###### azad

###### دانشگاه آزاد اسلامي

######  واحد تهران مرکز

**موضوع:**

**پوستر**

**فهرست مطالب**

مقدمه 1

**فصل اول : تاريخچه پوستر**

1. تاريخچه پوستر در جهان 4
2. تاريخچه ي پوستر در ايران 7

**فصل دوم :مفاهيم پوستر**

1. شكل گيري پوستر 10
2. پوستر و قطع آن 12
3. رنگ در پوستر 13

**فصل سوم : پوستر از نظر موضوعي**

1. پوستر فرهنگي 15
2. پوستر تجاري 16
3. پوستر اجتماعي 17

**فصل چهارم : اعلان از اول تا آخر ( از نظر فني )**

1. فضا و سطح اعلان 19
2. طرز نصب و محل اعلان 21
3. عناصر تصويري اعلان 22
4. كليات در مورد پوستر 23
5. تكنيك در پوستر 26

**فصل پنجم : كاربرد پوستر در پيام رساني اجتماعي**

كاربرد پوستر در پبام رساني اجتماعي 30

نتيجه گيري 34

تجزيه و تحليل چند پوستر 35

مصاحبه با استاد مصطفي حسين زاده 56

كارهاي عملي 59

منابع ومأخذ 65

**مقدمه :**

با گسترش روز افزون وسايل ارتباط جمعي اهميت تصوير بعنوان يك وسيلة ارتباط جهاني افزايش يافته است. تصوير چون دو پهلو و مبهم نيست هميشه بر كلام امتياز دارد. پوستر مولود كلمه و تصوير است. صراحت تصوير و ابهام كلام مي‌تواند تاثير تبليغي ويژه‌اي بيافريند. پوستر به همان اندازه كه در خدمت يك اعتقاد درمي‌آيد، مي‌تواند بر ضد آن عمل كند. و بنابراين خطرناك‌ترين و برّاترين حربة تبليغاتي است كه دست به هر كاري مي‌زند. مي‌تواند سياه را سفيد، شب را روز و زشت را زيبا جلوه دهد. پوستر گرچه زادة نقاشي است، اما در روند تكامل، خود را از قيد همه چيز از جمله سبك رهانيده است. تركيبي از يك نقاشي سوررئال كاريكاتور، عكس مينياتور،كلاژ و هر چيز ديگر مي‌تواند در ساخت يك پوستر وجود داشته باشد.

مشروط بر اينكه بتواند به آنچه مقصود است كمك كند. مهمترين امتيار پوستر قابليت انتشار نامحدود آن است. مستقيماً با بيننده طرف مي‌شود و بدين وسيله تأثيري گسترش يابنده دارد و اين تاثير در مقايسه با هر اثر هنري ديگر كه هنرمند در واقع براي دل خود مي‌آفریند به تنهايي به نمايش مي‌گذارد، شديد و غيرقابل انكار است. پوسترساز، پوستر را سفارش مي‌پذيرد و بنابراين بايد به خواستهاي بيننده و ذهنيات و فرهنگ او توجه داشته باشد و او را برانگيزد بي‌آنكه سعي كند در مقابل خواست سفارش دهنده وي را بفريبد.

از يكسو آينده خواست‌ها و روحيات يك جامعه است و از سوي ديگر در شكل گرفتن اين خواستها و روحيات نقشي سازنده دارد كه در مجموع كاري است خطير و پرمسئوليت. پوستر خوب و بد، پوستر تجاري و فرهنگي، اينها تقسيم‌بندي‌هايي است كه مرزهايي كاملاً نامشخص و مبهم دارد.

پوستر فرهنگي خبر از يك رويداد فرهنگي مي‌دهد. گشايش يك نمايشگاه ، نمايش يك تئاتر برپايي يك كنفرانس و غيره. در اينجا پوستر كمتر دروغ مي‌گويد. آنچه نوشته مي‌شود اطلاعاتي است دربارة زمان، مكان و موضوع رويداد، تصوير يا صرفاً جنبة تزئيني دارد و يا به نحوي با موضوع مرتبط است. مثلاً تابلويي از آن نمايشگاه صحنه‌اي از تئاتر و چهره‌اي از سخنران ... و حال آنكه پوستر تجاري در صدد جلب مشتري است. مي‌تواند دروغ بگويد، بفریبد كسي هم معترض آن نباشد و در ساخت هر كدام از انواع پوسترها، پوسترساز بايد با آگاهي بر روي تكنيك ، كار خود را ارائه كند. اين آگاهي تكتيك نكته پراهميتي است چرا كه در ساخته شدن يك پوستر نقش اساسي ايفا مي‌كند. و ضوابط ديگري هم در ساخته شدن يك پوستر تأثير مي‌گذارد و آن هم جامعه قانون. سياست و به طور كلي فرهنگ و تمدن در آن تأثير مي‌گذارند.

پوستر در كشوري همچون لهستان هنوز به گويندة دروغگوي توليد كننده تبديل نشده است. چرا كه هنوز جامعه چنين توقعي از او ندارد و پوستر فيلم در اين كشور در خدمت آگاهي دادن از يك رويداد فرهنگي و هنري است و جز آنكه نمايش فيلمي را اعلام كند و اطلاعاتي درباره نوع و حال و هواي آن دهد كاري نمي‌كند.