صورت‌بندی میدان تبلیغات سینمایی موج نو دهه ۴۰ و ۵۰ با تکیه بر نظریه تمایز «بوردیو»*

نجیبه رحمانی**[۱]، حسن بلخاری‌قهی[۲]، سید محمد فدوی[۳]

۱.دانشجوی دکترای پژوهش هنر، دانشکده هنرهای تجسمی پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۲.استاد گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده هنرهای تجسمی پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۳.استاد گروه هنرهای تصویری، دانشکده هنرهای تجسمی پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
[تاریخ دریافت مقاله: ۹۹/۰۷/۰۳، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۹/۱۰/۱۴]

چکیده

گرافیک، هنری است در ارتباط با اجتماع و گفتمان‌های بصری اجتماع چون امر تبلیغات. در تبلیغات سینمای موج نو دهه ۴۰ و ۵۰، طراحان گرافیک با میدان سینمای موج نو (نخبه‌گرا) به‌عنوان سفارش‌دهنده کار می‌کردند. سینمای موج نو، میدان هنری است که توسط گروهی از فیلم‌سازان جوان با دغدغه‌های ذهنی و اجتماعی زمانه پایه‌ریزی شد. تبلیغات فیلم‌های موج نو، در راستای دغدغه‌های این میدان شکل گرفت و کنش‌گران میدان تبلیغات سینمای موج‌نو با توجه به سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی، استراتژی‌های خود را پی‌نهادند. پییر بوردیو با طرح میدان و منش در حوزه جامعه‌شناسی به ترکیب دوساحتی از ساختارهای عینی و ذهنی دست می‌یابد که این امکان را به محققان می‌دهد که در کنار مطالعه عوامل بیرونی به عوامل درونی و فردی شکل‌دهنده استراتژی کنش‌گران اجتماعی دست یابند. در این مقاله با روش توصیفی- تحلیلی به پژوهش در میدان تبلیغات فیلم‌های سینمای موج نو پرداخته می‌شود. عاملان این میدان شناسایی‌شده، ارتباط آن‌ها با کنش‌گران میدان سینمای موج نو مطالعه می‌شود، تاثیر میدان قدرت بر میدان ارتباط تصویری عنوان‌شده و در نهایت تحلیلی بر فعالیت کنش‌گران این میدان بر پایه منش و سرمایه‌های‌شان صورت می‌گیرد. هدف از این تحلیل، نگاه به میدان هنری است که کمتر مورد توجه قرار گرفته‌است و همچنین کم توجهی به واکاوی اجتماعی این نوع میدان‌های هنری.

واژه‌های کلیدی

میدان، منش، پی‌یر بوردیو، سینمای موج نو، تبلیغات، پوستر، گرافیک.

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری نجیبه رحمانی با عنوان «صورت‌بندی میدان تولید پوسترهای سینمایی دهه ۴۰ و ۵۰ با تاکید بر نظریه تمایز پی‌یر بوردیو» به راهنمایی دکتر حسن بلخاری‌قهی در دانشکده هنرهای تجسمی پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران است.
** نویسنده مسئول: تلفن: ۰۹۱۵۴۷۳۲۷۱۳، ایمیل: alecto.r@yahoo.com

مقدمه

میدان‌های هنری که در جامعه و در میان میدان‌های مختلف دیگر شکل می‌گیرند دارای ویژگی‌ها و اصالت‌هایی هستند که به تنهایی معرف منش کنش‌گران‌شان می‌گردند. پی‌یر بوردیو[1] برای منش هنرمندان و نوع این منش بیش از آن‌که تعلقی فردی قائل باشد، تعلقی تاریخی و اجتماعی قائل است و آن را برآمده از سرمایه‌های چهارگانه عاملان برمی‌شمارد که برساخته از زندگی فردی و اجتماعی آن‌هاست.

میدان تبلیغات فیلم‌های سینمای موج نو در دهه ۴۰ و ۵۰، به‌وسیلهٔ نسلی از طراحان گرافیک شکل گرفت که برخوردار از منشی پرورش‌یافته بودند. آن‌ها همگام با همتایان‌شان در میدان سینمای موج نو، توانستند در حوزه تخصص‌شان فرم را ارتقاء دهند. عاملانی که در این میدان فعالیت می‌کنند از حوزه آکادمیک هنر وارد عرصه تبلیغات شدند؛ یعنی از میدانی که ذهنیتی آموزش‌دیده پشتوانه آن است. این مهم را بوردیو سرمایه فرهنگی[2] می‌داند و همراه با سه سرمایه دیگر، آن‌ها را سازنده منش کنش‌گران می‌خواند.

طراحان مطرح این میدان، مرتضی ممیز[3]، عباس کیارستمی[4]، قباد شیوا[5]، ابراهیم حقیقی[6] و فرشید مثقالی[7]، هر یک به شیوهٔ خویش در خلق پوسترها و پلاکاردهای سینمایی نقش داشتند. در این مقاله با مطالعه سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نمادین آن‌ها، منش شکل‌دهنده میدان تحلیل می‌شود. هدف پژوهش، نمایش تاثیر میدان‌های هنری بر یکدیگر و تحلیل منش عاملان در میدان فعالیت‌شان در حوزه تبلیغات سینمای موج نو است. همچنین درک این نکته که بین فعالیت میدان‌ها به لحاظ کمیت و کیفیت آثار خلق‌شده، هماهنگی وجود دارد. میدانی چون سینمای موج نو که به ارزش سینمایی دست‌یافته، میدان تبلیغاتِ هم‌تراز خویش را مطالبه می‌کند.

پیشینه تحقیق

در زمینه پوسترهای سینمایی ایران، دو کتاب به نویسندگی مسعود مهرابی تالیف شده‌است. کتاب اول با عنوان پوسترهای فیلم در سال ۱۳۷۱ منتشرشده و همراه با مقدمه‌ای از آیدین آغداشلو[8] و مرتضی ممیز است. جدا از این دو مقدمه، نویسنده مختصری دربارهٔ تاریخچه پوستر سینمایی در ایران سخن گفته‌است و در ادامه پوسترهای سینمایی برگزیده از ۱۳۰۵ تا ۱۳۷۱ را به نمایش می‌گذارد. در کتاب صدوپنج سال اعلان و پوستر فیلم در ایران (۱۳۹۳) نویسنده با شرح تفصیلی‌تری در باب تاریخچه پوستر سینمایی در ایران، گزیده‌ای از پوسترهای سینمایی از سال ۱۲۸۸-۱۳۹۳ را نمایش می‌دهد. در کتاب بیش از ٦۰۰ اعلان و پوستر فیلم گردآمده که نویسنده آن‌ها را از بین ۲٦۰۰ قطعه برگزیده‌است. مهرابی عنوان می‌دارد که در این گزینش، توالی تاریخی رخدادها و نمایش فیلم در ایران، شیوه‌های ترسیم پوستر و نقش جایگاه خالقان‌شان، مقدم بر مضمون فیلم‌ها و پوسترها بوده‌است.

پایان‌نامه مالک شفیعی با عنوان «بررسی تطبیقی پوسترهای طراحی‌شده سینمایی، دو دهه قبل و دو دهه بعد از انقلاب ایران (دهه ٤۰ و ۵۰ با دهه ٦۰ و ۷۰)» (۱۳۹۳) از دانشگاه آزاداسلامی واحد یزد، استاد راهنما، محمدحسین جعفری‌نعیمی و استاد مشاور، عبدالعلی باقری، به مطالعه فرمی پوسترهای بعد و قبل از انقلاب پرداخته‌است. در مقاله «بازنمایی جنسیت در پوستر فیلم‌های پرفروش پنجاه سال اخیر سینمای ایران» (۱۳۹۴)، تالیف احسان آقایی و داود زهرائی چاپ‌شده در نشریه زن در فرهنگ و هنر، به تحلیل جایگاه زن با شاخصه‌های گفتمان اجتماعی طی دهه ۴۰ تا ۸۰ پرداخته می شود. نویسنده بنا بر امتیازدهی به نگرش‌های فرهنگی غالب هر عصر، عناصر بصری چگونگی ترسیم زنان و مردان را در پوسترها تحلیل کرده‌است.

روش تحقیق

پژوهش پیش‌رو، از منظر هدف تحقیقی بنیادی محسوب می‌شود. در این تحقیق به کشف ماهیت پدیده‌ها و روابط بین متغیرها، ساختارها پرداخته می‌شود. همچنین از انواع پژوهش‌های بنیادی، این تحقیق بر پایه پژوهش بنیادی-نظری استوار است که از روش‌های عقلانی و قیاسی استفاده می‌کند. متغیرهای اصلی پژوهش، میدان طراحی تبلیغات سینمایی است با متغیر زمانی و مکانی که شامل ایران در دهه ٤۰ و ۵۰ است. متغیر تحلیلی پژوهش نیز، نظریه تمایز بوردیو محسوب می‌شود.

تاثیر میدان قدرت بر میدان سینمای موج نو

از جنبه بیرونی، میدان قدرت و تاثیر آن بر سیاست‌های کلی سینما می‌توان به تاثیر بر محتوای فیلم‌ها و هزینه‌های تولید اشاره کرد. جدا از امر تطبیق فرهنگی با تمایلات سیاسی،

خانواده سلطنتی خود گرایشات سینمایی و علایق‌شان را با حمایت‌های مستقیم رشد و گسترش می‌دادند: «علاقهٔ محمدرضا به سینما باعث شد تا دستور صادر کند به چند فیلم‌ساز ایرانی که برایش عریضه نوشته و تقاضای کمک کرده‌بودند، مساعدت‌های مالی فراوانی بشود. اشرف هم در علاقه به فیلم و سینما با برادر خود احساسی مشترک داشت و به توصیهٔ او بود که وزارت فرهنگ و هنر وام‌های سخاوت‌مندانه‌ای در اختیار فیلم‌سازان ایرانی و حتی خارجی قرار داد» (دیبا، ١٣٧٩: ٩۵). نمونه‌های بسیاری از اعمال سلیقهٔ مستقیم خاندان پهلوی در عرصهٔ سینما موجود است که برهم‌زنندهٔ آرایش هنری و حرف‌های این میدان است.

میدان قدرت که در سیاست‌های فرهنگی، بیشترین نمود را دارد، با تزریق خواسته‌های حکومت بر شیوهٔ زندگی مردم اعمال نظر می‌کند. در این دوره با نفوذ در سینما، بسیاری از جنبه‌هایی که به اسم تجدد و زندگی مدرن، مصلحت برای زندگی عامه مردم پنداشته می‌شد، وارد سینما گشت. از نهادهای مهمی که این سیاست‌ها را راهبری می‌کرد «شورای عالی فرهنگ و هنر» بود که در سال ١٣۴۶ به دستور شاه و به منظور تنظیم سیاست فرهنگی و هماهنگ‌کردن برنامه‌های متنوع فرهنگی و هنری که در کشور اجرا می‌شد، تاسیس شد. این سازمان از سوی یونسکو[٩] نیز مورد حمایت قرار گرفت تا مقولهٔ «سیاست‌گذاری مدون فرهنگی» را در بین دولت‌های عضو ترویج کند. «شورای عالی فرهنگ و هنر بر اهمیت مسائل فرهنگی به معنای گسترده تاکید کرد... در برنامهٔ عمرانی کشور از سال ١٣۴٧ فرهنگ از جنبهٔ تاثیر آن در "تحکیم مبانی ملی" مورد توجه است» (کشانی، ١٣٨۶: ٢۶٧). این شورا بر پروانه ساخت و تولید فیلم اثر داشت و پذیرش و رد یک اثر سینمایی بر عهده این نهاد بود.

نهادهای مختلفی برای هدایت و راهبری مقولهٔ مدرن‌بودگی، هنر و سینما را به سمت اهداف غرب‌گرایانه می‌بردند، از جمله این نهادها: «مدرسهٔ عالی سینما و تلویزیون»، «تئاتر شهر»، و جشنواره‌هایی چون «فستیوال فیلم تهران»، «جشن‌های ٢۵٠٠ ساله» و «جشن هنر شیراز» بود. حمایت از گروه‌های سینمایی که در آن نوآوری و سخن غیرمتعارف مطرح شود، برای نهادی چون «وزارت فرهنگ و هنر» قابل تحمل نبود؛ چنان که منوچهر انور[١٠]، رئیس «کانون سینماگران پیش‌رو» در این باره معتقد است: «مهم‌ترین علت انحلال

نمودار ١. دو عامل اصلی بر این سینما موج نو که همهٔ کنش‌گران به شکلی از این دو متاثرند (نگارنده).

کانون سینماگران پیش‌رو، نگرفتن مجوز رسمی فعالیت از وزارت فرهنگ و هنر بود. تصور وزارت‌خانه این بود که کانون جریانی سیاسی است، اما مطلقاً چنین نبود و قصد موسسان تنها فعالیت حرف‌های بود» (همان: ٢٧٠).

سنگ‌اندازی‌هایی که در راه تولید فیلم‌های پیش‌رو وجود داشت، فیلم‌هایی که دنیای رویازدهٔ فیلم‌فارسی[١١] را آشفته می‌ساخت، دلالت دیگری بر سلطهٔ ناثواب حکومت بر سینما بود؛ «چنان‌که وزارت‌خانه از پخش فیلم یک اتفاق ساده اثر سهراب شهید ثالث[١٢] (١٣۵٢) که فیلمی گزارش‌گونه و غریبانه از زندگی پسربچه‌ای در بندری دورافتاده بود و با سرمایهٔ اندک فرهنگ و هنر-این سرمایه پول یک اثر کوتاه بود-ساخته شده‌بود، ممانعت به عمل آورد» (امینی، ١٣٧٠: ١٧٨).

شاید تنها جنبهٔ مثبت در این میان تاسیس نهادی چون «کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان» در سال ١٣۴٨ بود. این نهاد تاثیر شگرفی در بحث هنر مستقل و روشن‌فکر داشت و برخی از اقدامات اولیه در حوزه فیلم‌سازی موج نو و همچنین تبلیغات سینمای موج نو از این نهاد شکل گرفت.

میدان سینمای موج نو (به عنوان میدان سفارش‌دهنده میدان تبلیغات سینمایی موج نو)

کارگردان‌های مطرح موج نو به‌عنوان عاملان میدان سینمای موج نو، وابستگی شدیدی به فضای روشنفکری آن دوره داشتند؛ اغلب آن‌ها برآمده از طبقه متوسط بودند و دارای

جدول ۱. آثار سینمای داستانی موج نو به همراه منابع ادبی (نگارنده).

شماره	عنوان فیلم	کارگردان	نویسنده منبع	شماره	عنوان فیلم	کارگردان	نویسنده منبع
۱	شب قوزی	فرخ غفاری	افسانه هزار و یک شب	۱۳	ساز دهنی	امیر نادری	امیر نادری
۲	خشت و آینه	ابراهیم گلستان	ابراهمی گلستان	۱۴	تنگنا	امیر نادری	امیر نادری
۳	شوهر آهو خانم	داوود ملاپور	علی محمد افغانی	۱۵	غریبه و مه	بهرام بیضایی	بهرام بیضایی
۴	قیصر	مسعود کیمیایی	مسعود کیمیایی	۱۶	شازده احتجاب	بهمن فرمان‌آرا	هوشنگ گلشیری
۵	گاو	داریوش مهرجویی	غلامحسین ساعدی	۱۷	گوزن‌ها	مسعود کیمیایی	مسعود کیمیایی
۶	آرامش در حضور دیگران	ناصر تقوایی	غلامحسین ساعدی	۱۸	طبیعت بی‌جان	سهراب شهیدثالث	سهراب شهیدثالث
۷	آقای هالو	داریوش مهرجویی	علی نصیریان	۱۹	غزل	مسعود کیمیایی	خورخه‌لوئیس بورخس
۸	پستچی	داریوش مهرجویی	گئورک بوخنر	۲۰	شطرنج باد	محمدرضا اصلانی	محمدرضا اصلانی
۹	رگبار	بهرام بیضایی	بهرام بیضایی	۲۱	کلاغ	بهرام بیضایی	بهرام بیضایی
۱۰	یک اتفاق ساده	سهراب شهید ثالث	سهراب شهیدثالث	۲۲	چریکه تارا	بهرام بیضایی	بهرام بیضایی
۱۱	مغول‌ها	پرویز کیمیاوی	پرویز کیمیاوی	۲۳	سایه‌های بلند باد	بهمن فرمان‌آرا	هوشنگ گلشیری
۱۲	خاک	مسعود کیمیایی	محمود دولت‌آبادی				

سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی منحصر به خود که ذهنیت آماده‌ای را برای دست‌یابی به نگرشی نو فراهم می کرد. دو عامل اصلی بر فضای کلی میدان سینما موج نو حاکم بود که همهٔ کنش‌گران به شکلی از این دو متاثر بودند: ۱- تاثیر سینمای کشورهای اروپایی چون سینمای نئورئالیسم ایتالیا[۱۳] و سینمای فرانسه؛ ۲- ادبیات روشن‌فکری ایران که در آن دوره به‌طرز شگفت‌آوری تجلیات فوق‌العاده‌ای را بروز داد (نمودار ۱).

داریوش مهرجویی[۱۴] در پاسخ به این سوال که برای ساخت فیلم گاو چه الگویی را مدنظر داشته‌است، می‌گوید: «سینمای نئورئالیستی ایتالیا و فیلم‌هایی در آن زمینه مانند دزد دوچرخه[۱۵] (ویتوریو دسیکا[۱۶]، ۱۹۴۸)، رم شهر بی‌دفاع[۱۷] (روبرتو روسلینی[۱۸]، ۱۹۴۵)، پاییزا[۱۹] (روبرتو روسلینی، ۱۹۴۶)، معجزه میلان[۲۰] (ویتوریو دسیکا، ۱۹۵٦)، خوشه‌های خشم[۲۱] (جان فورد[۲۲]، ۱۹٤۰) و همچنین کارهای برگمان[۲۳] و آنتونیونی[۲۴]، توجه به سینمای مستند جنبه مهم دیگری بود که از فضای سینمای اروپا مشتق شده بود» (محمدکاشی، ۱۳۸۵: ۹۵). عامل دیگر، توجه به سینمای مستند است چنان که ابراهیم گلستان[۲۵] در دهه ۳۰ فیلم‌های مستند مانند موج، مرجان، خارا (۱۳۴۱)، گنجینه‌های گوهر (۱۳۴۵) و خانه سیاه (۱۳۴۲) (به کارگردانی فروغ فرخزاد[۲۶]) را تهیه کرد. این تاثیر واقع‌گرایی و نمایش مستندگونه در آثار باقی کارگردان‌ها نیز نمود یافت؛ چون فیلم آرامش در حضور دیگران ساخته ناصر تقوایی[۲۷].

در فیلم‌های موج نوی فرانسه که سرمشق برخی از سینماگران ایرانی بود، از بابت روایت، اغلب نه قهرمانی برجسته در کار بود و نه داستانی روان‌شناختی یا آن‌چه که تداوم واقع‌گرایی شاعرانه پیش از وقوع جنگ دوم جهانی به‌کار می‌رفت. موج فیلم‌سازان فرانسوی به سرعت مورد الهام سینماگران جوان سایر کشورها از جمله ایران که مسیر گذر از سنت به صنعتی‌شدن را با یک مدرنیزاسیون آمرانه طی می‌کرد، قرار گرفت.

عامل دوم که جنبهٔ وطنی داشت برآمده از ادبیات مدرن این مرز و بوم است. بیشک ادبیات روشن‌فکری به‌خصوص آثاری که از عرصه تئاتر و داستان‌نویسی مدرن برآمده تاثیر بسیاری بر کارگردان‌های موج نو گذاشت. این آثار که خوراک فکری و سینمایی را فراهم نمود، جزو سرمایه‌های فرهنگی آن‌ها محسوب می‌شود. همان‌طور که گلشیری[۲۸] عنوان می‌کند: «سینمای ایران کم‌وبیش مدیون داستان‌هایِ داستان‌نویسان معاصر است و اغلب فیلم‌های قابل‌ذکر، بازسازی‌شدهٔ داستان‌های معاصر است. این آثار ادبی وام‌هایی است به سینما. حتی بعضی از کارگردانان خود، ابتدا داستان‌نویس یا نمایش‌نامه‌نویس بودنداز جمله گلستان، بیضایی[۲۹] و...» (گلشیری، ۱۳۷۸: ۶۴)(جدول ۱).

با این اطلاعات کلیت میدان تولید سینمایی موج نو، خود را نشان می‌دهد. این کلیت در عین ساخت فضای عمومی میدان، نمایان‌گر منش عاملان نیز هست. بوردیو برای منش

جدول ۲. کنش‌گران و سرمایه‌ها و تاثیر منش آن‌ها بر مولفه‌های سینمای موج نو (نگارنده).

	بهرام بیضایی	مولفه‌های نمایان‌شده در آثار سینمایی بر اساس سرمایه‌ها
سرمایه فرهنگی	اهل خانواده‌ای فرهیخته و ادیب، دانشجوی رشته ادبیات دانشگاه تهران، پژوهش‌گر در نمایش و تئاتر، محقق در زمینه تعزیه، پژوهش‌گر در وادی آیین‌ها و مراسم‌های آیینی ایران، برنده جوایز سینمایی داخلی و خارجی.	تعزیه و تئاتر/ آیین‌ها و اساطیر زن/ غریبه/ نمادگرایی/ تسلط بر تکنیک‌های سینمایی
سرمایه اجتماعی	عضو گروه طرفه (۱۳۴۰)، از بنیان‌گذاران کانون نویسندگان ایران، استاد دانشگاه استنفورد (۱۳۸۹)، عضویت در انجمن صنفی فیلم‌سازان، عضو خانه سینما و...	
	علی حاتمی	**مولفه‌های نمایان‌شده در آثار سینمایی بر اساس سرمایه‌ها**
سرمایه فرهنگی	دانش‌آموختهٔ دانشگاه سینما و تئاتر دانشگاه هنر، محقق در زمینهٔ قصه‌ها، مَثَل‌ها و باورهای عامیانه ایرانهٔ فرهنگ کهن کوچه و بازار، زبان تصویری قوی برگرفته از مطالعات و علایق ادبی و هنری نهفته در فرهنگ ایران.	نقاشی/ تاریخ ایران/ زبان فاخر فارسی/ صحنه‌پردازی و فضاسازی سنتی
سرمایه اجتماعی	عضو کانون پرورش فکری و فرهنگی، فعال در گروه‌های تئاتر و عرصه تئاتر، همکاری با تلویزیون و گروه‌های وابسته به تلویزیون و سینما.	
سرمایه نمادین	سعدی سینمای ایران.	
	عباس کیارستمی	**مولفه‌های نمایان‌شده در آثار سینمایی بر اساس سرمایه‌ها**
سرمایه فرهنگی	دانش‌آموخته دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران در رشته نقاشی، فعالیت در عرصه‌های گرافیکی چون طراحی پوستر و طراحی تیتراژ فیلم، پژوهش و مطالعه در فرهنگ ایرانی، فعال در عرصه هنرهای تجسمی، شعر و نقاشی، دریافت نخل طلای از جشنواره جهانی فیلم کن فرانسه برای فیلم طعم گیلاس و همچنین دریافت هشتاد جایزه هنری و سینمایی دیگر.	پیوند با نقاشی و عکاسی/ واقع‌گرایی (رئالیسم) تنهایی و اصرار بر استفاده از نابازیگر.
سرمایه اجتماعی	عضو کانون پرورش فکری و فرهنگی، عضو انجمن فیلم و سینما، داوری جشنواره های فیلم و عکس، عضو چندین نهاد بین‌المللی فیلم.	
	مسعود کیمیایی	**مولفه‌های نمایان‌شده در آثار سینمایی براساس سرمایه‌ها**
سرمایه فرهنگی	مطالعات ادبی از کودکی، بنیان‌گذاری گروه انتشارات طرفه (۱۳۴۰)، علاقه به موسیقی و نواختن سازهایی چون پیانو، برنده جوایز داخلی و بین‌المللی در حوزه سینما.	دنیای مردانه/ تنهایی و دربه‌دری/ زبان کوچه و بازار/ انتقام/ سینمای گنگستری و خشونت.
سرمایه اجتماعی	از جوانی به تشکیل نهادهای ادبی و سینمایی دست زد چون گروه انتشارات طرفه. عضو خانه سینما و عضو خانه تئاتر. داور جشنواره‌های سینمایی، مدرس کارگردانی در موسسات فیلم‌سازی.	
	داریوش مهرجویی	**مولفه‌های نمایان‌شده در آثار سینمایی بر اساس سرمایه‌ها**
سرمایه فرهنگی	لیسانس فلسفه از دانشگاه یو.سی.ال.ای لس‌آنجلس (۱۳۴۴)، مطالعات ادبی و هنری که باعث مولف‌شدن در عرصه فیلم‌نامه‌نویسی شده‌است، برنده جوایز بی‌شمار سینمایی داخلی و بین‌المللی.	فلسفه اقتباس ادبی/ تنهایی و بیگانگی با محیط/ روشنفکر شرقی و تجددخواهی او/ اشیاء: وسوسه‌ای ذهنی.
سرمایه اجتماعی	عضو نهادهای سینمایی چون خانه سینما، عضو کانون فیلم‌سازانو کارگردانان ایران، داور جشنواره‌های سینمایی.	
سرمایه نمادین	فیلسوف سینمای ایران	

هنرمندان و نوع این منش بیش از آن‌که تعلقی فردی قائل باشد، تعلقی تاریخی و اجتماعی قائل است: «منش زیباشناسانه امری شخصی نیست و از ظهور نوع خاصی از مولدان هنر جدایی‌ناپذیر است، مولدانی که توسط یک قصد هنری ناب برانگیخته می‌شوند و البته ظهور این گروه‌ها نیز از ظهور یک حوزه یا میدان هنری مستقل و خود آیین جدایی‌ناپذیر است» (بوردیو، ۱۳۷۵: ۱۵۰). در نتیجه، منش هنرمندان از منظر بوردیو، عاملی متاثر و وابسته است که تحت تاثیر چهار سرمایه اصلی قرار دارد. هر کدام از سرمایه‌ها عامل کنش‌گر و پردازنده در شکل‌گیری منش هنرمند و نوع زیباشناسی وی هستند. در این بین برای روشن‌شدن این قضیه مولفه‌های اصلی کارگردان‌های مطرح موج نو معرفی می‌شوند (جدول ۲).

میدان تبلیغات سینمای موج نو (نخبه‌گرا)

این میدان، کنش‌گران فعالی داشته که استقلال عمل فراوانی داشتند. میدان قدرت تاثیری غیرمستقیم بر این میدان داشت و در واقع سیاست‌گذاری‌های فرهنگی با چند میدان واسط اثر خود را بر میدان تبلیغات سینمایی نشان می‌داد. بوردیو تاثیر میدان قدرت را با دو قطب مستقل و وابسته بر میدان‌های هنری شرح می‌دهد. آثار هنرمندان قطب وابسته از قواعد بیرونی و منطق غیرهنری تبعیت می‌کند. آثار آن‌ها،

برای کسب مقبولیت دولتی و بازاری ناچارند در اصول زیباشناسی خود سلایق، خوشایندها و قواعد دولت و بازار را در الویت قرار دهند. بوردیو هنرمندانی که در انتخاب سوژه و شیوه اجرای آن آزادی ندارند، استادکارانی معرفی می‌کند که در رفع این نقیصه و نمایش تقدس هنری خویش به تکنیک و اجرای استادانه روی می‌آورند. از نظر او، این گروه از هنرمندان اجراکارند که استادی خود را فقط از طریق اجرای سفارش آثار پُر کار نشان می‌دهند (پرستش و محمدی‌نژاد به نقل از بوردیو، ۱۳۸۵: ۱۲۲). در قطب مستقل، درست عکس این قضیه رخ می‌دهد و از این جهت میدان تبلیغات سینمای موج نو، قطب مستقل محسوب شده (به‌خصوص در مقایسه با میدان تبلیغات سینمای فیلم‌فارسی). از سوی دیگر هر میدانی ساختارهای عینی و ساختارهای ذهنی دارد که شکل‌دهنده ماهیت میدان است. در ادامه این دو ساختارِ سازنده میدان تبلیغات سینمای موج نو را معرفی و تحلیل می‌شود.

ساختارهای عینی مرتبط با میدان تبلیغات سینمای موج نو (نخبه‌گرا)

- میدان سینمای موج نو (به عنوان سفارش‌دهنده)؛
- میدان آکادمیک هنر و گرافیک (سازنده بخشی از منش و سرمایه‌های فرهنگی کنش‌گران میدان تبلیغات موج نو)؛
- میدان نهادهای تاثیرگذار (کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان)؛

ساختارهای ذهنی میدان تبلیغات سینمای موج نو (نخبه‌گرا)

- سرمایه‌های چهارگانه (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نمادین[۳۰]) کنش‌گران میدان تبلیغات سینمای موج نو.

میدان آکادمیک هنر و گرافیک (سازنده بخشی از منش و سرمایه‌های فرهنگی کنش‌گران میدان تبلیغات موج نو)

رواج واژه گرافیک در ایران، مربوط به دهه ۴۰ و پس از تاسیس هنرکده «هنرهای تزئینی» است. هوشنگ کاظمی[۳۱] که نخستین ایرانی تحصیل کردهٔ گرافیک در اروپا بود، به این هنر اعتبار آکادمیک داد. وی در سال ۱۳۳۷ پس از فراغت از تحصیل در «مدرسه عالی هنرهای تزیینی پاریس» و اخذ مدرک در رشته گرافیک، به تهران بازگشت و با همکاری جواد حمیدی[۳۲] تصمیم به راه‌اندازی مدرسه‌ای ویژهٔ «هنرهای تزئینی» گرفت؛ پس از تنظیم اساسنامه و مذاکره با وزارت فرهنگ و هنر و وزارت معارف، در مهر ماه ۱۳۳۹، موفق به راه‌اندازی هنرکده «هنرهای تزیینی» شد. رشتهٔ ارتباط تصویری در سال ۱۳۴۹ در دانشکده هنرهای زیبا توسط مرتضی ممیز راه‌اندازی شد. هنرمندانی که در این حوزه فعال گشتند یعنی مرتضی ممیز، فرشید مثقالی، قباد شیوا و... در دهه ۳۰ و ۴۰ و اغلب در رشته نقاشی دانشکده هنرهای زیبا دانشگاه تهران تحصیل کرده‌بودند و زیر دست هنرمندان نقاش تربیت شدند. آن‌ها با کسب تجربه در آتلیه‌های حرفهای چون آتلیه بهرامی[۳۳] و ارتباط با دانش بصری غرب، توانستند فضای متفاوتی را برای گرافیک ایران رقم بزنند (سیفی، ۱۳۹۲: ۸).

میدان نهادهای تاثیرگذار (کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان)

کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، نهادی تاثیرگذار برای کنش‌گران میدان طراحی گرافیک بوده‌است. گام بزرگ کانون در زمینهٔ تولیدات فرهنگی و هنری تاسیس «مرکز سینمایی» است. این مرکز در سال ۱۳۴۹ «به منظور تهیه فیلم‌های ارزنده آموزشی و تفریحی برای کودکان و نوجوانان و راه‌گشایی در جهت گسترش این صنعت در ایران» فعالیت خود را آغاز کرد. در نخستین سال آغاز فعالیت، مرکز سینمایی کانون پنج فیلم تولید کرد که در پنجمین فستیوال جهانی فیلم‌های کودکان در تهران شرکت داده شد. فیلم نان و کوچه اثر عباس کیارستمی در این فستیوال خوش درخشید و هیات داوری بین‌المللی، مجسمه طلایی فستیوال را به مرکز کانون اهدا کرد. سال بعد در فستیوال ششم، رهایی ساخته ناصر تقوایی جایزه فیلم‌های نوجوانان ۱۰ تا ۱۴ سال را برد. برگزاری جشنواره‌های داخلی و خارجی علاوه بر آن‌که نشان از توانایی مرکز سینمایی داشت، عرصه‌ای بود که هنرمندان ایرانی با همتایان خارجی خود آشناتر شوند و بر تجربه و دانش هنری خود بیافزایند. از جمله عمده فعالیت‌های مرکز سینمایی یکی هم تولید انیمیشن بود که تا آن زمان تولید آن را وزارت فرهنگ و هنر و سازمان رادیو و تلویزیون در انحصار داشت. در این عرصه نیز کانون چون سایر عرصه‌ها، ابتکار عمل را به‌دست گرفت و توانست با جذب هنرمندان برجسته‌ای چون نورالدین زرین‌کلک[۳۴]، فرشید مثقالی، آراپیک

باغداساریان[۳۵]، مرتضی ممیز و ... آثاری تولید نماید که هنوز در نوع خود بهترین‌هاست (شریفی، ۱۳۷۷: ۳۳).

در تبلیغات سینمایی فیلم‌های کانون، توجه به ایده و محتوای داستان بسیار اهمیت دارد. فرشید مثقالی (سرپرست وقت بخش گرافیک کانون پرورش فکری) که غنای تصویرسازی در طراحی‌هایش مثال‌زدنی است، در طراحی پوستر برای فیلم‌های کانون و خارج از آن، از دیدگاه تصویرسازانه بهره می‌گرفت. کیارستمی با توجه به نگاه رئالیستی‌اش، از عکس و کادربندی‌های ویژهٔ عکاسی در طراحی پوستر استفاده می‌کرد؛ ممیز از ترکیب‌های چاپ سیلک اسکرین[۳۶] و عکس و تکنیک‌های گرافیکی دیگر بهره می‌گرفت. پوسترهای سینمایی کانون، برآمده از روایت فیلم است و هر طراح با توجه به گرایش فرمی، دست به خلق پوستر می‌زد. فرم‌گرایی برآمده از عملکرد و توجه به فضای بصری برآمده از انیمیشن و فیلم کوتاه از خصوصیات تکنیکی و حرفه‌ای پوسترهای کانون است. در طراحی تبلیغات سینمایی کانون، طراحان به دو بحث ایده و تکنیک توجه یکسانی دارند و پوستر شِمایی تصویری و دوبُعدی از آن‌چه که فیلم می‌خواهد بیان کند، عرضه می‌داد. نقش کانون به‌عنوان نهادی که روی سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی کنش‌گرانش تاکید دارد، بسیار تاثیرگذار است تا جمعی از هنرمندان و طراحان را با دغدغه‌های فرمی

جدول ۳. مشخصات پوسترهای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان (زیرمجموعه میدان سینمای موج نو)(نگارنده).

 فیلم: تجربه (۱۳۵۲)؛ کارگردان: عباس کیارستمی؛ نویسنده: -؛ طراح پوستر: مرتضی ممیز؛ مولفه‌های اصلی: کودک، عشق افلاطونی، زندگی روزمره، کار در عکاسی؛ عناصر تصویری اصلی: قاب عکس و عکس‌های تکه‌شده؛ عناصر فرعی تصویری:-؛ لی‌اوت: عنوان در هماهنگی با عکس‌ها.	 فیلم: آن‌که خیال بافت و آن‌که عمل کرد (۱۳۵۰)؛ کارگردان: مرتضی ممیز؛ نویسنده: مرتضی ممیز؛ طراح پوستر: فرشید مثقالی؛ مولفه‌های اصلی: عمل‌گرایی، تنبلی، نتیجه تلاش؛ عناصر تصویری اصلی: سیب؛ عناصر فرعی تصویری: دو کاراکتر کارتونی؛ لی‌اوت: عنوان همراه با عنوان انگلیسی در تراز با تصویر.
 ف یلم: دار (۱۳۵۲)؛ کارگردان: رضا علامه‌زاده؛ نویسنده: -؛ طراح پوستر: فرشید مثقالی؛ مولفه‌های اصلی: -؛ عناصر تصویری اصلی: تصویر طوطی؛ عناصر فرعی تصویری: سر طوطی؛ لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی بالای کادر.	 فیلم: سیاه پرنده (۱۳۵۲)؛ کارگردان: مرتضی ممیز؛ نویسنده: ابراهیم فروزش؛ طراح پوستر: مرتضی ممیز؛ مولفه‌های اصلی: تمثیلی، تربیتی؛ عناصر تصویری اصلی: شکل پرنده؛ عناصر فرعی تصویری:-؛ لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی همراه سوتیترها هم تراز با تصویر.

فیلم: اسب (۱۳۵۵)؛
کارگردان: مسعود کیمیایی؛
نویسنده: مسعود کیمیایی؛
طراح پوستر: آتلیه کانون؛
مولفه‌های اصلی: پسری ترکمن، اسب، سفر، غربت؛
عناصر تصویری اصلی: اسب و سوارکار در مرکز کادر؛
عناصر فرعی تصویری: رنگین‌کمان که اسب روی آن می‌دود؛
لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی بالای کادر.

فیلم: دوباره نگاه کن (۱۳۵۳)؛
کارگردان: فرشید مثقالی؛
نویسنده: فرشید مثقالی؛
طراح پوستر: فرشید مثقالی؛
مولفه‌های اصلی: جست‌وجو در طبیعت به دنبال اشکال انسانی و حیوانی، آموزشی؛
عناصر تصویری اصلی:انسان و ترکیب گیاه؛
عناصر فرعی تصویری:-؛
لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی بالا و وسط کادر.

فیلم: گردش در یک روز خوش آفتابی (۱۳۵۳)؛
کارگردان: حسن بنی‌هاشمی؛
نویسنده: حسن بنی‌هاشمی و عرفان غریقی؛
طراح پوستر: ابراهیم حقیقی؛
مولفه‌های اصلی: تخیل، داستان‌سرایی؛
عناصر تصویری اصلی: پسری در حال نی نواختن؛
عناصر فرعی تصویری: پر طاووس؛
لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی بالای کادر.

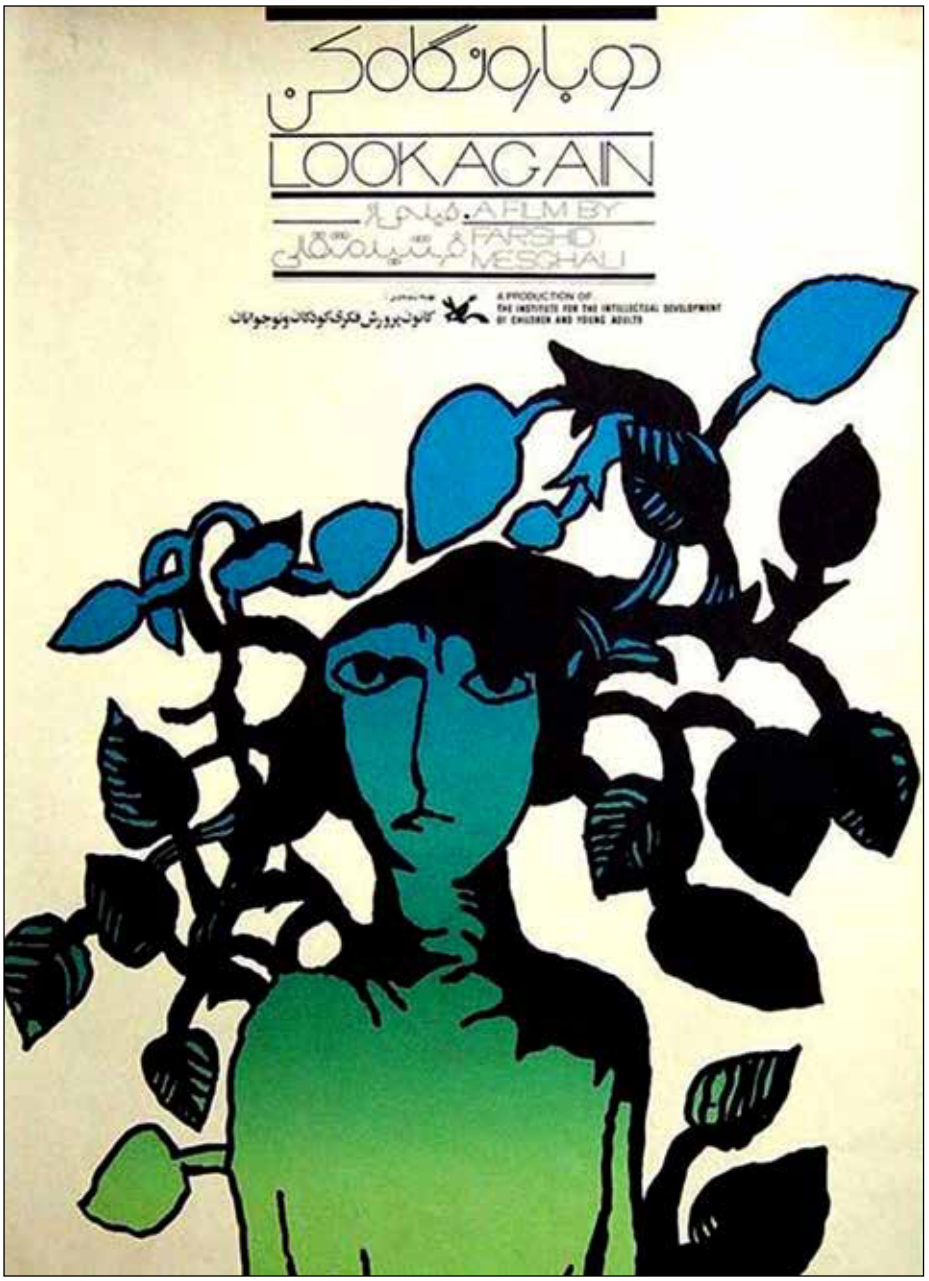
فیلم: زال و سیمرغ (۱۳۵٦)؛
کارگردان: علی‌اکبر صادقی؛
نویسنده: علی‌اکبر صادقی و ابراهیم فروزش؛
طراح پوستر: علی‌اکبر صادقی؛
مولفه‌های اصلی: حماسه، زال، سیمرغ؛
عناصر تصویری اصلی: زال سوار بر سیمرغ؛
عناصر فرعی تصویری: -؛
لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی بالای کادر.

فیلم: انتظار (۱۳۵۳)؛
کارگردان: امیر نادری؛
نویسنده: امیر نادری؛
طراح پوستر: امیر نادری؛
اجرای پوستر: ابراهیم حقیقی؛
مولفه‌های اصلی: تابوها، انتظار؛
عناصر تصویری اصلی: در چوبی نیمه باز که دست زنی جوان از آن بیرون آمده؛
عناصر فرعی تصویری: -؛
لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی وسط کادر.

فیلم: مسافر (۱۳۵۳)؛
کارگردان: عباس کیارستمی؛
نویسنده: عباس کیارستمی؛
طراح پوستر: عباس کیارستمی؛
مولفه‌های اصلی: سفر، از دست‌دادن رویا؛
عناصر تصویری اصلی: پسری در حال بالارفتن از پله‌ها؛
عناصر فرعی تصویری:-؛
لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی بالای کادر.

فیلم: هفت‌تیرهای چوبی (۱۳٥٤)؛
کارگردان: شاپور قریب؛
نویسنده: شاپور قریب؛
طراح پوستر: ابراهیم حقیقی؛
مولفه‌های اصلی: ایستگاه قطار، بچه‌ها، قصه‌گویی، تلویزیون، تغییر سبک زندگی؛
عناصر تصویری اصلی: قطاری کارتونی که واگن‌هایی به شکل تلویزیون دارد؛
عناصر فرعی تصویری: دود خط خطی قطار؛
لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی بالای تصویر.

فیلم: رخ (۱۳۵۳)؛
کارگردان: علی‌اکبر صادقی؛
نویسنده: ابراهیم فروزش؛
طراح پوستر: علی‌اکبر صادقی؛
مولفه‌های اصلی: نزاع، شطرنج؛
عناصر تصویری اصلی: مهره‌ها در ردیف‌های سیاه و سفید؛
عناصر فرعی تصویری:-؛
لی‌اوت: عنوان فارسی و انگلیسی در ردیف‌های خانه‌های شطرنج.



گردآورد (جدول ۳).

سرمایه‌های طراحان میدان تبلیغات سینمایی موج نو

طراحان شاخص عرصه تبلیغات برآمده از فضای آکادمیک بودند؛ از این‌رو نگاه و سمت‌وسوی کارشان دارای سطحی از توان‌مندی و اصالت هنری است. آن‌ها با ملاک قراردادن دست‌آوردهای سینمای موج نو، در نوع ارتباط خویش تکمیل‌کنندهٔ این دست‌آوردها شدند. هنرشان هم‌سو با سینمایی که در پی استفادهٔ مطلوب از فرم برآمده، عمل می‌کند. مطرح‌ترین این هنرمندان مرتضی ممیز، فرشید مثقالی، عباس کیارستمی، قباد شیوا هستند.

تبلیغات سینمایی در دهه ۴۰ و ۵۰ شامل پوستر و پلاکاردهای سر در سینماها می‌شد. این تبلیغات معمولاً با تکنیک‌های نقاشی صورت می‌گرفت چرا که آن دوره صنعت چاپ توان‌مندی تولید بنرهای بزرگ را نداشت (مهرابی، ۱۳۹۰: ۲۳).

هنرمندان آکادمیک معمولاً از تکنیک‌های به‌روز در طراحی پوستر بهره می‌بردند؛ مثل استفاده از عکس، ایجاد بافت ترام، ابزارهای به روز گرافیکی که این عملکرد فنی برآمده از دانش بصری است که دانشگاه بدان‌ها افزود. در کنار این دانش تکنیکی، آن‌ها در طراحی از ابتذال رایج پوسترهای فیلم‌فارسی دوری می‌جستند. در طراحی‌های هنرمندان این میدان، نوآوری در نگاه، سادگی و اهمیت‌دادن به لی‌اوت دیده می‌شود که این امر هم برآمده از دانش آکادمیک آن‌هاست و به شکلی از سرمایه‌های فرهنگی محسوب می‌شود.

آن‌ها به‌واسطهٔ ارتباط با سینماگران موج نو، دغدغه‌های مشترکی با کارگردانان موج نو داشتند؛ همراه با همکاری مطلوبی که نقطه‌نظرات‌شان را به اشتراک می‌گذاشتند. از این‌رو اکثراً در سرمایه‌های فرهنگی چون مطالعات ادبی و هنری هم‌داستان هستند و در عرصه‌های دیگر هنر نیز فعال بودند.

مرتضی ممیز در کنار سینماگران، جدا از طراحی پوستر، به طراحی صحنه نیز می‌پرداخت: «یکی از فیلم‌هایی که در آن‌ها از نظر طراحی صحنه نقش داشتم فیلم طبیعت بی‌جان ساخته سهراب شهیدثالث بود و هم‌زمان مرتباً با خود سهراب شهیدثالث در ارتباط بودم... مضاف بر این‌که در صحنهٔ خیلی از فیلم‌ها (مغول‌ها، در غربت، گوزن‌ها، کمال‌الملک، دلشدگان، دایره مینا) به صورت مهمان دعوت می‌شدم. لحظاتی که در جریان فیلم‌برداری بودم نقطه‌نظراتم را به کارگردان یا مدیر فیلم‌برداری می‌گفتم» (قنبری، ۱۳۸۵: ۱۲۰).

عباس کیارستمی نه تنها طراحی پوستر فیلم قیصر و فیلم‌های کانون را انجام می‌داد، به عنوان کارگردان به استخدام مرکز «سینمای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان» درآمد. وی در سال ۱۳۴۹ فیلم کوتاه نان و کوچه را ساخت. فیلم زنگ تفریح در سال ۱۳۵۱ به اکران درآمد و با ساختن فیلم مسافر (۱۳۵۳) نامی شد.

همکاری این دو میدان در حوزه‌هایی بسیار نزدیک است؛ به‌عنوان مثال با راه‌اندازی «جشنواره فیلم تهران[۳۷]» مرتضی ممیز از دورهٔ دوم به‌عنوان مدیر هنری آن انتخاب شد و به همراهی دستیارانش چون محمد عدنانی و علی خسروی پوسترهای شاخصی برای این جشنواره طراحی کرد. ممیز در گفت‌وگویی با ماهنامهٔ فیلم دربارهٔ آزادیاش در پوسترهایی که در آن دوره ساخته این‌طور می‌گوید: «برای فیلم‌های شهیدثالث، صیاد و حاتمی[۳۸]، آزادی کامل داشتم. در مورد فیلم‌های کیمیایی[۳۹] البته تهیه‌کننده تا حدودی اعمال نظر می‌کرد. از آن‌جا که این کار برای قشر وسیعی از مردم نمایش داده می‌شد سعی می‌کردم پوستری هماهنگ با شرایط مناسب بسازم که در عین حال نوعی آموزش بصری برای مردم باشد» (بینا، ۱۳۶۳: ٤٥).

ارتباط جهان ادبی با سینما در بخش‌های پیش عیان شد؛ این‌که از مولفه‌های سینمای موج نو، ادبیات مدرن بود و آثار غلامحسین ساعدی[۴۰]، هوشنگ گلشیری، بهرام بیضایی و... منبع فیلم‌نامه‌ها محسوب می‌شد. در میدان ارتباط تصویری نیز، ادبیات و صنعت نشر نقش به‌سزایی داشت. نمونهٔ بارز آن، همکاری مرتضی ممیز با احمد شاملو[۴۱] در نشریه کتاب هفته[۴۲] و همچنین همکاری او با نشریات مختلفی چون کاوه، بخارا و کلک بوده‌است. تصویرسازی‌های بی‌بدیل ممیز به کتاب هفته هویت ویژه‌ای بخشید و بخشی از تاریخ بصری ایران را شکل داد.

در حالی‌که در کانون پرورش فرهنگی و فکری کودکان و نوجوانان، مرتضی ممیز، فرشید مثقالی، قباد شیوا در عرصه تصویرسازی و انیمیشن فعال بودند و عباس کیارستمی، سهراب شهیدثالث، بهرام بیضایی، ناصر تقوایی و... در عرصه فیلم‌سازی و تئاتر دست به خلق اثر می‌زدند. ارتباط این دو گروه در سرمایه‌های فرهنگی فقط در اشتراکات آکادمیک، ادبی و هنری خلاصه نمی‌شود، بلکه آن‌ها منابع مشترکی را در کشورهای غربی نیز جهت دست‌یابی به دانش سینمایی و بصری کنکاش می‌کردند. همان‌طور که سینماگران موج نو از سینمای نئورنالیسم ایتالیا و سینما حقیقت فرانسه الهام گرفتند و سبک و تکنیک آن‌ها را به شیوهٔ خود به‌کار بردند. طراحان گرافیک نیز از منابع بصری غرب ملهم گشتند، برخی از آنان که در غرب تحصیل کردند چون مرتضی ممیز و قباد شیوا به شکل مستقیم تحت تاثیر این منابع بودند و برخی به‌صورت غیرمستقیم و با در اختیارداشتن نشریات و منابع تصویری مختلف؛ که این مهم در ساختن سرمایه فرهنگی آن‌ها تاثیر به‌سزایی داشت به‌خصوص در زمینهٔ تجلی این تجربه‌های بصری در خلق آثار گرافیکی. در حوزه سرمایه‌های اجتماعی نیز اغلب طراحان در گروه‌های مشابه عضو بودند و در نهادهای هنری خصوصی و دولتی همکاری می‌کردند. همان‌طور که عنوان شد شاخص‌ترین این نهادها، کانون پرورش فرهنگی و فکری کودکان و نوجوانان بود. شبکه اجتماعی طراحان گرافیک در بین خود نیز دارای استحکام فراوان است و بروز سرمایه اجتماعی مقتدرانه‌ای را نمایان می‌سازد. این جامعه ارتباطی از دانشگاه و آتلیه‌های گرافیکی چون آتلیه بهرامی و پارس پایه‌ریزی شد. آن‌ها محافل هنری خویش را در گالری‌ها و خانه‌های فرهنگ نیز دارا بودند.

مرتضی ممیز به‌عنوان یک حامی و چون پدری مهربان از هم‌صنفان خویش حمایت کرده و آن‌ها را به مراکز مختلف معرفی می‌کرد؛ یکی از این مراکز کانون پرورش فکری بود. حتی تازه‌واردان را به آتلیه‌های تجاری و استودیوهای تبلیغاتی می‌فرستاد. وی برای ایجاد آتلیه خودش از همکارانش مساعدت جست چنان‌که آتلیه ٤٢ را با افرادی چون فرشید

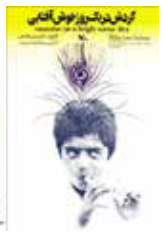
جدول ۴. کنش‌گران میدان تبلیغات سینمای موج نو و سرمایه فرهنگی آن‌ها (نگارنده).

هنرمند	طبقه اجتماعی	نهادهای تاثیرگذار	ارتباط با غرب و جشنواره‌های بین‌المللی	مقام‌های داخلی و فعالیت‌های اجرایی
مرتضی ممیز	طبقه متوسط **تحصیلات** لیسانس نقاشی از دانشکده هنرهای زیبا	همکاری با کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان؛ همکاری با کتاب هفته؛ استاد دانشکده هنرهای زیبا؛ تاسیس رشته گرافیک در ۱۳۴۹؛ راه‌اندازی سندیکای گرافیک؛ راه‌اندازی ده‌ها جشنواره و نمایشگاه در حوزه گرافیک.	تحصیل در پاریس؛ عضو انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک؛ ارتباط با نهادهای گرافیکی بین‌المللی جهت برگزاری جشنواره‌های داخلی و خارجی و برپایی نمایشگاه‌ها؛ برنده مدال طراحی نمایشگاه بین‌المللی طراحی ژوونیزی فرانسه (۱۹۶۶)؛ طراح پوسترهای سینمایی فستیوال سینمایی کن (۱۹۷۵)؛ جایزه ویژه Achievement Award یک عمر فعالیت هنری به خاطر یک عمر تلاش و دست‌آوردهای ایشان از طرف انجمن بین‌المللی طراحی (آیکو-دی، ۲۰۰۴).	جایزه بهترین طراحی کتاب کودک سال‌های (۱۳۴۲-۱۳۴۵)؛ مدال رتبه اول دانشجوی ممتاز دانشکده هنرهای زیبا دانشگاه تهران (۱۳۴۴)؛ جایزه و مدال بهترین پوسترهای سینمایی جشنواره فجر تهران (۱۳۶۵، ۱۳۶۶ و ۱۳۶۹)؛ سیمرغ بلورین بهترین پوستر برای فیلم ای ایران از جشنواره فیلم فجر (۱۳۶۸)؛ جایزه بهترین آثار طراحی نشانه‌های دهه ۸۰ میلادی (۱۹۹۰)؛ مدیریت و طراحی هنری جشنواره بین‌المللی فیلم تهران (۱۳۵۲-۱۳۵۶)؛ ریاست هیات مدیره انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران؛ ریاست دوسالانه‌های گرافیک ششم، هفتم و هشتم؛ ریاست کمیته ایرانی انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک (AGI) و...
فرشید مثقالی	طبقه متوسط لیسانس نقاشی از دانشکده هنرهای زیبا	همکاری با کانون فرهنگی و فکری؛ عضو انجمن تصویرسازان ایران؛ عضو انجمن صنفی طراحان ایران.	عضویت در نهادهای بین‌المللی تصویرسازی؛ اقامت در کالیفرنیا در سال ۱۳۶۵ آغاز می‌شود و با راه‌اندازی یک استودیوی شخصی گرافیک به نام دسک‌تاپ استودیو؛ برنده جایزه نخست نمایشگاه بین‌المللی کتاب کودک بولونیا؛ دیپلم افتخار از دوسالانه تصویرگری براتیسلاوا؛ دریافت جایزه هانس کریستین آندرسن (1974).	داوری در جشنواره‌های تصویرسازی و گرافیک؛ برنده جوایز تصویرسازی از جشنواره‌های داخلی.
ابراهیم‌حقیقی	طبقه متوسط لیسانس معماری از دانشکده هنرهای زیبا	همکاری با کانون پرورش و فکری؛ عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران؛ عضو انجمن فیلم‌سازان مستند ایران؛ همکاری با نهادهای دولتی- هنری چون حوزه هنری؛ ساخت تیتراژ سریال برای تلویزیون.	عضو انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک (AGI)؛ عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران؛ عضو انجمن فیلم‌سازان مستند ایران؛ دریافت جایزه تقدیر ویژه داوران برای پوستر فیلم همه انسان‌ها برابرند (بلژیک، ۱۳۸۳).	دریافت جایزه بهترین عکس از نمایشگاه فرهنگ و هنر؛ دیپلم ویژه (گرافیست برگزیده) دومین نمایشگاه هنر گرافیک ایران ۱۳۶۸؛ برنده جایزه بهترین جلد کتاب اتللو از اولین نمایشگاه هنر گرافیک ایران ۱۳۶۶؛ برنده جایزه بهترین آنونس فیلم جاده‌های سرد از ششمین جشنواره فیلم فجر ۱۳۶۶؛ دیپلم افتخار بهترین طراحی پوستر (تاتوره) از پنجمین جشنواره فیلم فجر؛ دیپلم افتخار هفتمین جشنواره سینمای آزاد ۱۳۵۴؛ برنده جایزه دوم جشنواره سینمای آزاد تهران؛ تاسیس انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران همراه ممیز، شیوا و میرزاعلیخانی؛ داوری جشنوارهای معتبر داخلی چون جشنواره هنرهای تجمسی فجر، دوسالانه‌های و جشنواره‌های گرافیکی.
قباد شیوا	طبقه متوسط لیسانس نقاشی از دانشکده هنرهای زیبا	همکاری با کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان؛ همکاری با صدا و سیما در حوزه گرافیک؛ همکاری با انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران؛ همکاری با خانه تصویرسازی ایران.	فوق لیسانس از انستیتو پرت نیویورک ۱۳۵۹؛ عضو انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک؛ ارتباط با نهادهای گرافیکی بین‌المللی جهت برگزاری جشنواره‌های داخلی و خارجی و برپایی نمایشگاه‌ها؛ برنده مسابقه طراح پوستر برای سومین جشن هنر شیراز (۱۳۴۸)؛ برنده مسابقات مختلف در طراحی پوستر برای فستیوال‌های هنری در ایران (۱۳۵۳)؛ برنده مسابقه طراحی آرم برای سندیکای گرافیست‌های تهران (۱۳۵۴)؛ منتخب طراحی آرم برای انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۱۳۷۶)؛ پوستر منتخب برای برگزاری هفتمین دوسالانه گرافیک ایران (۱۳۸۰).	دریافت مدال و دیپلم برای طراحی پوستر از بی‌ینال بین‌المللی گرافیک برنو در چکسلواکی (۱۳۵۷)؛ جایزه اول در مسابقه طراحی محیطی، نیویورک (۱۳۵۸)؛ برنده اول در مسابقه طراحی نشان برای بخش هنری المپیک ورزش‌های زمستانی در نیویورک (۱۳۵۹)؛ دیپلم افتخار برای پوستر فلسطین در اولین دوسالانه بین‌المللی پوستر جهان اسلام (۱۳۸۲)؛ تأسیس بخش گرافیک در صدا و سیمای ایران در سال ۱۳۴۷؛ از مؤسسان انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران؛ پایه‌گذار و برنامه‌ریز اولین دوسالانه پوستر تهران.
عباس کیارستمی	طبقه متوسط لیسانس نقاشی از دانشکده هنرهای زیبا	همکاری با کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان؛ همکاری با نهادهای سینمایی و نهادهای تجسمی چون موزه هنرهای معاصر و...	فیلم‌ساز بین‌المللی و حضور در کشورهای اروپایی برای ساخت فیلم؛ همکاری در حوزه آموزش فیلم‌سازی (برگزاری ورک‌شاپ، تدریس و...)؛ دریافت بیش از ۸۰ جایزه معتبر از جشنواره‌های فیلم خارج، شناخته‌شده‌ترین آن جایزه نخل طلایی جشنواره فیلم کن برای فیلم طعم گیلاس (۱۹۹۷).	نان و کوچه برنده جشنواره کودکان و نوجوانان (۱۳۴۹)؛ مسافر برنده مجسمه طلایی جشنواره فیلم‌های کودکان تهران (۱۳۵۳)؛ قضیه شکل اول و شکل دوم، برنده جشنواره فیلم‌های کودکان و نوجوانان تهران (۱۳۵۸)؛ خانه دوست کجاست برنده لوح زرین جشنواره فجر (۱۳۶۵) و... داور جشنواره‌های سینمایی و جشنواره‌های هنرهای تجسمی.

مثقالی و معصومی راه انداخت. در ۱۳۵۵ با مشارکت تنی چند از همکارانش «سندیکای طراحان گرافیک ایران» را بنیان نهاد که از بزرگ‌ترین اقدامات در سرمایه‌های اجتماعی میدان ارتباط تصویری است. فرشید مثقالی می‌گوید: « ممیز آدمی با حضور بسیار واضح و نیرومند است، بدان‌معنا که با حضور او در رشته گرافیک، محوطه‌ای روشن شد». مثقالی، نوطلبی و نوجویی را بخشی از شخصیت ممیز می‌داند: «اگر حضور ممیز نبود، چراغ سندیکای گرافیک روشن نمی‌شد» (مصاحبه گروهی، ۱۳۸۲: ۳۷۰).

به‌لحاظ سرمایه اقتصادی، اغلب طراحان گرافیک از خانواده‌هایی متوسط محسوب می‌شدند و در حوزه شغلی نیز دارای درآمدی مناسب بودند. همه این سرمایه‌ها به آن‌ها کمک می‌کرد که در امر طراحی دارای نقطه دیدِ پرورش‌یافته باشند. در طراحی پوسترهای هر یک ویژگی‌های غنی دیده می‌شود که تسلط بر خط، بافت، ترکیب‌بندی و تکنیک‌های

جدول 5. کنش‌گران میدان تبلیغات سینمای موج نو و سرمایه‌ها و تاثیر منش آن‌ها (نگارنده).

مرتضی ممیز		مولفه‌های نمایان‌شده در آثار گرافیکی بر اساس سرمایه‌ها	منابع تصاویر: مهرابی، ۱۳۹۰: ۲۰-۵۰.
سرمایه فرهنگی	یکی از عموهای پدر، میرزا موسی خان نقاش (در اولین شماره‌های مجله‌های شرف و شرافت تصویرسازی کرد)؛ در نوجوانی برای کسب درآمد، برای مغازه‌ها تابلونویسی انجام می‌داد؛ طراحی کاریکاتور سیاسی برای نشریات؛ تحصیل در رشته نقاشی دانشکده هنرهای زیبا؛ تحصیل در رشته غرفه در پاریس؛ دارای مهارت در تصویرسازی و نقاشی.؛ پای‌بندی به سنت‌ها؛ علاقه به ادبیات؛ پاس‌داشت فرهنگ ایرانی؛ در جست‌وجوی هویت ایرانی در طراحی (قنبری، ۱۳۸۵: ۱۵).	استفاده از تکنیک‌های عکاسی؛ ترام‌بندی و بافت‌های متفاوت؛ استفاده از رنگ‌های تخت و یک‌دست؛ تقسیم‌بندی و پلان‌بندی متناسب توجه به فضای منفی؛ توجه به هویت ایرانی؛ طراحی لوگوتایپ عنوان.	
سرمایه اجتماعی	عضو انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک (AGI)؛ از ۱۳۵۲ تا ۱۳۶۱ رئیس انتخابی کمیتهٔ هنرهای تجسمی کمیسیون ملی یونسکو در تهران؛ در ۱۳۵۵ با مشارکت تنی چند از همکارانش «سندیکای گرافیست‌های ایران» را بنیان نهاد؛ پس از آن، به برپایی نمایشگاه «پنجاه سال گرافیک ایران» پرداخت؛ از وی همچنین به عنوان بانی و دبیر اجرایی «دوسالانه گرافیک آسیا (یونسکو)» از ۱۳۵۶ تا ۱۳۵۸ یاد می‌شود؛ در ۱۳۶۶ نیز با پیشنهاد به علی‌اکبر محتاج بانی برگزاری نخستین «دوسالانه هنر گرافیک ایران» شد و... (مشکی، ۱۳۸۸: ۵).		
سرمایه نمادین	پدر گرافیک ایران.		
فرشید مثقالی		مولفه‌های نمایان‌شده در آثار گرافیکی بر اساس سرمایه‌ها	منبع تصاویر: (مهرابی، ۱۳۹۰: ۲۰-۵۰).
سرمایه فرهنگی	لیسانس نقاشی از هنرهای زیبا، تصویرسازی برای آتلیه‌ها و کانون پرورش فرهنگی و فکری؛ همکاری با نشریات تصویرگری کتاب؛ برنده جایزه هانس کریستین اندرسون؛ راه‌اندازی استودیو شخصی دسک تاپ.	طراحی‌های ساده؛ طراحی به شیوه لیتوگرافی؛ تصویرسازی‌های رویایی؛ توجه به طراحی لوگوتایپ؛ خطوط ساده و دورگیری‌های سیاه برگرفته از توانمندی‌های تصویرسازی.	
سرمایه اجتماعی	همکاری با ممیز در کانون پرورش فرهنگی و فکری؛ همکاری با ممیز در آتلیه ۴۲؛ عضو خانه تصویرسازان ایران؛ شرکت در جشنواره‌های تصویرسازی و...		
عباس کیارستمی		مولفه‌های نمایان‌شده در آثار گرافیکی بر اساس سرمایه‌ها	منبع تصاویر: (مهرابی، ۱۳۹۰: ۲۰-۵۰).
سرمایه فرهنگی	دانش‌آموخته دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران در رشته نقاشی؛ فعالیت در عرصه‌های گرافیکی چون طراحی پوستر و طراحی تیتراژ فیلم؛ پژوهش و مطالعه در فرهنگ ایرانی؛ فعال در عرصه هنرهای تجسمی، شعر و نقاشی؛ دریافت نخل کن از سینمای فرانسه برای فیلم طعم گیلاس (۱۳۷۳) و همچنین دریافت ۸۰ جایزه هنری و سینمایی دیگر.	پیوند با نقاشی و عکاسی؛ واقع‌گرایی(رئالیسم)؛ بهره‌گیری از فضای مثبت و منفی؛ حروف‌نگاری هماهنگ با تصاویر؛ استفاده از رنگ‌های تخت؛ ترکیب‌بندی ساده و در عین حال متفاوت؛ بزرگ‌کردن و آگراندیسمان عکس ترام‌دار صورت بازیگر فیلم و این تکنیکی بود که تا آن روز کسی انجام نداده بود.	
سرمایه اجتماعی	عضو کانون پرورش فکری و فرهنگی؛ عضو انجمن فیلم و سینما؛ داوری جشنواره‌های فیلم و عکس؛ عضو چندین نهاد بین‌المللی فیلم.		
قباد شیوا		مولفه‌های نمایان‌شده در آثار گرافیکی بر اساس سرمایه‌ها	منبع: (مهرابی، ۱۳۹۰: ۲۰-۵۰)
سرمایه فرهنگی	لیسانس نقاشی از هنرهای زیبا؛ لیسانس گرافیک از انستیتو پرت نیویورک ۱۳۵۹؛ کار در آتلیه‌های گرافیکی؛ کار در جشنواره‌های گرافیکی؛ برنده جوایز کشوری و بین‌المللی (بیش از ۳۰ مورد)؛ برگزاری نمایشگاه‌های گرافیکی؛ تدریس در دانشگاه.	گرایشات تصویرسازانه؛ فونت‌های دست‌نویس؛ ارزش‌گذاری به هویت ایرانی؛ کلاژ عکس با زمینه‌های ساده.	
سرمایه اجتماعی	فعال در بخش گرافیک صداو سیما ۱۳۴۷؛ راه‌اندازی بخش گرافیک انتشارات سروش ۱۳۵۰؛ طراح پوستر جشنواره هنر شیراز؛ از موسسان انجمن صنفی طراحان گرافیک؛ عضو انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک (AGI).		
ابراهیم حقیقی		مولفه‌های نمایان‌شده در آثار گرافیکی بر اساس سرمایه‌ها	منبع تصاویر: (مهرابی، ۱۳۹۰: ۲۰-۵۰).
سرمایه فرهنگی	لیسانس فلسفه از دانشگاه یو.سی.ال.ای لس‌آنجلس (۱۳۴۴)؛ علایق جانبی چون عکاسی، ساخت مستند و طراحی صحنه؛ همکاری با ممیز در کانون پرورش فکری؛ همکاری با احمد شاملو؛ تدریس در دانشگاه؛ حضور در جشنواره‌ها به عنوان داور، برپایی نمایشگاه‌های مختلف و...	استفاده از تکنیک‌های عکاسی؛ هماهنگی بین تیترها، حروف‌نگاری و تصاویر. استفاده از تصویرسازی در پوسترهای کانون پرورش فرهنگی و فکری کودکان و نوجوانان.	
سرمایه اجتماعی	عضو انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک(AGI)، عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران، انجمن تصویرگران کتاب، انجمن فیلم‌سازان مستند ایران.		

متناسب با جریان‌های روز را نمایان می‌سازد. آن‌ها پوستر فیلم را که در میدان تولید تبلیغات فیلم‌فارسی، با تصاویر بزرگ و نقاشی‌گونه از هنرپیشگان اصلی در وضعیت‌های پوشش نامناسب به ابتذالی در محتوا و فرم رسیده‌بود، به درجه‌ای از بیان هنری و استانداردسازی طراحی مبدل کردند. فونت، کاربرد آن و جاگذاری آن هماهنگ با تصویر اهمیت پیدا کرد؛ در این میدان تبلیغاتی، پوستر فقط ابزار تبلیغ نبود، بلکه یک رسانه هنری تبلیغی برای سینما محسوب می‌شد.

کیارستمی به رئالیسم در آثار گرافیکی گرایش داشت و استفادهٔ بی‌واسطه از فقط عکس و گاه فتومونتاژ ویژگی بصری پوسترهای او است. پوستری که برای فیلم رشد (پرویز نوری[۴۳]، ۱۳۵۰) طراحی و اجراکرده شباهت ناگریزی دارد با پوستر نخستین فیلم بلندش، گزارش (۱۳۵۷) که امضای قباد شیوا را دارد؛ به نشان اصالت تفکر و خواست سفارش‌دهنده و نه مجری. همین نشان و خواست در پوستر همهٔ فیلم‌های کیارستمی دیده می‌شود (مهرابی: ۱۳۹۰، ۲۰).

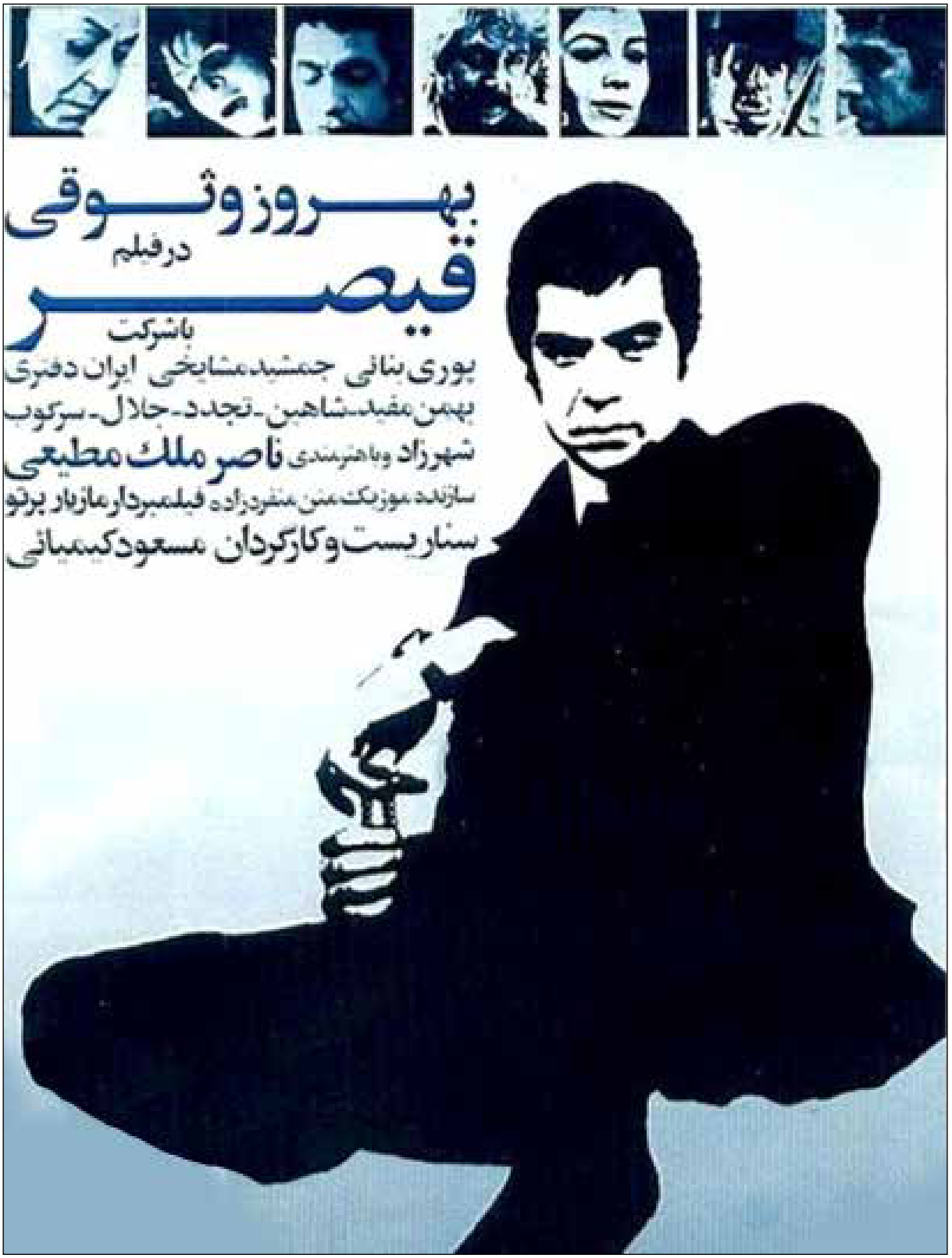
مرتضی ممیز به خلاقیت در اجرا و تکنیک‌های بدیع گرایش داشت، علی خسروی که دستیار وی در جشنواره فیلم تهران بود، عنوان می‌کند: «آقای ممیز قصد داشت در طراحی پوستر از عکاسی استفاده کند مثل گوزن‌ها، دایره مینا و غریبه در مه. سر فیلم طبیعت بی‌جان، ممیز میخواست بافتِ گونی روی خود چهره‌ها بیاید؛ بالاخره با چند بار عکاسی، به نتیجه رسیدیم... ممیز خوب می‌دانست چه می‌خواهد و مثل یک کارگردان عوامل را درست می‌کرد و کار را جلو می‌برد» (تنهایی، ۱۳۸۹: ۱۵).

به اعتقاد بوردیو هر نوع دارایی، منابع یا کالاهایی که در جامعه دارای ارزش باشند می‌تواند نوعی سرمایه محسوب شود. ساختار اجتماعی یک جامعهٔ پیش‌رفته را نمی‌توان تنها با بیان سلسله مراتبی سادهٔ درآمد و سرمایه اقتصادی تحلیل کرد، بلکه «ساختار اجتماعی چنین جوامعی، فضای اجتماعی پیچیده‌ای است که در آن انواع سرمایه‌ها براساس موقعیت اجتماعی گروه‌های اجتماعی توزیع شده‌است. بوردیو به چهار نوع سرمایه اشاره می‌کند که عبارتند از: سرمایه اقتصادی (پول، دارایی)، سرمایه فرهنگی (دانش، مهارت، مدارک تحصیلی)، سرمایه نمادین (منزلت و شان)و سرمایه اجتماعی (روابط و عضویت در یک گروه) (Bourdieu, 1984: 316).

در جداول انتهای این بخش، سرمایه‌ها و تاثیرات آن‌ها را بر طراحی پوسترهای سینمایی طراحان می‌توان مشاهده کرد. بدین‌شکل هر یک از طراحان با داشتن سرمایه فرهنگی غنی و قرارگیری در شبکه اجتماعی گسترده که به آن‌ها سرمایه اجتماعی می‌بخشید، میدان تبلیغات سینمای موج نو را با خلق پوسترهای تراز اول، به میدان تولید هنری تراز اول بدل ساختند. این هنرمندان، در دوره‌ای که گرافیک هنوز برای جامعه هنری ناشناخته محسوب می‌شد، آن را به سطح مقبول و شایسته‌ای رساندند و بر دارایی‌های هنری و فرمی آن افزودند (جدول ۴).

تبلیغات سینمای موج نو (نخبه‌گرا) و تکنیک‌های طراحی و منش نمودیافته در آثار گرافیکی

در طراحی تبلیغات سینمایی موج نو (نخبه‌گرا)، طراحان


بهروز وثوقی
در فیلم
قیصر
باشرکت
پوری بنائی جمشید مشایخی ایران دفتری
بهمن مفید-شاهین-تجدد-جلال-سرکوب
شهرزاد وباهنرمندی ناصر ملک مطیعی
سازنده موزیک متن منفرد زاده فیلمبردار مازیار پرتو
سناریست وکارگردان مسعود کیمیائی

تصویر ۱ [صفحهٔ روبرو]. پوستر فیلم قیصر برگرفته از نمای فیلم قیصر [تصویر بالا]، طراح **عباس کیارستمی** (مهرابی، ۱۳۷۱: ۵۰-۲۰).

به‌واسطهٔ تجربیاتی که در محیط آکادمیک کسب کردند و همچنین برخی چون ممیز که با سفر به کشورهای غربی، داشته‌های بصری و تکنیکی خویش را به‌روز ساختند، شاهد تنوع بیشتری به لحاظ کار با تکنیک‌های خلق اثر بوده. چاپ سیلک اسکرین از روش‌های معمول طراحی پوستر محسوب می‌شد.

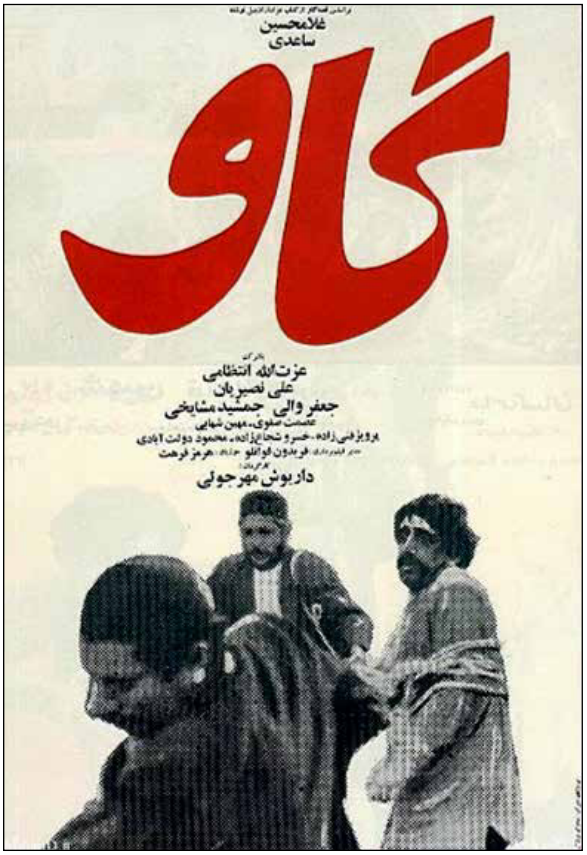
طراحی پوستر فیلم موج نو سعی در ایجاد تعادل و توازن بین تصویر و نوشته دارد. جای نوشته و طراحی نام فیلم در کادر پوستر، مفهوم پیدا می‌کند. در پوسترهای تجاری دهه ۴۰ و ۵۰ تصویر و نوشته، تناسب چندانی ندارند. بیشتر پوسترهای تجاری فاقد اصول آکادمیک دانش بصری هستند. پوسترهای موج نو از قواعد و استانداردهای بصری پیروی کرده و طراحان به روایت و تم فیلم در طراحی پوستر توجه می‌کردند. برخی پوسترسازان سینمای تجاری، با تکنیک‌های نقاشی از توان اجرایی خوبی برخوردار بودند اما همکاری کمرنگی با کارگردان‌های موج نو (نخبه‌گرا) داشتند؛ همچون محمدعلی حدت[۴۴] و بیوک احمری[۴۵]. بیوک احمری پوسترهای مختلفی برای فیلم‌های ساموئل خاچیکیان[۴۶] و دیگران، اغلب در اندازه‌های A3 ساخت و به خاطر تسلطش به تکنیک چاپ، آثار متفاوت و تازه‌ای خلق می‌کرد.

آن‌چه در آثار گرافیکی خصلتی برجسته دارد، جست‌وجو در زمینه‌های مختلف برای ابراز بیان است. این جست‌وجو گاه طراح را به سمت تصویرسازی رهنمود می‌کند، گاه به عکاسی و گاه چاپ دستی. کاربردهای هنرمندانه ایربراش[۴۷]، فوت‌وفن‌ها و شگردهای شیمیایی و عکاسی در تصویرسازی، کار گراوورسازی و چاپ، پدیده‌های نوظهوری را ایجاد کرد.

در اواخر دهه ۵۰، دست‌اندرکاران سینمای موج نو (نخبه‌گرا)، در طراحی اعلان دیواری و پلاکارد دست به خلاقیت زدند و در آن مقطع تاریخی، برای اولین بار از پلاکارد چاپی (مثلا برای گوزن‌ها) استفاده کردند. در این پلاکاردها، کلاژ عکس جایگزین نقاشی و طرح‌های گرافیکی شد. طراح به هر شیوه‌ای، عناصر تصویری را که نمادی از اندیشه او و فیلم‌ساز است به نمایش می‌گذارد. ترکیب عناصر و هماهنگی تصویر و نوشتار، کمپوزیسیون منحصری خلق می‌کند که بیان‌گر دیدگاه بصری طراح است. گاه طراح گرایش‌های فکری و هنریش را با هم عجین می‌کند همچون عباس کیارستمی که همچنان که به‌عنوان کارگردان، فیلم کوتاه می‌ساخت، به‌عنوان طراح گرافیک هم فعال بود. گرایش کیارستمی به رئالیسم در آثار گرافیکی‌اَش نیز مشهود است. استفادهٔ بی‌واسطه از عکس و گاه فوتومونتاژ ویژگی بصری پوسترهای وی است (تصویر۱).

کنش‌گران میدان تبلیغات سینمایی موج نو، با توجه به سرمایه‌های چهارگانه و موقعیت‌شان در میدان، به تولید پوسترهای سینمایی با ویژگی‌های فرمی دست می‌زدند. پوسترهای سینمای نخبه‌گرا به لحاظ فرمی، از تنوع تکنیکی برخوردار هستند و بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلفی چون استفاده از عکس، کار با ایربراش، بهره‌گیری از عناصر فرمی و... بیان مستقلی پیداکرده و به لحاظ ایده‌پردازی هم‌سو با تم روایی فیلم‌هاست. در اکثر پوسترها غلبه بر عناصر مفهومی بیشتر از عناصر دیدِ فریب (استفاده از تصویر ستارگان سینمایی) است. طراحان فیلم‌های موج نو، رسانه سینما را به خوبی می‌شناسند و برخی چون کیارستمی و مثقالی، تیتراژ فیلم نیز ساخته یا چون ممیز، انیمیشن کوتاه تولید کرده‌اند؛ طراحانی که از طرف کارگردان دعوت‌شده و بعد از مطالعهٔ فیلم‌نامه و در نهایت مشاهدهٔ عکس‌های فیلم، اتودهایی برای پوستر تهیه می‌کردند. این عکس‌ها که انتخاب خود آن‌هاست یا به صورت کامل یا از بخش‌هایی از آن‌ها که بزرگ شده‌اند یا با تکنیک‌های مختلف چاپی از جمله سولاریزه[۴۸]، پوستریزه[۴۹] انجام می‌شد، در زمینه پوستر یا در نقاط طلایی کادر استفاده می‌شد.

در بررسی فرمی، به سه مسئله توجه می‌شود: مورد اول، عناصر برآمده از بحث ایده‌پردازی و همراهی با روایت داستانی فیلم. دوم، عنوان‌های فیلم و مورد سوم، لی‌اوت



تصویر ۲. پوستر فیلم گاو، که از صحنه کلیدی فیلم برداشته شده‌است. طراحی عنوان و لی‌اوتی هماهنگ با تصویر، طراحی **فرشید مثقالی** (مهرابی، ۱۳۷۱: ۴۰).

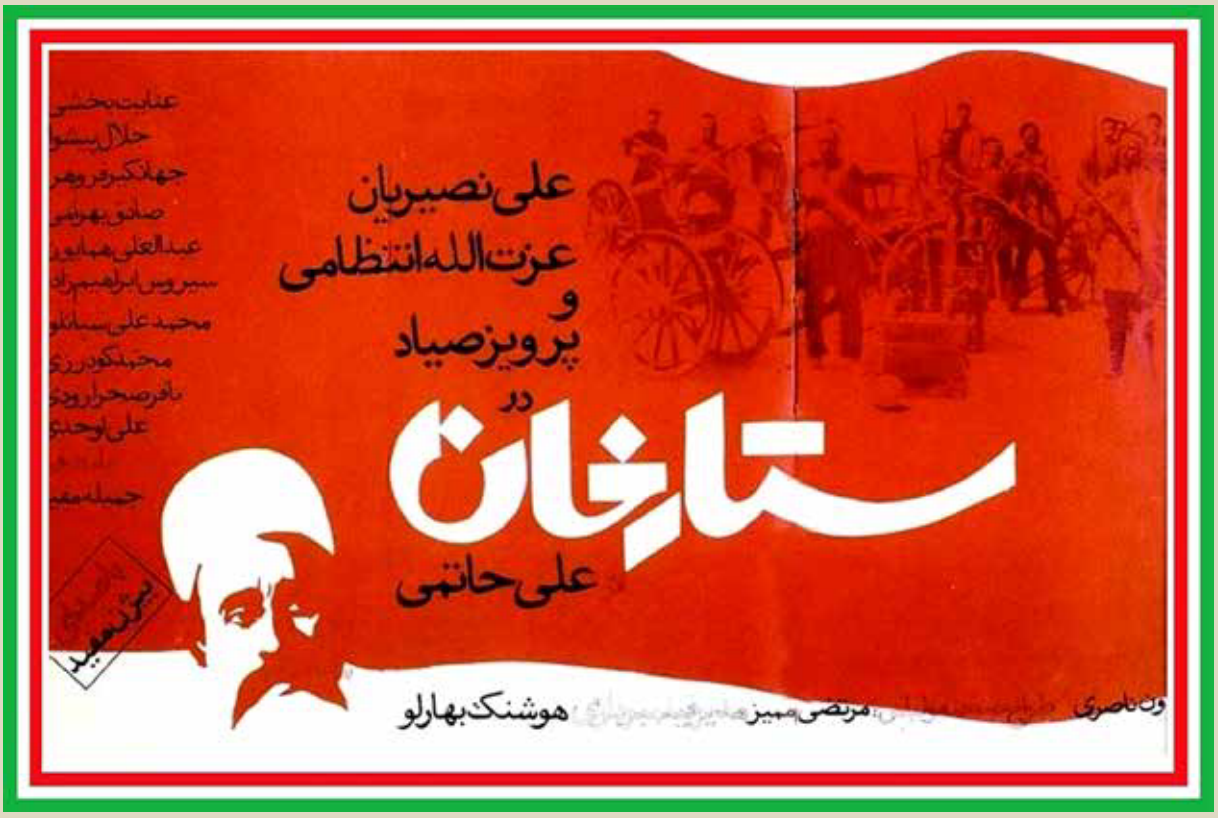
تصویر ۳. طراحی عنوان فیلم‌های سینمای موج نو (نگارنده).

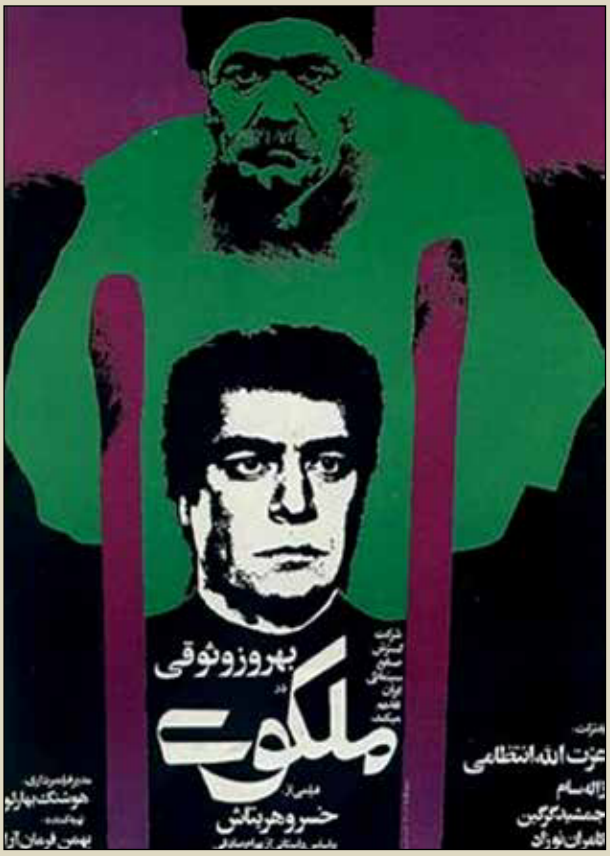
تصویر ۴. لی‌اوت نوشتار در فیلم‌های سینمای موج نو (نخبه‌گرا) (نگارنده).

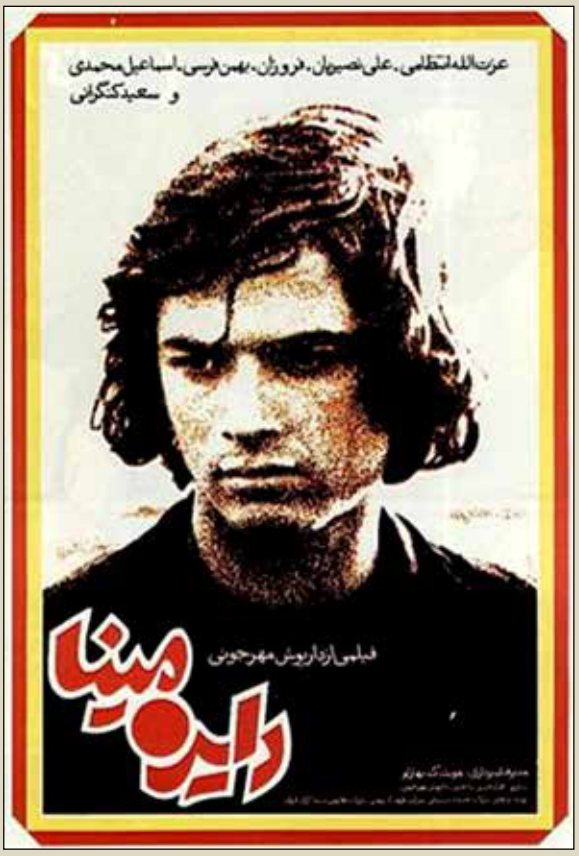
فیلم‌های سینمایی است.

طراحان میدان سینمایی موج نو (نخبه‌گرا) به‌واسطهٔ دانش آکادمیک و بهره‌مندی از سواد بصری، به نوشتار و اهمیت آن واقف بودند. هنگام طراحی پوستر، به طراحی عنوان نیز توجه می‌کردند. طراحی عنوان فیلم‌های ستارخان، غزل، غریبه در مه، یک اتفاق ساده، دایره مینا، ملکوت، گوزن‌ها و خاک از مرتضی ممیز و طراحی عنوان پستچی و گاو از فرشید مثقالی. همراهی و هماهنگی همه عناصر بصری (تصویر و نوشتار) یک پوستر را به استانداردهای بصری می‌رساند و باعث ایجاد کیفیت‌های بصری چون ترکیب‌بندی مناسب، تعادل و توازن می‌شود. طراحان تبلیغات سینمای موج نو، در طراحی پوسترها به دنبال استانداردهای طراحی و محتوایی برآمده از داستان فیلم هستند (تصویر ۲).

این عوامل باعث می‌شود برای قراردادن هر عنصر تصویری یا نوشتاری در کادر به دنبال دلیل باشند و در پی ترکیب‌بندی چشم‌نواز. عنوان عنصر اصلی نوشتاری پوستر، باید طوری طراحی و جای‌گذاری شود که پیش از هر چیز به چشم آید و از این‌رو توجه به عنوان و طراحی آن در قالب تایپوگرافی در آثار سینمای موج نو (نخبه‌گرا) اهمیت می‌یابد (تصویر ۳).







این صفحه: سه نمونه از پوسترهای طراحی شده توسط **مرتضی ممیز**

لی‌اوت تیترها و سوتیترهای پوستر، عامل مهم دیگری است که تمایز فرمی را در آثار دو زیر میدان تبلیغات سینمایی موج نو و سینمای فیلم‌فارسی دهه ۴۰ و ۵۰ نشان می‌دهد. اهمیت‌بخشی به نوشتار (تیترها و سوتیترها) نه تنها بحث اطلاع‌رسانی را تسریع می‌کند، بلکه بخشی از ترکیب‌بندی پوستر را تکمیل می‌سازد. ترازساختن نوشتار با تصاویر و ترازکردن نوشتار در کادر از ویژگی‌های یک پوستر استاندارد است. لی‌اوت نوشتار در اکثر پوسترهای سینمای موج نو (نخبه‌گرا) با عنوان اصلی هم‌ترازشده و جای‌گذاری با توجه به جایگاه عنوان در کادر صورت می‌گرفت یا سوتیترها در تراز با تصویر در قسمت دیگری از کادر به صورت جداگانه وارد می‌شد (تصویر ۴). بیشترین هماهنگی بین عنوان اصلی و سوتیترها را می‌توان در پوسترهای فیلم و انیمیشن کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان که اغلب مخاطب بین‌المللی داشتند، دید. لی‌اوت نوشتار به صورت متمایزتری کار می‌شد و نوشتار هم‌وزن با تصویر مورد توجه قرار می‌گرفت.

در مجموع طراحان میدان تبلیغات سینمایی موج نو، با دانش برآمده از محیط آکادمیک و سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی، به استقلال عملی دست یافتند که توانستند در طراحی پوسترهای سینمایی، فرم‌گرایی و استانداردسازی‌های بصری را ایجاد کنند.

نتیجه‌گیری

در میدان تبلیغات سینمای موج نو، عاملان با تعامل با سینماگران موج نو، شبکه‌های ارتباطی حرفه‌ای ایجاد کردند. کنش‌گران هر دو میدان از سرمایه‌های فرهنگی برخوردار بودند: مطالعات ادبی و هنری، علاقه به فرهنگ و هویت ایرانی، تاثیر از تکنیک‌ها و فنون گرافیکی بر اعتلای آثارشان می‌افزود. مرتضی ممیز، فرشید مثقالی، قباد شیوا، عباس کیارستمی و ابراهیم حقیقی به‌عنوان عاملان اصلی این میدان با داشتن سرمایه‌های فرهنگی چون تحصیلات آکادمیک در رشته هنرهای تجسمی، کار در آتلیه‌های گرافیکی، مطالعه گرافیک کشورهای غربی، داشتن علایق جانبی چون مطالعات ادبی، فعالیت در عرصه‌های دیگر هنرهای تجسمی و... به غنای تولیدات خویش در میدان تولید پوسترهای سینمایی موج نو افزودند. سرمایه اجتماعی آن‌ها با قرارگرفتن در شبکه اجتماعی آکادمیک هنر، ارتباط با میدان‌های هنری و ادبی دیگر توسعه می‌یافت؛ تمام این موارد به شکل‌گیری منشی انجامید که خلق پوسترهای سینمایی دارای ایده و تکنیک قوی را به دنبال آورد. سرمایه‌های فرهنگی باعث رشد دانش بصری و افزایش قدرت ابتکار عمل و خلاقیت عاملان گشت و آن‌ها را به کنش‌گرانی پویا در جست‌وجوی به‌روزترین و کارآمدترین تکنیک‌های گرافیکی بدل ساخت. بدین‌صورت، پوسترهای سینمایی موج نو، برآمده از منش تربیت‌یافته طراحان گرافیک تراز اول دورهٔ خود است.

پی‌نوشت‌ها

1. Pierre Bourdieu (۱۹۳۰-۲۰۰۲)، جامعه‌شناس و مردم‌شناس فرانسوی. کتاب معروف بوردیو به نام: تمایز: نقد جامعه شناختی قضاوت دربارهٔ سلایق توسط انجمن بین‌المللی جامعه‌شناسی به عنوان ششمین کتاب جامعه‌شناسی تأثیرگذار قرن بیستم شناخته شد.
2. cultural capital
3. مرتضی ممیز (۱۳۱۵-۱۳۸۴)، طراح گرافیک و تصویرگر.
4. عباس کیارستمی (۱۳۱۹-۱۳۹۵)، کارگردان، هنرمند تجسمی.
5. قباد شیوا (۱۳۱۹-)، طراح گرافیک و تصویرگر.
6. ابراهیم حقیقی (۱۳۲۸-)، طراح گرافیک و مدیرهنری.
7. فرشید مثقالی (۱۳۲۲-)، تصویرگر.
8. آیدین آغداشلو (۱۳۱۹-)، نقاش، طراح گرافیک و منتقد هنری.
9. (UNESCO) سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) (تاسیس ۱۹۴۵).
10. منوچهر انور (۱۳۰۷-)، کارگردان و نویسنده.
11. سینمای تجاری و بدنه دهه ۴۰ و ۵۰ در ایران.
12. سهراب شهیدثالث (۱۳۲۳-۱۳۷۷)، کارگردان و نویسنده.
13. جنبشی سینمایی بود که پس از پایان جنگ جهانی دوم در ایتالیا پدید آمد تا میانه دهه ۱۹۵۰ تداوم داشت. فیلم‌سازان پیش‌روی جنبش «نئورئالیسم» ایتالیا، سعی در نزدیک‌شدن هر چه بیشتر به «واقعیت» چه در روایت و چه در فرم داشتند.
14. داریوش مهرجویی (۱۳۱۸-)، کارگردان و نویسنده.
15. Bicycle Thieves
16. Vittorio De Sica (۱۹۰۱-۱۹۷۴)، کارگردان ایتالیایی.
17. Rome, Open City
18. Roberto Rossellini (۱۹۰۶-۱۹۷۷)، کارگردان ایتالیایی.
19. Paisan
20. Miracle in Milan
21. The Grapes of Wrath
22. John Ford (۱۸۹۴-۱۹۷۳)، کارگردان امریکایی.
23. Ernst Ingmar Bergman (۱۹۱۸-۲۰۰۷)، کارگردان، فیلم‌نامه‌نویس، و تهیه‌کننده معاصر سوئدی.
24. Michelangelo Antonioni (۱۹۱۲– ۲۰۰۷)، فیلم‌نامه‌نویس و کارگردان ایتالیایی.
25. سیدابراهیم گلستان (۱۳۰۱-)، کارگردان، داستان‌نویس، مترجم، روزنامه‌نگارو عکاس.
26. فروغ فرخزاد (۱۳۱۳-۱۳۴۵)، شاعر.
27. ناصر تقوایی (۱۳۲۰-)، کارگردان و نویسنده.
28. هوشنگ گلشیری (۱۳۱۶-۱۳۷۹)، نویسنده.
29. بهرام بیضایی (۱۳۱۷-)، کارگردان و نویسنده.
30. Cultural Capital , Social Capital, Economic Capital, Symbolic Capital
31. هوشنگ کاظمی (۱۳۰۲-۱۳۹۴)، طراح گرافیک، نقاش و موسس

دانشگاه هنر.
32. جواد حمیدی (۱۲۹۷-۱۳۸۰)، نقاش و پژوهش‌گر هنری.
33. آتلیه طراحی گرافیک با مدیریت محمد بهرامی.
34. نورالدین زرین‌کلک (۱۳۱۶-)، کارگردان و انیمیشن‌ساز.
35. آراپیک باغداساریان (۱۳۱۸-۱۳۶۴)، طراح گرافیک و کاریکاتوریست.
36. چاپ سیلک اسکرین یا سری‌گرافی، اسلوبی که بر روش تکثیر با استِنسیل مبتنی است.
37. نخستین دورهٔ جشنواره جهانی فیلم تهران در سال ۱۳۵۱ و آخرین آن (دورهٔ ششم) در ۱۳۵۶ برگزار شد.
38. علی حاتمی (۱۳۲۳-۱۳۷۵)، کارگردان و نویسنده.
39. مسعود کیمیایی (۱۳۲۰-)، کارگردان و نویسنده.
40. غلامحسین ساعدی (۱۳۱۴-۱۳۶۴)، پزشک و نمایش‌نامه‌نویس.
41. احمد شاملو (۱۳۰۴-۱۳۷۹)، شاعر و پژوهش‌گر.
42. کتاب هفته، عنوان هفته‌نامه‌ای بود از مجموعه مجله‌های مؤسسه کیهان که زیر نظر محسن هشترودی، احمد شاملو و شورای نویسندگان از تاریخ ۱۶ مهرماه ۱۳۴۰ تا سال ۱۳۴۲ منتشر می‌شد.
43. پرویز نوری (۱۳۱۷-)، کارگردان و منتقد.
44. محمدعلی حدت (۱۳۲۷-)، نقاش و طراح گرافیک.
45. بیوک احمری (۱۲۹۹-۱۳۸۷)، نقاش و طراح گرافیک.
46. ساموئل خاچیکیان (۱۳۰۲-۱۳۸۰)، کارگردان، نویسنده و تدوین‌گر.
47. Airbrush
48. Solarize
49. Posterize

فهرست منابع

الف. فارسی

امینی، احمد (۱۳۷۰)، **صدفیلم تاریخ سینمای ایران**، تهران: موسسه فرهنگی هنری شیدا.
بوردیو، پی‌یر (۱۳۷۵)، «جامعه شناسی و ادبیات: آموزش عاطفی فلوبر»، ترجمهٔ یوسف اباذری، فصلنامه ارغنون، سال سوم، شماره ۹و۱۰، صص ۱۱۲-۷۷.
پرستش، شهرام و محمدی‌نژاد، مرجان (۱۳۸۹)، «تحلیل اجتماعی آثار کمال‌الملک در میدان نقاشی ایران»، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال دوم، شماره اول، ۱۴۳-۱۰۳.
تنهایی، آرش (۱۳۸۹)، «گفت‌وگو با علی خسروی»، تندیس، شماره ۱۸۲، صص ۱۵-۱۴.
دیبا، فریده (۱۳۷۹)، **دخترم فرح (خاطرات بانو فریده دیبا)**، ترجمهٔ الهه فیروز، تهران: به‌آفرین.
سیفی، مهدی (۱۳۹۲)، «نگاهی به تاریخ گرافیک معاصر ایران»، حرفه هنرمند، شماره ۴۲، صص ۲۵-۲.
شریفی، سعید (۱۳۷۷)، «کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان ۱۳۵۷-۱۳۴۴»، نشریه گفتگو، شماره ۱۹، صص ۳۸-۲۹.
کشانی، علی‌اصغر (۱۳۸۶)، **فرایند تعامل سینمای ایران و حکومت پهلوی**، تهران: انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
گلشیری، هوشنگ (۱۳۷۸)، **باغ در باغ**، تهران: انتشارات نیلوفر.
قنبری، امید (۱۳۸۵)، **غریزه گرافیکی، آخرین گفتگو با مرتضی ممیز**، تهران: نشر آنا.
محمدکاشی، صابره (۱۳۸۵)، «واقع‌گرایی در سینمای ایران»، کتاب ماه هنر، شماره ۹۵ و ۹۶، صص ۱۰۰-۸۸.
ممیز، مرتضی (۱۳۶۳)، «پوستر شناسنامه فیلم است»، مجله فیلم، شماره ۱۱، صص ۲۷-۲۳.
مهرابی، مسعود (۱۳۷۱)، **پوسترهای فیلم (تاریخ سینمای ایران: ۱۳۷۱-۱۳۰۵)**، تهران: انتشارات راد.
ـــــــــ (۱۳۹۰)، **صد سال اعلان و پوستر سینمایی**، تهران: نشر نظر.

ب/ غیرفارسی

Bourdieu, Pierre (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Translated by: Richard Nice, London: Routledge & Kegan Paul Ltd.

Formulation of the New Wave Cinema Advertising Champ in the 1961 and 1971 Based on Bourdieu's Theory of Distinction

Najibeh Rahmani
Ph.D. student in Art Studies, School of Visual Arts, Fine Art College, University of Tehran, Tehran, Iran.
Hassan Bolkhari
Professor, Fine Art faculty, Tehran University, Tehran, Iran.
Mohammad Fadavi
Professor, Fine Art faculty, Tehran University, Tehran, Iran.

(Received 24 September 2020, Accepted 03 January 2021)

Abstract
Graphic is an art related to society and the visual discourses of society such as advertising. In New Wave cinema advertisements in the 1340 and 1350, graphic designers worked with the New Wave (elite) cinema champ as clients. New Wave cinema is an art champ founded by a group of young filmmakers with the mental and social concerns of the time. This champ had a great ability to create different and artistic works that showed the pains of its contemporary society in an innovative structure. Therefore, a champ of principles that could provide a coherent and powerful form of expression was felt in the champ of advertising. According to the cultural and social capital of agents in both champs (New Wave Cinema champ and New Wave Cinema Advertising champ), this constructive connection emerged. New Wave movie commercials were formed in line with the concerns of this champ, and the agents of the Wave New Cinema advertising champ based their strategies on cultural and social capital. Pierre Bourdieu achieves a two-dimensional combination of objective and subjective structures by designing the Champ and Habitus in the champ of sociology, which allows researchers to study external factors as well as internal and individual factors that shape the strategy of agents. Achieve social. In this article, descriptive-analytical method is researched in the champ of advertising of new wave cinema films. The agents of this field are identified, their relationship with the agents of the New Wave cinema champ is studied, the effect of the power champ on the champ of visual communication is mentioned, and finally the analysis of the activities of the agents of this champ is based on their habitus and capital. The purpose of this analysis is to look at the art champ that has received less attention and also to pay less attention to the social analysis of this type of art champ.

Keywords
Champ , Habitus, Pierre Bourdieu, New Wave cinema, Advertising, Poster, Graphic.