

مطالعه تطبیقی شکل و محتوای پوسترهای اعتقادی در جوامع انقلابی: شوروی، چین، کوبا و ایران^۱

فهیمة دانشگر^۲
مونا طاهری^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۹/۲۱
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۲۲

چکیده

مارک آلوموند می‌گوید، مهم‌ترین انقلاب‌های قرن بیستم، انقلاب کشورهای شوروی، چین و ایران هستند. هم‌چنین انقلاب کوبا، متأثر از انقلاب کمونیستی در شوروی و چین بوده است. در زمان وقوع انقلاب شوروی و چین، مهم‌ترین رسانه‌ای که می‌توانست پیام این انقلاب‌ها را به جهان برساند، پوستر اعتقادی (propaganda) بود. مهم‌ترین علت استفاده از این رسانه، توجه رهبران انقلابی به آن و آگاهی از تأثیر این هنر بر عامه مردم بود، که در جهت پیش‌برد انقلاب خود نهایت استفاده را از آن بردند. این پژوهش، در پی پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها است: پوسترهای اعتقادی در جوامع انقلابی با چه هدفی طراحی شدند؟ مضمون این پوسترها چه بود؟ و روند تغییرات در آن‌ها چگونه بود؟ اشتراک و افتراق نشانه‌ها در پوستر چهار کشور چگونه بوده است؟ روش پژوهش این جستار در قسمت ادبیات، اسنادی است؛ اما در حوزه تجربی، نشانه‌های پوسترهای اعتقادی چهار کشور تطبیقی می‌باشند. در این بخش، شکل و محتوای نشانه‌های تصویری و شعارهای به کار رفته در پوسترها، به روش تحلیلی مقایسه شده‌اند. هدف این جستار، بررسی تفکر رهبران انقلابی و تأثیری که پوستر بر اندیشه مردم و پیش‌برد انقلاب‌ها داشته، می‌باشد. این پژوهش، ابتداء این نکته را دنبال نموده که چه نوع دیدگاهی در میان طراحان انقلاب این چهار کشور مشترک بوده است. سپس به بررسی تطبیقی شکل و محتوای پوسترهای چهار کشور شوروی، چین، کوبا و ایران پرداخته است. در نهایت، این نتیجه به دست آمد که، رهبران انقلابی از پوستر، در جهت رسیدن به مقاصد خویش، استفاده کرده‌اند. در هر چهار کشور، پوستر برای مقاصد شناساندن چهره‌های انقلابی، مبارزه علیه امپریالیسم، رشد صنعت در جامعه و حضور زن در کنار مرد طراحی شده است. اما این رسانه، بعد از سپری نمودن دوران خود، تبدیل به ابژه- تصویر می‌شود و دیگر قادر به تغییر مسیری - که ناملایمات و معاصران و آیندگان برای آن تعیین می‌کنند- نخواهد بود.

واژه‌گان کلیدی: انقلاب شوروی، کوبا، چین، ایران، پوستر پروپاگاندا

1. DOI: 10.22051/jjh.2018.13050.1193

۲. دانشیار گروه ارتباط تصویری، دانشگاه الزهرا(س)، تهران، ایران. F.Daneshgar@alzahra.ac.ir
۳. مربی گروه گرافیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام، تهران، ایران، نویسنده مسئول. Taherimona1@gmail.com

مقدمه

مهم‌ترین تغییرات در جامعه، به‌واسطه انقلاب‌ها صورت می‌گیرد. با آغاز قرن بیستم و شکل‌گیری تفکرات سیاسی مختلف، از جمله کمونیسم، این تغییرات در جوامع مختلف پیش‌تر شد. براساس گفته مارک آلموند^۱، سه انقلاب مهم قرن بیستم، انقلاب کشورهای شوروی^۲، چین و ایران بودند. این انقلاب‌ها، نه تنها باعث ایجاد تغییرات زیادی در جامعه خود شدند، بلکه بر جوامع کشورهای دیگر نیز تأثیری عمیق گذاشتند. در زمان وقوع انقلاب شوروی، چین و کوبا مهم‌ترین رسانه‌ای که می‌توانست پیام این انقلاب‌ها را به تمام جهان برساند، پوستر اعتقادی بود. رسانه‌ای که تصویر و نوشتار در آن با هم، به کار گرفته می‌شد و به لحاظ اقتصادی نیز مقرون به صرفه بود.

کمونیسم عقیده‌ای سیاسی بود، که می‌خواست بر تمام زندگی مردم جامعه خود تأثیر گذارد و به مخاطب خود بگوید که، چگونه بیاندیشد، زندگی کند، تفریح کند و جامعه خود را بسازد. برای این منظور، پوستر بهترین محمل بود. پوسترهای طراحی شده در زمان انقلاب شوروی، همچون سخنرانی‌ها، عمل می‌کردند. در فاصله سال‌های ۱۹۱۷-۱۹۲۳م. بیش از ۳۰۰۰ پوستر، با هدف انتشار عقاید سیاسی انقلاب، در شوروی به چاپ رسید. در چین و کوبا نیز شاهد همین روند هستیم. در این کشورها، سازمان‌هایی تاسیس شدند، تا با به خدمت گرفتن هنرمندان و طراحی پوسترهای انقلابی، پیام‌های انقلاب را به مردم خود انتقال دهند. این پژوهش فرضیه‌های زیر را دنبال می‌کند:

فرضیه اصلی: پوسترهای تبلیغات عقیده‌ای با هدف بیان عقاید رهبران انقلاب چهار کشور طراحی شده‌اند. فرضیه‌های فرعی: در طراحی این پوسترها به میزان زیادی از تصویر رهبران انقلاب استفاده شده است. موارد دیگری که در این پوسترها دیده می‌شوند: (۱) مقابله با امپریالیسم و امریکا؛ (۲) تشویق جامعه برای رشد صنعت و استفاده از تصویر کارگر؛ (۳) به تصویر کشیدن زنان در کنار مردان.

پیشینه پژوهش

مرتضی گودرزی (۱۳۹۰)، در یکی از فصل‌های کتاب «هنر متعهد اجتماعی، دینی در ایران، گرافیک انقلاب»، به بررسی پوسترهای انقلاب ایران و چند کشور دیگر پرداخته است. احمد آفاقلی‌زاده (۱۳۷۷)، در مقاله «گرافیک سیاسی معاصر ایران» به بررسی گرافیک سیاسی پس انقلاب ایران پرداخته است. آرش تنهایی در دو مقاله «پوستر در سال‌های دگرگونی-گفتگو با کوروش شیشه‌گران» (۱۳۸۷) و «اوج‌های پوستر در ایران-پوسترهای انقلاب با گرو

۵۷» (۱۳۸۹) طراحان و دوران طراحی پوسترهای انقلابی ایران را مورد بررسی قرار داده است. ابوالفضل عالی (۱۳۶۷)، در کتاب «ده سال با طراحان گرافیک انقلاب اسلامی»، به جمع‌آوری نمونه‌های تصویری پوسترهای انقلابی در ایران پرداخته است. دانشگر (۱۳۷۴) در مقاله «مقدمه‌ای بر تجزیه و تحلیل پیام تصویر فرهنگی- عقیده‌ای بعد از انقلاب» به تحلیل نشانه‌شناسانه پوسترهای عقیده‌ای دهه اول انقلاب و تأثیرات متناقض برخی از آن‌ها بر مخاطب پرداخته است. اما در پژوهش حاضر، تأکید بر یافتن اشتراک و افتراق میان پوسترهای چهار کشور مورد بحث به روش تطبیقی می‌باشد.

روش انجام پژوهش

پیکره مطالعاتی در این پژوهش، ۳۰ پوستر از هر کشور (جمعاً ۱۲۰ نمونه) می‌باشد، که به‌صورت نمونه‌گیری غیر محتمل انتخاب و با یکدیگر مقایسه شده است. در ایران، دو دسته پوستر از دهه‌های شصت و نود انتخاب شده، و به صورت نموداری با یکدیگر مقایسه شده است. علت این مقایسه، بررسی موضوعات مشابه در دو دهه ۶۰ و ۹۰، و تغییر نوع نشانه‌های استفاده شده، می‌باشد. این پژوهش در حوزه نظری، به دیدگاه‌های مطرح شده در انقلاب‌ها به روش اسنادی پرداخته است. اما در حوزه تجربی، نشانه‌های پوسترهای اعتقادی چهار کشور شوروی، کوبا، چین و ایران به روش تطبیقی مقایسه شده‌اند. در این بخش، اشتراک‌ها و افتراق‌ها در شکل و محتوای نشانه‌های تصویری به کار رفته در پوسترها استخراج شده‌اند.

پوستر اعتقادی در اتحاد جماهیر شوروی

هر رویداد تاریخی منحصر به فرد و غیرقابل تکرار است و هنری هم که در زمان وقوع یک رویداد تاریخی متولد می‌شود، منحصر به فرد و غیرقابل تکرار است. اگر رویدادهای تاریخی برای مردم هم‌عصر آن رویداد، تحمیلی و اجباری باشند و مردم به آن، علاقه‌ای نداشته باشند، معنای بدیهی از آن استنباط نمی‌شود و آثار هنری فاخری تولید نمی‌شود. اما اگر حال و هوای انقلاب‌ها پر حرارت و مردمی باشند، آثار هنری متعدد در حوزه‌های مختلف هنری خلق می‌شود که این آثار هنری، از سوی هنرمندان شجاع و علاقمند خلق می‌گردند. در طول سال‌های اول انقلاب شوروی، موثرترین و سیاسی‌ترین اشکال هنر، عبارت بودند از: هنر نحوه تزئین شهرها در روزهای تعطیل و مناسبتی، پوسترهای سیاسی و سایر اشکال هنری در خصوص تحرکات سیاسی.

برای دریافت ایده اولیه این آثار هنری و عملکرد اجتماعی آن‌ها، باید به فیلم‌ها، اسناد تصویری،

داخلی شوروی بود- پیروی می کرد. شناخته شده ترین این پوسترها، آنهایی بودند که به صورت دوره‌ای منتشر می شدند (www.allposters.com)؛ (تصویر ۲).



تصویر ۱- ولادیمیر ولادیمیروویچ مایاکوفسکی ۱۹۲۰م.
<http://sovietart.me>



تصویر ۲- Lebedev Vladimir Vasil'evich - ۱۹۲۰م
<http://sovietart.me>



تصویر ۳- irakli-toidze ، ۱۹۴۱م.
<http://sovietart.me>

طراحی‌های تزیین خیابان‌ها، پروژه‌های نمایشگاهی و سایر هنرهای خلق شده در آن زمان، مراجعه کرد و مروری بر آثار آن سال‌ها داشت. هم‌چنین بررسی تولیدات گرافیکی طراحی شده آن سال‌ها، حائز اهمیت است. اشکال غیرمعارف هنر در همه جای دنیا، به عنوان انعکاس زنده احساسات و عواطف توده مردمی - که در شرایط انقلاب قرار دارند- ظاهر شده است. این گونه از هنر توسط قدرتمندان شوروی پایه‌گذاری و هدایت شد؛ زیرا عوامل قدرت در شوروی بر نیروی مضاعف این گونه از هنر، عقیده داشتند و به این طریق، عقیده سیاسی بلشویک را به مردم معرفی می کردند و آن را وارد خرد جمعی می کردند.

در پوسترهای دهه ۱۹۲۰ شوروی، نشانه‌های تصویری جمع‌آوری شده و به نوعی همگون‌سازی شده بودند و در این نشانه‌ها، تکنیک‌های هنری مربوط به انواع هنرها دیده می‌شود. به همین خاطر است که در آن دهه، هر چیزی پوستر نامیده می‌شد. در آن روزگار، در شوروی، به پنل‌های بزرگ تزیینی نصب شده در خیابان‌ها و میدان‌های شهر، نقاشی‌های دستی و کپی گرفته شده، گرافیک‌ها، مجسمه‌ها و حتی نقاشی‌های موجود در داخل روزنامه‌ها و مجلات، پوستر گفته می‌شد. از این تصاویر به خوبی درک می‌شود، که چگونه عاملان قدرت، هنرمندان را به تولید هنرهای ترویج عمومی تشویق می‌کردند. هم‌چنین از جملات و اسناد آن دوران، می‌توان فهمید که چقدر اشکال بصری ترویجی - که در کوچه و خیابان و در مواد نوشتاری چاپی نصب می‌شد- بر افکار مردم و هنرمندان تاثیر می‌گذاشت. اگر نگاهی به روند توسعه این هنر بیاندازیم، درمی‌یابیم که نقش شوروی و پوستر عقیده‌ای - که در دوران انقلاب این کشور، طراحی شد- جایگاه ویژه‌ای در پیشرفت و توسعه این هنر داشته و حائز اهمیت بوده است؛ اکثر این پوسترها، با اهداف تبلیغاتی طراحی می‌شدند.

معروفترین و اولین پوسترهای تبلیغاتی شوروی با عنوان پنجره‌های طنز رُستا (ROSTA satire windows)، متعلق به سال ۱۹۱۹م. است (تصویر ۱). هنر پوستر در شوروی، بالاترین جایگاه سیاسی و استاندارد هنری خود را در طول دوران جنگ بزرگ میهنی کسب کرد. پوسترهای این دوره، مردم را به دفاع از سرزمین مادری خود ترغیب می‌کردند و بزرگ‌ترین دغدغه افرادی که پوسترهای سال‌های ۱۹۴۱-۱۹۴۵م. را طراحی می‌کردند، مسکو و بخش‌های ملی لنینگراد بود. از معروفترین پوسترهای مربوط به دوره جنگ بزرگ میهنی، پوسترهایی بودند که توسط اُکنا تاس (OKNA TASS)، طراحی می‌شد. اُکنا تاس، در طراحی پوستر از شیوه‌ها و سنت‌های پنجره رُستا^۲ - که مربوط به دوره جنگ

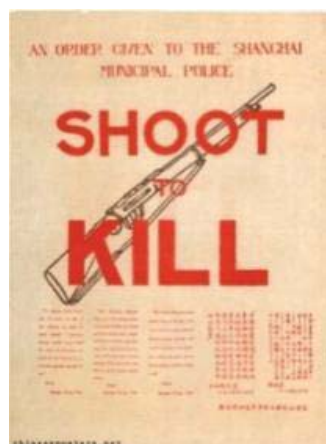
پوسترهایی معطوف کند، که بیشترین تاثیر را بر افکار عمومی داشته باشند. در عین حال، جامعه این کشور از این فضا استقبال کرد و در مقابل آن، مقاومت نکرد. طراحی پوسترهای عقیده‌ای چین، از سال ۱۹۲۵م. زمان وقوع جنبش - سی ام ماه می - شروع شد. مهم‌ترین دوره، مربوط به دهه‌های ۶۰ تا ۹۰ میلادی است که دولت کمونیست در این کشور، به بیشترین قدرت خود دست پیدا کرده بود. در طراحی‌های پوستر این کشور، تا همین اواخر، بیش‌تر از تصویرسازی استفاده می‌شد؛ و تقریباً از اواخر دهه ۹۰ میلادی، روش مونتاژ جایگزین آن شد. چندین مشخصه در پوسترهای این کشور وجود دارد: اول، استفاده از پوستر برای بیان مقاصد عقیده‌ای و تغییر افکار جامعه به سمت مورد نظر دولت؛ دوم، استفاده از رنگ قرمز به میزان زیاد؛ سوم، محدودیت‌های مشخصی که طراح، نباید از آن فراتر می‌رفت. این ویژگی‌ها، باعث شد تا این آثار، شباهت‌هایی با پوسترهای عقیده‌ای کشور شوروی داشته باشند و تفاوت‌های زیادی با پوسترهای کوبا داشته باشند.



تصویر ۴- denisovn.v ، ۱۹۴۱م. <http://sovietart.me>



تصویر ۵- Ivanov V. S ، ۱۹۲۷م. <http://sovietart.me>



تصویر ۷- ؟ ۱۹۲۵م. <http://chinese posters.net>

پوسترهای نادری، از جنبش‌های اعتراضی بی‌شماری از اوایل قرن بیستم میلادی وجود دارد. قدیمی‌ترین پوستر در این مجموعه، به جنبش سی ام ماه می سال ۱۹۲۵م. مربوط می‌شود. این تاریخ روزی است که به دستور یکی از افسران پلیس انگلیس - در حل و فصل بین‌المللی شانگهای در سی می - به تظاهرکنندگان چینی تیراندازی شد (تصویر ۷). در سال‌های ۱۹۴۹-۱۹۵۶م.، مساله‌ای که جمهوری خلق چین به ارمغان می‌آورد، پایان دادن به چندین دهه جنگ است. دو مضمون برجسته در پوسترهای این دوره، وجود دارد: موج اول، اعلام جمهوری و بازسازی کشور و حمایت اتحاد جماهیر شوروی از چین؛ موج دوم، شامل پوسترهای مائو است که برای بزرگداشت او طراحی



تصویر ۶- Efimov B. E. Dolgorukov N. A. ، ۱۹۴۲م. <http://sovietart.me>

پوستر اعتقادی در چین

هنر پوستر چین قدمتی صدساله دارد، که عمده‌ترین قسمت آن، مربوط به پوسترهای عقیده‌ای است. جنگ جهانی و هم‌چنین جنگ‌های منطقه‌ای این کشور، تاثیر زیادی در طراحی پوستر این کشور گذاشته است. هم‌چنین ورود حزب کمونیست، باعث شد تا دولت این کشور، توجه خود را در زمینه‌های فرهنگی به طراحی

شدند. <http://www.docspopuli.org>

پس از بازسازی اقتصادی- از اوایل دهه ۵۰ میلادی- مائو، در سال ۱۹۵۸م. شرایط را برای یک جهش بزرگ به جلو ایجاد کرد. در این دوران، زندگی به سبک کمونیستی در این کشور رواج داشت. تمام افراد خانواده، حتی زنان نیز باید کار می‌کردند. جامعه در فکر پیش افتادن از امپریالیسم و کشورهایی همچون انگلستان و ایالات متحده بود. تمامی این مسائل را می‌توان در هنر پوستر این دوران، مشاهده کرد (تاراجی، ۱۳۷۹: ۴۹۶)؛ (تصویر ۸).



تصویر ۸- دای هایو، ۱۹۵۱م. <http://chinese posters.net>



تصویر ۹- ۴، ۱۹۶۷م. <http://chinese posters.net>

در اوایل ۱۹۵۹م، کشور دچار قحطی شد و جنبش جهش بزرگ به جلو، با شکست روبه‌رو گشت. با وجود شکست جهش بزرگ به جلو، پوستر، به تجسم موفقیت سوسیالیسم ادامه داد. در این سال‌ها در پوسترها، دیگر از آن خشونت‌هایی که کمونیسم در خانواده ایجاد کرده بود، خبری نبود و زنان به گونه‌ای دیگر نمایش داده شدند؛ آرامش نسبی در فضای پوسترها

وجود داشت؛ بیش‌تر از تصویر مائو، در پوستر استفاده می‌شد. انقلاب فرهنگی (۱۹۶۶-۱۹۶۸م)، سلسله‌ای از فعالیت‌های انتخاباتی بود که توسط مائو صورت گرفت. در پوسترهای این دوره، از تصویر کارگران، دهقانان و سربازان، به‌عنوان ستون‌های جامعه جدید چینی، و همچنین رنگ قرمز به میزان زیادی استفاده می‌شد.



تصویر ۱۰- ۴، ۱۹۶۷م. ژوئن. <http://chinese posters.net>

هنگامی که مائو در سال ۱۹۷۶م. فوت کرد. هوآ گوئوفنگ (Hua Guofeng)، جای او را گرفت. در پوسترهایی که برای وی طراحی شده، او مانند مائو به تصویر کشیده شده است. پس از سرکوب تظاهرات (۱۹۸۹) در میدان صلح، پوسترها بیش‌تر به موضوع توسعه اقتصادی پرداختند. سیاست به طور کامل از پوستر، ناپدید می‌شود؛ به جز چند تعداد محدود مشاهده نمی‌شود. در طراحی پوسترها دیگر همچون گذشته از تصویرسازی استفاده نمی‌شود و بیش‌تر از مونتاژ و عکس به‌ر گرفته می‌شود (<http://www.docspopuli.org>)؛ (تصویر ۱۱ و ۱۲).



تصویر ۱۱- مرکزی دانشکده صنعتی هنر ۱۹۸۹م. <http://chinese posters.net>



تصویر ۱۲ - ؟، ۱۹۸۷ م. <http://chinese posters.net>

در مورد پوستره‌های چین، مهم‌ترین نکته قابل ذکر، تغییر رویکرد در میان طراحان، هم‌زمان با پیشرفت انقلاب است. به‌صورتی که، طراحان چینی گام‌های خود را در طراحی پوستر همگام با انقلاب پیش می‌برند. این مساله را نه تنها در محتوا، بلکه در فرم و نوع طراحی‌ها، می‌توان مشاهده کرد. اگرچه در این خصوص، چین تحت تاثیر شوروی است، اما تمام تلاش خود را به کار بسته، تا نوع جدیدی از هنر بومی را به وجود آورد و مفاهیم را با فرم‌های موردپسند جامعه خود همراه کند. طراحی پوستره‌های انقلابی در چین، همچون شوروی از همان ابتدای انقلاب صورت گرفته بود. پوستره‌های چین براساس تفکرات مائو، تفکراتی همچون مبارزه با بورژوازی، عدم تحقیر توده‌ها و ستایش طبقات فرودست، طراحی شده‌اند. از سال ۱۹۶۶ م. به بعد که شاهد انقلاب فرهنگی در چین هستیم، تغییراتی نیز در پوسترسازی این کشور ایجاد شد. اما به‌طور کلی، استفاده از مشت گره شده، نشان دادن کارگر، کشاورز، نشان دادن پیکرتنومند، استفاده از رنگ قرمز در کنار مشکی و استفاده از شعار در پایین تصویر، از مهم‌ترین تاثیراتی است که از شوروی گرفته شده است.

پوستر اعتقادی در کوبا

پس از بررسی کشور شوروی و چین به کشور کوبا می‌پردازیم؛ کوبا به لحاظ خاستگاهی، دارای ارزشی بالا در طراحی پوستر اعتقادی است و بر کشورهای امریکای لاتین، تاثیر بسیار گذاشته است.

در کوبا پس از دگرگونی سیاسی و اجتماعی، به‌رغم بروز مشکلاتی از قبیل مضمیق اقتصادی و کمبود مصالح لازم برای کار هنری، مکتبی در پوسترسازی شکوفا شد که توانست جایگاهی ویژه در عرصه هنر گرافیک معاصر جهان به‌دست آورد. از این‌رو، تصاویری به وجود آمد که با رنگ‌های درخشان و شکل‌های گویا، به خدمت پیام‌های دعوت به کار، سازندگی و صرفه جویی، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی،

بزرگداشت شخصیت‌ها و رویدادهای انقلابی و تبلیغ آثار فرهنگی و هنری درآمد. این‌ها وسیله گذار برای ارتباط و تبادل اطلاعات و منعکس‌کننده اوضاع بعد از انقلاب در این کشور بود (پاکباز، ۱۳۸۵: ۱۲۴). پوسترسازان کوبا از دستاوردهای هنر گرافیک معاصر، گرایش‌های مختلف نقاشی مدرن، نقش‌مایه‌های سنتی بومی و انواع روش‌ها و اسلوب‌های رایج بهره گرفتند؛ ولی هیچ‌گاه خود را در چارچوب رسمی رئالیسم سوسیالیست^۴ مقید نکردند. شاید به‌سبب همین آزادی برخورد با هنر بصری جهان بود که حس نوآوری و خلاقیت در آن‌ها تقویت شد (همان).

چنانچه در یکی از سایت‌های کشور کوبا آمده است: در سال ۱۹۴۳ م. در ایالات متحده در نمایشگاهی (Tamigraph) که ۵۵ اثر از ۲۷ هنرمند تشکیل شده بود، انگیزه‌ای خوب و مهمی برای پیدایش هنر در کوبا شد. این کار هم‌چنین باعث شد، هنر مشخص سیاسی در کوبا متولد شود. در طول ۵۰ سال، برخی از هنرمندان، استعداد‌های خود را در زمینه خط به‌کار گرفتند. با این حال، پس از سقوط باتیستا،^۵ تحول عظیم ملی برپا شد؛ به دنبال آن «عصر طلایی» پوستره‌های کوبا به وجود آمد.

طراحان پوستر کوبا، آزادی بیش‌تری نسبت به محدودیت‌های طراحان شوروی و چین داشتند. زیرا در هر دو کشور اخیر، محدودیت‌های سفت و سخت وجود داشت. در چین، قراردادهای دقیقی در تعریف روش‌های واقعی طراحی پوستر وجود داشت. اما در کوبا، تمام سنت‌های تاریخ طراحی پوستر، به طراح‌های فردی برمی‌گردد.



تصویر ۱۳ - الادیو ریوادولا، ۱۹۵۹ م. <http://www.docspopuli.org>

در کوبا چندین نهاد در عرصه هنر گرافیک فعال بودند که هر کدام طراحان خاص خود را داشتند. سازمان همبستگی مردمان آفریقا، آسیا و امریکای لاتین (OSPAAAL) و بخش هدایت انقلابی در حزب

از کشور شوروی است که در کنار ایده‌های طراحان، به صورت بومی در فرم پوستر به نمایش در آمده است. نکته دیگر قابل ذکر، سازمان‌هایی بودند که از این هنرمندان پشتیبانی می‌کردند. طراحی پوسترهای انقلابی در کوبا، از همان ۲۶ ژوئیه سال ۱۹۵۹م. آغاز شد و با هدف بیان انقلاب و بیان ایده‌های سوسیالیستی پیش رفت. پوسترهای این کشور از چند جهت، مهم و قابل بررسی است؛ مهم‌ترین نکته در این پوسترها، استفاده از شخصیت‌های انقلابی، در نوعی ترکیب‌بندی متفاوت از کشورهای شوروی و چین است؛ (تصویر ۱۳).

ترکیب‌بندی مثلثی پوسترهای کوبا، نه تنها بر ترکیب‌بندی پوسترهای کشورهای لاتین تاثیر گذاشته، بلکه حتی بر کشورهای آفریقایی و خاورمیانه نیز تاثیر گذاشته است. البته، اصل و منشأ این حرکت را می‌توان در سازمان هم‌بستگی مردمان آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین، جستجو کرد. سازمان‌های دیگر کوبا نیز از پوستر برای بیان اهداف خود به خوبی استفاده می‌کردند؛ (تصاویر ۱۵-۱۷).



تصویر ۱۵-آلفردو روستگارد، ۱۹۶۷. <http://www.docspopuli.org>



تصویر ۱۶-۴، ۱۹۸۱م. www.iisg.nl/exhibitions/chairman

کمونیست کوبا (DOP)، پوسترهای سیاسی کوبنده‌ای تهیه می‌کردند، که غالباً، نشانه‌هایی چون اسلحه، پرچم و شعار داشتند. بسیاری از این گونه پوسترها را فلیکس بلتران (Felix Beltrán) و آلفردو روستگارد (Alfredo Rostgaard) طراحی کردند.

سازمان هم‌بستگی مردمان آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین، سازمانی غیر دولتی است که توسط سازمان ملل متحد، در هاوانا کوبا و با هیات مدیره‌ای از نمایندگان سراسر جهان، به رسمیت شناخته شد. این نهاد، تولید کننده اصلی پوستر هم‌بستگی بین‌المللی در کوبا بود. در این میان، یکی از فعالیت‌های آن‌ها در سال ۱۹۶۷م. انتشار مجله تریکونتینتال (Tricontinental)، بود. که در ۳۰۰۰ نسخه، تولید و به چهار زبان مختلف ترجمه می‌شد و به ۸۷ کشور ارسال می‌شد. این مجله، شامل بسیاری از پوسترهای هم‌بستگی و در نتیجه، ایجاد سیستم موثر بین‌المللی طراحی پوستر در جهان بود.

از زمان فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و بلوک شرق، در اواسط سال ۱۹۹۰م.، تاریخ کوبا، رسماً به عنوان «دوره ویژه» توصیف شده است. از دست دادن موافقت نامه‌های تجاری، روغن، قند و شکر - که بخش اعظمی از اقتصاد کوبا را تشکیل می‌داد - و هم‌چنین کمک‌های فنی کشور شوروی، تقریباً کشور کوبا را به سوی پرتگاه اقتصادی سوق داد. همه پوسترهای تولید شده توسط سازمان‌ها، به علت مشکلات مالی دولت، دیگر از دولت یارانه نمی‌گرفتند و هزینه‌های تولید و چاپ، توسط خود سازمان‌ها باید پرداخت می‌شد؛ این مشکل اقتصادی، ضربه سنگینی به سازمان‌ها برای تولید پوستر بود (تاراجی، ۱۳۷۹: ۲۷۱).



تصویر ۱۴- رنه مدرسن، ۱۹۶۷م. <http://www.docspopuli.org>

مهم‌ترین مشخصه هنر پوستر کوبا، تاثیرپذیری محتوا

دیگر شد. با وجود ممنوعیت‌های آن دوران، هنرمندانی به صورت زیرزمینی به این هنر می‌پرداختند. یکی از این گروه‌ها، گروه ۵۷ بود که فعالیت خود را در مهر ماه سال ۵۷، آغاز کرد.

این گروه، اولین نمایشگاه خود را در بهمن سال ۱۳۵۷ برگزار کرد که خبر آغازین آن در روزنامه کیهان بیان شد، که بی‌شک اتفاق نادری بود. این نمایشگاه با استقبال فراوان روبه‌رو شد؛ روزانه هزاران مشتاق را از گوشه و کنار تهران به خود جلب می‌کرد. بسیاری از شعارهای انقلابی در این پوسترها به کار می‌رفت. پوسترها امضای هیچ طراحی را بر خود نداشتند. در پایین اکثر پوسترها، فقط یک آرم کوچک، که تصویری از یک مشت و ستاره است - ظاهراً همان آرم گروه یا آتلیه ۵۷ - آمده است (تنهایی، ۱۳۸۹: ۱۹).

اهمیت در سرعت ساخت پوستر، باعث سادگی، صمیمیت و در عین حال صراحت این پوسترها شده بود، از سویی نیز نبود سنت و الگوی ساخت پوسترهای سیاسی ایرانی باعث شده در برخی آثار - در مشت‌های گره کرده و استفاده از رنگ‌های مشکی و قرمز - شاهد تاثیر تصویری رئالیسم سوسیالیستی باشیم (همان)؛ (تصاویر ۱۹ و ۲۰؛ ۲۳ و ۲۴).



تصویر ۱۷-۴، ۱۹۶۵. <http://www.docspopuli.org>



تصویر ۱۸-۴، ۱۹۶۶. www.iisg.nl/exhibitions/chairman



تصویر ۱۹- اکبر اهری پور، ۱۳۵۷. ش. <http://www.rangmagazine.com>



تصویر ۲۰- ۴، ۱۳۵۷. ش. <http://www.rangmagazine.com>

دهه ۶۰ میلادی، دوره طلایی پوسترسازی در کوبا نامیده می‌شود. دهه‌ای که سازمان‌های کوبا، از هنرمندان برای بیان ایده‌های سوسیالیستی خود در طراحی پوستر کمک گرفتند. آن‌ها با استفاده از پوستر، ارزش‌ها و دیدگاه خود را به جهان انعکاس دادند. در این دوران، مفهومی جدید و واقعا سوسیالیستی از هنر - که با مفهوم سنتی بورژوازی در تضاد بود - از سوی سازمان‌ها و هنرمندان بیان شد که بر دیگر کشورهای امریکای لاتین نیز تاثیر گذاشت. در انقلاب کوبا، هنر پوستر از همان روز نخست، با آن همراهی کرد و در قلب کوبا خود را به اوج رساند، به گونه‌ای که تاثیر زیاد بر دیگر کشورهای جهان گذاشت.

پوستر اعتقادی در ایران

سرآغاز هنر طراحی پوسترهای سیاسی در ایران را شاید بتوان در کاریکاتورهایی جستجو کرد که در دوران انقلاب مشروطه (۱۲۸۴-۱۲۹۳.ش.)، با ورود صنعت چاپ به ایران، طراحی می‌شدند. اما این هنر، در دهه‌های ۴۰ و ۵۰، به علت سانسورهای شدید، با ممنوعیت همراه بود. در آغاز انقلاب، وضع به گونه‌ای

گروه دیگری که فعالیت خود را در زمینه هنر پوسترسازی انقلاب شروع کرد، گروه حوزه هنر و اندیشه اسلامی بود. این نهاد، اولین مرکز مردمی بود که در سال ۱۳۵۸، با شروع انقلاب اسلامی و گرد هم آمدن دانشجویان، هنرمندان و نویسندگان روشنفکر مسلمان، کار جدی پیرامون هنر انقلاب را آغاز کرد. این مرکز با برپایی اولین نمایشگاه گرافیک سیاسی در محل حسینیه ارشاد تهران، در حقیقت نمایشگر اولین آثار قوی گرافیک بود که صرفاً در جهت اهداف سیاسی به دست هنرمندان طراز اول طراحی و اجرا شده بودند. برخی آثار گرافیک سیاسی خلق شده توسط این هنرمندان - که بعدها با نام حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، مشغول به فعالیت شدند - با شرکت در چندین نمایشگاه و بینال‌های داخلی و خارجی موفق به کسب جوایز اول این نمایشگاه‌ها شدند. از جمله چهار پوستر سیاسی در نكوهش سلاح‌های هسته‌ای - که در نمایشگاه بین‌المللی «صلح» مسکو شرکت کرد - موفق به کسب جایزه ویژه توسط احمد آقاقلی‌زاده و دیپلم افتخار برای سایر آثار شد (آقاقلی‌زاده، ۱۳۷۷: ۳۸).



تصویر ۲۱ - ۴، ۱۳۵۷ ه.ش. (عالی، ۱۳۶۷: ۷۵)



تصویر ۲۲ - کوروش شیشه‌گران، ۱۳۵۸ ه.ش.
<http://www.rangmagazine.com>



تصویر ۲۳ - کوروش شیشه‌گران، ۱۳۵۷ ه.ش.
<http://www.rangmagazine.com>



تصویر ۲۵ - محمد خزائی، دهه ۶۰ (عالی، ۱۳۶۷: ۵۲).

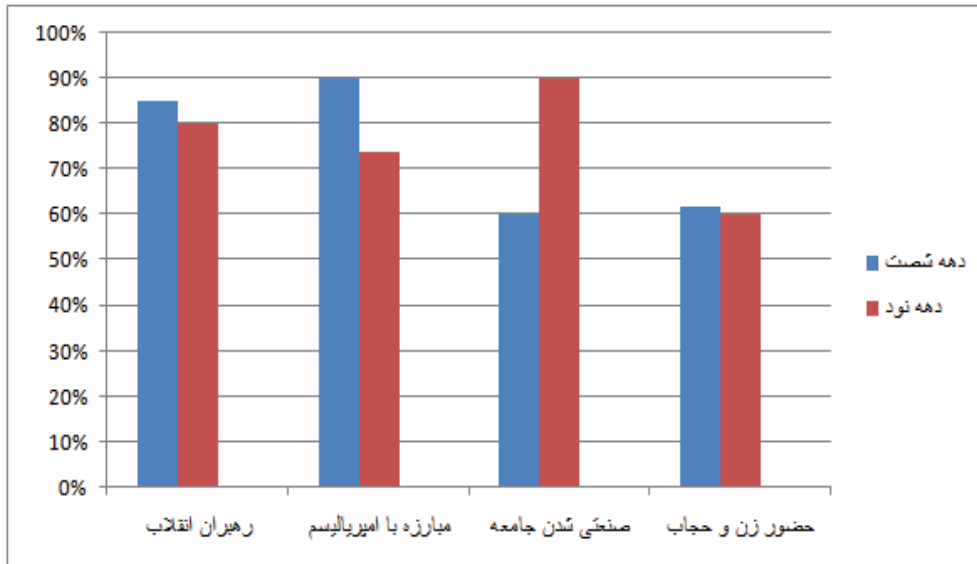


تصویر ۲۶ - ابولفضل عالی، دهه ۶۰ (عالی، ۱۳۶۷: ۵۳).

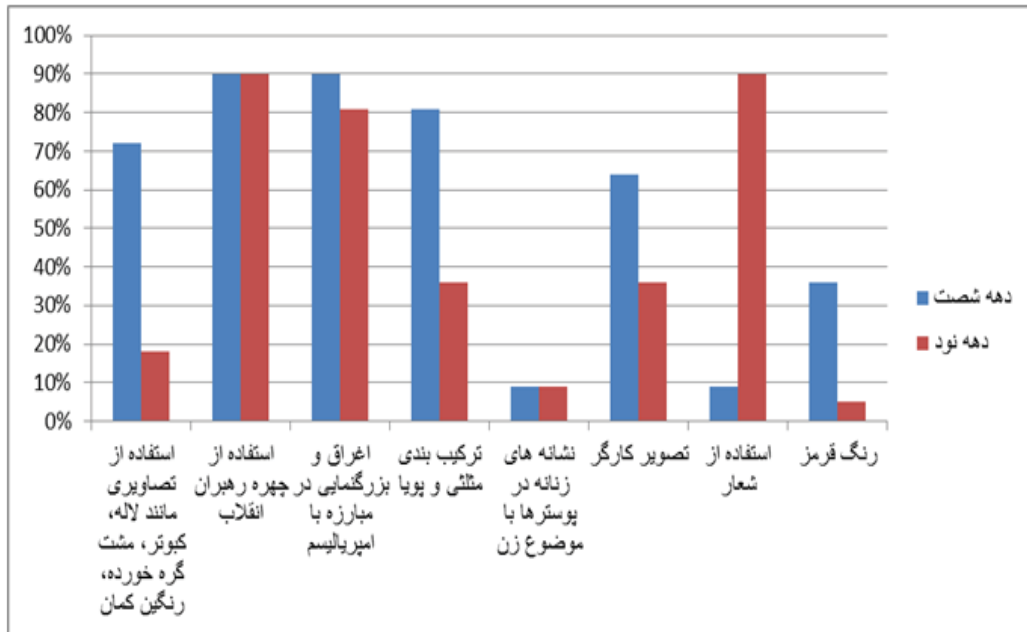


تصویر ۲۳ - اسماعیل شیشه‌گران، ۱۳۵۷ ه.ش.
<http://www.rangmagazine.com>

نمودار ۱. مقایسه پوستره‌های ایران در دو دهه ۶۰ و ۹۰، از منظر مضمون‌ها (۱۳۹۶). ماخذ: نگارندگان



نمودار ۲. مقایسه پوستره‌های ایران در دو دهه ۶۰ و ۹۰، از منظر نشانه‌های به کار رفته (۱۳۹۶). ماخذ: نگارندگان



پوسترسازان ایران، طراحی پوستر انقلاب را به صورت خودجوش آغاز کردند و در ادامه راه با انقلاب همگام شدند؛ طراحان ایران، اگرچه در بعضی از فرم‌ها از کشورهای کمونیستی پیروی کرده‌اند، اما به علت آن‌که، در محتوا با پوستره‌های کشورهای مذکور مشترک نبوده‌اند، فرم‌های جدید از نشانه‌ها خلق

خصوصیت دیگر پوستره‌های سیاسی ایران، کم‌رنگ بودن نقش نوشتار در پوسترها است. در حالی که، با نگاهی به پوستره‌های دوران جنگ جهانی و انقلاب‌های دیگر، می‌توان نقش فعال‌تری از پیام نوشتاری در این پوسترها یافت، تا جایی که برخی از آن‌ها فقط با نوشتار طراحی شده‌اند.

گذشته استفاده شود. هر چند شعارها مانند سابق، همان نظریه مقابله با امپریالیسم و امریکا و رشد صنعت می‌باشند، اما تکنیک اجرا و نشانه‌های تصویری تغییر می‌کنند و در قالب جدید ظهور می‌یابند. البته، این گروه، به طراحی پوسترهایی با هدف تغییر سبک زندگی و آسیب‌های اجتماعی نیز می‌پردازند (تصاویر ۲۹-۳۳).



تصویر ۲۹ - گروه هنری مصور، دهه ۹۰. postermovement.ir



تصویر ۳۰ - حمید قربانپور، دهه ۹۰. postermovement.ir



تصویر ۳۱ - رحمت نبی زاده، دهه ۹۰. postermovement.ir

در ادامه، ۳۰ پوستر را از دو دهه ۶۰ و ۹۰ شمسی - که به صورت نمونه‌گیری غیرمتمم انتخاب شده - در نمودار (۱)، بررسی کرده‌ایم؛ تا روند تغییر رویکرد طراحی پوستر در دو دهه، مقایسه شود. هم‌چنین در نمودار (۲)، استفاده از نشانه‌های تصویر در دو دهه با یکدیگر مقایسه شده، تا بررسی شود، چه نشانه‌هایی در

کرده‌اند و در بعضی از پوسترها، نشانه‌ها را تغییر داده‌اند و معنایی جدیدی از آن‌ها خلق کرده‌اند، که متفاوت از کشورهای دیگر است و تا حدودی، بر هنر پوسترسازی کشورهای منطقه تاثیر گذاشته است.

یکی از شعارهای مهم، شعار نه شرقی نه غربی بود - که حضرت امام (ره) بر آن تاکید داشتند - و طراح در پوسترهای ایران، نه تنها مخاطب را به مبارزه علیه امپریالیسم دعوت می‌کند، بلکه او را به مبارزه علیه کمونیسم نیز فرا می‌خواند. البته، این دسته از پوسترها، در سال‌های بعد از انقلاب طراحی شدند؛ پوسترهای قبل یا زمان وقوع انقلاب، بیش‌تر برای بیان فقدان آزادی و دعوت مخاطب به انقلاب طراحی شدند. (تصاویر ۲۰ و ۲۱ و ۲۳)، این دسته از پوسترها - که توسط گروه ۵۷، طراحی شده - از لحاظ فرم و ساختار و محتوا بسیار متفاوت از پوسترهایی است که توسط گروه حوزه اندیشه اسلامی طراحی شده است.



تصویر ۲۷ - مسعود قندی، دهه ۶۰، (عالی، ۱۳۶۷: ۷۰).



تصویر ۲۸ - ؟؟، (عالی، ۱۳۶۷: ۵۰).

بعد از دهه ۶۰ شمسی، می‌توان گفت، خلق پوسترهای عقیده‌ای کم کم سیر نزولی پیدا می‌کند به صورتی که، در دهه ۷۰ و ۸۰، این رسانه کنار گذاشته می‌شود. تا این‌که بار دیگر، در سال ۱۳۸۸ ه.ش، بعد از اتفاقات ۹ دی، گروهی به نام «نهضت مردمی پوستر انقلاب»، شروع به طراحی پوسترهای عقیده‌ای می‌نمایند. گروهی که نسل دوم انقلاب بودند، با وجود یک بازه زمانی طولانی سی ساله، بار دیگر بر اساس همان نظریه‌های ابتدای انقلاب شروع به کار می‌کنند. اما این بار، تمام سعی خود را می‌نمایند تا کم‌تر از نشانه‌های

این دو دهه، تغییرات احتمالی داشته‌اند. در ایران، از سال ۱۳۸۸ ه.ش. بار دیگر، طراحی پوسترهای عقیده‌ای از سر گرفته می‌شود. اما تغییر در نوع طراحی و استفاده از نشانه‌ها وجود دارد (نمودار ۱ و ۲) حتی به لحاظ موضوع نیز رویکرد جدیدی در پوسترها دیده می‌شود که این رویکرد، در دهه ۶۰ شمسی کم‌تر و یا اصلاً وجود نداشته است؛ رویکردهایی مانند استفاده از کالای داخلی، تغییر روش استفاده از مصرف سوخت، بازگشت به نوعی فرهنگ مذهبی و الگو قرار دادن شهادت ابتدای انقلاب. اما مهم‌ترین عنصری که پوسترهای ایران را از سه کشور شوروی، چین و کوبا متمایز می‌کند، نوع دیدگاه انقلابی هنرمند است. دیدگاهی که فقط بیان آن آزادی و شکوفایی صنعت نیست، بلکه دیدگاهی دینی است که تاثیر زیادی در سال‌های بعد از انقلاب بر طراحی پوستر گذاشته است.



تصویر ۳۱ - محمد حسن صلواتی، دهه ۹۰. postermovement.ir



تصویر ۳۱ - سیدمحمد رضا، دهه ۹۰. postermovement.ir

نتیجه‌گیری

در پاسخ به این پرسش که پوسترهای اعتقادی در جوامع انقلابی با چه هدفی طراحی شدند؟ و مضمون این پوسترها چه بوده؟ باید گفت، از مطالعات اسنادی این پژوهش، چنین استنباط می‌شود: در شوروی، از دهه‌های ۳۰-۷۰ میلادی، بیش‌ترین تعداد پوسترهای انقلابی طراحی شدند؛ به شدت از این هنر، برای اهداف سیاسی مورد نظر بهره‌گیری شد. در چین، طراحی این دسته از پوسترها، از سال ۱۹۲۵ م. آغاز شد؛ اوج

استفاده از آن، در دوره جهش رو به جلو و انقلاب فرهنگی بزرگ پرولتاریای مائو، در سال ۱۹۶۶ م. بود. بیش‌ترین پوسترها در چین، متعلق به دهه‌های ۴۰-۷۰ میلادی است. در کوبا، از ابتدای انقلاب، یعنی در سال ۱۹۵۹ م.، با شروع اولین جرعه انقلاب تا دهه ۸۰ میلادی، روند به همین منوال بود؛ تا جایی که، حتی برای تبلیغ در کشورهای آمریکای لاتین و آفریقا و کشورهای خاورمیانه، پوسترهایی برای انقلاب‌های کمونیستی از سوی طراحان کوبایی طراحی می‌شد. در ایران، در دهه‌های ۶۰ و ۹۰ شمسی ما شاهد استفاده انبوهی از پوسترهای اعتقادی هستیم. آنچه از بررسی مضمون پوسترها- به روش مشاهده- در این پژوهش به دست آمد، مشخص است که، رهبران انقلاب‌ها به خوبی از تاثیر این پوسترها در دوره‌های انقلاب و پس از انقلاب آگاه بوده‌اند و از آن‌ها، برای بیان مقاصد خود استفاده نموده‌اند و افکار ملت‌ها را به سمت هدف مورد نظر هدایت کرده‌اند. گرچه هر سه کشور شوروی، چین و کوبا، کشورهای کمونیستی هستند و دارای عقیده‌های مشترک؛ اما به لحاظ بیان، بیش‌تر از هنرهای بومی خود و نشانه‌هایی که مختص کشورهاشان بود، استفاده کردند. از این رو عمیق‌ترین تاثیرات را بر مخاطب خود گذاشتند. این تفکرات سیاسی دارای عقیده‌های مشخصی بودند، که در پوسترهای طراحی شده، می‌توان به وضوح دید. عقیده‌هایی همچون برتری رهبران انقلاب، مبارزه علیه امپریالیسم، رشد صنعت در جامعه و حضور زن در جامعه، در این آثار قابل مشاهده است.

در خصوص چگونگی روند تغییرات در مضمون پوسترهای ۴ کشور، با بررسی سیر تاریخی مضمون پوسترها، به این نتیجه رسیدیم که، تغییر موضوع آن‌ها، به این ترتیب بوده است: (۱) سال‌های ابتدایی انقلاب، شامل شناساندن انقلاب به عموم مردم، بیان عقیده‌های انقلاب و مخالفت با رژیم‌های گذشته؛ (۲) سال‌های جنگ، مانند جنگ آلمان نازی با شوروی، جنگ ژاپن با چین، جنگ ایران و عراق، که در این دوره، پوسترها بیش‌تر برای بیان تقویت روحیه مبارزه و مخالفت با امپریالیسم طراحی شدند؛ (۳) سال‌های پس از جنگ، تشویق ملت‌ها به توجه به صنعت و معدن و کشاورزی و بازسازی کشور، که در این بخش، شاهد حضور تصویر زن در پوسترها هستیم؛ (۴) دوره آرامش و لذت بردن از زندگی.

در پاسخ به چگونگی اشتراک و افتراق نشانه‌ها در پوسترهای ۴ کشور، به نتایج زیر، دست یافتیم: مضمون‌های پوسترهای عقیده‌ای در ۴ کشور انقلابی شوروی، چین، کوبا و ایران، عبارتند از: ۱- قدرت رهبران انقلاب؛ ۲- تبلیغ علیه امپریالیسم و یا دشمن؛ ۳- تبلیغ در جهت صنعتی شدن جامعه؛ ۴- حضور زن در جامعه.

بررسی نشانه‌های پوسترهای عقیده‌ای در گروه اول

یعنی قدرت رهبران انقلاب، در ۴ کشور انقلابی مورد بحث، نشان می‌دهد که روند تغییر ساختار و نشانه‌های پوسترها در طول سال‌های پس از انقلاب تغییر کرده است؛ این تغییر، بیش‌تر براساس تغییر دیدگاه رهبران و مردم کشورهای انقلابی بوده است. چنانچه در پوسترهای کشور شوروی ترکیب‌بندی‌ها در سال‌های اول انقلاب، بیش‌تر استفاده از ترکیب مثلثی و پویا و استفاده از رنگ‌های قرمز و سیاه بوده است و تصویر رهبران انقلاب بسیار بزرگ‌تر از حد تصور طراحی شدند. در چین، ترکیب‌بندی‌ها، به همین صورت است و رنگ قرمز و سیاه هم غالب هستند؛ اما نمایش تصویر رهبران انقلاب، همانند شوروی نیست؛ تصویر رهبران شوروی با قدرت و تحکم نمایش داده شده است؛ اما در چین، تصویر مائو، مانند پدری مهربان طراحی شده است و بزرگ‌تر از حد انتظار نیست. طراحان کشور کوبا، در استفاده از تصویر رهبران انقلاب، روند ملایم‌تری نسبت به شوروی دارند. در مقایسه این سه کشور با ایران، به لحاظ این‌که رهبر انقلاب ایران، یک روحانی بود، در تصویر ایشان، نرمی و لطافت بیش‌تری به کار رفته، و کم‌تر از فیگور تمام قد و چهره قدرتمند استفاده شده است. اگرچه تصاویر بازهم به لحاظ اندازه، بزرگ‌تر از تصور مخاطب است؛ اما در مقایسه با تصاویر رهبران شوروی، باید گفت که در این آثار، قدرت با روحانیت همراه شده است و طراحان بیش‌تر قصد بیان چهره‌ای مردمی و مهربان از رهبر انقلاب ایران داشته‌اند. که این موضوع به نگرش جامعه باز می‌گردد.

گروه دوم پوسترها در زمینه مبارزه با دشمنان انقلاب، به‌خصوص امپریالیسم طراحی شده‌اند. این دسته از پوسترها، که بعد از طراحی رهبران انقلاب، مهم‌ترین نمونه‌های پوسترهای عقیده‌ای در این کشورها هستند، به لحاظ مضمون باهم مشترکند؛ اما در نوع استفاده از نشانه‌ها با یکدیگر متفاوتند. به‌طوری‌که، می‌توان گفت، در شوروی و چین، به‌صورت متوسط از کاریکاتور استفاده نموده‌اند؛ اما در کوبا و ایران، کم‌تر از کاریکاتور استفاده شده است. اغراق و بزرگ‌نمایی در تصویر، در هر چهار کشور به یک میزان می‌باشد. بازهم مشاهده می‌شود که، استفاده از رنگ قرمز در کشور شوروی و چین بسیار زیاد است؛ در حالی که، در کوبا و ایران کم‌تر مشاهده می‌شود. استفاده از شعار نیز در ایران کم‌ترین موارد را به خود اختصاص داده است. در گروه سوم از پوسترها، که به تشویق مردم جامعه برای صنعتی شدن و بازسازی کشوری بهتر، طراحی شده‌اند، باز هم با ترکیب‌بندی پویا و فعال مواجه هستیم. پوسترهای دسته سوم در کشور شوروی، بعد از روی کار آمدن استالین از سال ۱۹۲۶م. به بعد بیش‌تر دیده می‌شوند؛ دوره‌ای که به‌لحاظ شکوفایی دولت کمونیستی شوروی مهم‌ترین دوران است. شوروی در این دوره، تحت فرمان استالین وارد دوره

تغییر و تحولاتی شگرف می‌شود و این کشور را به تنها رقیب هسته‌ای ایالات متحده تبدیل می‌کند و میزان صنعت و رشد اقتصادی را به بالاترین جایگاه خود می‌رساند؛ تأثیرات این وقایع را در محتوای پوسترهای این دوران شاهد هستیم. در این دسته از پوسترها هم بیش‌تر از رنگ قرمز استفاده شده است. تصویر کارگر و کشاورز، و استفاده از تصویر زن در طراحی‌های کشور شوروی و چین کم‌تر دیده می‌شود؛ در حالی که در کوبا و ایران، این موارد، به‌خصوص استفاده از تصویر زن وجود ندارد.

در گروه چهارم، با مضمون زن در پوسترهای سه کشور شوروی، چین و کوبا، در هر دوره، به لحاظ تفاوت نوع نگرش در دیدگاه، شکل و پوشش و شخصیت زن در آن‌ها تغییر می‌کند. سه کشور در سال‌های اولیه انقلاب، زن را همچون مردان تومند و با ابهت به تصویر کشیدند؛ و سعی کردند تا زنان برای مشارکت در جامعه و بازسازی کشور تشویق شوند. در زمان جنگ، زنان به عنوان مادران سرزمین طراحی می‌شوند، مانند پوستر مشهوری در شوروی که در زمان جنگ، سربازان آن را بر سینه خود نصب می‌کردند. اما کم‌کم با فاصله گرفتن از ابتدای انقلاب، جایگاه و ساختار زن در پوسترهای عقیده‌ای تغییر می‌کند و شاید بتوان گفت، زن دیگر جایگاه سابق را در تصاویر ندارد. در محدوده زمانی مشخص، به عنوان مادر و پشتوانه خانواده به کار می‌رود. سپس بیش‌تر به شکلی مصرفی، متفاوت و سرگرم‌کننده تغییر می‌کند و رویکردی متفاوت نسبت به وی اتخاذ می‌شود. در ایران، به علت حرمتی که در اسلام نسبت به مقام زن وجود دارد، این روند به‌طور کلی متفاوت است. در ابتدای انقلاب و سال‌های پس از آن، تلاش می‌شود، مساله حجاب و سپس حضور زن در جامعه تبلیغ شود. اما رفته رفته این تصاویر کم‌تر می‌شود و شاید بتوان گفت، در سال‌های بعد، به‌طور کلی حذف می‌گردد. ترکیب‌بندی پویا و فعال، شعارهای کوتاه و محکم، استفاده از تصاویر سیلوئت (ضد نور)، مهم‌ترین مشخصه‌های این پوسترها هستند. اما در هر چهار کشور با فاصله گرفتن از سال‌های نخست انقلاب، استفاده از این رسانه کم‌تر می‌شود؛ به نوعی که، در شوروی از دهه ۸۰ میلادی تا سال ۱۹۹۱م. پرچم داس و چکش - پس از ۷۴ سال - از فراز کرملین پایین کشیده می‌شود؛ تعداد پوسترهای طراحی شده، در هر سال، انگشت شمار می‌گردد. در چین نیز از دهه ۹۰ میلادی، هم‌چنین در کوبا و ایران هم روند به همین ترتیب است.

شاید تأثیری که در سال‌های نخست انقلاب‌ها، این رسانه بر جامعه داشته، از دست داده است. هرچند که، نوع طراحی، نگرش و شعارها به لحاظ تاریخی تغییر می‌کنند و از حالت دستوری به حالت ملایم‌تری تبدیل می‌شوند؛ اما کم‌کم قدرت بیان خود را از دست

می‌دهند و از سوی فرستنده پیام کم‌تر مورد توجه قرار می‌گیرند.
سرانجام از مطالعه پوسترهای عقیده‌ای چهار کشور، این نتیجه نهایی به دست می‌آید که آن‌ها، به لحاظ ساختار و رویکرد سبک خاصی را به وجود نیاورده‌اند. این هنر، بیش‌تر یک هنر دوره‌ای است و مربوط به دوره مشخصی از تاریخ هریک از این کشورهاست، که تاثیر بسزایی بر نوع طراحی و استفاده از نشانه‌های تصویری پوسترهای دوره‌های بعد از خود گذاشته است. مهم‌ترین نکته در این پوسترها، خودجوش و مردمی بودن آن‌هاست. مخاطب این پوسترها، کلیه اقشار جامعه هستند و آگاهی رهبران از تاثیر این رسانه بر جامعه مشهود است و به خوبی از آن، استفاده می‌کنند. انواع پوستر عقیده‌ای، با مبدأ و مضمون‌های متفاوت، بعد از قرارگرفتن در معرض دید و سپری نمودن دوران خود، تبدیل به ابژه- تصویر می‌شوند و دیگر قادر به تغییر مسیری که ناملاپمات و معاصران و آیندگان برای آن تعیین می‌کنند، نخواهند بود.

پی‌نوشت

- ۱- یکی از فعالان دوره جنگ سرد و استاد کنونی تاریخ مدرن در کالج اوریل دانشگاه آکسفورد است. مدیر «موسسه تحقیقات بحران آکسفورد» (<http://ensani.ir>)
- ۲- در این تحقیق، تنها به بررسی پوسترهای اتحاد جماهیر شوروی، از سال ۱۹۱۷-۱۹۹۱م. پرداخته شده. به همین علت از نام شوروی استفاده شده است.
- ۳- رستا، به معنای انتقال اطلاعات و اخبار توسط تلگراف بود. پنجره‌های رستا، کاغذهای تک‌برگی بود که هنرمندان داستان‌های مضحک را بر روی آن‌ها به تصویر می‌کشیدند (گودرزی، ۱۳۹۰: ۶۳).
- ۴- واقع‌گرایی سوسیالیستی یا رئالیسم سوسیالیستی به انگلیسی (Socialism Realism)، سبکی هنری است که در دوره حکومت شوروی، در شوروی و سپس در دیگر کشورهای کمونیستی پدید آمد. پاگیری رئالیسم سوسیالیستی را با جریان شکل‌گیری انقلاب‌های کارگری و ایجاد حکومت‌های سوسیالیستی هم‌زمان می‌دانند. نخستین بار ماکسیم گورکی، بوخارین، ژدانف طرح آن را پیشنهاد دادند.
بنیان این مکتب، تاکید بر کار است. هدف آن، تولید آثار قابل فهم برای توده‌ها، و هدایت مردم به ستایش کارگر و نقش او در ساختمان کمونیسم بود. رئالیسم سوسیالیست، پس از جنگ جهانی دوم، با کمابیش تفاوت در سبک و موضوع، در بسیاری کشورهای دیگر الگو قرار گرفت (پاکباز، ۱۳۸۵: ۱۲۴).
- ۵- فولخنشویو باتیستا تالیوار (Fulgencio Batista) متولد ۱۶ ژانویه ۱۹۰۱ - درگذشت ۶ اوت ۱۹۷۳ سیاستمدار کوبایی است. او به مدت ۸ سال رئیس جمهور بود که ۷ سال از این مدت را که هم‌زمان با انقلاب کوبا بود، دیکتاتور کوبا لقب گرفت (fa.wikipedia.org).

منابع

- آقا قلی زاده، احمد (۱۳۷۷). *گرافیک سیاسی معاصر ایران، هنرهای تجسمی*، شماره ۳، ۲۹-۴۵.
- تاراجی، منصور (۱۳۷۹). *تاریخ قرن بیستم در ایران و جهان*، تهران: روزنامه ایران.
- تنهایی، آرش (۱۳۸۷). پوستر در سال‌های دگرگونی-گفتگو با کوروش شیشه‌گران، *تندیس*، شماره ۱۴۲، ۱۴.
- تنهایی، آرش (۱۳۸۹). *اوج‌های پوستر در ایران-یوسترهای انقلاب با گروه ۵۷، تندیس*، شماره ۱۹۲، ۱۸-۱۹.
- پاکباز، روبین (۱۳۸۵). *دایره‌المعارف هنر*، چ پنجم، تهران: فرهنگ معاصر.
- پیپه، مندس (۱۳۸۷). *سیاست و جامعه در پوستر کوبا، نشان*، شماره ۱۸، ۷۱.

- دانشگر، فهیمه (۱۳۷۴). مقدمه‌ای بر تجزیه و تحلیل پیام تصویر فرهنگی- عقیده‌ای بعد از انقلاب، *جلوه هنر*، شماره ۴، ۷۴-۸۱.
- عالی، ابوالفضل (۱۳۶۷). *ده سال با طراحان گرافیک انقلاب اسلامی*، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی حوزه هنری.
- گودرزی، مرتضی (۱۳۹۰). *گرافیک انقلاب ایران*، تهران: فرهنگستان هنر.
- Almond, M. (2004). The Price of People's Power. (Rahimeh Abbasi, Trans.). *History of Foreign Relations*, 21, 197-201.
- Chinese Posters. *Propaganda, Politics, History, Art*. Retrieved 2012.11.09 from <https://chineseposters.net/>.
- Cushing, L. (2010). *Cuban Poster Art*. Retrieved 2012.09.10 from <http://www.docspopuli.org>.
- Soviet Posters. (2009). Retrieved 2012.11.09 from www.iisg.nl/exhibitions/chairman.
fa.wikipedia.org (Retrieved:06/2/2019).

منابع تصویری:

- <http://sovietart.me>, Retrieved:09/10/2012.
<http://www.rangmagazine.com>, Retrieved 31/11/2015.
postermovement.ir, Retrieved 01/12/2015.

References

- Agha Gholizadeh, A. (1998). Contemporary Political Graphics of Iran. *HONAR-HA-YE-ZIBA HONAR-HA-YE TAJASSOMI*, 3, 29 – 45 (Text in Persian).
- Almond, M. (2004). The Price of People's Power. (Rahimeh Abbasi, Trans.). *History of Foreign Relations*, 21, 197-201.
- Aly, A. (1988). *A Decade with Graphic Designers of the Islamic Revolution*. Tehran: Hozeh Honari, Islamic Development Organization (Text in Persian).
- Chinese Posters. *Propaganda, Politics, History, Art*. Retrieved 2012.11.09 from <https://chineseposters.net/>.
- Cushing, L. (2010). *Cuban Poster Art*. Retrieved 2012.09.10 from <http://www.docspopuli.org>.
- Daneshgar, F. (1994). An Introduction of Propaganda Message Analysis after the Revolution. *JELVE-Y-HONAR*, 4, 74-81.
- Goudarzi, M. (2011). *Graphic of Revolution (Committed Social-Religious Art in Iran)*. Tehran: Matn.
- Pakbaz, R. (2006). *Encyclopedia of Art*. Tehran: Farhang-e Moaser (Text in Persian).
- Pepe, M. (2008). Politics and Society in the Cuban Poster. *Neshan*, 18, 71 (Text in Persian).
- Soviet Posters. (2009). Retrieved 2012.11.09 from www.iisg.nl/exhibitions/chairman.
- Tanhaei, A. (2010). Zeniths of the Art of Poster in Iran: Posters of Revolution with Group 57. *Tandis*, 192, 18-19 (Text in Persian).
- Tanhaei, A. (2008). Poster in the Years of Metamorphosis: Conversation with Koorosh Shishegaran. *Tandis*, 142, 14 (Text in Persian).
- Taraji, M. (2000). *History of the 20th Century in Iran and the World*. Tehran: Iran Newspaper (Text in Persian).
fa.wikipedia.org (Retrieved:06/2/2019)

Images Sources:

- <http://sovietart.me>, Retrieved:09/10/2012.
<http://www.rangmagazine.com>, Retrieved 31/11/2015.
postermovement.ir, Retrieved 01/12/2015.

Comparative Study of Propaganda Posters' Presentation & Context, in Revolutionary Society: USSR, China, Cuba & Iran¹

F. Daneshgar²
M. Taheri³

Received: 2016.12.11
Accepted: 2018.05.12

Abstract

According to Mark Almond, "the most important revolutions of the twentieth century happened are those of the Soviet Union, China, and Iran". The Cuban Revolution was also inspired by its communist counterpart in China and the Soviet Union. Throughout the two aforesaid revolts, propaganda posters were the key media that could convey their message to the world. The most important reason for employing such media was the attention being paid to it by the revolutions' leaders and their awareness of the impact of this type of art on the public opinion; hence, they made the most use of this media for the progression of their revolutionary objectives. The paper at hand seeks to answer these very questions that: What were the purposes of using propaganda posters in revolutionary societies? What were these posters about? How have they changed during their respective revolutions? And what similarities and differences the posters held in these four countries?

The study employs documentary research method in the literature review; nevertheless, comparative method of research has been used for appraising the posters of the four countries uses. The purpose of this research is to examine the thought currents of the revolutions' leaders as well as the way these posters impressed the people's minds and contributed to the development of these revolutions .

First and foremost, the research examines the common viewpoints the poster designers of the four countries held, followed by the comparative study of the form and content of the posters of the Soviet Union, China, Cuba and Iran .

The results indicated that the leaders of the revolutions utilized the posters to achieve their goals. In all the four countries, the posters were designed for identifying revolutionary figures, fight against imperialism, the advancement of industry as well as the presence of women along men. But after a short period of time, this media turns into an image-object, and it is no longer able to change the path being determined by the complications of time or the contemporary and the future generation.

Keywords: Soviet Revolution, Cuba, China, Iran, propaganda poster.

¹10.22051/jjh.2018.13050.1193

The present paper is extracted from the M.A. Thesis of M. Taheri in Islamic Azad University, Yadegar-e Emam Branch, titled: "Comparative Study of Propoganda Posters' Presentation & Context, in Revolutionary Society: USSR, China, Cuba & Iran".

² Associate Prof. of Visual Communications, Alzahra University, Tehran, Iran, f.daneshgar@alzahra.ac.ir.

³ Instructor of Graphics, Islamic Azad University, Yadegar-e Emam Branch, Tehran, Iran (Corresponding Author)taherimona1@gmail.com.