳- طراحی آزاد

| | |
|---------|------------------------------------|
| ۸۲..... | ۳-۴-۳- خلاصه کردن |
| ۸۲..... | ۳-۴-۴- اغراق کردن |
| ۸۲..... | ۳-۴-۵- برش دادن |
| ۸۲..... | ۳-۴-۶- تغییر دادن |
| ۸۳..... | ۳-۴-۷- ترکیب کردن |
| ۸۴..... | ۳-۴-۸- ایماژسازی |
| ۸۵..... | ۳-۵- رابطه ی منطقی در ترکیب نمادین |
| ۸۶..... | ۳-۶- پوستر |
| ۹۰..... | ۳-۷- مفهوم گرایی در پوستر |
| ۹۰..... | ۳-۷-۱- ماهیت و کاربرد پوستر |
| ۹۳..... | ۳-۷-۲- پوسترهای تصویری |
| ۹۴..... | ۳-۷-۳- پوسترهای اخباری |
| ۹۵..... | ۳-۷-۴- پوسترهای ساختارگرا |
| ۹۷..... | ۳-۸- برخی نظریات در خصوص پوستر |

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل آثار..... ۱۰۰

| | |
|----------|--|
| ۱۰۱..... | ۴-۱- تکنیک و نقش آن در پوستر |
| ۱۰۲..... | ۴-۲- محتوا |
| ۱۰۵..... | ۴-۳- تجزیه و تحلیل پوسترهایی ایرانی از دو دهه ی اخیر |
| ۱۴۰..... | ۴-۴- نتیجه گیری |
| ۱۵۰..... | - منابع و مآخذ |
| ۱۵۳..... | - کار عملی |

فهرست تصاویر

- ۸..... ۱-۱ تصویر
- ۸..... ۲-۱ تصویر
- ۸..... ۳-۱ تصویر
- ۹..... ۴-۱ تصویر
- ۹..... ۵-۱ تصویر
- ۹..... ۶-۱ تصویر
- ۱۱..... ۷-۱ تصویر
- ۱۱..... ۸-۱ تصویر
- ۱۱..... ۹-۱ تصویر
- ۱۱..... ۱۰-۱ تصویر
- ۱۳..... ۱۱-۱ تصویر
- ۱۳..... ۱۲-۱ تصویر
- ۱۴..... ۱۳-۱ تصویر
- ۱۵..... ۱۴-۱ تصویر
- ۱۵..... ۱۵-۱ تصویر
- ۱۵..... ۱۶-۱ تصویر
- ۱۰۶..... ۱-۴ تصویر
- ۱۰۶..... ۲-۴ تصویر

- ١٠٦.....٣-٤ تصوير -
- ١١٣.....٤-٤ تصوير -
- ١١٣.....٥-٤ تصوير -
- ١١٣.....٦-٤ تصوير -
- ١١٣.....٧-٤ تصوير -
- ١٢٣.....٨-٤ تصوير -
- ١٢٣.....٩-٤ تصوير -
- ١٢٣.....١٠-٤ تصوير -
- ١٢٨.....١١-٤ تصوير -
- ١٢٨.....١٢-٤ تصوير -
- ١٢٨.....١٣-٤ تصوير -
- ١٣٣.....١٤-٤ تصوير -
- ١٣٣.....١٥-٤ تصوير -
- ١٣٣.....١٦-٤ تصوير -
- ١٣٧.....١٧-٤ تصوير -
- ١٣٧.....١٨-٤ تصوير -

- مقدمه :

« تعریف یک طراح خوب این است که او می داند چه چیز را نگه دارد و چه چیز را دور بیندازد ، این امر در همه ی وجوه طرح اهمیت دارد ، از اطلاعات ، ایده ها و انتخاب ابزار گرفته تا آنچه که ارایه می شود .» ریک ایبر . طراح گرافیک

هر طراح و یا هنرمندی برای بیان و القای مفاهیم مورد نظر خویش از عناصری بهره می گیرد که این عناصر می توانند اشاره مستقیم به موضوع داشته و یا به صورت غیر مستقیم مقصود خود را برسانند. حال این عناصر را می توان با هر سبک و سیاقی که کمک در جهت رسیدن به محتوای موضوع می کند بکار برد، که در واقع تکنیک ارائه و بیان آن موضوع نامیده می شود و می توان به این صورت فرض کرد که در آثار گرافیکی تکنیک می تواند وسیله ای برای رسیدن به محتوا باشد .

این نحوه انتخاب و بکارگیری چگونگی تکنیک و ابزار به هوشمندی یک طراح برای خلق اثرش باز می گردد که چه تکنیکی را برای چه محتوای کاری انتخاب کند تا نتیجه بهتری دریافت شود.

در راستای این مطلب به نظر می رسد که هر چه این مقوله لازم و ملزوم یکدیگر باشند در رسیدن به نتیجه معقول یاریگر طراح خواهند بود و هدف آن است که تکنیک وسیله ای باشد جهت روشن نمودن محتوا و موضوع با فرض این که این دو شاخص در عملکرد کلی اثر گرافیکی نقشی بسزا ایفا می کند که مهم ترین نتیجه ی آن در ذهن مخاطب متبادر می شود . این تعامل تا جایی می تواند پیش برود که دو نکته را در نظر داشته باشد که در برخی از موضوعات نحوه بیان هر چه به وضوح محتوا بیانجامد گیرایی و بخاطر سپاریش افزونتر خواهد شد و عکس این ماجرا نیز صادق است. در این تحقیق سعی شده است پس از توضیح در مورد تاریخچه و سابقه این عمل در دنیای امروز به تعریفی چند از تکنیک ها و راهکارها پرداخته و سپس با تجزیه و تحلیل نمونه های چند پوستر این موارد را بررسی کرده و در نهایت به نتایجی قابل ارائه در جهت مسیر صحیح طراحی رسید .

فصل اول

تاریخچه

۱-۱ - گرافیک

یکی از مشخصه‌های عصر ما بی‌تردید دگرگونی عظیم در چگونگی انتقال اطلاعات و گسترش ارتباطات جمعی است. ارتباطات مقتضیات و قواعد تازه‌ای را در قلمرو هنر و فرهنگ به عرصه ظهور رسانده است. انسان معاصر در پی بهره‌مندی از عرصه‌ها، شیوه‌ها و روشهایی است که او را، سریعتر و موثرتر به پیام‌ها و مفاهیم گوناگون رهنمون سازد. هدایت و آموزش و فرهنگ، تبادل اطلاعات و اخبار، تبلیغات و ترغیب مخاطبان و حتی سرگرمی و اشتغال در جامعه عصر ما نیاز به قالبها، نمادها و نشانه‌هایی کارا و دیرپا دارد. برآوردن این نیاز زمانه، پیراستگی، پرمعنایی، عمق و گستردگی پیام تنها در پرتو هنر میسر می‌گردد، از این رو نقش گرافیک به عنوان هنر ارتباط جمعی و انتقال جذاب، موزون و ماندگار پیام در عصر ما اهمیت خاصی یافته است.

امروزه طراحی، تصویرگری، صفحه‌آرایی، پوستر، نشانه و بسته‌بندی از جمله کارآمدترین ابزارهای هستند که در عرصه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی جامعه تازگی، طراوت و جذابیت ویژه‌ای بوجود آورده‌اند. در تعریف گرافیک بسیاری از صاحب نظران مطالبی مطرح کرده‌اند که هر کدام به دلیل گسترده بودن، بخشی از مفاهیم آن را تعریف کرده‌اند که این مفاهیم پرده از چهره گرافیک به عنوان هنری جدید و لازم در قرن بیستم برمی‌دارد.

«گرافیک از واژه یونانی Graphein به معنای نوشتن می‌آید که ریشه آن در اصل به معنای خراشیدن، حک کردن و نقر کردن است.»

«از لحاظ لغوی به معنای ترسیمی و نگارشی است، بر این مبنا گرافیک هنری است که ترسیم کردن و نگاشتن ارکان اصلی آن را تشکیل می‌دهد.»

«در فرهنگ اصطلاحات graphic به دو گروه تقسیم گردیده است:

۱ - نموداری - ترسیمی (وابسته به نمودار ترسیمی هندسی)

۲ - چاپی

هنرهای گرافیک در کاربرد معاصر در اصطلاح به هنرهایی گفته می‌شود که هدفشان تهیه آثاری است که صرفنظر از وظیفه تبلیغاتی یا تجاری در نهایت به چاپ می‌رسند. از دهه ۱۹۶۰ به بعد برخی صاحب‌نظران این اصطلاح را با graphics معادل شمرده و برای هر دو معنای واحدی قائل شده‌اند و آن را برای معرفی هر شکل از بیان هنری اعم از طراحی چاپ دستی که بر خطوط، علائم یا حروف چاپی بیشتر از رنگ تکیه کند به کار می‌برند.»

هنر گرافیک هنری گسترده است و دقیقاً نمی‌توان حدود آنرا مشخص و معین کرد باسانی هنرهای دیگر را به کمک می‌گیرد و به آنها شکلی گرافیکی می‌دهد.

نقاشی متحرک و تیتراژ فیلم‌ها، تکنیک‌های گرافیکی، عکاسی، فرمها و رنگهای بیان‌کننده دکورها و لباسها، نقوش پارچه، قالی، سفال، گچ، سنگ، فلز و امکانات متنوع دیگر، هنر گرافیک را به حیطة سینما، تئاتر، معماری، مجسمه‌سازی، نقاشی، عکاسی، حکاکی، خیاطی، طراحی صنعتی و هنرهای دیگر کشانده است.

گرافیک در تمام زندگی حضوری محسوس دارد. بشر امروز با طراحی گرافیک در سینما و تلویزیون، روزنامه و نشریات، اعلانهای تبلیغی و تجاری، علائم راهنمایی و رانندگی، بسته‌بندی کالاها، تابلو، ویتترین فروشگاه‌ها و حتی معماری و آرایش شهرها و تزئین خانه‌ها و پارکها سر و کار دارد. او از یک سو بخش مهمی از محیط و اشیاء پیرامون خود را بر مبنای معیارها و الگوهای زیبایی شناختی گرافیک شکل می‌دهد و از سوی دیگر به واسطه زبان گرافیک، با محیط و اشیاء و انسانهای دیگر گفتگو می‌کند و ارتباط برقرار می‌نماید.

«هنر گرافیک در کشور ما دارای پس‌زمینه دور و دراز است از زمان گذشته در نقوش اولیه روی سفالها، بعد گچ‌کاریها، خطوط کوفی و ثلث و نستعلیق، بعد تصاویر کتابها، مینیاتورها و تذهیبها و آرایش صفحات، بعد طراحی پارچه و قالی، بعد حکاکی روی وسایل زندگی، بعد... ولی اگر فن چاپ و تکثیر را مبنای قرار داده سابقه هنر گرافیک ما نزدیک به یک قرن می‌شود.

هنر گرافیک به دلیل گسترش خیره کننده آن در مناسبات و ارتباطات انسانی جایگاه ویژه پیدا نموده شاید اگر تعریف یک سو برای آن ارائه نمائیم فضا و حدود جدید آن را که با تکنولوژی سازگار گشته است محدود کرده ایم.

گرافیک امروز بیش از انواع دیگر ارتباطات نافذ و فراگیر و جریان ساز شده است بگونه ای که ظهور این هنر را از فرآیندهای ابتدایی آموزش و تبلیغات در کوچکترین واحد روستایی تا چشم اندازهای پر زرق و برق زندگی شهری می توان مشاهده کرد و تاثیرات روانی و رفتاری آنرا مورد مطالعه قرار داد.

امروز بدلیل گسترش ارتباطات جمعی و نزدیک شدن کشورها به یکدیگر و نیاز روزافزون به ارتباطات همگانی، زبان کلامی و نوشتاری کافی نیست به همین دلیل ارتباطات به سمت زبان تصویری جهت گرفته، زیرا بشر با چشم، راحت تر و سریع تر می تواند پیام را بگیرد. گرافیک به این دلیل گسترش یافت که یک نشانه تصویری همگانی است که نیمی از آن بدون آموزش در خصلت انسان نهفته است. اگر رنگ قرمز برای فرد ایرانی مفهوم گرما و خون دارد برای یک انسان آفریقایی نیز همین مفهوم را تداعی می کند اگر یک شیء نوک تیز را به هر فردی در هر جای عالم نشان دهیم، مسیر نگاه او به نوک شیء متمایل می شود. نشانه های تصویری دیگر، حالت آموزشی دارند و مردم بسیار زود آنها را می آموزند، مثل علائم راهنمایی و رانندگی این ارتباط جهانی است و گرافیک به این ارتباط کمک می کند. پس گرافیک زبان بصری جهان بدون رمز است.

«گرافیک تنها هنری است که تنها در ایام فراغت انسان مصرف نمی شود.»

کار هنرمند گرافیک به صورت کاریکاتور هشدار دهنده می شود گاه با نقوش تزئینی هویت جامعه را برای آینده به ثبت می رساند و گاه به صورت تصویر به شکل نشانه و آرم و سمبل و به شکل برچسب علائم راهنمایی به جامعه آموزش تصویری می دهد و در موارد دیگر به صورت خط و صفحه آرای غنایی بیان تصویری را بالا می برد و برخی اوقات به شکل اعلان و پوستر و آگهی منادی موضوعات فکری انسان چون مذهب، سیاست، فرهنگ، هنر و ورزش می شود.

هنرمند گرافیکست نزدیکترین و آشناترین هنرمند به جامعه است، کار او در اتمام ابعاد زندگی

جلوه‌گر شده و با نگاهی به جنبه‌های مختلف، اثر او را خواهیم دید.

«گرافیک هنرمندی جامع است که با نبض زندگی، زندگی می‌کند و با ریتم نبض زندگی کار می‌کند کار او گفتگوی تصویری زمانه است. هنرمندیست که جامعه را روزبه روز تصویر می‌کند و با تصاویرش شرایط و کیفیت جامعه را بازگو می‌کند.»

۱-۲ روند پیدایش پوستر در جهان

در سه دهه آخر قرن ۱۹م بر اثر تحولات مصورسازی و پیوند نزدیکی که بین نقاشی و چاپ برقرار شده بود، پدیده تازه‌ای موسوم به «پوستر» بوجود آمد.

امروزه، پوسترهای مصور با بهره‌گیری از حروف متنوع، طراحی و نقاشی و عکاسی به منزله نمونه‌های کاملاً پیشرفته از هنر گرافیک نوین شناخته می‌شوند.

سرچشمه‌های پوستر را، همچون مصورسازی، در گذشته‌های دور می‌توان جستجو کرد به یک معنا، نقوش برجسته آشوری، ایرانی، رومی نوعی پوستر بوده‌اند. زیرا رویدادهایی را به روایت تصویر توصیف می‌کردند که در مواقع تبلیغاتی برای دستگاه حاکم بود. به علاوه در مصر و رم باستان، ساختن آگهی‌های همگانی یا اعلامیه‌های دیواری معمول بوده است. یکی از قدیمی‌ترین آگهی‌هایی که کشف شده پاپیروسی است که پاداش برای بازگرداندن یک برده فراری در مصر را اعلام می‌کرد.

آگهی‌هایی نیز از قرون وسطی باقیمانده که روی پوستر نوشته می‌شود، حتی برخی از این‌ها دارای تصویر نیز بود. آگهی همگانی چاپی از اواخر قرن پانزدهم ظاهر شد. از قرن شانزدهم به بعد نمونه‌هایی از آگهی‌های چاپی، چون اعلامیه‌های دولتی و غیره که اکثراً متشکل از حروف چاپی بودند، رایج گشت. اما فن چاپ می‌بایستی مراحل پیشرفته‌تری را طی کند تا امکان پیدایش پوستر مصور رنگی فراهم گردد. ابداع روش لیتوگرافی نقش مهمی را در گسترش چاپ رنگی سریع و ارزان ایفا کرد. البته فن چاپ رنگی و گسترش آن به تنهایی در پیدایش هنر پوسترسازی مؤثر نبود بلکه زندگی در شهرهای بزرگ و صنعتی و نوع جدیدی از ارتباطات همگانی که به همراه خود آورد عامل اصلی بود.

(محسنیان راد - ۱۳۶۹ صفحه ۴۳)

پوسترهای اولیه به عنوان ابزار تبلیغاتی، پیشرفت کمی داشتند و وظیفه اصلی آنها اعلام نظریات مقامات رسمی و امور مربوط به عموم بود. چاپچی‌ها و ناشرین تنها کسانی بودند که به منظور انتشار لیست کتب و نشان دادن توانایی‌هایشان به‌طور منظم از پوستر استفاده می‌کردند. ولی مشکل اولیه این پوسترها جلب توجه مردم نسبت به موارد غیرعادی در زندگی روزمره‌شان بود.

در سال ۱۸۲۴ «جرج ساموئل هریس» حق انحصاری یک متون چرخنده را برای پوستر دریافت کرد و در سال ۱۸۴۰ حق نصب پوستر روی دیوارهای آجری شهر لندن برای عموم آزاد شد. (همان، صفحه ۴۵)

در عین حال در این زمان چاپچی‌ای اهل برلین به نام «ارنست لیت فاس» ستون مخصوص خیابانی را برای تبلیغ ابداع کرد. این ستون از هر طرف قابل رؤیت بود، اولین ستون لیت فاس در سال ۱۸۵۵ در برلین نصب شد.

پیشرفت در زمینه طراحی پوستر و پرداختن بیشتر مردم به تبلیغات، خود مدیون تلاش و خلاقیت افرادی همچون «ژول شره» (تصویر ۱-۱، ۲-۱، ۳-۱) فرانسوی است. او اولین طراح پوستر در اروپا حتی جهان محسوب شده و در تحول هنر پوستر نقش بسزایی را داراست. پس از او، نقاشان بزرگی چون «تولوزلوترک» را باید نام برد که خیلی زود به ضرورت هنر طراحی پوستر پی برده و تجارت پربراری از خود به جای گذاشت. به دنبال وی هنرمندانی چون «پیربونار» (تصویر ۱-۴) و «گراسه» (۱-۵) که هر دو فرانسوی بودند در این راه گام برداشتند.

پوستر در واقع از نیمه دوم قرن نوزدهم رواج واقعی پیدا کرد و انگیزه رشد آن رشد و شکوفایی اقتصادی در کشورهای کاپیتالیستی بود. دو عامل حروف و تصویر در کنار پیشرفت سریع و کامل چاپ این امکان را ساده نمود و این هنر به دست نقاشان و طرفداران که بعداً عنوان «طراح گرافیک» یافتند ادامه پیدا کرد. (همان، صفحه ۲۲)

در مورد تحول تاریخی پوستر می‌توان ۳ مرحله را نام برد: ابتدا استفاده تبلیغاتی حرف که از بدو شروع پوستر تا دهه اول قرن بیستم ادامه یافت. دوم، دوران استفاده از تبلیغات سیاسی که به