

## سورئالیسم شیوهی نوین جذب مخاطب در پوسترهای سینمایی

شقایق بوند<sup>۱</sup>، سید نظام الدین امامی فر<sup>۲</sup>

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<sup>۱</sup> 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<sup>۲</sup> 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<sup>۳</sup>، 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

می کنند. بعضی اوقات؛ چند پوستر برای یک فیلم طراحی شده و یا از چند پوستر ساز در این مورد دعوت به عمل می آید. اما هر کدام از این پوسترها کاربرد مخصوص خود را دارند. بعضی از آنها برای اکران اول فیلم تعدادی از آنها برای بازارهای جهانی فیلم و بقیه ی آنها برای جشنواره های سینمایی تدارک دیده می شود. (عادل، ۱۳۸۱: ۷۷)

## ۱-۲ تاریخچه پوستر فیلم در جهان

پوستر سازی برای فیلم که امروزه یکی از شاخه های هنر گرافیک است، همزمان با پیدایش سینما شکل گرفت. بهترین پوسترها در آغاز حیات سینما، در زمینه فیلم های کمدی<sup>۱</sup> ساخته شدند. پوسترهای مربوط به فیلم های درام از خلایق کمتری برخوردار بودند و مضمون آنها اغلب از نقاط اوج داستان های غم انگیز گرفته شده بود. اولین پوسترها که به وسیله نقاشان تهیه می شدند، بیشتر ویژگی های یک تابلوی نقاشی را تداعی می کردند تا یک پوستر تبلیغاتی. در دهه اول قرن بیستم، کار تبلیغ در امریکا به وسیله عکس و نوشته انجام میشد. از آن پس استفاده از پوسترهای تصویری رواج بیشتری یافت. از سال ۱۹۲۰ هنر عکاسی نیز تدریجا وارد عرصه پوستر سازی شد و در بسیاری از موارد، عکس جایگزین نقاشی گردید. کم کم عکس های بزرگ و کوچک از صحنه ها، به صورت مجزا و یا تلفیق شده در ساخت پوستر بکار گرفته شد. (علی معلم، ۱۳۶۸: ۵۳)

## ۲-۲ تاریخچه پوستر فیلم در ایران

تاریخ پوستر فیلم در ایران، کم از تاریخ سینمایش ندارد؛ فیلم به فیلم، شانه به شانه و همسان. همراه با کژی و کاستی و تقلید، توام با نمونه هایی درخشان و زیبا که امید را مداوم بخشیده اند. نشانه های حضور پوستر فیلم در سینمای ایران با قدمت تاریخی بیشتر نسبت به "تاریخ سینمای ایران"<sup>۲</sup> اما چون آن زیر دو سر فصل عمده ی قبل و بعد از انقلاب اسلامی جای می گیرد. دوره ی اول در پهنه ی گسترده تر، در قضاوتی دشوار اما منصفانه، مایوس کننده و حزن برانگیز است. هرچند، آنچه ما را به دوره ی دوم رساند، کورسوی نور همان نمونه های امیدوار کننده بود که در این دوره چراغ راه منزل مقصود شد. (مهرابی، ۱۳۹۳: ۱۰) کار پوستر سازی برای فیلم در ایران، با تولید پوسترهای سنگی و گراور سیاه و سفید پوسترهای خارجی آغاز شد. بتدریج تصاویر تمام سطح پوستر را پوشانند، در حقیقت کارگران چاپخانه ها اولین پوستر سازان ایران بودند. آنها با کنار هم قرار دادن چند عکس کوچک و بزرگ از بازیگران مشهور به ترتیب اهمیت نقش و میزان محبوبیت میان مردم و ثبت عنوان فیلم و نام کارگردان، پوستر تبلیغاتی را تهیه میکردند. در دهه های ۴۰ و ۵۰ نقاشان و گرافیسیت های تحصیل کرده قدم در عرصه پوستر سازی گذاشتند. اگر چه کار این افراد از لحاظ کمی در برابر سیل کارهای مبتذل بسیار اندک می نمود، اما توانست راهگشای تحول کیفی در امر پوستر سازی باشد. (مهرابی، ۱۳۹۳: ۱۰)

اکنون پوستر سازی در سینمای ایران با توجه به وجود طیف پوستر سازان بازاری و پوستر سازان هنری، دچار مشکلات و نقایصی در خور تامل می باشد که مهمتر از همه، ابتذال و آسان گیری گروه اول و عدم توجه به جنبه تبلیغاتی از سوی گروه دوم است. (علی معلم، ۱۳۶۸: ۵۳)

## ۳- انواع پوستر های سینمایی

این نوع پوسترها جاذبه های زیادی دارند و اغلب طراحان هم دوست دارند حداقل تعدادی پوستر سینمایی<sup>۲</sup> در کارنامه خود داشته باشند.

شاید علت آن فراگیر بودن این نوع پوسترهاست که با همه شهروندان سر و کار دارد و دیده می شود. جدا از مقوله و جایگاهش نزد مخاطب، تعریف و کارکرد های مختلفی برای این پوسترها در نظر گرفته می شود که بعضا متضاد یکدیگرند. یک دیدگاه پوستر را وسیله "معرفی فیلم" میداند و معتقد است پوستر فقط اطلاع رسانی می کند که چنین فیلمی در حال اکران است و لا غیر.

1 Comedy Movies

2 Cinema Posters

دیدگاه دیگر معکوس این است و می‌گوید پوستر وسیله "تبلیغ" فیلم است و بایستی شهروندان را به طرف سینما بکشاند و گیشه را پر کند. (امامی فر، ۱۳۹۰: ۹۵)

### ۳-۱ شیوه های پوستر سازی

در هنر طراحی گرافیک، روش‌ها و تکنیک‌های مختلفی برای طراحی پوستر وجود دارد، از جمله تکنیک تایپوگرافی، تصویر سازی، استفاده از عکس و ... استفاده از عکس به عنوان یک شیوه اطلاع رسانی و مستند از همان سال‌های اولیه عکاسی مورد توجه بوده است. در ابتدا عکس‌ها به صورت تلفیقی در کنار طراحی حروف و تصویرسازی به اضافه هنر چاپ در جهت اهداف اقتصادی سیاسی، خود را نشان دادند. مونتاژ عکس، فتوکلاژ، سولاریزاسیون، ساندویچ کردن و سوپر ایمپوزینگ در عکاسی به جهت پوستر سازی، از جمله کارهای حرفه‌ای و مهارتی به حساب می‌آید. (حسن پور، ۱۳۸۹)

### ۳-۲ پوسترهای تصویری

در نمونه‌های اولیه‌ی اعلان که وظیفه‌ی معرفی یک کالا یا یک اثر هنری را بر عهده داشتند، کلمات و حروف تنها به جنبه‌ی اطلاع رسانی اعلان کمک می‌کردند و گرچه به عنوان عنصری بصری در اندازه‌های مختلف فضای اعلان را اشغال می‌کردند تأثیرات زیبایی شناختی کمتری از خود بروز می‌دادند. پیشرفت صنعت چاپ و پیدایش هنر عکاسی که منجر به ایجاد تحولی شگرف در طراحی اعلان شد به تدریج تصاویر را به درون اعلان‌ها کشاند تا اعلان‌ها به ترکیبی از نوشته و تصویر بدل شوند. «از وقتی که پوستر به طراح با آلتیه طراحی سفارش داده می‌شود، مسأله دیگری نمود پیدا می‌کند و آن تصویری شدن بدنه اصلی پوستر است. پوسترها کم‌کم تصویری می‌شوند. اگر چه پوستر وارداتی نخستین فیلم ناطق ایران (دختر لر) پوستری تصویری و رنگی است، اما نه امکان چاپ مشابه آن در ایران بوده، نه اساساً چنین انتظاری از یک پوستر وجود داشته که با مخاطبان ارتباط تصویری برقرار کند. انتظار در حد همان اعلامیه بوده است.» (صادقی، ۱۳۸۸: ۲۸)

### ۳-۳ اولین پوستر فیلم دارای تصویر

«شاید پوستر فیلم سرگذشت ناپلئون را بتوان نخستین پوستر دارای تصویر دانست که از سوی سینما مایاک به چاپخانه آز.بیامپولسکی خیابان استامبول تهران سفارش داده شده است.» (همان، ۲۸)

### ۴- تصویر سورئال

هنر زیباست و زیبایی برخاسته از ذات هنر. هنرمند آنگاه که با ذهن و خیال خود (سورئال) در آسمان هنر پرواز می‌کند، هنرمندانه زیبا می‌آفریند. در تجمیع بی‌قاعدگی و زمان‌گریزی سورئالیسم با ذات زیبای هنر، حس دوگانه‌ای از زیباشناختی در ضمیر آدمی شکل می‌گیرد که به وی را به تحسین و امیدارد. خیال محسوس زمان و مکان نیست، پرواز می‌کند برفراز همه ندیده‌ها و نشنیده‌ها، برفراز آسمان بی‌سقف و در اعماق اقیانوس‌های بی‌آب، گل‌های زیبای نرگس را در زیر برف نوازش می‌کند و اوج می‌گیرد به قله‌های فتح نشده تا خالص‌ترین اکسیژن دنیا را بدرون شش‌ها وارد کند و چون خواست می‌سوزد در آتش سیایش و می‌میرد در دل تاریک‌ترین قبرها اما همچنان زنده و بیدار تا آنجا که ذهن هنرمند به دنیای مادی بر می‌گردد. اغلب مردم، چه علاقمند به آثار هنری باشند چه علاقه‌ای به هنر نداشته باشند، مطمئناً با دیدن آثار هنری سورئال مجذوب آن‌ها می‌شوند. آثاری که تصاویر سورئال خارق‌العاده، فراتر از منطق، ماورای فیزیک و آزاد از هر گونه محدودیت مکان و زمان هستند که در پشت عناصر هنری مستتر شده‌اند. هنرمندان سبک سورئال دیجیتال از ابزارهای مدرن و پیشرفته‌ای استفاده می‌کنند که به این امکان را برای آن‌ها فراهم می‌کند تا بتوانند ایده‌های خود را فراتر از آنچه در واقعیت وجود دارد به تصویر بکشند. هر روزه طراحان و هنرمندان با ایده‌های جدید و حیرت‌انگیز ما را با روش‌های نو و جدیدی که در طراحی بکار می‌برند بیش از پیش به شگفت‌وا می‌دارند. به این فکر می‌کنم که اگر سالوادور دالی امروز بود و این ابزار را در اختیار داشت چه آثار با شکوهی خلق می‌کرد!

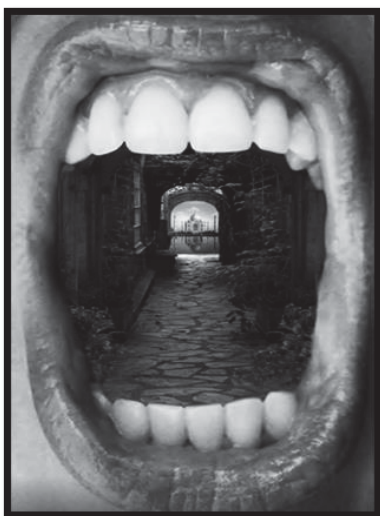
تصاویر سورئالیستی از هنرمندان مختلف و با سبک های متفاوت می باشد. برخی از این هنرمندان برای به تصویر کشیدن ایده های خود از عناصر وکتور (تصویر ۱) و برخی دیگر از نقاشی های دیجیتالی (تصویر ۲)، مدلسازی سه بعدی (تصویر ۳) و دستکاری عکس (تصویر ۴) استفاده می کنند.



تصویر ۲ - مگدلنا اسکریکا / ۲۰۰۹



تصویر ۱ - کریستیانو سیکویرا / ۲۰۱۳



تصویر ۴ - توماس باربی / ۲۰۱۳



تصویر ۳ - من ری / ۱۹۲۱

#### ۴- ۱- فراواقعی یا سورئالیسم

واژه ی "سورئالیست" را در دهه ی ۱۹۱۰ گیوم آپولینر<sup>۵</sup> ابداع کرد و با انتشار گاهنامه ی انقلاب سورئالیست<sup>۶</sup>، که آندره برتون<sup>۷</sup> از بنیان گذارانش بود، و سپس با اثری دیگر از آندره برتون با عنوان مانیفست سورئالیست<sup>۸</sup>، در دهه ی ۱۹۲۰ رواج یافت

<sup>1</sup> Cristiano Siqueira

<sup>2</sup> Magdalena Skrycka

<sup>3</sup> Man Ray

<sup>4</sup> Thomas Barbèy

<sup>5</sup> Guillaume Apollinaire (1880-1918)

<sup>6</sup> Revolution surrealiste

<sup>7</sup> André Breton

<sup>8</sup> Manifeste surrealiste

. سورتالیست‌ها در ابتدا ، با ریشه گرفتن از طبقات بالای جامعه ، بیشتر در پی موضع‌گیری در برابر یک واقعیت تلخ بیرونی (جنگ جهانی اول) بودند و آن را به سازوکارهای عام انسانی نسبت میدادند؛ و بنابراین راه حل را در پناه جستن به درون ، در سازوکارهای رویایی (Bartoli, 1989: 39) و خیالین ، و در ساختارهای روان کاوانه می جستند. (Behar, 1984: 218) سورتالیسم در واقع عصیان اساسی بر تمدن حاضر در زمان خود بود. آنچه می خواهد تنها انقلاب فکری و هنری نیست ، بلکه در عین حال انقلابی اجتماعی و به ویژه آزادی کامل بشریت است . (سید حسینی ، ۱۳۹۴: ۷۸۱) یعنی آنچه که از هر جهت از چهارچوبه ی فهم رقیبانش و نیز از وسایل موقتی که خود در هر یک از مراحل خویش به کار می گیرد فراتر می رود . هدف اعلامی سورتالیسم چیزی نیست ، مگر اقتناع کامل این عطش پر شور آزادی ... (سید حسینی ، ۱۳۹۴: ۷۸۱-۷۸۲) برای کسی که از بیرون ناظر است ، سورتالیسم هیولایی شگرف و نامعقول است . اما برای کسی که توانسته باشد وارد آن شود ، خارق العاده ترین کشف و شهود انسانی است . اولی گمان می کند که انحصار عقل سلیم را در اختیار دارد ، اما دومی از ورود در دنیای نا مشکوف "فراواقعیت" ، یعنی نه در "غیرواقعی" بلکه در "عقب واقعیت" سر مست می شود . (سید حسینی ، ۱۳۹۴ : ۷۸۲) سورتالیسم در درجه اول نوعی نیروی عظیم گسستن است . ورود به آن نه از طریق تجارب ، بلکه به دنیای دگرگونی ناگهانی روحی که همه ی شیوه های احساس کردن و اندیشیدن را زیر و رو کند ، امکان می یابد . (Carouges , 1950 : 7 )

سورتالیسم را می توان به طور خلاصه اینگونه بیان کرد(جدول ۱):

جدول ۱- سورتالیسم، برگرفته از: برتون، ۱۳۸۱

تفکر تحمیل شده در غیاب هر گونه عنصر بازدارنده ناشی از عقل و در خارج از قلمرو هر گونه پیش پنداشت.	سورتالیسم
اعتقاد به وجود شکل‌هایی از تداعی ناشناخته قدرت یکه تاز رویا پردازی و فعالیت بی‌غرضانه تفکر در واقعیتی فراتر.	
ارتقا احساسات بشری و قرار دادن ذهن در مسیری جدید.	
کشف و کاوش دنیای واقعی‌تر از واقعی در ورای دنیای واقعی.	
تفکیک واقعیت " آگاهانه " و " نیمه آگاهانه " به یک واقعیت نو و مطلق.	
به هم پیوستن جنبه‌های بیرونی و درونی واقعیت و ارائه به صورت یک ترکیب بندی واحد.	
اساس کار بر تداعی آزاد معانی، افکار، تصاویر و نوعی حالت خلسه و رویا.	
هدف از به کار بردن تصاویر رویا گونه، آشکار کردن جنبه زیبایی شناختی آن در حالتی شبیه به رویاست.	
فنونی که سورتالیست‌ها برای خلق اثر هنری استفاده می‌کردند: نگارش خودکار، دنیای وهم و رویا، دیوانگی، اشیا و مکان های فراواقعی، طنز و هزل، تصادف عینی، عشق.	

#### ۴-۲ اهداف سورئالیست ها

هدف سورئالیسم از مرز ادبیات و هنر فراتر است زیرا می خواهد آدمی را از قید تمدن سودجوی کنونی نجات بخشد. و روش های کهن را دور بریزد و بر هوش و خرد پشت پا بزند و در طلب نیروهای پنهان و دست نخورده وجود آدمی برمی آید تا امواج سیل آسای درونی، آدمی را به سوی افق های روشن و گشاده رهبری کند. و هدف هنرمندانش این است که واقعیت و رؤیا را با هم ادغام و شکل جدیدی از آن را به وجود آورند، واقعیتی که فراتر از واقعیت موجود در جهان هستی هستند. در سورئالیسم هدف هنرمند خلق واقعیت تازه و رها شدن از قید منطق و واقعیت است. در سبک سورئالیسم به قوهی وهم، رویا و تداعی آزاد صورت پنهان در ضمیر ناخودآگاه هنرمند اصالت داده می شود و هنرمند می کوشد تا در خلق اثر هنری از سیطره ی عقل و ادراکات حسی رها شود و به صورت های مکتوم در روح و روان خود تجلی خارجی بخشد؛ آنان معتقد بودند هنر هرگز نمی تواند به وسیله ی عقل و هوشیار و بیدار آفریده شود و بر این باور بودند که با سست و کرخت شدن عقل و تفکر، کودک وحشی قوه توهم ما عنان اختیار وجودمان را در دست می گیرد و به خلق اثر دست می زند. شاخصه ی اصلی روش سورئالیستی نوعی آزادی مطلق در شکل و محتواست که سورئالیست ها آن را نوشتار و بیان " اتوماتیک<sup>۱</sup> " یا " خودکار " می خواندند. ( فکوهی ، ۱۳۸۶ ) فروید<sup>۲</sup> نیز تاکید کرد که خواب و رویا را نباید پدیده هایی بی معنا و تحلیل ناپذیر قلمداد کرد و برعکس باید آنها را حوزه هایی از ذهنیت در نظر گرفت که در آنها ، به سبب رها شدن "من" از سلطه ی " فرا من " ، می توان به اشکالی هر چند تخریب شده از بیان ذهنیت دست یافت. (فکوهی ، ۱۳۸۶)

هدف نقاشی سورئالیستی فرافکنی تناسخ های مخفی در دنیای اشیا است و در مبادله ی دائمی عینی و ذهنی . در واقع نوعی تصور درونی وجود دارد ، اما نه به مفهوم مطلق ، بلکه به این معنی که تصورات درونی در همزیستی با باز نمود های بیرونی تظاهر میکند . (سید حسینی ، ۱۳۹۴ : ۸۷۱)

#### ۴-۳ سورئالیست در پوستر و تبلیغات

انواع تفکرهای موجود برای ارائه اثر تبلیغاتی به طور کلی به دو دسته تقسیم می شوند. تبلیغات فراواقع گرا از دسته تفکرهای واگرا محسوب می شود (جدول ۲).

جدول ۲- انواع تفکر، برگرفته از: نیرومند، ۱۳۹۱

همگرا: که به حل مسئله به صورت خطی و به تفکر منطقی و استدلالی توجه دارد.	تفکر
واگرا: که در حل مسئله به راه حل های متعدد توجه داشته و برای کشف تمامی جایگزین های ممکن از تداعی آزاد استفاده می کند.	

همانطور که در جدول شماره ۲ در رابطه با انواع تفکر ذکر شد، در تفکر واگرا از تداعی های آزاد استفاده می شود. قابل ذکر است که قانون های تداعی آزاد از فنون مورد نظر سورئالیست ها در خلق اثر هنری محسوب می شود که تقسیم بندی آن را می توان بدین گونه بیان کرد (جدول ۳).

<sup>1</sup> Automatic

<sup>2</sup> Sigmund Freud

جدول ۳- قانون تداعی آزاد، برگرفته از: نیرومند، ۱۳۹۱

شکل	شکل	تداعی آزاد
حجم		
رنگ		
بافت		
علت و معلول	شکل	
لازم و ملزوم		
ظرف و مظروف		
قربانیت		
معنا		
تمثیل		
عملکرد		
تباین		

در واقع سورئالیست‌ها با استفاده از روش‌های ذکر شده فضایی را خلق کردند که موجب به وجود آمدن ارتباطی ناگسستنی با مخاطبین شد. سورئالیست‌ها خود را جنبشی مدرن نمی‌دانستند اما به عنوان افرادی انقلابی، مصمم به تغییر دادن ماهیت تصور ما از چیستی تبلیغات و بازار یابی بودند. تبلیغات سورئالیستی در جامعه به دنبال مخاطبین خاصی نیست، بلکه ممکن است ناگهان تمامی مخاطبین راه از هر سن و جنس تحت تاثیر قرار دهد. «سورئالیسم نه یک وسیله بیان جدید است، نه چیزی ساده‌تر، و نه حتی یک مابعدالطبیعه است» (حسینی، ۱۳۸۱: ۱۱۲). آزادی ذهنی که نخستین شرط تبلیغات سورئالیستی است، مستلزم آزادی انسان است. برنامه ریز تبلیغات سورئالیست می‌کوشد تا از وابستگی به یک سیستم فکری به عنوان پناهگاه بپرهیزد و خود را با چشمانی باز و تیزبین به سوی نتایج خارجی آن معطوف دارد. همچنین فراواقع گرایی در مخاطب گونه‌ای "پیش لذت" می‌سازد. «نوعی رها شدن از تنش‌های ذهنی و آماده شدن برای کسب لذت‌های بعدی. فراشدی که به ما امکان می‌دهد تا رویای روز خود را در اثر بازیابیم. به این اعتبار اثر هنری شکلی از آرایش است» (احمدی، ۱۳۷۴: ۳۵۸). تغییر نگرش حساب شده به خوبی می‌تواند مخاطب را تحت تاثیر خود قرار دهد و او را از احساس روزمرگی و نگاه‌های یکنواخت دور کند. «بازبینی وقایع و جایگزینی آن‌ها در موقعیتی جدید بدون آنکه شرحی را در کنارشان مشاهده کنیم کاملاً ذهن مخاطب را درگیر می‌کند» (ورامینی، ۱۳۸۷: ۱۳۸). و این «غیر مرتبط بودن خود یکی از عوامل جلب توجه به شمار می‌آید» (همان، ۱۵۴). سورئالیسم اصالتاً به عنوان جنبشی صرفاً هنری مطرح شد، اما به تدریج سمت و سوی تجاری پیدا کرد. به عبارتی سورئالیسم از یک جنبش هنری آوانگارد در سال ۱۹۲۰ م به یک سبک دیزاین تجاری از سال ۱۹۳۰ م به بعد گذر کرد. این عبور به طور حتم تنش فراوانی به همراه داشته است.

۴-۴ چند نمونه از بازتاب سبک سورئالیسم در پوستر های سینمای ایران



تصویر ۶\_ پوستر فیلم پرویز / ۱۳۹۱



تصویر ۵\_ پوستر فیلم رسم عاشق کشی / ۱۳۸۶



تصویر ۸\_ پوستر فیلم عصر یخبندان / ۱۳۹۳



تصویر ۷\_ پوستر فیلم من مادر هستم / ۱۳۹۱

## ۵ - تجزیه و تحلیل پوستر فیلم گینس



تصویر ۹ - پوستر فیلم گینس

شناسنامه فیلم :

نام فیلم: گینس

کارگردان: محسن تنابنده

محصول: ۱۳۹۳

اکران: ۱۳۹۴

ژانر: کمدی

عنوان پوستر: گینس

طراح: عرفان بهکار

خلاصه داستان: داستان از این قرار است که سه برادر در تلاش اند یک ساندویچ بزرگ با گوشت شترمرغ درست کنند تا اسم آنها در گینس ثبت شود. یکی از برادرها سبک مغز است. در طی فیلم آنها تنها دارایی شان که یک شترمرغ است را از دست می دهند. آنها در تلاشش اند که خود را به دو دختر دوقلو ثابت کنند تا بتوانند با آنها ازدواج کنند.

توصیف :

پوستر در ابعاد ۱۰۰ در ۷۰ با چاپ افست ارایه شده است. چهره‌ی سه برادر که شخصیت‌های اصلی داستان است در وسط کادر قرار دارد که نیمی از بدن آنها بدن شترمرغ است. پاهای شترمرغ به تن و سر سه برادر وصل شده است. برادر وسط قد کوتاه‌تر از دو برادر دیگر است.

عنوان فیلم به رنگ قرمز در یک سوم بالایی قرار دارد و به نسبت تمام فضای بالای کادر را به خود اختصاص داده است. در طراحی عنوان از شکل ساده شده ی شتر مرغ نیز استفاده شده است که به جذابیت عنوان افزوده است. عنوان فیلم در میان ابرها در بالای تصویر مشاهده می شود.

سه کاراکتر دست بر روی دست کاملاً جدی و کت به تن رو به بیننده ایستاده اند.

- پوستر با تکنیک فتومونتاژ ایجاد شده بدین گونه که از سه شخصیت به صورت جداگانه و از شتر مرغ هم جداگانه عکاسی شده و با کمک نرم افزارهای گرافیکی مانند فتوشاپ این دو تصویر با هم ترکیب شده و با کمک افکت‌ها گرافیکی به نتیجه ی اکنون رسیده است.

- توازن بصری در تصویر ایجاد شده. رنگ های تیره در بخش میانی با کمک حجم وسیع عنوان در بالای تصویر به توازن و تعادل رنگی رسیده است.

- در طراحی عنوان با تغییر کوچکی در فونت لوتوس به نتیجه مطلوب رسیده است و از فونت آماده انگلیسی Adobe Heiti Std استفاده شده و فقط بخش کوچکی از حرف G در هنگام طراحی پاک شده و طاحی را خاص کرده است.

### فضاسازی:

فضاسازی در این پوستر با تکنیک دیجیتال و فتومونتاژ ترکیبی از انسان و حیوان را خلق کرده است و موجودی خیالی را به وجود آورده است که باعث وهم بصری می شود. که به این معناست در طراحی این پوستر از سبک سورئالیسم استفاده شده است.

عنصر خیال به عنوان برجسته ترین عامل هنری در سبک سورئال مورد استفاده قرار می گیرد که در پوستر مربوطه کاملاً مشهود است.

مکتب سورئال بر سه اصل هزل، رویا و تخیل و دیوانگی استوار است که در پوستر فیلم گینس هر سه اصل رعایت شده است.

### نشانه های تصویری:

استفاده از تکنیک ترکیب انسان و حیوان در وسط صفحه و با نگاه مستقیم به بیننده، ارتباط مستقیم با بیننده ایجاد می کند که نشانه ای نمایه ای از این است که زندگی این سه با شتر مرغ گره خورده است.

## ۶- نتیجه گیری

یک اثر هنری موفق باید بیننده را شگفت زده کند و تعجب و حیرت او را برانگیزد، و این وظیفه‌ی هنرمند است. هنرمند سورئالیست با وصل شدن به عالم خیال و رویا و به تصویر کشیدن آن، این شگفتی را در کار خود ایجاد میکند. سورئالیست‌ها به دنبال یک فراواقعیت بودند که به وسیله‌ی آن مخاطب را شگفت زده کنند. سورئالیست‌ها با به تصویر کشیدن چیزهای نامرئی در کنار چیزهای مرئی فضایی نوین و شگفت‌انگیزی خلق کردند.

موضوع آثار سورئالیستی آن چیزی نیست که با چشم دیده می‌شود، بلکه موضوع آن عالم خیال و جهان شگفت‌انگیز و ترکیب عقل و منطق و دیوانگی است برای بوجود آوردن حسی فراواقعی.

بنابراین مخاطب با دیدن فضایی شگفت‌انگیز از عالم واقعیت جدا شده و به عالمی فرا واقعی و فرای تخیل می‌رسد و ذهن خود را آزاد می‌کند. وظیفه‌ی هنرمند این است که امور پنهان و تخیل و دیوانگی را با امور ساده و روزمره ادغام کند و به ساده‌ترین وجه به مخاطب عرضه کند.

امروزه طراحی پوسترهای سورئالیستی از بخش‌های پرکاربرد و پرطرفدار طراحی است. پوسترهای سورئالیستی نمونه‌ای از انواع پوسترهاست که کارکرد ویژه‌ای دارد. این سبک کوشیده که جهان فیلم و مضمون فیلم را از طریق فراواقعیت تشریح کند و به اندیشه‌ی خود جامه‌ی عمل بپوشاند.

زیرا می‌خواهد آدمی را از روش‌های کهنه طراحی پوسترهای سینمایی دور کند. پوسترهای سورئالیستی به درونی‌ترین لایه‌های ذهن نفوذ کرده، واقعیت را رها می‌کند و به بالاتر از واقعیت پناه می‌برد و همچون خوابی فراموش‌نشده در ذهن مخاطب ماندگار می‌شود.

این نوع پوسترها، با نفوذ به ضمیر پنهان هر مخاطب، درون او را بیدار می‌کند و او را با تصاویری فرا واقعی شگفت زده می‌کند.

طراحی پوستر برای فیلم دنیای وسیعی دارد. طراح با استفاده از سبک‌ها و شیوه‌های مختلف می‌تواند به طراحی پردازد. در این میان پوسترهایی که به مضمون فیلم می‌پردازند و حال و هوای فیلم را به تصویر می‌کشند طرفدار بیشتری دارند. از میان سبک‌های مختلف اجرایی، فضای سورئالیسم یکی از فضاها‌های پرکاربرد است که از ابتدا طرفدارهای بسیاری داشته‌اند و وقتی اکنون به پوسترها نگاه می‌کنیم متوجه می‌شویم پوسترها هنوز دارای جذابیت بصری هستند و مخاطب را به خود جذب می‌کنند و به نوعی خود یک اثر هنری هستند. یک اثر هنری ماندگار که به خوبی فضای فیلم را القا می‌کند.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت فضای سورئالیستی می‌تواند یکی از شیوه‌های تاثیرگذار در انتقال پیام در پوسترهای سینمایی ایرانی باشد.

## منابع

- ۱- امامی فر ، سید نظام الدین (۱۳۹۰)؛ «نشانه شناسی فرهنگی اعلان از ظهور انقلاب ایران تا ۱۳۸۰»، رساله دکتری ، تهران: دانشگاه شاهد.
- ۲- حسن پور، مجتبی (۱۳۸۹)؛ «کاربرد عکاسی در طراحی پوستر»، رساله کارشناسی ارشد، تهران : دانشکده هنرهای تجسمی.
- ۳- رهبرنیا ، زهرا . مهریزی ثانی، سمیه (۱۳۸۷)؛ «راهبردهای تبلیغات در اعلان» ، فصلنامه‌ی هنرهای زیبا، شماره ۳۶ ، ص ۸۸ .
- ۴- سید حسینی ، رضا (۱۳۹۴)؛ «مکتب های ادبی»، جلد دوم ، چاپ نوزدهم، تهران: انتشارات نگاه.
- ۵- صادقی، مهدی ( ۱۳۸۸)؛ «چهارمین کتاب سال گرافیک دانشجویی (پوستر جلد)»، چاپ اول، تهران : انتشارات رسم.
- ۶- عادل ، شهاب الدین (۱۳۸۱)؛ «عکاسی فیلم»، چاپ اول ، تهران: انتشارات آن .
- ۷- فکوهی ، ناصر (۱۳۸۶)؛ «سورئالیسم و انسان شناسی» ، فصلنامه خلیج فارس، شماره ۲۱ و ۲۲ ، صص ۱۶۴-۱۷۹ .
- ۸- معلم ، علی (۱۳۶۸)؛ «پوستر فیلم» ، نشریه سوره اندیشه ، شماره ۷ ، صص ۵۲-۵۳.
- ۹- مهربابی، مسعود (۱۳۹۳)؛ «صد و پنج سال اعلان و پوستر فیلم در ایران» ، چاپ دوم، تهران: انتشارات نظر.
- ۱۰- نیرومند، محمد حسین (۱۳۹۱)؛ «دستورالعمل های فیل آبی برای ایده یابی» ، چاپ دوم ، تهران: فرهنگسرای میردشتی.
- 11- Behar, H. et M., Carassous. (1984), *le Surrealisme* , paris , Livre de poche .
- 12- Bartoli-Anglard , (1989). *V. le Surrealisme* , paris , Nathan .
- 13- Carouges , Michel. (1950), *andre breton et les donnees fondamentales du surrealisme*, Gallimard , paris , introduction .