

5. Blessing .Lucienne TM و Amaresh Chakrabarti. (2009). DRM: A Design Reseach Methodology. Springer .
6. Bruce .Laura ,Steven Lindberg ,Michael Erlhoff و Timothy Marshall. (2008). Design dictionary: perspectives on design terminology. Walter de Gruyter .
7. Chen .Kuohsiang و Charles L. Owen. (1997). Form language and style description. Design studies. 18(3) ,249-274 .
8. Collins .Allan ,Diana Joseph و Katerine Bielaczyc. (2004). Design research: Theoretical and methodological issues. The Journal of the learning sciences. 13(1) . 15-42 .
9. Friedman .Ken. (2000). Creating design knowledge: from research into practice .
10. Friedman .Ken. (2003). Theory construction in design research: criteria: approaches , and methods. Design studies. 24(6) ,507-522 .
11. Love .Terence. (2000). Philosophy of design: a meta-theoretical structure for design theory. Design studies. 21(3) ,293-313 .
12. Mandenius .Carl-Fredrik و Mats Björkman. (2010). Mechatronics design principles for biotechnology product development. Trends in biotechnology. 28(5) ,230-236 .
13. Saikaly .Fatina. (2005). Approaches to design research: Towards the designerly way . sixth international conference of the European Academy of Design (EAD06) . University of the Arts .Bremen ,Germany .
14. Sanders .Elizabeth B.-N و Pieter Jan Stappers. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. Co-design. 4(1) ,5-18 .
15. Ulrich .Karl T. (2003). Product design and development. Tata McGraw-Hill Education .

سورئالیسم شیوهی نوین جذب مخاطب در پوستره‌های سینمایی

شقایق بوند^۱، سید نظام الدین امامی فر^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری دانشگاه هنر و معماری کمال الملک

۲- استاد یار گروه ارتباط تصویری دانشکده هنر دانشگاه شاهد

shaghayeghbovand@gmail.com

چکیده

سبک فراواقع گرایی در شاخه های مختلف از جمله ادبیات، سینما، هنرهای تجسمی و ... بروز کرده است و همواره با استفاده از تکنیک هایی نظیر تناقض، رویا و فنونی مانند طنز و شگفتی آفرینی، توانسته نظر مخاطبین را به خود جلب کند. این سبک در پوستر های سینمایی نیز مورد استفاده قرار گرفته است. در پوستر پیام به قصد ارائه منظور و اقناع مخاطب طراحی می شود و همواره سعی بر جذب مخاطب و انتقال پیام دارد. با توجه به خصوصیات بارز این سبک، می توان سبک فراواقع گرایی را در پوستر سینمایی موفق دانست. همچنین در این سبک هنرمند امکان می یابد که زوایای پنهان مضمون فیلم را نمایش داده، مخاطب را شگفت زده، پیامی را در ذهن او ماندگار و همچنین نگرش او را نسبت به فیلم مثبت گرداند. در این تحقیق به بررسی شیوه سورئالیسم در گذشته و حال پرداخته ایم و به این نتیجه رسیدیم که آزادی و رهایی موجود در این شیوه به انتقال مفهوم فیلم کمک میکند. این شیوه می تواند یکی از شیوه های تاثیر گذار و ماندگار باشد. نوع پژوهش توصیفی؛ شیوه تحقیق، کتابخانه ای، همچنین جامعه آماری مورد نظر، پوستر های ایران در حوزه سینما که در دهه اخیر در ایران طراحی و ارائه شده اند میباشد.

واژگان کلیدی: پوستر، اعلان، سینما، سورئالیسم، ایران

۱- مقدمه

دستیابی به دنیای درون همواره یکی از دغدغه های انسان بوده که در علم و در بعضی از مکاتب هنری نمود پیدا کرده است. یکی از این مکاتب هنری، سورئالیسم^۱ یا فراواقع گرایی است؛ که بر پایه نظریات روانکاوانه و ناخودآگاهی که زیگموند فروید بیان کرده بود، پایه گذاری شده است. سورئالیسم نمونه شاعرانه ای از رهایی روح انسان را فراهم ساخت و مبدع روش های جدیدی شد و نشان داد که چگونه تخیلات و رویا به زبان بصری بیان می گردد. امروزه در بسیاری از تبلیغاتی که در سراسر دنیا صورت می گیرد، توانسته با استفاده از سبک مذکور بر ذهن مخاطب تاثیر گذارد. تحقیق حاضر سعی دارد به بررسی میزان تاثیرگذاری تبلیغات سینمایی فراواقع گرا بپردازد. در ابتدا شرح مختصری از پیشینه پوستر های سینمایی، نمود سورئال در پوستر ها، روش- های مورد استفاده در ارائه این گونه تبلیغات ارائه شده است. روش تحقیق مذکور توصیفی تحلیلی می باشد. پیش از این مسعود مهرابی به جمع آوری پوستر های سینمای ایران و دسته بندی آن بر حسب سال انتشار آنها پرداخته است. این کتاب که صد سال اعلان و پوستر فیلم در ایران نام دارد کتاب مرجعی است که در دست همگان قرار گرفته است.

۲- پوستر فیلم

اعلان از بدو پیدایش تا به امروز در جهان ارتباطات کاربردهای بسیار متفاوتی در حوزه های گوناگون پیدا کرده و به یکی از مهم ترین مقوله های طراحی گرافیک بدل شده است. اعلان ورقه چاپی است که به وسیله ی آن مطلبی را به اطلاع مردم برساند (رهبرنیا، مهریزی ثانی، ۱۳۸۷: ۸۸) پوستر یکی از مهم ترین عناصر تبلیغی هر فیلم است. پوستر سازان فیلم، گرافیست های متبحری هستند که سینما^۲ را خوب می شناسد. (عادل، ۱۳۸۱: ۷۷) گرافیست هایی که برای طراحی و ساخت پوستر فیلم، از طرف تهیه کننده دعوت می شوند، پس از شنیدن نظرات او و کارگردان فیلم، با دیدن لحظاتی از فیلم در مرحله ی مونتاژ^۳، مطالعه فیلم نامه و در نهایت مشاهده ی دقیق عکس های فیلم، به خصوص عکس های صحنه ی فیلم اتودهایی برای پوستر تهیه

1 Surrealism

2 Cinema

3 Montage