

# بررسی نقش گرافیک (پوستر) در فرهنگ سازی اجتماعی

استاد راهنما: شهریار آریافر

دانشجو: ترانه میلادی

مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۳۴



**تصویب نامه توسط هیئت داوران**

## فهرست مطالب:

۶	پیشگفتار
۷	چکیده مطلب
۸	بخش اول: فرهنگ و تمدن
۸	تعاریفی چند از فرهنگ
۹	فرهنگ شامل چه چیزهایی است؟
۹	تأثیر وسایل تبلیغی در افکار عمومی
۱۱	کارکرد گرافیک
۱۲	تبلیغات در عصر جدید
۱۳	بخش دوم: نقش پوستر در تبلیغات فرهنگی و مسائل اجتماعی
۱۴	پوسترها و کارکردشان
۱۷	نمونه‌هایی از پوسترهای ساده، تأثیرگذار و موفق فرهنگی با رویکرد اجتماعی
۲۱	نقش گرافیک (پوستر) در تحولات سیاسی و اجتماعی
۲۴	بخش سوم: تبلیغات محیطی و فرهنگ‌سازی
۲۴	تبلیغات محیطی ابزاری برای فرهنگ‌سازی
۲۶	رسانه‌ای بنام پوستر
۲۹	طراحی پوستر اجتماعی چیست؟
۳۰	طراحی اندرولویس
۳۱	آنتونیو کاسترو
۳۲	چازماویان - دیویس
۳۳	لوبالو کاوا
۳۴	مهدی سعیدی
۳۵	مایکل تامسون

۳۷	پکالویری
۳۸	سوزاناماچیگانو
۳۹	تبلیغات فرهنگی
۵۳	فرهنگ تبلیغات
۵۵	خرده فرهنگ‌ها و هویت فرهنگی
۵۵	ارزش‌های فرهنگی و شیوه‌های تبلیغات
۵۶	دیدگاه مک لوهان در مورد تحول فرهنگی
۵۷	گشودگی فرهنگی
۵۸	جمع‌بندی
۵۹	منابع و مأخذ

## پیشگفتار

فرهنگ به عنوان گنجینه‌ای از دستاوردهای مادی و معنوی بشری، که باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و هنجارهای مورد قبول یک جامعه را در طول تاریخ به وجود آورده است، نوع رفتار مردم آن جامعه را مشخص می‌کند.

توسعه فرهنگی در ایران عصر ما چگونه بوده است؟ آیا در حوزه فرهنگ توانسته‌ایم به توسعه و پیشرفت مطلوب برسیم؟ آیا از ابزارهای موجود در این راستا استفاده‌ی بهینه نموده‌ایم؟ جواب مسلماً منفی است! توسعه «فرهنگ یک جامعه» را بر خلاف «اقتصاد» نمی‌توان با اعداد و ارقام نشان داد. هرکسی می‌تواند بدون غرض به مشاهده عینی سطح فرهنگ کشورش نگاهی بیندازد. واقعیت این است که ما در بسیاری موارد از فرهنگ‌سازی غافل مانده‌ایم.

برای رونق کتاب‌خوانی، کتابخانه‌های بسیاری ساختیم ولی آیا توانستیم به همان اندازه فرهنگ مطالعه را در بین مردم جا بیندازیم؟ و از آن بالاتر، توانستیم فرهنگ راستگویی و اخلاق‌مداری را (که می‌تواند حاصل خواندن کتاب باشد) در کشور زنده کنیم؟ آیا ما در این زمینه‌ها پیشرفت کردیم؟ مقامات مسئول می‌توانند ادعا کنند در دوره ریاستشان، ده‌ها کتابخانه و سالن مطالعه تأسیس کرده‌اند یا تیراژ کتاب‌ها نسبت به دوره‌های قبلی افزایش چشم‌گیر داشته و آمار و ارقام عجیبی در دفاع از کارنامه‌شان ارائه دهند و... ولی آیا می‌توانند ادعا کنند «فرهنگ» مردم را در نتیجه توسعه یک کار فرهنگی افزایش داده‌اند؟

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، مساجد زیادی در کشور ساخته شد و فرهنگ دینی و اسلامی جای فرهنگ طاغوتی را گرفت، ولی آیا مفاهیم والای دین نظیر کمک به هم‌نوع، ظلم‌ستیزی، اخلاق‌مداری، انفاق و... در بین مردم جای خود را پیدا کرد؟ دانشگاه ما که باید «محل تحصیل و کسب علم» باشد چقدر توانسته کمکی به مقوله توسعه فرهنگی داشته باشد؟ «قانون ترافیک» کشور ما از بلژیک آمد و اتومبیل‌های ما از سایر کشورها، ولی آیا فرهنگ استفاده از اتومبیل و قوانین راهنمایی و رانندگی را نیز با خود به کشور آوردیم؟ «رتبه یک تصادفات جاده‌ای در جهان» و «کشته شدن ۲۶۰۶۶۶ ایرانی در تصادفات جاده‌ای ۱۰ سال اخیر» آمار شگفت‌انگیزی است که متأسفانه نشان می‌دهد حتی فرهنگ استفاده از اتومبیل و قوانین راهنمایی و رانندگی را نیز خوب نیاموخته‌ایم. هنوز هم باید برای ساده‌ترین قوانین این حوزه، مانند «بستن کمربند ایمنی»، زور و اجبار بالای سرمان باشد... این موارد و موارد بسیار دیگر فقط و فقط به این دلیل است که ما در این سال‌ها از توجه به مقوله «توسعه فرهنگی» غافل مانده‌ایم.

در اینجا است که ضرورت فرهنگ‌سازی و استفاده درست و به‌جا از ابزارهای مؤثر فرهنگی مانند تلویزیون، رادیو، روزنامه و مجلات، پوسترها، بیلبوردها و... در تحقق این امر نمایان می‌شود. در شرایط فعلی باید دریابیم که فرهنگ‌سازی یک شعار نیست، بلکه یک ضرورت است.

توسعه فرهنگی منجر به خودباوری جامعه می‌شود، و توانایی‌های بالقوه و خلاق انسان را در زمینه فرهنگی شکوفا می‌کند و این مسئله خود در شکل‌گیری هویت فرهنگی جامعه نقش مهمی را ایفا می‌کند.

## چکیده مطلب

«پوستر» رسانه و ابزاری است برای اطلاع‌رسانی. «فرهنگ» را نیز می‌توان مجموعه‌ای از باورها، آیین‌ها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های حاکم بر یک جامعه دانست. ارتباط بین رسانه و فرهنگ را می‌توان این چنین بیان کرد؛ رسانه در واقع ابزاری است فرهنگ‌ساز و مثال عینی آن نیز اشاعه‌ی فرهنگ مصرف‌گرایی در سطح جوامع است. زمانی که فرهنگ جدیدی ایجاد می‌شود به سادگی قابل تغییر نیست. برای تغییر یک نظام فرهنگی نادرست در جامعه، نیاز به برنامه‌ریزی صحیح و استفاده درست و به‌جا از رسانه‌های فرهنگی است.

پوستره‌های اجتماعی به عنوان یک رسانه مهم و تأثیرگذار می‌تواند رابط خوبی بین دولت و مردم باشد. در بسیاری از جوامع سازمان‌ها و نهادهایی مثل پلیس، شهرداری، سازمان‌های مرتبط با امور زیست محیطی و ... پیام‌ها، آموزش‌ها، هشدارها، خواسته‌ها، قوانین، عملکرد و خدمات خود را از طریق رسانه پوستر به مردم منتقل می‌کنند. برای تأثیرگذاری رسانه‌ی پوستر در امور اجتماعی از جمله اعتیاد، فقر، جنگ، صلح و... مسائل دیگری نیز مطرح هستند که مجموعه آنها در سبک زندگی مردم تأثیر می‌گذارد.

در این رساله نقش گرافیک (پوستر) در فرهنگ‌سازی اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. آنچه مسلم است امروزه دیگر گرافیک تنها یک هنر نیست، بلکه نقشی رسانه‌ای به خود گرفته است. هرچند در شهرهای ایران هنوز مکان‌های مشخصی برای نصب پوستره‌های اجتماعی نداریم و پوستره‌های حرفه‌ای نیز تنها در قالب نمایشگاه و در فضاهای محدودی قابلیت نمایش پیدا می‌کنند و بدیهی است که در چنین شرایطی وجه اجتماعی پوسترها از بین برود. در کشور ما حتی افراد حرفه‌ای نیز نتیجه کارشان را به راحتی در سطح جامعه نمی‌توانند ببینند، در حالی که پوستر رسانه‌ای است که مستقیماً باید در جامعه پراکنده شود تا بتوان از ویژگی‌های منحصر به فرد آن استفاده نمود. نباید فراموش کرد گرافیک، هنری است که باید تکثیر شود و فعالیت هنرمندان این رشته بر مبنای تکثیر بنا نهاده شده است.

با شروع پروسه «توسعه» یک سری نیازهای رفتاری و فرهنگی مربوط به آن نیز احساس می‌شود. به عبارت دیگر، یک ابزار و تکنولوژی جدید و به طور کلی یک روزگار جدید، فرهنگ و الگوهای رفتاری خاص خود را می‌طلبد. کشور در حال توسعه ما امروزه درگیر چالش‌های بزرگ فرهنگی است که موجب تعارض و کندی چرخ توسعه شده است. ما برای رسیدن به توسعه پایدار و اصولی نیازمند فرهنگ صحیح توسعه‌یافته هستیم و پوستر به عنوان یک رسانه‌ی بصری تأثیرگذار و قابل دسترس، از قابلیت و توانایی زیادی در فرهنگ‌سازی جامعه برخوردار است و باید از تأثیر و نفوذ خود بر فرایند فرهنگ‌سازی به نحوی درست بهره‌گیری کرد.