

پوستر

منتخبی از سالنامه‌ی مجله‌ی گرافیس

طراح: پیتر فایراپند

بیش‌گفتار: هربرت لشنر

www.ketab.ir



انتشارات یساولی

پوستر: منتخبی از سالنامه‌ی مجله‌ی گرافیس/ طراح پیتر فایرابند؛
پیشگفتار هربرت لشنر: مترجم سونیا رضاپور. تهران: یساولی، ۱۳۸۷.
۱۲۸ ص. مصور(رنگی).

فهرست‌نویسی بر اساس اطلاعات فیپا. ISBN: 978-964-306-483-9

عنوان اصلی: Poster; selected from the graphis annuals

۱. پوسترها. ۲. طراحی گرافیک(چاپ). ۳. پوسترهای فرانسوی. الف.
فایرابند، پیتر. ب. لشنر، هربرت. ج. رضاپور. سونیا. ۱۳۴۸- مترجم.

۷۴۱/۶۷

NC ۱۸۲۰/پ ۹۵ ۱۳۸۷

۱۳۱۱۷۱۸

کتابخانه ملی ایران



پوستر، منتخبی از سالنامه‌ی مجله‌ی گرافیس

طراح: پیتر فایرابند

پیش‌گفتار: هربرت لشنر

مترجم: سونیا رضاپور

لیتوگرافی: نقش آفرین

چاپ اول: ۱۳۹۰، نقش رنگ پنجم

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

ناشر: انتشارات یساولی

تهران: میدان انقلاب، بازارچه کتاب، طبقه زیرین، تلفن: ۶۶۴۶۱۰۰۳ نمابر: ۶۶۴۱۱۹۱۳

تهران: میدان انقلاب، خیابان منیری جاوید، ساختمان ۲۵۲، تلفن: ۶۶۴۰۹۴۷۹ نمابر: ۶۶۴۹۲۱۴۳

info@yassavoli.com

www.yassavoli.com

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۳۰۶-۴۸۳-۹

بها: ۷۵۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ

پیش‌گفتار

ریموند سویناک، پیشکسوت هنر پوستر فرانسه، مقوله‌ی پوستر یا هنر تجاری را در فرمت بزرگ، نوعی «رسوایی» می‌داند. در واقع، تحریک و تهییج جسمی، از عناصر لازم یک طراحی پوستر اثربخش به شمار می‌روند.

هر پوستر برای جلب توجه باید با خیل عظیمی از سایر پوسترها به رقابت پردازد. یک پوستر نمی‌تواند مانند آگهی‌های مجلات، بروشورهای زرق و برق‌دار، آگهی‌های بازرگانی تلویزیون یا رادیو، با مخاطبان ارتباط نزدیک برقرار کند. امروزه بیش از هر زمان دیگر، رسانه‌ای با سرعت بالا لازم است. هیچ‌کس نمی‌خواهد وقت خود را تلف کند؛ هر کسی می‌خواهد با عجله به جزئیات دسترسی پیدا کند و خلاصه‌ی اطلاعات را - در صورت امکان- با یک نگاه دریافت کند. لحظه‌ای بعد، متوجه آثار دیگر می‌شود، زیرا از ویژگی‌های اساسی تبلیغات این است که در مکان‌های شلوغ ارائه می‌شوند. بنابراین پوسترها باید به معنای واقعی کلمه، چشم‌گیر و جالب توجه باشند و یک علامت تعجب بصری برای ما ایجاد کنند؛ در یک نگاه قابل درک باشند و بیننده را در جای خود میخکوب کنند.

استادان بزرگ این هنر، بیش از صد سال است که با جرأت و امیدوارانه به این مبارزه ادامه داده‌اند و هنری خیابانی متشکل از موتیف‌های بدیع و جذاب پدید آورده‌اند. خوشبختانه دستورالعملی برای حق امتیاز پوسترهای ایده‌آل وجود ندارد. در عوض، با تنوع وسیعی از موضوعات، سبک‌ها و تکنیک‌ها مواجه هستیم. هر خیابان، مملو از تصاویر است: یک عکس یا یک شکل، خواه با استفاده از تمام رنگ‌های رنگین‌کمان یا تایپوگرافی سیاه و سفید، ساده و بی‌آرایش یا سوپررئالیست یا حتی سوررئالیست، کلاسیک یا آزمایشی.

در میان این کنسرت پرسروصدا و گاه سرسام‌آور، مشاهده‌ی این‌که چگونه حتی پوسترهای خاموش و مرموز نیز پیام خود را به گوش تماشاگر می‌رسانند، بسیار جالب توجه است. این پوسترهای به ظاهر واضح و ساده، می‌توانند چشم‌ها را متوجه خود کنند و در ذهن جای بگیرند.

هم‌چنان که سبک‌ها و موضوعات تغییر می‌کنند و محصولات و تبلیغات‌کنندگان جدید، روش ارائه‌ی پوستر را کشف می‌کنند، دنیای دوبعدی بلبوردها رو به گسترش می‌گذارد. کالاهای مصرفی و هنرها، صنعت توریسم و مقوله‌های اجتماعی، سیاست و اخبار محلی، همگی در قالب این فرمت دوبعدی ارائه می‌شوند.

هر روز پوستر به سرعت می‌میرد و دوباره متولد می‌شود. تا هنگامی‌که هنرمندان گرافیست، عکاس‌ها، تصویرپردازان و نویسندگان تبلیغاتی هم‌چنان قدرت تخیل خود را در خلق پوستر جدید به کار می‌گیرند، نه از رقابت رسانه‌های الکترونیکی و نه از خستگی یک اجتماع اشباع‌شده، نباید واهمه‌ای به دل راه داد. کتاب حاضر که مشتمل بر گلچینی از نمونه‌های برجسته‌ی آثار هنرمندان مدرن در زمینه‌ی پوستر است، صحت این ادعا را اثبات می‌کند.



مدیر هنری: اس و جی جوپین

طراح: اس و جی جوپین

عکاس: اس و جی جوپین

درخواست‌کننده: ساختمان کنکوهی فرهنگ