

حسام‌الدین حوریه  
و ما  
که دل زانماش حسرت‌داره

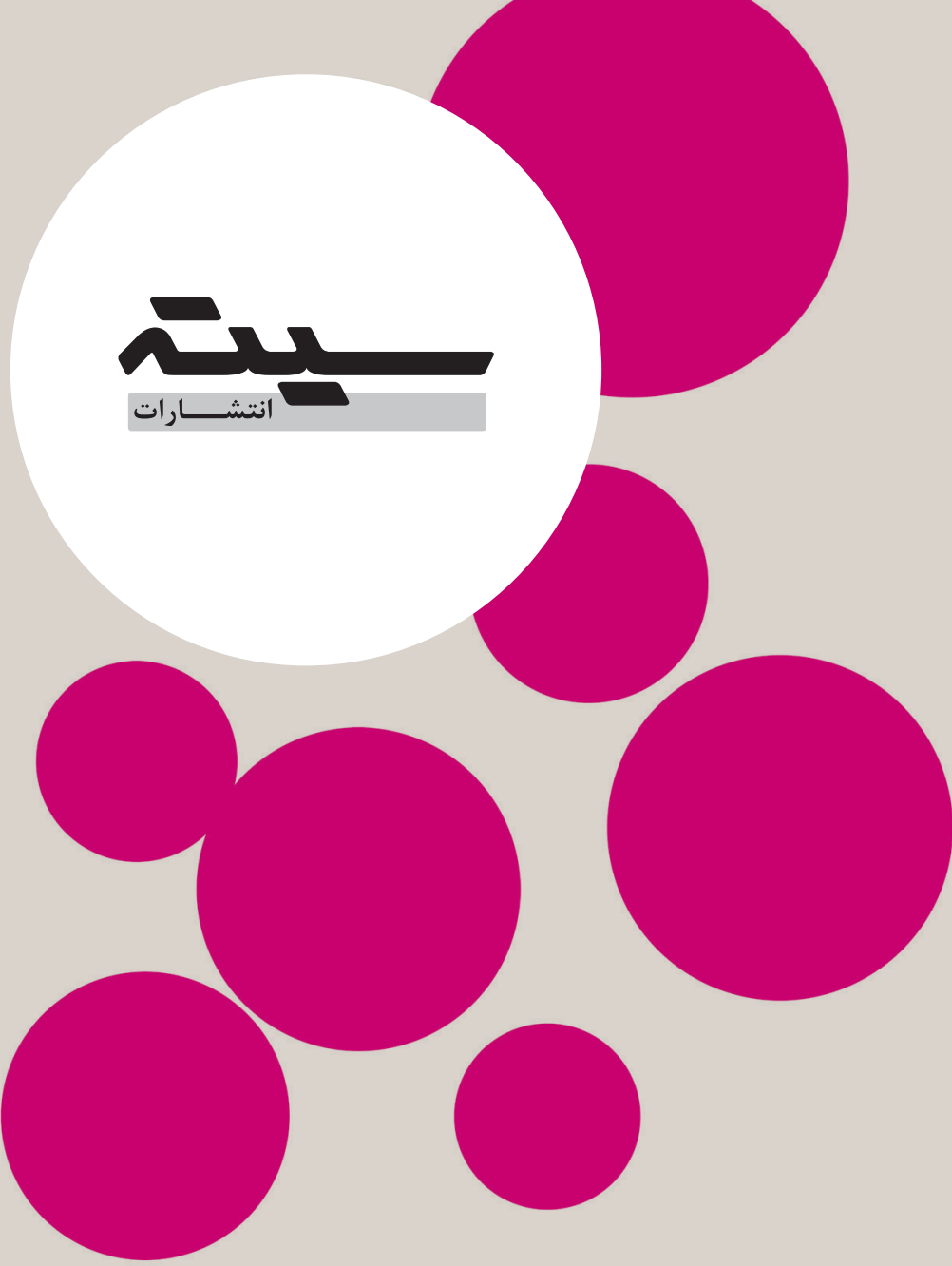


# سرخ سیاه

به روایت سیته

سی سال تبلیغ





سرشناسه:

ترکمن، شاهین، ۱۳۴۵ -

عنوان و نام پدیدآور:

سرخ و سیاه: سی سال تبلیغ به روایت سینه / گردآوری شاهین ترکمن؛  
عکس‌ها سید محمود پاکزاد؛ ویراستار آژیتا جمشیدنژاد اول.

مشخصات نشر:

تهران: سینه، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری:

۲۲۴ ص.: مصور (بخشی رنگی)؛ ۱۵X۱۵ س.م

فروست:

راهکارهای تبلیغات و بازاریابی.

شابک:

۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۵۴-۲

وضعیت فهرست‌نویسی:

فیفا

موضوع:

آگهی‌های تبلیغاتی -- ایران -- مصور

موضوع:

تبلیغات -- ایران

شناسه‌ی افزوده:

پاکزاد، سید محمود، ۱۳۰۳ - ۱۳۸۰، عکاس

شناسه‌ی افزوده:

جمشیدنژاد اول، آژیتا، ۱۳۶۰ -، ویراستار

رده‌بندی کنگره:

۱۳۹۲ ت ۹ الف / HF۵۸۰۸

رده‌بندی دیوبی:

۶۵۹/۱۱۲۵

شماره‌ی کتابشناسی ملی:

۳۱۴۹۱۲۰

# تاریخ سینه نامه

سرخ و سیاه  
سی سال تبلیغ به روایت سینه

گردآوری: شاهین ترکمن

مدیریت هنری و طراحی: رضا عابدینی و ایمان راد  
عکس‌های تهران قدیم: سید محمود پاکزاد  
مدیر اجرایی: فیروزه یاوری

ویرایش: آرزیتا جمشیدنژاد اول  
ترمیم و اصلاح آگهی‌ها: آتلیه‌ی سینه  
اجرای صفحات: محبوبه مهربانی  
واژه‌نگاری: مجید اسماعیلی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: طیف نگار

چاپ نخست: ۱۳۹۶  
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه  
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۵۴-۲

**سینه**  
انتشارات

حق چاپ و نشر محفوظ است.

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹، دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲  
[www.citehpub.com](http://www.citehpub.com)

# سورج

سی سال تبلیغ



# سپتاره

به روایت سینه





• 4  
3  
2  
1

۱۷

مقدمه

شاهین ترکمن

۲۱

از تماشاخانه‌ی گیلان تا دفتر خیابان حقوقی  
حسن نوری

۲۵

سال‌های دور، سال‌های عشق و افتخار  
مجید بلوچ

۳۰

آوازه‌ی پر آوازه  
محسن میرزایی

۳۳

دوره‌ی طلایی تبلیغات  
کامران کاتوزیان

۴۰

بخشی از تاریخ طراحی گرافیک ایران  
امرالله فرهادی

۴۳

ستاره‌ی دنباله‌دار  
ابراهیم حقیقی

۴۴

آگهی‌ها

۲۱۵

نمایه





آوازه

آوازه  
Citeh Advertising Agency

آوازه  
Citeh

آوازه  
تأسیس ۱۳۴۸



تقدیم به پدر گرانقدرم  
پدري که همواره چون مرشدی آگاه  
در طول مسیر زندگی  
راهنمای من بوده است و  
تمام پرتوهای وجودش الهام‌بخش من

# سرخ سیاه

کتابی که پیش رو دارید، مجموعه‌ای از نمونه‌ی کارهای تبلیغاتی نسل گذشته‌ی ما در شرکت سیتہ است که برای ما یادشان همیشه باقی و حسشان، همیشه جاری است. از سوی دیگر، این کتاب نماینده‌ی نسلی از تبلیغات است که پایه‌گذار تبلیغات نوین در ایران بودند؛ نسلی که نسبت به زمان خود پیشرو بودند و همه‌ی ما حاضران در صنعت تبلیغات، ادامه‌دهنده‌ی راه آنان هستیم و به نوعی نسبت به آنان مسئول. مسئول حرکت، رشد، پیشرفت، بهتر شدن و در نهایت، هموار کردن راه برای نسل‌های بعدی.

مجموعه‌ی کارهای انتخاب‌شده در این کتاب به دو دوره‌ی کاری آژانس آوازه و سیتہ مربوط می‌باشد. شرکت تبلیغاتی آوازه با همت و شراکت آقایان بنی‌یعقوب و نوری در دهه‌ی ۳۰ش. شروع به کار کرد. به عبارتی، مدیران ارشد کانون آگهی زیبا به دلایل شخصی با جدایی از آن شرکت، کانون آوازه را تأسیس کردند و پس از شروع به کار، تعدادی از همکاران و دوستان خود، از جمله نظام مرتضوی، مجید بلوچ و دکتر پارسادوست را که هر کدام سوابق و تجربه‌های متعددی در حوزه‌ی تبلیغات داشتند، به جمع کاری خود اضافه نمودند. بدین ترتیب یکی از بهترین گروه‌های تحصیل‌کرده و متخصص در این حوزه کنار هم جمع شدند.

پس از حدود ۱۰ سال کاری، اواسط دهه‌ی ۴۰ش. به دلیل مشکلات قانونی پیش آمده مجبور شدند نام کانون را به «سیتہ» تغییر دهند و به اجبار تعدادی از شرکا تغییر یابند. در پی این جابه‌جایی نام و شرکا، تغییراتی در نوع کارکرد و هدف‌گیری شرکت نیز به وجود آمد.

نام سیتہ با پیشنهاد محمود پاینده، شاعر و ادیب فارسی‌زبان گیلکی انتخاب شد. سیتہ نام پرنده‌ای سیاه و کوچک است که در شمال ایران زندگی می‌کند و نیز در زبان فرانسه به معنی شهر می‌باشد.

>  
نشانه‌ی شرکت آوازه  
۱۳۳۸-۱۳۴۸  
طراحی: حسن نوری

>  
نشانه‌ی شرکت سیتہ  
۱۳۴۸-۱۳۵۶  
طراحی: حسن نوری

>  
۱۳۵۶-۱۳۹۰  
طراحی: حسن نوری

>  
۱۳۹۱  
طراحی: فیروزه یآوری با مشورت امرالله فرهادی

آگهی‌های چاپ‌شده در این کتاب به ۳ دوره‌ی سال‌های ۳۰، ۴۰ و ۵۰ ش. کانون آواز و سینه مربوط می‌باشد که در مرحله‌ی نخست در بین حدود ۶۰۰۰ آرت‌ورک موجود، ۵۰۰ عدد جدا شد و در مرحله‌ی دوم با کمک و همراهی آقایان کامران کاتوزیان، ابراهیم حقیقی و ام‌الله فرهادی تعداد حاضر برای چاپ در کتاب انتخاب گردید. بدیهی است برای انتخاب کارها دلیل قانع‌کننده‌ای وجود داشته است. برخی به دلیل تفکر موجود در آن‌ها، برخی به دلیل شعارشان و برخی دیگر به دلیل ترکیب‌بندی، گرافیک و یا طراحی خاص انتخاب شده‌اند.

در این مجموعه تمامی کارهای انتخاب‌شده ۲ رنگ هستند. در میان کارهای دهه‌ی ۵۰، تعداد بی‌شماری کارهای چهار رنگ وجود داشت که به دلیل یکدست بودن کتاب کنار گذاشته شدند. همچنین کارهای بسیاری نیز وجود داشتند که یا به دلیل نوع محصولات (مانند کمپین‌های تبلیغاتی شرکت دخانیات و آگهی‌های سیگار) و یا به لحاظ محدودیت‌ها و حساسیت‌های فعلی جامعه از چاپ آن‌ها منصرف شدیم.

در خصوص انتخاب نام کتاب، از آن جا که نام باید گویای محتوا باشد و با توجه به این که تمامی آگهی‌های انتخاب‌شده به دوره‌ای مربوط می‌شود که تبلیغات در روزنامه‌های کشور محدودیت چاپ ۲ رنگ را داشت و در نتیجه قرمز و مشکی بودند، با مشاوره‌ی دوستانی که در حوزه‌ی تولید کتاب داشتیم و با کمک آقایان ام‌الله فرهادی و رضا عابدینی و یار همیشگی کتاب خانم فیروزه یآوری، پس از بررسی‌های فراوان در میان نام‌های پیشنهادی، نام «سرخ و سیاه» را انتخاب کردیم و در توضیح آن نوشتیم: «سه دهه تبلیغ به روایت سینه».

مراحل اجرایی این کتاب، مدت ۸ سال طول کشید که ۴ سال آن به جمع‌آوری، انتخاب، تمیز کردن تصاویر و بازسازی آن‌ها و دوباره اصلاح و انتخاب و گزینش نهایی گذشت و ۴ سال دیگر، به طراحی کتاب و زمان مورد نیاز برای طراحی که رضا عابدینی عزیز به آن نیاز داشت.

در این چند سالی که صرف مراحل اجرایی کتاب شد، اهالی سینه از هیچ کوششی دریغ نکردند. اهالی‌ای که در دنیای همکاری همیشه لطفشان شامل حال من بوده، به خصوص حضور و کمک خانم ماندانا آینه‌چیان و آقای صالح تسبیحی در این میان بزرگ و فراموش‌نشده‌ای است.

طراحی و لی‌آت صفحه‌ها و جلد کتاب، کار رضا عابدینی است که هر چند زمان آن طولانی شد، اما توجه و توانایی ایشان در تکمیل، ارائه‌ی خوب و بقای کتاب مشهود و غیرقابل انکار است. جا دارد که از ایشان و نیز همکارشان آقای ایمان راد تشکر کنم.

اما تشکر و سپاس ویژه از آقای ام‌الله فرهادی که در طول ۵ سال گذشته در تمام مدت تولید کتاب با حوصله و صبر، از هیچ کمکی دریغ نکرد. همچنین سپاسی همیشگی از یار دیرینه‌ی سینه خانم فیروزه یآوری که همواره با حضور پررنگش در تمامی کارهای اجرایی مسیری هموار پیش روی ما گذاشته است، به ویژه در طول ۸ سال گذشته وی با تلاش، صبوری و همراهی ستودنی تولید این کتاب را تا پایان مدیریت نمود. به انصاف بی‌او این کتاب به مرحله‌ی چاپ نمی‌رسید. در آخر از تمام کسانی که برای کتاب متنی را نوشتند، آقایان کامران کاتوزیان، محسن میرزایی، ابراهیم حقیقی، مجید بلوچ، حسن نوری و ام‌الله فرهادی تشکر می‌کنم و از توجه و لطف ایشان سپاسگزارم.

چاپ این کتاب به نوعی رسالت و ادای دین این شرکت به نسل گذشته و ایجاد خط ارتباطی با نسل حال و آینده‌ی تبلیغات کشور است. خط ارتباطی‌ای که بین تبلیغات نسل اول با نسل‌های بعدی است؛ خطی که سال‌ها پیش گم شد. نمونه‌ی کارهایی که در این کتاب چاپ شده‌اند، به نسلی از شرکت سینته مربوط می‌شوند که تعدادی از آنان دیگر در بین ما نیستند و باقی هم سال‌هاست که کار نمی‌کنند. از همین جا از تمامی آن عزیزان، آقایان بنی یعقوب، حسن نوری، مرحوم چهاربخشی، مرحوم هوشمند، نظام مرتضوی، مجید بلوچ، آرکادی بوغوسیان، آلکس گورگیز، مرتضی کاتوزیان، استاد کابلی و نیز تمام کسانی که نمونه‌هایی از کارهایشان در این کتاب چاپ شده است، قدردانی و تشکر می‌کنم. به امید آن که با چاپ آثار ارزشمند این عزیزان یاد و خاطره‌ی آنان و کارهایی که کرده‌اند، همیشه جاوید باقی بماند.

امید و سپاس  
شاهین ترکمن  
تابستان ۹۶

