

“Drama” in Selected Iranian Cinema Posters: A Study in Structuralist Narratology

Sam Izadi¹ iD, Behrouz Mahmoudi Bakhtiari² iD

¹PhD Candidate of Theatrical Studies, Department of Performing Arts, College of Fine Arts, University of Tehran, Tehran, Iran.

²Associate Professor, Department of Performing Arts, College of Fine Arts, University of Tehran, Tehran, Iran.

(Received: 1 Sep 2022; Received in revised form: 27 Feb 2023; Accepted: 19 Nov 2023)

Despite the expansion of video media and virtual networks with the ability to share video, the poster is still one of the first and most important elements of a film that provides information about it to the audience. It is a poster that depicts the message and atmosphere of the movie in a fixed frame to attract the attention of the audience and invite them to watch the movie. Beyond the beauty and image of popular stars, the ideal poster offers thousands of things about the movie to the audience, because a picture more worthes than a thousand words. In fact, the small details of movie posters can easily convey important elements of the story, characters, genre and many other dramatic elements of the film to the audience and become the first narrative and dramatic element of the film. Searching for drama and narrative in two-dimensional arts such as posters is possible through different and intertextual readings. By knowing the concepts of narrative layers in Gerard Genet's theories of narratology, as well as familiarizing with the special features of cinematic narratives that have been proposed in the theories of people like Seymour Chatman, it is possible to examine the structure of drama in the narrative of a film and compare it with the narrative elements hidden in the corresponding poster. Establishing a connection between the two cinematic and visual texts and between the dramatic narrative in the film and the poster, a practical solution for creating dramatic and narrative posters has been offered. In this research, after introducing the drama and its components, the dramatic elements in selected posters of Iranian cinema have been analyzed based on the theories of narrative layers of Gerard Genet and Seymour Chatman's cinematic narrator. With the completion of this research, it became clear that by relying on the theory of narrative layers, narrative can be found in non-narrative and non-dramatic arts, and by referring to the theory of the cinematic narrator and knowing the tools of cinematic narration, it is possible to differentiate between the two mediums of film and Poster communicated and analyzed

drama and story in these two media. In this method, the cinematic tools of the film convey the story and drama to us, and we reach the story from the cinematic discourse. Then, based on the story, the poster is studied to determine how the story and drama are displayed in the visual discourse of the poster. Based on the findings of this research, it can be stated that the drama in the posters of the 60s and 70s of Iranian cinema shows itself on three levels: on the first level, the genre and the theme of the movie are reflected in the poster. At the second level, the characters and the relationships between them are defined, and at the last level, the plot of the drama is conveyed to the audience through the depiction of the dramatic action.

Key words

Narratology, Narrative Layers, Movie Narrator, Movie Poster, Drama.

Citation: Izadi, Sam; Behrouz, Mahmoudi Bakhtiari (2023). “Drama” in Selected Iranian Cinema Posters: A Study in Structuralist Narratology, *Journal of Fine Arts: Visual Arts*, 28(3), 141-154. (in Persian) DOI: <https://doi.org/10.22059/jfava.2023.351122.667012>



«درام» در برگزیده‌ای از پوسترهای سینمای ایران؛ مطالعه‌ای در چارچوب روایت‌شناسی ساختارگرا

سام ایزدی^۱، بهروز محمودی بختیاری^{۲*}

^۱ دانشجوی دکتری مطالعات تئاتر، گروه هنرهای نمایشی، دانشکده‌گان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
^۲ دانشیار گروه هنرهای نمایشی، گروه هنرهای نمایشی، دانشکده‌گان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
(تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۸/۲۲، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۳/۲۵، تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۵/۲۱)

چکیده

باوجود گسترش رسانه‌های ویدئویی و شبکه‌های مجازی باقابلیت اشتراک‌گذاری آثار ویدئویی، پوستر هنوز یکی از اولین و مهم‌ترین عناصر اطلاع‌رسان در مورد یک اثر سینمایی است. اجزای متنوع پوسترهای سینمایی به‌راحتی می‌توانند عناصر مهمی از داستان، شخصیت‌ها، ژانر و بسیاری از اجزای دراماتیک دیگر فیلم را به مخاطب منتقل کنند و به اولین عنصر روایی و دراماتیک فیلم تبدیل شوند. از آنجاکه جست‌وجوی درام و روایت در هنرهای دوبعدی مانند پوستر از طریق خوانش‌های بینامتنی امکان‌پذیر است، با شناخت مفاهیم لایه‌های روایی در نظریات ژنر و همچنین آشنایی با ویژگی‌های روایت سینمایی در نظریات افرادی مانند سیمور چتمن، می‌توان میان روایت دراماتیک در فیلم و پوستر ارتباط برقرار کرد و از این طریق راهکاری عملی برای خلق پوسترهای دراماتیک و روایی عرضه کرد. در این پژوهش، پس از معرفی درام و اجزای سازنده آن، عناصر دراماتیک موجود در پوسترهای برگزیده سینمای ایران در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ براساس نظریات ژنر و چتمن مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. بر اساس یافته‌ها، می‌توان گفت که درام در پوسترهای دهه‌های ۴۰ و ۵۰ سینمای ایران در سه سطح خود را نشان می‌دهند: در سطح اول ژانر و موضوع (تم)، در سطح دوم شخصیت‌ها و روابط میان آن‌ها و در سطح آخر پیرنگ درام با به تصویر کشیدن کنش دراماتیک به مخاطب منتقل می‌شود.

واژه‌های کلیدی

روایت‌شناسی، لایه‌های روایی، راوی سینمایی، پوستر فیلم، درام.

استناد: ایزدی، سام؛ بهروز، محمودی بختیاری (۱۴۰۲)، «درام» در برگزیده‌ای از پوسترهای سینمای ایران: مطالعه‌ای در چهارچوب روایت‌شناسی ساختارگرا، نشریه

هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی، ۲۸(۳)، ۱۴۱-۱۵۴. DOI: <https://doi.org/10.22059/jfava.2023.351122.667012>

مقدمه

پوستر فیلم می‌افزایند، میان دو رسانه فیلم و پوستر ارتباط برقرار می‌کنند، پوستر فیلم را از دیگر پوسترهای تبلیغاتی جدا می‌کنند و در مجموع باعث ماندگاری یک پوستر فیلم در ذهن ما می‌شوند و نقشی تصویری از فیلم در ذهن ما ایجاد می‌کنند. به‌منظور نیل به هدف ذکر شده در بالا، پس از نگاهی اجمالی به پوستر فیلم، به مفهوم و ویژگی‌های درام اشاره می‌کنیم و سپس با معرفی مفهوم لایه‌های روایی^۱ در نظریات ژرار ژنت^۲ و راوی سینمایی^۳ سیمور چتمن^۴ به بررسی درام در برگزیده‌های از پوسترهای سینمای ایران خواهیم پرداخت. در این پژوهش کیفی که به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است، تمام اطلاعات و داده‌ها به روش کتابخانه‌ای و با استفاده از معتبرترین منابع داخلی و خارجی اعم از کتاب، مقاله و رسالات دانشگاهی جمع‌آوری شده‌اند و سپس پوسترهای مورد مطالعه با استدلال‌های قیاسی و استقرایی مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

خود جلب کرده است اما به نظر می‌رسد که مقاله حاضر، نخستین پژوهش مستقلی باشد که با رویکردی روایت‌شناختی به مطالعه درام در پوسترهای سینمای ایران می‌پردازد.

مبانی نظری پژوهش پوستر فیلم

پوستر فیلم پوستری است که برای معرفی و تبلیغ یک فیلم با هدف ترغیب مشتریان برای دیدن آن استفاده می‌شود. استودیوها اغلب پوسترهای مختلفی را چاپ می‌کنند که از نظر اندازه و محتوا برای بازارهای مختلف داخلی و بین‌المللی متفاوت هستند. پوسترهای فیلم اغلب در داخل و خارج از سینماها و جاهای دیگری مثلاً در خیابان یا فروشگاه‌ها به نمایش گذاشته می‌شوند. همین تصاویر در کنفرانس‌های مطبوعاتی فیلم ظاهر می‌شوند و همچنین می‌توانند در وبسایت‌ها، جلد دی‌وی‌دی (و پیش از آن نوار ویدئو)، بروشورها، آگهی‌های روزنامه‌ای و مجلات و سایر موارد مرتبط با تبلیغ فیلم استفاده شوند.

پوسترهای فیلم از زمان اولین نمایش‌های عمومی فیلم مورد استفاده قرار گرفته است. استفاده از پوستر فیلم با پلاکاردهایی که خارج از سالن سینما، اسم و ساعت پخش فیلم را نشان می‌داد، شروع شد. در اوایل دهه ۱۹۰۰، ارائه تصویری از یک صحنه فیلم یا مجموعه‌ای از تصاویر چندین صحنه به‌صورت کنار هم قرار گرفته رونق گرفت. برخی پوسترها از تفاسیر هنری یک صحنه یا حتی مضمون فیلم استفاده می‌کردند که در سبک‌های هنری مختلف به تصویر کشیده شده بودند و حتی در طراحی پوستر برخی فیلم‌ها از تمثیل و نماد برای اشاره به موضوع و تم فیلم استفاده می‌شد.

پس از دوره‌ای که برادران لومیر^۵ مجموعه‌ای از فیلم‌ها کوتاه خود را با یک پوستر و تحت عنوان *نمایش فانوس جادویی*^۶ تبلیغ می‌کردند، «اولین پوستر که برای یک فیلم خاص طراحی شده بود، بر اساس تصویری از مارسلین اوزول^۷ برای تبلیغ پخش فیلم برادران لومیر، *باعیان آب پاشی شده*^۸ در گران کافه پاریس در ۲۶ دسامبر ۱۸۹۵ ساخته شد» (Smith, 2018, 11). این پوستر تماشاگرانی را به تصویر می‌کشد که در حال دیدن این فیلم هستند و با لبخند و شادی به اولین فیلم کم‌دی تاریخ سینما واکنش

در اغلب اوقات، اولین برخورد ما با یک اثر سینمایی از طریق پوستر و یا آنونس آن اثر است و همین پوستر یا تیزر است که در بسیاری از موارد کششی برای تماشای اثر در ذهن ما ایجاد می‌کند. البته تفاوت پوستر و تیزر در این است که پوستر را در جاهای متعددی مثل جلوی سالن‌های سینما، بیلبوردهای شهری، شبکه‌های مجازی و فضاهای متعدد دیگر هم می‌توان دید. پوسترها عناصری مهم و حیاتی در فرایند بازاریابی فیلم هستند و نقش بزرگی را هم در جذب اولیه مخاطب، هم در ماندگاری اثر در خاطرات تصویری مخاطبان ایجاد می‌کنند. اکنون باید پرسید که چه عناصری باعث جذابیت و ماندگاری پوستر یک فیلم می‌شود؟ ارتباط میان دو رسانه دراماتیک (فیلم) و تجسمی (پوستر) چگونه شکل می‌گیرد، و پوستر فیلم چه تفاوتی با سایر پوسترهای تبلیغاتی دارد؟ پیش‌فرض این مقاله این است که پاسخ همه پرسش‌های بالا با «درام» و «روایتگری»^۹ گره‌خورده است. در واقع این دو عنصر هستند که به جذابیت‌های ترکیبی

روش پژوهش

در این پژوهش کیفی که به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است، تمام اطلاعات و داده‌ها به روش اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای و با استفاده از معتبرترین منابع داخلی و خارجی اعم از کتاب، مقاله و رسالات دانشگاهی جمع‌آوری شده‌اند و سپس پوسترهای بیش از سی صد فیلم ایرانی از دهه ۴۰ و ۵۰ خورشیدی با استدلال‌های قیاسی و استقرایی مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

پیشینه پژوهش

نوشتارهایی که به بررسی درام یا روایت در هنرهای تصویری بپردازند بسیار معدودند؛ غالب جستارهای علمی پیرامون درام، به بررسی این عنصر در تئاتر، سینما، تلویزیون و در مجموع هنرهای دراماتیک پرداخته‌اند و پژوهش‌های روایت‌شناسانه نیز بیشتر به فرم‌های سنتی روایت از جمله رُمان محدود شده‌اند. از اندک مقالات فارسی درباره درام در هنرهای تصویری می‌توان به مقاله‌ی «بررسی کنش دراماتیک و انتقال جوهره درونی نمایش در پوسترهای تئاتر میشل باتوری با رویکرد نشانه‌شناسانه» نوشته ایزدی (۱۳۹۷) اشاره کرد که در آن چگونگی انتقال کنش و تم نمایش در پوسترهای تئاتر میشل باتوری هنرمند لهستانی مورد مطالعه قرار گرفته است.

البته به‌جز درام و روایت، جنبه‌های دیگر پوسترهای سینمایی ایران به‌صورت جسته‌وگریخته مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به مقاله «بازنمایی جنسیت در پوستر فیلم‌های پر فروش پنجاه سال اخیر سینمای ایران» نوشته آقابابایی و زهرانی (۱۳۹۴) اشاره کرد که در آن نقش گفتمان اجتماعی و سیاسی در تغییرات محتوایی بازنمایی جنسیت در پوسترهای سینمای ایران مورد بررسی قرار گرفته است. کتاب *صد سال اعلان و پوستر فیلم در ایران* نوشته مسعود مهرابی (۱۳۹۰) نیز یکی از مهم‌ترین منابع بررسی پوسترهای سینمایی در ایران است که مجموعه نابی از پوسترهای سینمایی از نخستین روزهای نمایش فیلم در ایران تا دوره معاصر را در خود جای داده است. باوجود اینکه پوستر و به‌ویژه پوستر فیلم به‌صورت جسته‌وگریخته توجه‌ها را در آثار پژوهشی به

که در آن کنش داستان تنها از طریق حرکت بدن بیان می‌شود. این در حالی است که درام را می‌توان با موسیقی هم ترکیب کرد؛ مثلاً در اپرا، متن نمایشی در کل اجرا به‌صورت آواز خوانده می‌شود و در برخی از حرکات باله؛ بیان یا تقلید احساسات، شخصیت و کنش روایی از طریق موسیقی صورت می‌گیرد. تئاتر موزیکال هم شامل دیالوگ گفتاری و هم آوازی است و برخی از اشکال دیگر درام دارای موسیقی ضمنی یا ضمیمه‌ای است که بر دیالوگ تأکید می‌کند، مثل ملودرام و تئاتر نو ژاپنی (Banham, 1998). درام خواننداری^{۱۷} فرمی است که به‌جای اجرا تنها برای خواندن در نظر گرفته شده است. در بداهه‌سازی، درام پیش از لحظه اجرا وجود ندارد، اجراکنندگان یک متن دراماتیک را به‌صورت خودجوش در برابر تماشاچیان خلق می‌کنند. در واقع ما در زمان بررسی درام به دنبال شکلی از داستان هستیم که «نشان داده می‌شود» و با گونه‌های دیگر داستان که «گفته می‌شوند» متفاوت است.

روایت‌شناسی ساختارگرا و لایه‌های روایی

روایت‌شناسی^{۱۸} یا نظریه روایت^{۱۹} دانش مطالعه روایت‌ساختارهای روایی و همچنین راه‌های تأثیر آن‌ها بر ادراک انسان است. روایت‌شناسان با بررسی وجوه تفاوت و شباهت میان کمینه‌های روایت به دنبال ایجاد الگویی قابل تعمیم برای انواع روایت‌ها هستند. باوجود اینکه روایت‌شناسی دانشی جدید محسوب می‌شود اما تبار نظری آن تا رسطو قابل ردیابی است، باین‌حال به‌صورت عمومی پذیرفته شده است که روایت‌شناسی مدرن با فرمالیست‌های روسی، به‌ویژه کتاب *ریخت‌شناسی قصه‌های پریان*^{۲۰} (۱۹۲۸) اثر ولادیمیر پراپ^{۲۱} و نظریه‌های میخائیل باختین^{۲۲} در کتاب *تخیل مکالمه‌ای*^{۲۳} (۱۹۷۵) آغاز شده است. روایت‌شناسی نیز مانند هر شاخه دیگری از علوم نظری تحولات و دوره‌های متعددی به خود دیده که ساختارگرایی یکی از آن‌هاست. ژرار ژنت یکی از چهره‌های شاخص «روایت‌شناسی ساختارگرا» است که با طرح اصطلاحات و رویکرد مخصوص خود در پژوهش‌های آتی روایت‌شناسان تأثیر زیادی به‌جای گذاشت.

از نظر ژنت، «لایه‌های روایی» یکی از سه مقوله شکل‌دهنده موقعیت روایت^{۲۵} است، و دو مقوله دیگر، زمان روایت^{۲۶} و شخص^{۲۷} هستند. ژنت در تعریف مفهوم لایه‌های روایی^{۲۸} می‌گوید: «هر رویدادی که روایت نقل می‌کند در لایه داستانی قرار می‌گیرد. این لایه بلافاصله بالاتر از لایه‌ای است که عمل روایتگری که مولد این روایت است، در آن صورت می‌پذیرد» (Genette, 1972, 228). ژنت برای درک بهتر این مفاهیم لایه‌ای را که رویدادها در آن صورت می‌پذیرد لایه درون داستانی^{۲۹} و لایه‌ای را که عمل روایتگری در آن صورت می‌گیرد لایه برون داستانی می‌نامد. او همچنین اشاره می‌کند که ممکن است که یکی از شخصیت‌ها داستانی را درون داستان اصلی روایت کند، رویدادهایی که شخصیت نقل می‌کند در لایه‌ای درونی‌تر به نام لایه فروداستانی^{۳۰} قرار می‌گیرد. ژنت با ترسیم یک خط مرزی مستحکم میان لایه‌های روایی این‌گونه مطرح می‌کند که «جابه‌جایی میان لایه‌های روایی فقط از طریق عمل روایت کردن صورت می‌پذیرد ... هر شکل دیگر از جابه‌جایی اگر نگوئیم غیرممکن است، همواره نوعی لغزش از اصول روایی خواهد بود» (Ibid., 234). با این تعریف ارتباط میان راوی و شخصیت‌ها غیرممکن می‌نماید و نه‌تنها راوی نمی‌تواند با شخصیت‌ها ارتباط برقرار کند یا در رویدادهای داستان دخالت کند، بلکه شخصیت‌ها نیز به راوی و لایه برون داستانی دسترسی ندارند. چتمن نیز از این لایه‌بندی

نشان می‌دهند. این روند با گذر زمان ادامه یافت، و فرایند تبلیغ با پوستر کم‌کم برای خود متولیدانی خاص یافت. مثلاً در آمریکا، پوسترهای فیلم معمولاً به اداره‌ای به نام سرویس ملی اکران^۹ (NSS) بازگردانده می‌شدند؛ که بیشتر پوسترهای فیلم را بین سال‌های ۱۹۴۰ تا ۱۹۸۴ برای استودیوها چاپ و توزیع می‌کرد. سرویس ملی اکران معمولاً پوسترهای دریافتی را مرمت می‌کرد تا دوباره در سالن‌های دیگری استفاده شوند. بدیهی است که پس از مدتی، بسیاری از پوسترهای قدیمی قبل از اتمام پخش فیلم به‌شدت فرسوده می‌شدند و دور انداخته می‌شدند (نک: De Semlyen, 2013, 1-2).

در آغاز دهه ۱۹۸۰، استودیوهای فیلم آمریکایی تولید و توزیع مستقیم پوسترهای خود را آغاز کردند و روند ساخت و توزیع پوسترهای فیلم در آن کشور از حالت متمرکز خارج شد.^{۱۰} با گسترش سینمای هالیوود در بازارهای خارجی، «سنت‌های متمایز پوستر فیلم دست‌ساز در کشورهای چوچون لهستان، هند و غنا به وجود آمد، که تصاویر آن‌ها اغلب با نسخه‌های اصلی هالیوودی‌شان متفاوت بودند و براساس هنر نقاشان محلی طراحی شده بودند» (Wolfe, 2000, 29). امروزه نیز پوستر بخش جدایی‌ناپذیر هر اثر سینمایی است و معمولاً برای هر فیلم به‌جز پوستر اصلی انواع دیگری از پوسترها از جمله پوستر مطبوعاتی، پوستر شخصیت‌ها، پوستر سالگرد، پوستر جوایز، پوسترهای مخصوص شبکه‌های اجتماعی مختلف و انواع دیگر پوستر طراحی می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

درام

کر آلام^{۱۱} در تعریف درام می‌گوید: «درام حالت خاصی از داستان است که با اجرا نشان داده می‌شود: نمایشنامه، اپرا، میم، باله و غیره که در تئاتر، یا رادیو یا تلویزیون اجرا می‌شود» (Elam, 1980, 98). فرانسیس فرگوسن^{۱۲} نیز معتقد است که درام از زمان فن شعر ارسطو در تضاد با شعر غنائی و داستانی تعریف شده است:

یک درام، از آنجایی که یک شعر غنائی متمایز می‌شود که اساساً یک اثر هنری در رسانه کلامی نیست؛ کلماتی که در درام وجود دارند از ساختار زیربنایی حوادث و شخصیت‌ها ناشی می‌شوند. همان‌طور که ارسطو بیان می‌کند، شاعر یا خالق باید سازنده پیرنگ باشد تا ابیات؛ او شاعر است زیرا تقلید می‌کند و آنچه تقلید می‌کند اعمال است. (Fergusson, 1949, 8)

به‌جز معنای اشاره شده در بالا، معنای دیگری نیز از واژه «درام» رواج دارد. استفاده از واژه درام در معنای محدودتر و برای تعیین نوع خاصی از نمایشنامه به دوران مدرن برمی‌گردد. درام در این معنا به نمایشنامه‌ای اشاره دارد که نه کمدی است و نه تراژدی، مثل *ترز راکن*^{۱۳}.

یا *ایونز*^{۱۴} اثر چخوف^{۱۵}. «همین مفهوم محدودتر است که در صنایع فیلم و تلویزیون، برای توصیف درام به‌عنوان یک ژانر به کار می‌رود» (Banham, 1998, 894). در این پژوهش مقصود اصلی ما از واژه درام معنای کلی آن به‌عنوان شکلی از روایت است که از «نشان دادن» به‌جای «بازگو کردن» استفاده می‌کند و معنای دیگر آن به‌صورت فرعی و تنها در زمان اشاره به ژانر کاربرد دارد.

البته باید توجه داشت که معنای موردنظر این پژوهش از واژه درام تنها به نمایشنامه‌های گفتاری محدود نمی‌شود، پانتومیم هم نوعی درام است

پیروی می‌کند و برای دو لایه اصلی روایت الفاظ داستان^{۳۱} و گفتمان^{۳۲} را به کار می‌بندد (نمودار ۱): «روایت‌شناسی ساختارگرا یک متن روایی را به دو بخش تقسیم می‌کند: بخش داستان که شامل زنجیره رویدادها (کنش‌ها و رخدادها)، عناصر وجودی شخصیت‌ها، عناصر صحنه، اشیاء، مکان، زمان و... می‌شود و گفتمان که داستان به وسیله آن منتقل می‌شود» (19, 1978 Chatman). به بیان دیگر، چتمن این گونه بیان می‌کند که داستان «سطح محتوایی» روایت و گفتمان «سطح بیانی» آن است. گفتمان تعیین می‌کند کدام رویدادها نقل شود و کدام رویدادها نقل نشود، حوادث به ترتیب روایت شوند یا از آخر به اول روایت شوند و درواقع گفتمان شکل روایت را مشخص می‌کند. چتمن گفتمان را به فرم روایی^{۳۳} و نمود آن روایت در یک رسانه مادی^{۳۴} تقسیم می‌کند (Ibid., 22). فرم روایی ساختار انتقال روایت است و جلوه‌هایی مانند ترتیب^{۳۵}، بسامد^{۳۶}، دیرش زمانی^{۳۷}، صدای راوی^{۳۸} و نقطه نظر^{۳۹} را شامل می‌شود. نمود مادی گفتمان رسانه‌هایی مانند نوشتار، نقل شفاهی، فیلم، باله، داستان مصور، تئاتر که روایت از طریق آن عینیت پیدا می‌کند.

با توجه به این نکات می‌توان این گونه برداشت کرد که داستان به شکل عینی وجود ندارد و فقط از طریق نمودهای عینی گفتمان در دسترس قرار می‌گیرد و داستان از آن استنباط می‌شود. درواقع می‌توان به تبعیت از ژنت «گفتمان را دال و داستان را مدلول آن دانست» (Genette, 1972, 27). این مسئله می‌تواند روشنگر این امر باشد که اگر بتوان از دال‌های موجود در یک رسانه - حتی اگر آن رسانه، یک رسانه روایی یا دراماتیک نباشد - فرم روایی و در نتیجه گفتمان روایت را برداشت کرد، آن رسانه تبدیل به یک رسانه روایی شده است.

راوی

راوی در روایت عامل^{۴۰} - و در جاهایی که انسان نباشد، واسط^{۴۱} یا موردی^{۴۲} - است که «عناصر وجودی، حالت‌ها، رویدادها و به خلاصه همه چیز را در یک روایت برای شنونده نقل می‌کند یا انتقال می‌دهد»

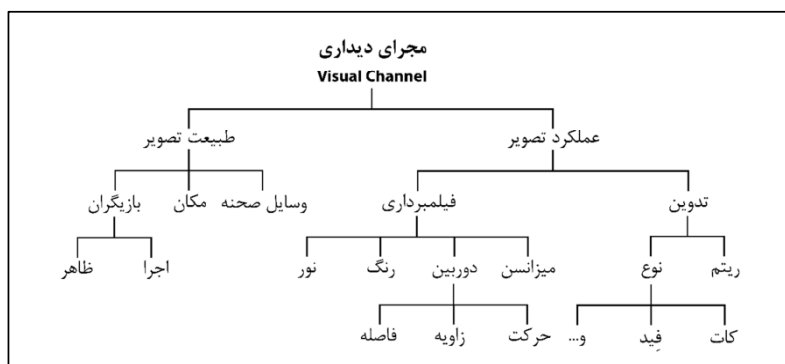
راوی سینمایی

در بسیاری از موارد اصطلاح راوی فیلم صدای روی تصویر^{۴۳} را به ذهن متبادر می‌سازد. چنانچه در فیلم‌هایی مانند خاطرات کشیش روستا^{۴۴} (۱۹۵۱) و بلوار سانست^{۴۵} (۱۹۵۰) و یا آثار متأخری مثل رستگاری در شاونسک^{۴۶} صدای ضبط شده‌ای رویدادها را نقل می‌کند. چتمن برای متمایز کردن تعریف خود از راوی فیلم، با کنار گذاشتن این واژه رایج، لفظ «راوی سینمایی» را به کار می‌برد. راوی سینمایی عامل گفتمانی است که «تمامی نمایش فیلم را بر عهده دارد» (Chatman, 1990, 134). بدین ترتیب، صدای روی تصویر یکی از عناصر و تمهیدات راوی سینمایی است. چتمن به گسترده‌گی ابزار روایتی راوی سینمایی اشاره می‌کند و با تقسیم کردن آن‌ها به دو مجرای دیداری و شنیداری بخشی از این ابزار را معرفی می‌کند: همان‌طور که در نمودارهای (۲-۳) می‌توان مشاهده کرد، تمام عناصری که در یک فیلم وجود دارند، عملکرد روایی دارند و یک اثر سینمایی با کنار قرار دادن ابزارهای مختلف دیداری و شنیداری و از طریق گفتمان ویژه‌ای که دارد، داستان را به ما منتقل می‌کند. نباید فراموش کرد که سینما یک هنر دراماتیک است و تمامی این ابزار در خدمت درام فیلم نیز هستند.

راوی سینمایی، به کمک ابزار و تمهیداتی که در اختیار دارد رویدادها، شخصیت‌ها و عناصر داستانی را به مخاطب فیلم عرضه می‌کند. او در وقایع دخالت نمی‌کند و حتی آن‌ها را نمی‌بیند. راوی سینمایی فقط داستان را منتقل می‌کند. او فقط عاملی گفتمانی است: «مکانیزمی که داستان از طریق آن ارائه می‌شود» (Ibid., 142). می‌توان گفت راوی سینمایی از طریق تصاویر نمایش داده شده روی پرده (شامل صحنه و بازیگران و دیگر



نمودار ۱- ساختار روایی. مأخذ: (Chatman, 19, 1978)



نمودار ۲- ابزارهای روای سینمایی در کانال دیداری. مأخذ: (Chatman, 1990, 135)

ستاره‌محور اتکا داشته است.

با مرور پوسترهای ایرانی دهه ۴۰ و ۵۰ شمسی، می‌توان عناصر مشترکی را در بسیاری از آن‌ها مشاهده کرد. در بیشتر این پوسترها در کنار عناصر نوشتاری که معمولاً شامل عنوان فیلم، بازیگران اصلی، کمپانی سازنده و برخی اطلاعات و اسامی تکمیلی دیگر است، عناصر غیرنوشتاری نیز شامل چند جزء اصلی است: تصویر چهره ستارگان اصلی فیلم، عناصر دیگری مانند زنان رقصان و یا بدن نیمه‌عریان زنان دراز کشیده که البته در برخی موارد در خود فیلم دیده نمی‌شوند، و البته تصاویری در حاشیه و پس‌زمینه که معمولاً شامل صحنه‌های جدال و درگیری، اسب‌سواری، رقص، فرار و بسیاری جزئیات دیگر است که در همین عناصر به‌ظاهر کم‌اهمیت درام با قدرت خودنمایی می‌کند (تصویر ۱). در واقع این گونه به نظر می‌رسد که تنها پس از اطمینان از جذب مخاطب با اتکا به روش‌های کلیشه‌ای است که هنرمندان فرصت پیدا می‌کنند که به درام و داستان فیلم در پوستر بپردازند و دست به خلق پوستر دراماتیک بزنند. البته در برخی موارد، دیگر عناصر تصویری موجود در پوسترها نیز از درام تهی نیستند و در حالت چهره بازیگران، ترکیب‌بندی و حتی حروف‌نگاری نوشتار پوستر نیز می‌توان جزئیاتی مرتبط با عناصر درام فیلم مشاهده کرد.

با نگاهی دقیق‌تر به این پوسترهای می‌توان این‌گونه مطرح کرد که برخی عناصر درام و روایت به‌راحتی در بسیاری از این پوسترها قابل برداشت است، به‌طور مثال در بسیاری از این پوسترها، ژانر فیلم به‌راحتی قابل حدس است به‌ویژه در آثار ژانر کمدی و اکشن. با توجه به همین برداشت ژانر و با توجه به عدم تنوع موضوع^{۴۶} در سینمای تجاری و به‌اصطلاح فیلم فارسی، موضوع این آثار را هم به‌راحتی می‌توان حدس زد. با دیدن این پوسترها حتی اگر با چهره ستاره‌های سینمای آن دوره آشنا نباشیم، حالت چهره و بدن شخصیت‌های موجود در پوستر و البته ترکیب‌بندی این شخصیت‌ها، قهرمان و ضدقهرمان را به ما معرفی می‌کنند و در بسیاری از موارد همین ترکیب‌بندی‌ها روابط میان این افراد به‌ویژه اگر دل‌باخته یا دشمن هم باشند را به ما منتقل می‌کند. اما یکی از دشوارترین عناصر روایی درام که در

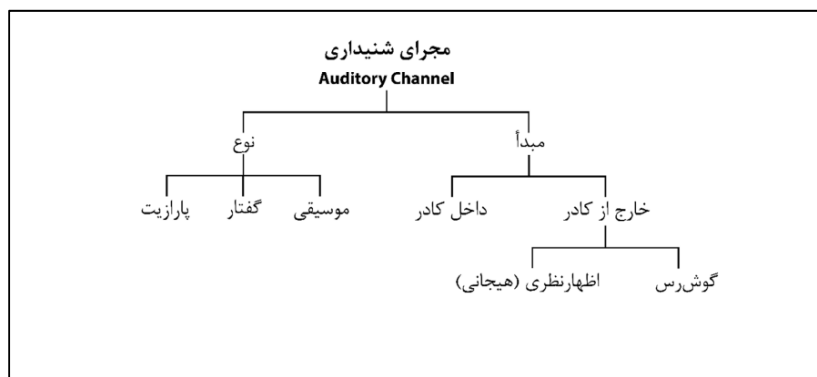
ابزار دیداری و صداهای پخش‌شده از بلندگو (اصوات، موسیقی و گفتار) داستان را ارائه می‌دهد و شنونده از تفسیر این دال (گفتمان) مدلول آن (یعنی داستان) را، استنباط می‌کند.

درام و روایت در پوستر فیلم

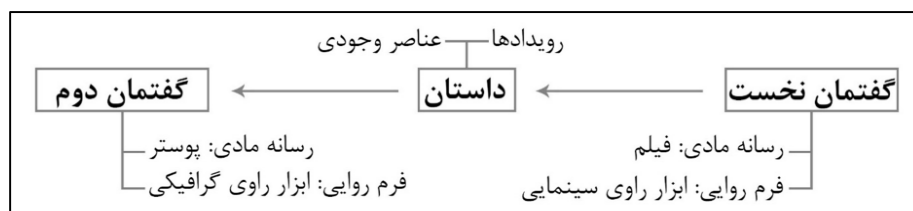
براساس مبانی مطرح‌شده اکنون می‌توان به یک الگو برای خوانش درام در پوسترهای فیلم دست یافت. در این فرایند گفتمان روایی یک فیلم که در کانال صوتی و بصری خود دربرگیرنده عناصر درام است، ما را به شناخت لایه داستانی فیلم هدایت می‌کند و ما از این طریق به روایت دراماتیک دست خواهیم یافت. در مرحله بعد می‌توان داستان فیلم را در لایه گفتمانی پوستر مورد بررسی قرار داد و از این طریق به راهکار ارائه درام در پوستر فیلم دست یافت. همان‌گونه که در نمودار (۴) مشخص شده است در این فرایند ما یک داستان دراماتیک را در دو نمود متفاوت در دو رسانه فیلم و پوستر مورد تحلیل قرار می‌دهیم و با بررسی فرم روایی فیلم که با ابزارهایی مانند بازیگر، مکان، عناصر صحنه، تدوین، فیلم‌برداری، موسیقی، صوت و امثال آن‌ها که دال‌های گفتمان هستند، ما را به داستان که همان مدلول است هدایت می‌کند، در ادامه دال‌های بصری موجود در پوستر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته تا ببینیم کدام یک از آن‌ها بر مدلول داستان دلالت می‌کنند. در این بررسی‌ها لایه داستانی به‌عنوان لایه مشترک در فیلم و پوستر در نظر گرفته می‌شود.

درام در پوسترهای برگزید سینمای ایران

بررسی بیش از ۳۰۰ پوستر فیلم از سینمای ایران بین سال‌های ۱۳۴۵ تا ۱۳۵۶ نشان می‌دهد که بیش از ۹۵ درصد این پوسترها، در زیرمجموعه پوسترهای «ستاره‌محور» قرار می‌گیرند، یعنی بخش عمده ترکیب‌بندی این پوسترها را تصویر و نام ستارگان شکل داده است. مابقی پوسترها به‌صورت موجز^{۴۷} و شمایی^{۴۸} قصد انتقال مفهوم اصلی فیلم به مخاطب را دارند که البته این پوسترها معمولاً برای فیلم‌های غیرتجاری و خارج از جریان اصلی تهیه می‌شدند و سینمای فیلمفارسی به همان پوسترهای



نمودار ۳- ابزارهای روای سینمایی در کانال شنیداری. مأخذ: (Chatman, 1990, 135)



نمودار ۴- داستان مشترک در گفتمان فیلم و پوستر.

سینمای ژانر هیچ‌گاه به جریان اصلی سینمای ایران تبدیل نشد، در واقع سینمای ایرانی تنها به ژانرهای محلی که ترکیبی از چند ژانر مختلف بوده‌اند و در بسیاری موارد جداسازی آن‌ها از هم غیرممکن است محدود شده است. به‌طور مثال ژانر فیلمفارسی که دهه ۴۰ و ۵۰ اوج محبوبیت خود را می‌گذراند، ترکیبی است از ژانر کمدی-رمانتیک و گهگاه موزیکال و البته با چند صحنه درگیری که مختص ژانر اکشن و یا حتی ژانرهای رزمی است. حتی سینمای معروف به دفاع مقدس نیز عناصری از ژانرهای مختلفی مثل ژانر جنگی، حماسی-تاریخی، اکشن، ماجراجویی و در برخی موارد کمدی را در خود جای داده است. اما ژانرهای کمدی و اکشن، در چند دوره مختلف در ایران جایگاه خاصی بین مردم پیدا می‌کنند و آثار شناخته‌شده‌ای در این ژانرها ساخته می‌شود. مجموعه فیلم‌های کمدی پرویز صیاد با شخصیت «صمد»، پوسترهایی دارد (پوستر ۲) که مجموعه آن‌ها ما را با مفهوم انتقال ژانر و موضوع فیلم در پوستر آشنا می‌کند.

در این پوسترها تمامی اجزای پوستر در خدمت انتقال ژانر و موضوع به مخاطب هستند: نوشتار عنوان در تمامی این فیلم‌ها برخاسته از موضوع فیلم‌ها است، برای فیلم صمد در راه/زدها که موضوع آن به علاقه صمد به فیلم‌های رزمی بروس لی است نوشتار با خطوط خشک و خشن و شبیه به خطوط رسم‌الخط‌های رایج آسیای دور طراحی شده‌اند، برای فیلم صمد خوشبخت می‌شود که موضوع آن برنده شدن بلیت بخت‌آزمایی است، عنوان فیلم در یک حاشیه که معمولاً در جای برای اعلام برنده و یا تبلیغ بخت‌آزمایی استفاده می‌شد طراحی شده است، عنوان فیلم صمد به مدرسه می‌رود که به موضوع تحصیل صمد در کلاس اکابر می‌پردازد، شبیه به متن نوشته‌شده با گچ روی تخته‌سیاه طراحی شده و عنوان فیلم صمد آر‌تی‌ست می‌شود که به موضوع بازیگر شدن صمد پرداخته با فونت رایج پوسترهای فارسی فیلم‌های خارجی طراحی شده است. یکی از عناصری که در این پوسترها برای انتقال ژانر (کمدی) استفاده است، پارودی یا نقیضه

هنرهای دوبعدی مانند پوستر کم‌تر دیده می‌شود پیرنگ است که تنها درصد بسیار کمی از پوسترها موفق به ارائه آن شده‌اند. در این پوسترها طراحان با به تصویر کشیدن کنش دراماتیک^{۵۰}، بخشی از داستان فیلم را به بیننده نشان می‌دهند. البته باید در نظر داشت که پوستر فیلم برای تشویق مخاطب به دیدن فیلم ساخته شده است و یک فرم هنری کاملاً مستقل نیست و حتی اگر امکان انتقال کامل داستان در آن وجود داشته باشد، باید از این امر پرهیز کرد. در اینجا عناصر مهم درام که انتقال آن‌ها در پوستر می‌تواند منجر به انتقال روایت و پیرنگ شوند را بررسی خواهیم کرد تا درجه‌های متنوع روایتگری در پوستر فیلم بهتر درک شوند.

ژانر و موضوع

ژانر یکی از عناصر مهم درام است که برای جذب مخاطب در سینمای تجاری نقشی اساسی دارد، در واقع بسیاری از مخاطبان حرفه‌ای سینما بر اساس ژانر تصمیم به دیدن یک فیلم می‌گیرند و وجود محافل حرفه‌ای تماشاگران سینما که علاقه و گرایش به یک ژانر خاص آن‌ها را گرد هم آورده است، اهمیت نقش ژانر در جذب مخاطب را به‌خوبی روشن می‌کند. ژانر، دسته‌بندی شباهت‌های موضوعی و داستانی آثار دراماتیک است و در واقع مجموعه‌ای از قراردادهایی است که در برخی فیلم‌ها تکرار شده و آن‌ها را در یک ژانر مجزا قرار می‌دهد. به زبان ساده می‌توان این‌گونه تعریف کرد که قراردادهای ما مشخص می‌کنند که موقع دیدن فیلم احتمال دارد چه چیزهایی ببینیم. هر ژانر مشخص می‌کند که چه رویدادهایی در چارچوب آن پذیرفتنی و باورپذیر است. شخصیت‌ها معمولاً یک‌باره زیر آواز نمی‌زنند، مگر در فیلم موزیکال و در مکان‌های عادی و محل آمدورفت معمولاً دخمه‌ای به جهان دیگر باز نمی‌شود، مگر در فیلم‌های وحشت یا علمی-تخیلی. جاناتان کالر^{۵۱}، به نقل از ژرار ژنت، اظهار می‌کند که «ادبیات مانند هر فعالیت دیگر ذهن، مبتنی بر قراردادهایی است که به‌استثنای برخی موارد، ذهن از آن آگاه نیست» (Culler, 1975, 116).



تصویر ۱- عناصر تکرار شده در پوسترهای سینمای ایران در دهه ۵۰، طراح هر دو پوستر ناشناس. مأخذ: (ویکی‌پدیا)



تصویر ۲- پوسترهای مجموعه فیلم‌های کمدی پرویز صیاد، طراحان ناشناس. مأخذ: (ویکی‌پدیا)

کمدی جذابی افزوده است. در پوسترهای دو فیلم صمد در راه اژدها و صمد خوشبخت می‌شود نیز عناصری کمدی مانند تصویر اژدها و یا تصویر صمد در حالی که آرزوهایش را بر دوش می‌کشد به انتقال ژانر و موضوع در این پوسترهای کمک فراوانی کرده است.

علاوه بر فیلم‌های کمدی، آثاری که می‌توان آن‌ها را در ژانرهای جنایی و اکشن دسته‌بندی کرد نیز در پوسترهای خود تلاش کرده‌اند تا ژانر و موضوع را نشان داده‌اند (تصویر ۴). با بررسی پوستر این آثار می‌توان مشاهده کرد که ژست و میمیک صورت شخصیت‌ها مهم‌ترین عنصر پوستر است که با ایجاد ژانر و موضوع به خدمت درام و داستان در این پوسترها درآمده است. به‌طور مثال در پوستر فیلم *بدام برس رفیق* (۱۳۵۷) که یک اثر در ژانر وحشت و با موضوع فحشا و انتقام است، پیکر در خون غلطیده یک زن در جلوی تصویر قرار گرفته و دو شخصیت مرد اصلی در پشت سر او با نگاه هراسان و ژست‌هایی که نشان‌دهنده آمادگی برای درگیری فیزیکی است به تصویر کشیده شده‌اند. ژست درگیری فیزیکی در پوستر بسیاری از فیلم‌های این ژانر به دریافت موضوع فیلم از طریق پوستر کمک کرده است.

علاوه بر ژست و میمیک شخصیت‌ها در برخی از پوسترهای دهه ۴۰ و ۵۰، رنگ و ترکیب‌بندی نیز نقش بزرگی در انتقال ژانر و موضوع فیلم بازی می‌کند (تصویر ۵). استفاده از زمینه قرمز در پوستر فیلم *شاهرگ* (۱۳۵۴) که به موضوع خیانت و رفاقت می‌پردازد و همچنین ترکیب‌بندی این پوستر که دست چاقو به دست را مورد تأکید قرار می‌دهد از جمله مواردی است که موجب قوت پیدا کردن درام در این پوستر شده است. ترکیب و رنگ استفاده‌شده در پوستر فیلم‌های جنایی و اکشن دهه ۴۰ و ۵۰ سینمای ایران، علاوه بر مشخص کردن ژانر، در برخی موارد موضوع فیلم را، شاید نه به‌صورت روشن و کامل، اما تا حدودی برای بیننده مشخص می‌کند.

درواقع انتقال صحیح ژانر از طریق پوستر یکی از گام‌های ابتدایی و اصلی در طراحی پوسترهای روایی است. ژانر نه‌تنها یکی از ارکان مهم درام

موجود در این پوسترهاست، در طراحی بسیاری از این پوسترها می‌توان شباهت طنزآلود آن‌ها به پوستر یک اثر سینمایی جدی را مشاهده کرد، ژست شخصیت صمد در پوستر صمد در راه اژدها نقیضه‌ای است بر پوستر فیلم‌های بروس لی و به‌ویژه پوستر فیلم *راه اژدها* (تصویر ۳)، پوستر صمد آرتیست می‌شود به‌راحتی ما را به فیلم‌های اکشن و جاسوسی سینمای آمریکا و اروپا در دهه ۷۰، به‌ویژه پوستر فیلم‌های جیمز باند ارجاع می‌دهد. انتقال ژانر و موضوع در پوسترهای این مجموعه فیلم‌ها به این موارد محدود نشده و موارد بسیاری در این پوسترها وجود دارند که به این امر کمک کرده‌اند؛ به‌طور مثال نوشته‌های موجود در پوسترهای دو فیلم صمد به مدرسه می‌شود و صمد آرتیست می‌شود به‌خوبی توانسته‌اند با زبانی طنز برای این پوسترها ژانرسازی کنند، نوشته‌های روی پوستر صمد آرتیست می‌شود این فیلم را «یک فیلم تاریخی و اجتماعی، یک فیلم عشقی و سکسی، یک فیلم استثنایی، یک فیلم هنری، یک فیلم کاراته‌ای، یک فیلم تجارتي و جنگی» معرفی می‌کنند و همین اغراق و تناقض به پوستر جنبه



تصویر ۳- پوستر فیلم *راه اژدها* که پوسترهای فیلم‌های کمدی صمد نقیضه آن‌ها است. مأخذ: (ویکی‌پدیا)



تصویر ۴- پوستر چند فیلم ایرانی ژانر اکشن در دهه ۴۰ و ۵۰، طراحان ناشناس. مأخذ: (ویکی‌پدیا)



تصویر ۵- پوستر چند فیلم ایرانی ژانر جنایی در دهه ۴۰ و پنجاه طراح پوستر خشم عقاب‌ها احمد مسعودی، مابقی ناشناس. مأخذ: (ویکی‌پدیا)

که سکون محیط را از بین می‌برد و آنتاگونیست^{۵۳} یا ضدقهرمان که مانع قهرمان برای رسیدن به اهداف می‌شوند و از حیث ویژگی‌های فردی نیز به شخصیت‌های ساده، تیپ یا مستعمل^{۵۴} که شخصیت‌هایی کلیشه‌ای هستند، که کاربردی سنتی و تکرارشونده دارند و شخصیت‌های پیچیده و اسرارآمیز که شخصیت‌هایی کامل و منحصر به فرد هستند، تقسیم می‌شود. در فیلم‌های تجاری سینمای ایران در دهه ۴۰ و ۵۰ با همان فیلمفارسی‌ها، شخصیت‌پردازی تکامل یافته رایج در آثار دراماتیک مطلوب کم‌تر به چشم می‌خورد؛ در این آثار شخصیت‌ها از تیپ‌های آشنای اجتماعی بیرون آمده و در حد همان تیپ باقی می‌مانند. مردان دلیر، با معرفت، بخشنده، قدرتمند، عادل، راست‌گو و البته فقیر شخصیت‌های اصلی این گونه فیلم‌ها هستند که به عشق دختری زیبا، خوش‌صدا، خوش‌هیكل، باوفا، حاضر جواب و البته ثروتمند که در دام یک ضدقهرمان فاسد، بی‌معرفت، کریه و معمولاً صاحب کاباره افتاده است دچار می‌شوند و قهرمان در کشمکش‌هایی فراوان با همراهی دوست و مریدی که با آکروبات‌بازی و گهگاه لهجه‌های جعلی و اغراق شده مخاطب را می‌خندانند، عدالت را برقرار کرده و به‌عنوان جایزه دل دختر را به دست می‌آورد. این شخصیت‌های قهرمان و ضدقهرمان در برخی آثار به‌صورت تکرار شده توسط یک بازیگر اجرا شده و از شخصیت‌های قراردادی به کهن‌الگو تبدیل می‌شوند، مانند شخصیت کلاه‌مخملی معروف به مهدی مشکلی یا پاشنه طلا که در چند فیلم با بازی ناصر ملک‌مطیعی به تصویر کشیده شده‌اند. این شخصیت‌های کلیشه‌ای به‌حکم تضمینی برای فروش فیلم تلقی می‌شدند و همان‌گونه که در تصویر (۶) مشخص است، در پوستر باید روشن شود که این قهرمان، همان فرد آشنا برای مخاطب است که گه‌گاه مانند او لباس می‌پوشد و تکیه کلام‌های او را استفاده می‌کند. در طراحی پوستر فیلم‌های مربوط به این گونه شخصیت‌ها، می‌بینیم که قهرمان فیلم باصلاحت همیشگی خود در کنار دوست محرم اسرار خود و البته معشوقه زیبا به تصویر کشیده شده و تکرار این سوژه‌ها و شخصیت‌ها لزوم تعریف شخصیت و رابطه را در فیلم و پوستر از بین می‌برد زیرا مخاطب تنها با دیدن بازیگران در کنار هم، شخصیت‌ها و روابط بین آن‌ها برایش زنده می‌شود. اما سینمای ایران در دهه ۴۰ و ۵۰ به این شخصیت‌های قراردادی خلاصه نشده و هم در سینمای جریان اصلی و هم در خارج از آن گهگاه به شخصیت‌هایی با ویژگی‌ها و روابط پیچیده برمی‌خوریم. یکی

است، بلکه نقشی مهم در هدایت مسیر روایت نیز به عهده دارد و مشخص کردن ژانر در هر رسانه هنری کمک شایانی به درک چارچوب روایی داستان خواهد کرد. اگر برای یک اثر سینمایی کم‌دی، پوستری طراحی شود که فضای خشک، سرد و جدی را به تصویر می‌کشد، تلاش‌های بعدی برای ایجاد روایت در پوستر به بیراهه خواهند رفت و تنها موجب برداشت اشتباه مخاطب خواهند شد.

با بررسی دقیق پوسترهای سینمایی دهه ۴۰ و ۵۰ می‌توان این‌گونه مطرح کرد که در این پوسترها ژانر و موضوع که از عناصر اصلی درام و داستان هستند، به‌راحتی به مخاطب منتقل شده و اکثریت این پوسترها (حدود ۶۰ درصد) با معرفی ژانر و موضوع فیلم می‌توانند مخاطبان این ژانرها و موضوعات را برای دیدن این آثار مشتاق کنند. اگر ژانر و موضوع را به‌عنوان اولین اجزای گفتمان روایی در آثار سینمایی که مورد توجه مخاطب قرار می‌گیرد فرض کنیم، بازنمایی این دو عنصر در گفتمان روایی تجسمی در پوستر به‌عنوان یکی از اولین برخوردهای تماشاگر با فیلم ضروری به نظر می‌رسد (جدول ۱).

شخصیت‌ها و روابط

بسیاری از نظریه‌پردازان درام و روایت، شخصیت را یکی از مهم‌ترین عناصر پیشبرد پیرنگ و داستان می‌دانند، این شخصیت است که تصمیم به عمل می‌گیرد و داستان را پیش می‌برد و پیرنگ معمولاً زنجیره‌ای از کنش‌ها و واکنش‌هایی هستند که شخصیت‌های درام بروز می‌دهند. همان‌طور که پیش‌تر مشخص شد ژست و میمیک صورت شخصیت‌های به تصویر کشیده شده در پوسترها، می‌تواند به ایجاد ژانر و انتقال موضوع در این پوسترها کمک بسزای بکند، اما در این بخش در شناخت این شخصیت‌ها فراتر رفته و تلاش خواهیم کرد که ببینیم در این پوسترها چه ویژگی‌هایی از شخصیت‌پردازی آدم‌های فیلم به ما منتقل می‌شود و تا چه اندازه می‌توان روابط بین شخصیت‌های فیلم را در پوستر فیلم مشاهده کرد. ارسطو شخصیت را پس از طرح داستان دومین عنصر مهم درام برمی‌شمرد. کردار همین شخصیت‌ها داستان را پیش می‌برند و در واقع شخصیت، نیروی محرکه روایت است. شخصیت‌پردازی در درام انواع مختلفی دارد که با معیارهای متفاوت دسته‌بندی می‌شوند: از حیث اهمیت شخصیت به اصلی، فرعی و کمکی، از حیث چالشگری به پروتاگونیست^{۵۵} یا قهرمان



تصویر ۶- وجود شخصیت‌های کلیشه‌ای و کهن‌الگو با بازی ناصر ملک‌مطیعی در پوسترهای فیلم دهه ۴۰ و ۵۰، طراحان ناشناس. مأخذ: (ویکی‌پدیا)

جدول ۱- ژانر در پوسترهای بررسی شده دهه ۴۰ و ۵۰ سینمای ایران.

پوسترهای بررسی شده	پوسترهای حاوی نوشتار مرتبط با ژانر و موضوع	پوسترهای حاوی ژست مرتبط با ژانر و موضوع	پوسترهای حاوی رنگ‌بندی مرتبط با ژانر و موضوع	پوسترهای حاوی ترکیب‌بندی مرتبط با ژانر و موضوع
۳۰۷	۹۷	۲۶۰	۲۰۷	۲۳۰

و گفتمان از اهمیت برخوردار است. همان‌گونه که در روایت سینمایی از ترفندهایی چون ترکیب‌بندی، لباس و گریم، زاویه دوربین، بازی، گفتار و موسیقی برای شخصیت‌پردازی استفاده می‌شود، در روایت تجسمی نیز می‌توان از عناصر چون ترکیب‌بندی، ژست، رنگ و دیگر ابزار گرافیکی برای شخصیت‌پردازی و بازنمایی یکی از مهم‌ترین عناصر درام بهره برد. شخصیت‌پردازی مناسب در پوستر فیلم می‌تواند گام مهمی در جهت ایجاد روایت در پوستر ایفا کند و علاوه بر معرفی قهرمان یا قهرمان‌ها، نقش مهمی در درک رابطه میان شخصیت‌ها و حتی رخدادها و رویدادهای احتمالی در داستان ایفا می‌کند. باوجوداینکه شخصیت‌پردازی روایی در هنرهای تجسمی کار دشواری به نظر می‌رسد اما آثاری چون پوستر فیلم تنگسیر، اهمیت این مرحله از طراحی پوستر فیلم برای ایجاد یک پوستر روایی و دراماتیک را روشن می‌کند. در واقع بخش عمده تلاش برای تبدیل گفتمان روایی سینمایی به گفتمان روایی گرافیکی در این سطح یعنی سطح معرفی شخصیت صورت می‌پذیرد.

شخصیت‌ها و روابط بین آن‌ها، در همه پوسترها به‌صورت عینی بازنمایی نشده‌اند و در بسیاری از آثار به‌صورت تمثیلی، نمادین و انتزاعی به تصویر کشیده شده‌اند. در این پوسترها شخصیت‌ها و روابط بینشان به‌صورت کامل به مخاطب انتقال داده نمی‌شود اما مخاطب پس از دیدن فیلم به درک کاملی از آن‌ها می‌رسد و سؤال‌هایی که درباره شخصیت‌ها و روابط بینشان با دیدن پوستر در ذهن ایجاد شده با دیدن فیلم پاسخ پیدا می‌کنند. مرتضی ممیز که برخی از ماندگارترین پوسترهای سینمای ایران در دهه ۵۰ را طراحی کرده است، از جمله طراحانی است که معمولاً از این روش برای طراحی پوستر فیلم بهره می‌برد (تصویر ۸). پوستر فیلم ملکوت (۱۳۵۵) و نحوه قرار گرفتن شخصیت‌های دکتر حاتم و مه‌ل رابطه بین این دو کاراکتر را به‌صورت انتزاعی به تصویر کشیده و همچنین رابطه بین دو برادر در فیلم *عزیز* (۱۳۵۵) نیز در پوستر به‌صورت نمادین تصویرسازی شده است. به‌جز آثار ممیز، در آثار فرشید مثقالی برای فیلم‌های *گاو* (۱۳۴۸)، *پستچی* (۱۳۵۱) و *شازده/احتجاج* (۱۳۵۳)، برخی آثار محمدعلی حدت مثل پوستر فیلم *کندو* (۱۳۵۴) و همچنین پوستر فیلم *مهرگیاه* (۱۳۵۴) اثر محمدعلی باطنی نیز می‌توان شخصیت‌پردازی غیرعینی را مشاهده کرد. با بررسی دقیق پوسترهای مطالعه شده می‌توان این‌گونه بیان کرد که شخصیت‌پردازی و روابط بین شخصیت‌ها در کم‌تر از نیمی (حدود ۴۰ درصد) از آن‌ها وجود دارد و بسیاری از این پوسترها تنها به یک تصویر ساده از ستاره فیلم هنگام به تصویر کشیدن شخصیت‌ها اکتفا کرده‌اند.

پیرنگ و کنش دراماتیک

بر کسی پوشیده نیست که در درام همه اجزا در خدمت ساخت و انتقال

از معروف‌ترین این شخصیت‌ها شیرممد است که در فیلم *تنگسیر* (۱۳۵۲) می‌بینیم که بر اساس رمان تنگسیر صادق چوبک ساخته شده که خود بر اساس حوادث واقعی نگارش شده است. در این فیلم با شخصیت ساده و پاک و خانواده‌دوست، زائر محمد تنگسیری آشنا می‌شویم که از ظلم و ستم ثروتمندان شهرنشین که ثروت و دارایی او را به امانت گرفته و خرج کرده‌اند به تنگ آمده و پس از وداع با همسر و دو فرزندش نه برای بازپس‌گیری پول، بلکه برای پاسداری از درستکاری، آبرو و مردانگی خود راهی انتقام می‌شود. در این فیلم مسیر تبدیل شدن زارممد مرد ساده و آرام تنگسیری به شیرممد دلاور را می‌بینیم که یکی از شخصیت‌های متفاوت سینمای ایران است.

در پوستر این فیلم (تصویر ۷) شاهد یک ترکیب‌بندی ساده بر زمینه قرمز هستیم و برخلاف پوسترهای رایج آن دوره، همه فضای پوستر اشغال نشده و حتی سعی شده تا نوشتار پوستر این خلوتی پوستر را بر هم نزنند. شخصیت اصلی این فیلم به‌صورت تمام‌قد و در حال حرکت به سمت جلو و درحالی‌که اسلحه در دست دارد و با صورتی خسته و عصبانی تصویر شده است که همه این عناصر به دراماتیک شدن پوستر کمک فراوانی کرده است، زیرا ژست در حال حرکت زارممد از حادثه‌ای قریب‌الوقوع خبر می‌دهد. خلوتی پوستر و نبود هیچ شخصیت دیگری به‌جز تصویر نیم‌تنه همسر شیرممد، به‌تنهایی و بی‌یاور بودن قهرمان شدت بخشیده و دیگر شخصیت‌ها تنها در اندازه کوچک در خط میانی پوستر تصویر شده‌اند. در واقع این پوستر به‌صورت مناسب ویژگی‌های سلحشوری و جوانمردی شخصیت اصلی این فیلم را به تصویر می‌کشد و این شخصیت‌پردازی که ویژه درام و روایت است به‌خوبی در یک قاب ثابت در این پوستر به وجود آمده است.

شخصیت یکی از عناصر اصلی روایت است که در هر دو لایه داستان



تصویر ۷- پوستر فیلم تنگسیر، طراح احمد مسعودی. مأخذ: (مهرابی، ۱۳۹۰، ۱۱۸)



تصویر ۸- شخصیت‌پردازی مفهومی در پوسترهای فیلم طراحی شده توسط مرتضی ممیز. مأخذ: (مهرابی، ۱۳۹۰، ۱۴۱، ۱۰۵، ۱۳۴، ۱۱۶ و ۱۴۲)

طراحی شده و قاب پنجره هم از کنتراست سبز و سیاه استفاده می‌کند. باینکه ممکن است در نگاه اول این پوستر بسیار آرام و کم کنش به نظر برسد، اما این آرامش مستقیماً برخاسته از درام فیلم است. این فیلم که بیشتر به خیال پردازی‌های عاشقانه شخصیت دختر می‌پردازد، سرشار است از تصاویر دختر و صدای او در ذهنش است که همه‌چیز را به یک خیال عاشقانه ربط می‌دهد. خیال‌هایی که با تصاویر زیبای دوربین هوشنگ بهارلو، فقدان موسیقی متن و تنها با صدای ذهنیات دختر و در یک صحنه با همراهی صدای احمد شاملو همراه می‌شود و در دقیقه پایانی فیلم در هم می‌شکنند. در انتها وقتی برادر دختر که همیشه در سفر است به خانه برمی‌گردد، مرد ناشناس وارد می‌شود و برادر دختر را دستگیر می‌کند.

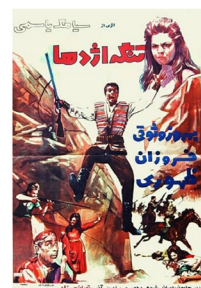
این پوستر به‌جای جاروجنجال برای تبلیغ فیلم، در خدمت درام فیلم است و به‌درستی کنش اصلی فیلم را در خود جای داده است. همان‌طور که در این فیلم -که در واپسین سال حکومت پهلوی ساخته شده است- همه‌چیز نمادین است، در این پوسترها هم همه‌چیز نمادین است. در زمان دیدن این فیلم ما هم به همراه دختر در خواب‌وخیال هستیم، تصورات و خیالاتی خوش که در پایان فیلم بیدارمان می‌کند. این پوستر با یک زمینه آرامش‌بخش آبی که احتمالاً از شعر شاملو «آی عشق! آی عشق! چهره آبی‌ات پیدا نیست» الهام گرفته شده، شعری که در این فیلم دو بار شنیده می‌شود، ما را به این خواب دعوت می‌کند و در انتهای فیلم تنها با گفتن «متأسفم» مرد غریبه به دختر، ما را از خواب اشتباهمان بیدار می‌کند. باینکه ممکن است به نظر برسد که پوسترهایی که چند کنش دراماتیک و چند صحنه متفاوت از فیلم را به تصویر کشیده‌اند قدرت درام بیشتری دارند، اما با یک بررسی دقیق‌تر خواهیم دید که هم‌زمان شدن چند روایت در پوستر موجب کاهش قدرت تمرکز از هر بخش و در نتیجه نادیده گرفته شده آن‌ها خواهد شد و درام در پوستر را تحت‌الشعاع قرار خواهد داد. تصویر (۱۰) پوسترهایی با چند کنش را نشان می‌دهد که با بررسی آن‌ها می‌توان دید که برخلاف آنچه تصور می‌شود دیدن این پوسترها نه تنها درام و روایت را منتقل نمی‌کند که حتی می‌تواند سردرگمی نیز ایجاد کند. به‌طور مثال قرارگیری صحنه‌های درگیری و شخصیت‌های طنز در پوستر فیلم علی سورچی (۱۳۵۱) و یا ترکیب‌بندی شلوغ و نامناسب پوستر فیلم *تنگه/زدها* (۱۳۴۷)، باینکه تلاش می‌کنند داستان را روایت کنند اما وحدت بصری لازم برای روای بودن را ندارند و یا در پوستر فیلم‌های *جبار سرخوچه فراری* (۱۳۵۲) و *گرگ بیزار* (۱۳۵۲) نیز می‌توان مشاهده کرد که عنصر تأکید شده در پوستر که همان چهره بازیگران نقش اول است، غیر دراماتیک‌ترین عنصرهای پوستر هستند و همین باعث کاهش قدرت درام در پوستر شده است.

پیرنگ و داستان هستند و شاید به همان دلیل است که ارسطو پیرنگ را مهم‌ترین عنصر تراژدی می‌داند. در درام پیرنگ از طریق دیدن کنش‌ها به ما منتقل می‌شود و در واقع کنش حرکت یا پیشرفت پیرنگ و داستان در یک اثر دراماتیک است. بر طبق نظریات لایه‌های روایی و روای سینمایی اجزای مختلف یک فیلم با ساختن نمودهای عینی گفتمان، داستان را به ما منتقل می‌کنند. در پوستر فیلم معمولاً تلاش نه برای انتقال کامل پیرنگ بلکه برای به تصویر کشیدن بخشی از کنش دراماتیک صورت می‌گیرد تا علاوه بر دراماتیک شدن پوستر از لورفتن کامل داستان جلوگیری شود. در پوسترهای دراماتیک با ایجاد کنش اصلی علاوه بر معرفی ژانر، موضوع، شخصیت‌ها و روابط آن‌ها، بخش کوچکی از پیرنگ ساخته می‌شود. پیرنگ ساخته‌شده در این پوسترها در برخی موارد به‌صورت عینی و در پوسترهای مفهومی با استفاده از نماد و تمثیل صورت می‌گیرد و برای رسیدن به این هدف نیاز است که اجزای مختلف پوستر از نوشتار و رنگ و ترکیب گرفته تا کاراکترها و روابط بین آن‌ها بتوانند در متن پوستر کنش ایجاد کنند.

کنش اصلی فیلم *بن‌بست* (۱۳۵۷) که بر اساس داستانی از آنتون چخوف ساخته شده، تماشای مردی غریبه از پنجره توسط یک دختر است. در این فیلم دختر جوانی که در انتهای یک کوچه بن‌بست با مادرش زندگی می‌کند، در روزی بارانی از پشت پنجره کوچه را نگاه می‌کند و متوجه می‌شود مردی خانه آن‌ها را می‌پاید. مرد چتر به دست زیر باران ایستاده است و به پنجره اتاق دختر نگاه می‌کند. طی چند روز این وضع تکرار می‌شود و هرروز آن مرد خانه دختر را می‌پاید. در طراحی پوستر این فیلم خوش‌ساخت (تصویر ۹)، هر دو صحنه دختر پشت پنجره و مرد چتر به دست به تصویر کشیده شده‌اند. تصویر مرد در یک کنتراست تک تنالیته میان سیاه‌وسفید و تصویر دختر در یک کنتراست تک تنالیته آبی و سیاه



تصویر ۹- پوستر فیلم بن‌بست به کارگردانی پرویز صیاد، طراح مرتضی ممیز. مآخذ: (مهرابی، ۱۳۹۰، ۱۴۵).



تصویر ۱۰- پوسترهایی که چند کنش دراماتیک و چند بخش از داستان را در خود داده‌اند، طراح گرگ محمدعلی حدت، مابقی ناشناس.

که تنها سایه شوم آن‌ها را می‌بینیم و انگار ضدقهرمان‌های داستان هستند و البته مردی که کنار پای قهرمان در خون خود می‌غلتد و شاید به سزای اعمالش رسیده است و یا حکایت از پایان تراژیک کار قهرمان دارد. این پوستر در نگاه اول علاوه بر ایجاد سؤال‌های بسیار، اطلاعات فراوانی به ما می‌دهد که با درام و داستان فیلم در تناقض نیستند و با دیدن فیلم نمود سینمایی همین کنش‌ها در ذهن ما ثبت می‌شوند و انگار این پوستر خلاصه‌ای از کنش‌های داستان و درام را در مقابل ما قرار داده است. قهرمان این فیلم صادق مشهور به صادق کُرده است که در مسیر جاده اندیمشک به اهواز با همسرش قهوه‌خانه‌ای را اداره می‌کند. شبی در غیاب صادق یکی از دوستان او که راننده کامیون است به قهوه‌خانه می‌آید و پس از هتک حرمت از همسر صادق ناخواسته او را به قتل می‌رساند. رئیس پاسگاه و سرگروهان ولی‌خان پدرزن صادق، درصدد دستگیری قاتل برمی‌آیند؛ اما صادق برای گرفتن انتقام از قاتل همسرش کشتار رانندگان کامیون را آغاز می‌کند. سرگروهان ولی‌خان از سوی رئیس پاسگاه مأمور می‌شود تا به پرونده قاتل راننده‌ها رسیدگی کند. او وقتی یقین حاصل می‌کند که قاتل راننده‌ها کسی جز دامادش نیست سکوت می‌کند. رئیس پاسگاه سرگروهان را تحت فشار قرار می‌دهد، و روزی که قرار است صادق برای دیدن فرزندش و گرفتن هزار تومان پول، برای عبور از مرز آبی، به خانه پدر همسرش برود، در محاصره ژاندارم‌ها قرار می‌گیرد و از پا درمی‌آید. با دیدن این پوستر می‌توان مشاهده کرد که در یک وحدت بصری که تمامی عناصر پوستر برخاسته از درام و داستان باشند، پوستر یک فیلم می‌تواند درام را شکل داده و داستان

البته نمونه‌های دراماتیک مناسبی نیز از پوسترهای چند کنشی وجود دارد که توانسته‌اند با ترکیب‌بندی مناسب و ایجاد تمرکز بر روی دراماتیک‌ترین عنصر پوستر و یا هدایت مناسب چشم مخاطب بر روی کنش‌های متعدد، در خدمت روایت پوستر درآمده و در دل شلوغی پوستر آن را دراماتیزه کنند (تصویر ۱۱). پوستر فیلم سفر سنگ (۱۳۵۶) به طراحی محمدعلی باطنی یکی از این پوسترهاست که حالت چهره و بدن بازیگران در یک حالت دراماتیک و نه خنثی تأکید شده است و کنش‌های دیگر پوستر در ادامه قدرت درام پوستر را افزایش داده‌اند.

اما قدرتمندترین پوسترهای فیلم به لحاظ درام و روایت - و نه لزوماً به لحاظ طراحی - آن‌هایی هستند که مخاطب را مستقیماً با کنش دراماتیک روبه‌رو می‌کنند. این پوسترها با ایجاد تمرکز و تأکید بر روی مهم‌ترین کنش فیلم، به صورت عینی یا غیرعینی، ما را به میان مهلکه برده و دیدن این‌گونه پوسترها با دیدن مهم‌ترین صحنه فیلم برابر است. پوستر فیلم صادق کُرده (۱۳۵۱) (تصویر ۱۲) به کارگردانی ناصر تقوایی یکی از این پوسترهای دراماتیک است. در این پوستر ما مستقیماً روبه‌روی یک شخصیت قرار گرفته‌ایم که با اقتدار و عصبانیت تفنگش را نشانه گرفته است و گویی مخاطبی که روبه‌رویش قرار گرفته است راه فراری ندارد. دیگر عناصر پوستر در عین ایجاد کنجکاوی، برای کاراکتر اصلی پوستر مزاحمتی ایجاد نمی‌کنند، زمینه آفتابی با کادری که تفنگ شخصیت اصلی آن را نادیده گرفته و از آن خارج شده و ما را برای این قانون‌شکنی کنجکاو می‌کند، کامیونی که انگار گلوله‌باران شده و احتمالاً کار قهرمان داستان است، مردانی



تصویر ۱۱- نمونه دوم پوسترها با چند کنش دراماتیک و چند بخش از داستان، طراح پوستر سفر سنگ محمدعلی باطنی، مابقی ناشناس.



تصویر ۱۲- پوستر فیلم برادر کشی به کارگردانی ایرج قادری، طراح ب.ن. مأخذ: (مهرابی، ۱۳۹۰، ۱۵۷)



تصویر ۱۳- پوستر فیلم صادق کُرده، طراح بهشتی. مأخذ: (مهرابی، ۱۳۹۰، ۱۱۲)

جدول ۲- سه سطح درام در پوسترهای دهه ۴۰ و ۵۰ سینمای ایران.

پوسترهای بررسی شده	پوسترهای معرف ژانر یا موضوع	پوسترهای حاوی شخصیت پردازی	پوسترهای حاوی چند کنش دراماتیک	پوسترهای دراماتیک (ژانر یا موضوع، شخصیت پردازی، کنش و پیرنگ)
۳۰۷	۲۶۰	۱۱۷	۹۷	۱۲
درصد	۸۴	۳۸	۳۱	۴

پوسترهای تک کنش است که درام را در موجزترین حالت ممکن به تصویر می کشد و همین باعث قدرتمند شدن آن می شود. این فیلم حکایت عشقی ممنوع میان دختری و پسری از دو خانواده است که سال ها نسبت به هم کینه دارند. شخصیت اصلی این فیلم غلام برادر پسر عاشق است که با حمایت از عشاق جوان قصد پایان دادن به کینه قدیمی میان این دو خانواده دارد. در این پوستر با حذف کنش های فرعی و جزئیات اضافی، مخاطب مجدداً در میان مهلکه فیلم قرار می گیرد و با شخصیت اصلی فیلم رودررو می شود (جدول ۲).

فیلم را از گفتمان سینمایی به گفتمان تجسمی تبدیل کند. این پوستر با حذف جزئیات و عناصر غیر دراماتیک، با یک نگاه مخاطب را نه تنها با ژانر و موضوع، بلکه با شخصیت ها هم آشنا کرده و حتی از این هم فراتر رفته و وظیفه روایتگری را نیز به عهده می گیرد. پوسترهایی با درام قدرتمند در میان پوسترهای بررسی شده بسیار انگشت شمارند (کم تر از ۵ درصد) و حتی پوسترهای حاوی کنش نیز معمولاً به دلیل تعداد زیاد کنش های به تصویر کشیده شده در ایجاد پیرنگ و داستان ضعیف عمل می کنند. پوستر فیلم *برادرکشی* (۱۳۵۷) (تصویر ۱۳) ساخته ایرج قادری نیز یکی از

نتیجه

در پوستر جلوه گر می شود، در سطح دوم شخصیت ها و روابط میان آن ها مشخص می شود و در سطح آخر پیرنگ درام از طریق به تصویر کشیدن کنش دراماتیک به مخاطب منتقل می شود. نمونه هایی از پوسترهای سینمایی وجود دارند که با به تصویر کشیدن مناسب کنش اصلی فیلم، به بهترین شکل درام را در خود جای داده و بخش هایی از داستان را به صورت صریح به مخاطب منتقل کنند. طراحان پوستر سینما و تئاتر با آگاهی و شناخت این آثار می توانند آثار ماندگاری در حوزه پوستر سینمایی خلق کنند که متفاوت از دیگر انواع پوسترها باشند و درام و روایت را به گونه ای مناسب در خود جای دهند. برای طراحی یک پوستر سینمایی روایی و دراماتیک، بعد از شناخت عناصر متعدد گفتمان روایی در روایت سینمایی و درک داستان، می توان از ابزار گرافیکی متعدد رسانه پوستر برای بازسازی این عناصر، این بار در گفتمانی تجسمی بهره برد.

در این پژوهش که با هدف بررسی درام در پوسترهای سینمای ایران انجام گرفت، مشخص شد که با اتکا بر نظریه لایه های روایی می توان در هنرهای غیر روایی و غیر دراماتیک نیز روایت را پیدا کرد و با ارجاع به نظریه راوی سینمایی و شناخت ابزارهای روایت سینمایی می توان بین دو رسانه فیلم و پوستر ارتباط برقرار کرد و درام و داستان را در این دو رسانه مورد تحلیل و بررسی قرارداد. در این روش ابزارهای سینمایی در رسانه فیلم، داستان و درام را به ما منتقل کرده و ما از گفتمان سینمایی به داستان می رسیم، در ادامه بر اساس داستان پوستر مورد مطالعه قرار می گیرد تا مشخص شود داستان و درام در گفتمان تجسمی پوستر چگونه و از طریق چه ابزاری به نمایش در آمده است. براساس یافته های این پژوهش می توان این گونه مطرح کرد که درام در پوسترهای دهه ۴۰ و ۵۰ سینمای ایران در سه سطح خود را نشان می دهد: در سطح اول ژانر و موضوع (تم) فیلم

پی نوشت ها

- | | | | |
|--|--------------------------------|--|--------------------------------|
| 31. Historie. | 32. Discourse. | 1. Narrative Levels. | 2. Gérard Genette. |
| 33. Narrative Form. | | 3. Cinematic Narrator. | 4. Seymour Chatman. |
| 34. Appearance in a Specific Materializing Medium. | | 5. Lumiere Brothers. | 6. Magic Lantern Show. |
| 35. Order. | 36. Frequency. | 7. Marcellin Auzolle. | 8. L'Arroseur arrosé. |
| 37. Duration. | 38. Narrator Voice. | 9. National Screen Service. | |
| 39. Point of View. | 40. Agent. | 10. www.learnaboutmovieposters.com/NewSite/Index/Countries/Us/History/Nss/Nssdemise.asp . | |
| 41. Agency. | 42. Instance. | 11. Keir Elam. | 12. Francis Fergusson. |
| 43. Voice over Narrator. | 44. Diary of a Country Priest. | 13. Thérèse Raquin. | 14. Émile Zola. |
| 45. Sunset Blvd. | 46. The Shawshank Redemption. | 15. Ivanov. | 16. Anton Chekhov. |
| 47. Minimal. | 48. Iconographic. | 17. Closet drama. | 18. Narratology. |
| 49. Theme. | 50. Dramatic Action. | 19. Narrative Theory. | |
| 51. Jonathan Culler. | 52. Protagonist. | 20. Morphology of the Folktale. | |
| 53. Antagonist. | 54. Stock characters. | 21. Vladimir Propp. | 22. Mikhail Bakhtin. |
| | | 23. The Dialogic Imagination. | 24. Structuralist Narratology. |
| | | 25. Narrating Situation. | 26. Time of the Narrating. |
| | | 27. Person. | 28. Intradiegetic. |
| | | 29. Extradiegetic. | 30. Metadiegetic. |

فهرست منابع

مهرابی، مسعود (۱۳۹۰)، *صد سال اعلان و پوستر فیلم در ایران*. تهران: نظر.

Banham, Martin, ed (1998). *The Cambridge Guide to Theatre*. Cambridge: Cambridge University Press.

Ten Plays, the Art of Drama in a Changing Perspective. Princeton, New Jersey: Princeton UP.

Genette, Gerard (1972). *Narrative Discourse: An Essay in Method*. Translated by Jane E. Lewin. New York: Cornell University Press.

Herman, David (2005). *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*, London and New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203932896>

Smith, Ian Haydn (2018). *Selling the Movie: The Art of the Film Poster*. First edition. Austin: University of Texas Press.

Wolfe, Ernie (2000). *Extreme canvas: hand-painted movie posters from Ghana* (First Ed.). Los Angeles: Dilettante Press.

Chatman, Seymour (1978). *Story and Discourse: Narrative Structure in fiction and film*. London: Cornell University Press.

Chatman, Seymour (1990). *Coming to terms: The Rhetoric of Narrative in Fiction and Film*. London: Cornell University Press.

Culler, Jonathan (1975). *Structuralist Poetics: Structuralism, Linguistics, and the Study of Literature*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.

De Semlyen, Philip (2013). "How to Make a Mint from Movie Posters". Empire. Retrieved 15 October 2018.

Elam, Keir (1980). *The Semiotics of Theatre and Drama*. New Accents Ser. London and New York: Methuen.

Fergusson, Francis (1949). *The Idea of a Theater: A Study of*