

An Analysis of Visual Humor in the Titles of Iranian Cinema Posters

ISSN (P): 2980-7956
ISSN (E): 2821-2452

 10.22034/jivsa.2026.577940.1154

Samaneh Ahmadi¹  Amir Farid^{2*}

*Corresponding Author: Amir Farid

Email: a.farid@tabriziau.ac.ir

Citation: Ahmadi, S. & Farid, A. (2026), "An Analysis of Visual Humor in the Titles of Iranian Cinema Posters", *Journal of Interdisciplinary Studies of Visual Arts*, 2026, 4 (10), P95-109

Received: 24 February 2026

Revised: 07 May 2026

Accepted: 25 May 2026

Published: 06 Jun 2026

Abstract

The title of a film poster serves as one of its most critical communicative and visual components, functioning not only to ensure legibility but also to construct and convey the film's identity, narrative, and genre. In comedy cinema, typographic design transcends its basic informational role, actively contributing to the visual articulation of humor. This study investigates the visual mechanisms of humor embedded within the typographic treatment of titles in Iranian comedy film posters. Specifically, it aims to identify the design strategies employed in the visual construction of letters and words and to examine their correlation with the films' humorous content. Consequently, the research addresses two primary questions: (1) Which visual typographic components, manifested in the structural design of letters and words, characterize the titles of Iranian comedy film posters? (2) How do these components contribute to the communication and reinforcement of the films' humorous tone? Adopting a descriptive-analytical methodology, this research draws upon documentary and library sources. The study utilizes a purposively selected corpus of Iranian comedy film posters spanning the history of national cinema. The findings reveal that the visual language of humor is manifested through a diverse array of typographic and graphic strategies, including exaggeration, chromatic and stroke-weight contrasts, custom lettering, humorous pictorial elements, visual puns, cultural visual references, the manipulation of positive and negative space, and expressive or improvisational lettering. Collectively, these elements forge the visual identity of comedy posters while intensifying the audience's perception of the film's genre and tone. Furthermore, the results suggest that while these strategies are prominently associated with comedy, they are not exclusively genre-specific and may be effectively adapted to other cinematic genres, such as social drama, to enrich visual communication and semantic expression.

Keywords: Iranian film posters, poster titles, visual humor, typography, graphic design, visual communication.

¹ Instructor, Department of Art, Faculty of Art, National University of Skills, Tehran, Iran

Email: samaneh.aahmadi@gmail.com

^{2*} Department of Visual Communication, Faculty of Visual Arts, Islamic Art University of Tabriz, Tabriz, Iran.

1. Introduction

A film poster serves as the primary visual representation and identity of a cinematic work, functioning as a pivotal tool for both promotion and communication. Since the inception of Iranian cinema, poster design has evolved in alignment with the thematic and generic attributes of each production, playing a crucial role in audience perception and strategic marketing. Beyond the idiosyncratic creativity of the graphic designer, the visual language of a poster is fundamentally conditioned by the film's atmosphere, narrative, and genre. Consequently, comedy films necessitate distinctive visual strategies that effectively articulate humor and entertainment. Within the hierarchy of visual elements, the title occupies a preeminent position; beyond mere identification, the typographic treatment of the title often emerges as the poster's dominant visual anchor, contributing substantially to its overall identity and communicative resonance. The selection of typefaces, lettering styles, and typographic compositions plays a decisive role in conveying the film's genre, tone, and emotional valence.

Designers of comedy posters frequently implement expressive typographic solutions by manipulating fundamental formal elements—such as point, line, shape, texture, color, and volume—to synthesize title designs that mirror the humorous essence of the narrative. This study investigates the typographic architecture of letters and words, alongside the visual strategies employed in the titles of Iranian comedy film posters, spanning from the early era of national cinema to the present. Through the analysis of a purposively selected corpus, this research identifies the principal visual components of title design and examines how divergent typographic approaches generate specific semantic and expressive effects. These findings contribute to a more nuanced understanding of the role of typography in constructing visual identity and communicating hu-

mor within the landscape of Iranian film poster design.

2. Literature Review

Extant literature has extensively examined typography and its multifaceted visual functions across diverse design contexts. For instance, Safari and Salehi (2016) investigated the evolution of Persian typefaces in Iranian film title sequences, emphasizing the strategic selection and application of typography in screen-based media to articulate textual content from the inception of national cinema to the present. Further extending this inquiry, Shadmehr (2020) analyzed title typography in Iranian cinema from the 1960s through the 2010s, asserting that typography in film posters transcends its primary informational utility to cultivate specific visual atmospheres and augment the expressive potency of written forms. In a broader exploration of identity design, Farid (2022), in *Iran dar Neshan* (Iran in Logotypes), delineated the methodologies of Persian logotype design, highlighting the inherent visual potential of the Persian script in developing expressive typographic identities. The intersection of typography and semantics has also been explored in other domains; Erfanmanesh and Piri (2023) analyzed the textual elements of a prayer rug in the Dafineh Museum through the framework of hypertextuality, demonstrating that typographic transformations primarily serve to reinforce semantic meaning. Similarly, Ahmadian and Zangi (2024) underscored how the visual character of Persian lettering in cultural logotypes is conditioned by meaning and content, where structural modifications fulfill both aesthetic and communicative objectives. Despite these scholarly contributions, a significant gap remains: no study has specifically scrutinized the visual mechanisms of humor within the titles of Iranian comedy film posters. The present research addresses this void by identifying the visual strategies that constitute

the distinctive typographic character of comedy titles. Moreover, this study posits that these visual components are not exclusively genre-specific but possess a broader applicability, potentially enriching the visual communication of other cinematic genres, such as social drama.

3. Research Methodology

This study adopts a descriptive-analytical framework. The data collection process involved a comprehensive synthesis of documentary evidence, library sources, and verified Iranian digital repositories, which were subsequently analyzed through a qualitative visual lens. To ensure the validity of the findings, a purposively selected corpus of comedy film posters—representative of the trajectory of Iranian cinema—was curated. This corpus was subjected to a systematic visual analysis to decode and interpret the operational functions of the typographic components employed in the film titles.

4. Findings

The visual potential of letters and words in comedy film poster titles attains a distinctive character and expressive tonality through deliberate typographic design and the application of formal aesthetic principles. Diversifications in typographic style, innovative letterform construction, and the strategic characterization of text distinguish these titles from other cinematic genres, such as social drama, religious, or action films. Consequently, comedy titles exhibit a more expansive and expressive visual lexicon, wherein designers employ formal, structural, and spatial strategies to reinforce the films' humorous essence. By manipulating visual form, typography actively shapes the audience's semantic interpretation, optimizes legibility, and amplifies the poster's aesthetic and communicative resonance. These humorous visual components derive from the fundamental constituents of visual language—point,

line, plane, and volume—and their systematic organization within the typographic composition. Given the unique expressive demands of the comedy genre, both designers and viewers engage with these visual codes through a specialized interpretative lens. Based on a visual analysis of a purposively selected corpus of twenty Iranian comedy film posters, this study identifies ten primary visual components: (1) expressive freehand lettering, (2) high-contrast chromatic schemes, (3) typographic exaggeration, (4) bespoke letterforms, (5) contrast in stroke weight and structural morphology, (6) the integration of humorous pictorial elements within the typography, (7) visual puns, (8) the juxtaposition of divergent writing systems or visual cultures, (9) the strategic manipulation of positive and negative space, and (10) the synthesis of non-typographic graphic elements with letterforms. The findings demonstrate that these visual strategies constitute the defining typographic language of Iranian comedy film posters. However, these mechanisms are not exclusively genre-specific and may be effectively adapted to other cinematic genres, such as social drama. Finally, while this study delineates the most prominent visual components within the analyzed corpus, further research could uncover additional typographic strategies by examining broader datasets or emerging trends in contemporary Iranian film poster design.

Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Author's Contribution

All research and writing were carried out solely by the author.

Conflict of Interest

The author declares no conflict of interest.

Acknowledgments

The author extends sincere gratitude to all individuals who provided schol-

arly guidance and insight during the preparation of this study.

مؤلفه‌های بصری طنز در عناوین پوسترهای سینمای ایران

ISSN (P): 2980-7956

ISSN (E): 2821-2452

doi:10.22034/jivsa.2026.577940.1154

سمانه احمدی^۱، امیر فرید^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۱۷/۲۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۵/۰۳/۱۶

چکیده

عنوان در پوسترهای فیلم‌های کمدی (طنز)، یکی از کلیدی‌ترین عناصر ارتباطی به‌شمار می‌آید که از طریق ویژگی‌های بصری خود، علاوه بر تسهیل خوانش، در بازنمایی هویت و محتوای فیلم نیز نقش مؤثری ایفا می‌کند. هدف از بررسی مؤلفه‌های طنز، بازنمایی شیوه‌های طراحی در ساختار حروف و کلمات است که در عناوین این پوسترها به‌کار گرفته شده است. پژوهشگران در راستای تحقق این هدف، به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های زیر هستند: ۱- مؤلفه‌های بصری نوشتاری (شیوه‌های نگارش ساختار حروف و کلمات) در طراحی عناوین پوسترهای سینمایی طنز کدامند؟ ۲- کارکرد بصری مؤلفه‌های متناسب با محتوای فیلم‌های طنز چگونه تجلی می‌یابد؟ روش پژوهش، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر منابع کتابخانه‌ای است؛ همچنین جامعه آماری هدفمند، شامل پوسترهای طنز در تاریخ سینمای ایران است. مؤلفه‌های بصری طنز مستخرج از یافته‌های آماری، که بیانگر لحن خاص و تنوع شخصیت نوشتار، کاراکتر حروف و کلمات در عناوین پوسترهای سینمایی طنز است، عبارتند از: اغراق، تضاد رنگی، تضاد ضخامت خطوط، خاص‌نویسی، عناصر تصویری طنز، جناس بصری، تضاد فرهنگ تصویری، تشدید فضای مثبت و منفی، جلوه‌های بصری طنز و بداهه‌نویسی. مؤلفه‌های استخراج‌شده از پژوهش نشان می‌دهند که این ویژگی‌ها صرفاً منحصر به ژانر طنز نبوده و می‌توانند سایر ژانرهای سینمایی، نظیر درام اجتماعی را نیز پوشش دهند.

کلیدواژه‌ها: پوسترهای سینمای ایران، عناوین پوستر، مؤلفه‌های بصری، طنز.

^۱ مربی گروه هنر، دانشکده هنر، دانشگاه ملی مهارت، تهران، ایران

^۲ نویسنده مسئول: دانشیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، ایران

Email: a.farid@tabriziau.ac.ir

۱. مقدمه

پوستر یا اعلان، تجلی بصری و هویت دیداری یک محصول به منظور شناسایی آن است. سینمای ایران از نخستین تولیدات خود، پوسترهایی را بر حسب درون‌مایه فیلم‌های منتخب در ژانرهای گوناگون، جهت شناسایی و تبلیغ هر اثر تولید کرده است. شیوه طراحی هر پوستر، فراتر از توانمندی‌های طراح، به شدت تحت تأثیر اتمسفر (حال و هوای) فیلم قرار دارد. بدیهی است که طراحی پوسترهای فیلم‌های با مضامین طنز، مستلزم رویکردهای متفاوتی است. در طراحی پوسترهای سینمایی، عنوان فیلم عنصری حائز اهمیت و تأثیرگذار است؛ هم به دلیل ضرورت درج عنوان در پوستر و هم از آن‌رو که نوشتار عنوان می‌تواند کلیدی‌ترین مؤلفه بصری و هویتی پوستر محسوب شود، توجه به طراحی و اجرای آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. نوع خط و سبک نوشتاری عنوان هر فیلم می‌تواند در جهت معرفی درون‌مایه و همچنین در تداعی اتمسفر فیلم، نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند. طراحان فیلم‌های با مضامین طنز همواره می‌کوشند تا جهت هویت‌بخشی به ساختار مفرح این ژانر سینمایی و با توجه به مسائل فرمی، فضا و ساختار و بر اساس عناصر کیفی و بصری نظیر نقطه، خط، سطح، بافت، رنگ و حجم، به طراحی‌های متمایز و متنوعی از نشان‌های نوشتاری، منطبق با محتوای طنز فیلم‌ها بپردازند. با بررسی گستره جامعه آماری پوسترهای طنز در تاریخ سینمای ایران، مشخص می‌گردد که شیوه‌های متنوع به‌کاررفته در طراحی عناوین فیلم‌های سینمایی، بر حسب چه‌گونه رویکردهای اجرایی استوار است و همچنین کاربرد هر یک از این شیوه‌ها، همراه با برخورداری از بار معنایی متفاوت، ظرفیت بالایی در جهت القای اتمسفر عنوان و درون‌مایه فیلم دارد. پژوهشگران در این حوزه بر آن هستند تا به بررسی ساختار حروف، کلمات و شیوه تایپوگرافی آن‌ها و کاربردشان در عناوین پوسترهای فیلم‌های طنز تاریخ سینمای ایران، از گذشته تا کنون، بپردازند. پس از گردآوری این پوسترها، نمونه‌هایی از این عناوین به تحلیل مؤلفه‌های بصری پرداخته می‌شود.

پیشینه پژوهش

در بررسی پیشینه پژوهش، آثاری در حوزه نوشتار و کارکرد آن‌ها در بستر متون بصری متفاوتی صورت گرفته که بدین شرح است: رزیتا صفری و سودابه صالحی (۱۳۹۵) در مقاله «تایپ‌نگاری در عنوان‌بندی فیلم» به بررسی میزان و نحوه حضور انواع تایپ‌فیس‌های رایج فارسی و شیوه بیان محتوای پیام به‌واسطه حروف در عنوان‌بندی فیلم‌ها، از ابتدای تاریخ سینمای ایران تاکنون، پرداخته‌اند. این پژوهش با هدف دستیابی به نکاتی جهت انتخاب آگاهانه تایپ‌فیس‌های فارسی مناسب در رسانه‌های نوری و استفاده صحیح از قابلیت‌ها

و توانمندی‌های آن‌ها در این حوزه انجام شده است. فرزین شادمهر (۱۳۹۹) در پایان‌نامه «تحلیل مضمونی طراحی نوشتار عنوان در فیلم‌های سینمایی ایران دهه ۶۰ تا ۹۰ ه.ش» به این نکته اشاره می‌کند که تایپوگرافی در طراحی پوستر کاربرد گسترده‌ای دارد؛ وی همچنین اذعان می‌دارد که تایپوگرافی تنها جنبه اطلاع‌رسانی نداشته، بلکه با استفاده از قابلیت‌های حروف می‌تواند فضای تصویری مناسب با پوستر فیلم را طراحی نماید و ارزش‌های بصری نوشتار را نمایان سازد. امیر فرید (۱۴۰۱) در کتاب «ایران در نشان»، روش‌هایی در طراحی نشانه‌های نوشتاری، شناخت گنجایش خط فارسی، راه‌های پدیدآوردن نشان نوشتاری و تأکید بر هر یک از قابلیت‌های خط فارسی را بررسی کرده است. عرفان‌منش و پیری (۱۴۰۲) در مقاله «خوانش بیش‌متنی عناصر نوشتاری در قالیچه محرابی موزه دفینه» به تحلیل نشانه‌های کلامی این قالیچه با تکیه بر نظریه بیش‌متنیت ژنت پرداخته‌اند. افته‌های آن‌ها حاکی از آن بود که برگرفتگی از فرم کلی قالیچه بر اساس عناصر کلامی، از نوع «تراگونگی» و «ترانزپوزیسیون» بوده و همچنین دگرگونی در بیش‌متن، بیشتر بر مضمون تأکید دارد. احمدیان و زنگی (۱۴۰۳) در مقاله «بررسی ظرفیت‌های بصری حروف فارسی در نشان‌های نوشتاری فرهنگی» (مطالعه موردی: آثار دهه ۵۰ تا ۹۰ خورشیدی) این‌گونه اشاره می‌کنند که قابلیت و شخصیت بصری حروف فارسی در نشان‌های نوشتاری، بر اساس معنا و محتوا شکل می‌پذیرد؛ به‌گونه‌ای که صورت حروف همانند ظرفی برای محتوای آن، در فرآیند طراحی، دچار دگرگونی ساختاری و فرمی در ریخت می‌شود و این دگرگونی‌ها، علاوه بر جست‌وجوی زیبایی‌شناسانه فرمی، به دنبال همخوان‌سازی نوشتار و فرم با معنا و محتوا هستند. در پژوهش حاضر، پژوهشگران بر آن‌اند تا بر اساس جامعه آماری، مؤلفه‌های بصری طنز را که بیانگر لحن خاص و تنوع شخصیت‌بخشی نوشتاری، کاراکتر حروف و کلمات است، در عناوین پوسترهای سینمایی طنز شناسایی کنند. همچنین، این نکته حائز اهمیت است که مؤلفه‌های بصری مذکور لزوماً منحصر به ژانر طنز نیستند و می‌توانند سایر ژانرهای سینمایی، نظیر درام اجتماعی را نیز پوشش دهند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است. داده‌ها و اطلاعات پژوهش از طریق روش اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای، و با بهره‌گیری از منابع معتبر اینترنتی گردآوری و مورد تصویرخوانی قرار گرفته‌اند. در راستای این پژوهش، پوسترهای طنز در تاریخ سینمای ایران در قالب یک جامعه آماری منتخب و هدفمند گردآوری شده و سپس از منظر شناسایی کارکرد مؤلفه‌های بصری نوشتاری موجود در عناوین فیلم‌ها، مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

بنا بر تعاریف موجود، «طنز» عبارت است از: «اثری ادبی که با بهره‌گیری از بذله، وارونه‌نمایی، نقیصه و خشم، تعلیمات و ضعف‌های اجتماعی موجود در جوامع بشری را به مرحله نقد می‌کشاند». همچنین، «طنز ژانری است که نویسنده در آن با بزرگ‌نمایی و نمایان‌تر جلوه دادن جنبه‌های ناپسند، معایب، نواقص و روابط حاکم بر حیات اجتماعی، درصدد تذکر، اصلاح و رفع آن‌ها برمی‌آید». طنزپردازان از گونه‌های مختلفی جهت بیان طنز استفاده کرده‌اند که عبارتند از: ۱. بزرگ‌نمایی، ۲. کوچک‌نمایی، ۳. تقلید مضحک از یک اثر ادبی شناخته‌شده، ۴. ایجاد موقعیتی در داستان یا نمایشنامه که ذاتاً طنزآمیز است (موقعیت کنایی و استفاده از گوشه‌کنایه) و غیره (حسینی مؤخر و فاضلی، ۱۴۰۴، ص. ۱۴۰). طنزآزان ادبی و هنری در این حوزه، از منظر دیگری نیز به شگردهای ایجاد طنز پرداخته‌اند که شامل موارد زیر است: ۱. تحقیر، ۲. تشبیه به حیوانات، ۳. قلب اشیا و الفاظ، ۴. تحامق یا کودن‌نمایی، ۵. تخریب نمادها (سمبل‌ها)، ۶. ستایش اغراق‌آمیز و غیرمنطقی، ۷. تحکم، نفرین و دشمنی (حلبی، ۱۳۶۴، ص. ۱۴۰).

علاوه بر تبیین گونه‌های مختلف ادبی طنز، شیوه‌های نگارشی طنز (حروف و کلمات) نیز متناسب با معنای لغوی خود، جایگاه‌های متفاوتی دارند. در مبحث شیوه‌های نگارشی گوناگون، شمایل کاراکتر حروف می‌بایست از نظر بصری حامل پیام و مفهوم اصلی باشند تا مخاطبان در جامعه، با هر سطح از دانش زبانی و جایگاه اجتماعی، درک کنند که این حروف در کنار یکدیگر چه پیام و مفاهیمی را منتقل می‌کنند: خشک و جدی، آموزشی و علمی، پیر و مدروز، سنت‌گرا و کلاسیک، یا شوخ و طنز (طاهری، ۱۴۰۰، ص. ۷۳). تغییر لحن در سبک نوشتاری، ایجاد تنوع و گوناگونی در طراحی و شخصیت‌بخشی به حروف و کلمات در نشان‌های نوشتاری دارای درون‌مایه طنز، از جمله ویژگی‌های متمایزی است که می‌توان گفت این سبک از نوشتار، دارای القایی خاص‌تر و وجوه بصری بسیار پرنرنگ‌تری نسبت به سایر مضامین است. طراحان این دسته از نشان‌ها می‌کوشند تا جهت خلق آثار خود، از قوانین فرمی و شکلی خاص طنزگرایانه که گویای این درون‌مایه است، تبعیت کنند. اهمیت درک این قوانین به گونه‌ای است که می‌توان گفت پایه و اساس شکل‌گیری نوشتار در ذهن مخاطب در هر ژانری، به‌ویژه در طنز، دارای منطق کلامی و بصری خاص خود است؛ به گونه‌ای که می‌توان با جسارت اذعان داشت طراحی سبک نوشتار با درون‌مایه طنز، با سبک طراحی نوشتار در سایر مضامین متفاوت است.

در تبیین این امر می‌توان گفت وجه بصری نشان‌های

نوشتاری، به واسطه فرم‌های برساخته از خود اثر، می‌تواند بر درک مخاطب از متن (پیام)، کیفیت خوانش، و زیبایی‌شناسی و کیفیت بصری دریافتی اثر مؤثر باشد و مخاطب را تحت تأثیر قدرت بصری این سبک از نوشتار قرار دهد (طاهری، ۱۴۰۰، ص. ۷۲). پس از دریافت محرک‌های بصری و در پاسخ به آن‌ها، تعبیری از فرم در ذهن شکل می‌گیرد و در مرحله بعد، این تعبیر و برداشت بصری در فرایند دخالت معیارهای ذهنی، نوعی احساس را در مخاطب ایجاد می‌کند. به‌طور طبیعی، در پی چنین فرایندی، ادراکاتی نظیر فرم، ساختار و فضا بر پایه اجزای زیرساختی منطقی و عقلانی زبان بصری (نقطه، خط، سطح، حجم) و ویژگی‌های فیزیکی آن‌ها و ادراک مستقیم ما از آن‌ها، تحلیل می‌شوند (پوهالا، ۱۳۹۳، ص. ۱۲). طراحان گرافیک از یک سواز طریق زبان، ابزارهای شناختی و درک ماهیت تصویر، با آگاهی بیشتری به خلق نوشتار می‌پردازند و از سوی دیگر، با انتخاب دقیق فرم‌های نوشتاری، به متن لحن و شخصیت ویژه‌ای می‌بخشند که در نهایت منجر به درک و خوانش صحیح آن متن توسط مخاطب می‌گردد (طاهری، ۱۴۰۰، ص. ۷۳).

۳. بحث

نوشتار به‌کاررفته در عناوین پوستره‌های سینمایی فیلم‌های کمدی، متناسب با سبک نگارشی برگزیده توسط طراح، بر انتقال دیدگاه فیلم‌ساز و درون‌مایه اثر در طول تاریخ سینمای ایران صحنه می‌گذارد. با توجه به ماهیت طنز این دست پوستره‌ها، می‌توان دریافت که نوع لحن خاص و تنوع شخصیت‌بخشی نوشتاری در کاراکتر حروف و کلمات عناوین، مؤید این ادعاست. به‌طور مثال، در مجموعه فیلم‌های کمدی «صمد» که در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ هجری شمسی در تاریخ سینمای ایران تولید می‌شدند، جایگاه نوشتار در طراحی پوستر، در راستای معرفی درون‌مایه و انتقال اتمسفر کمدی، نقشی بنیادین ایفا می‌کند (ایزدی و محمودی‌بختیاری، ۱۴۰۲، ص. ۱۴۸). از آن‌جا که طراحی عنوان در پوستره‌های سینمایی، به‌ویژه در ژانر طنز، از عوامل تأثیرگذار بر خوانایی و قابلیت شناسایی اثر به‌شمار می‌رود، طراحان همواره می‌کوشند تا با رعایت اصول و قواعد تایپوگرافی، به این امر جهت‌بخشی کنند؛ تا از این طریق، در انتخاب و طراحی شیوه‌های نگارشی متمایز، تنوع و جاذبه‌های بصری در فرآیند خوانش پوستره‌های طنز را جهت عرضه عمومی و برقراری ارتباط با مخاطب، در اولویت قرار دهند. توجه به مسئله فرم، فضا و ساختار که بر پایه عناصر کیفی و بصری نظیر نقطه، خط، سطح، بافت، رنگ و حجم جهت طراحی نشان‌های نوشتاری با محتوای طنز شکل می‌گیرد، می‌تواند به‌عنوان زیرساخت‌ها و الگوهای بصری مناسب در طراحی عناوین نوشتاری پوستره‌های سینمایی (به‌ویژه با ماهیت طنز) تلقی شود. پرواضح است که طراحان پوستره‌های سینمایی، علاوه بر بهره‌گیری

حروف است. در این شیوه، با برجسته‌سازی یکی از حروف، توجه بیننده به بخش خاصی از کلمه جلب می‌شود. هدف طراح از این کار، ایجاد حساسیت بصری در نگاه مخاطب، تأثیرگذاری بر نوع و چیدمان کلمات و گاه اتخاذ شیوه اجرایی متفاوت است که قطعاً این سبک نگارشی می‌تواند جهت القای مفهوم طنزانه، الهام‌بخش بسیاری از طراحان باشد (فهیمی‌فر و همکاران، ۱۳۹۲، ص. ۹۴). در طراحی عنوان پوستر «فیلم دم‌سرخ‌ها»، طراح با به‌کارگیری اغراق و بزرگ‌نمایی، از طریق برجسته‌سازی حروف به‌دنبال نمایش وجه طنز است تا از این طریق، متناسب با درون‌مایه فیلم، بر ادراک مخاطب از محتوا تأثیر بگذارد (URL1). گاهی طراحان جهت نمایش این اغراق، علاوه بر وجوه شکلی نوشتار، از ویژگی‌های بصری بافت یا رنگ نیز بهره می‌گیرند که نمونه صریح آن در طراحی عنوان پوستر فیلم «زودپز» مشهود است. به‌واقع، طراح در ساختاری ساده از حروف و کلمه «زودپز» توانسته عنصر بصری بافت‌گونه‌ای را بر پهنای سطوح حروف ترسیم کند و از این طریق، بافت را به‌عنوان یک عنصر بصری، تأکیدی بر بدنه نوشتار جهت ارائه تم طنز این فیلم به نمایش بگذارد (URL2).



تصویر ۲. فیلم زودپز (۱۴۰۳)

(منبع: www.fromcinema.com)

در طراحی عنوان پوستر فیلم «چهارشنبه عزیز»، طراح از پالت رنگی متنوع جهت ارائه فیلمی مفرح و طنزگونه استفاده کرده و از این طریق با مخاطب ارتباط برقرار نموده است. در حقیقت، بهره‌گیری از چنین پالت رنگی متنوعی با کنتراست بالا، در ترکیب با سبک نوشتاری شناور و رقصان عنوان، بر موفقیت طراحی نوشتار طنز و همچنین بازتاب محتوای شاد فیلم صحنه می‌گذارد (URL3). گاهی طراحان به‌جای استفاده از پالت‌های رنگارنگ، تنها به دو رنگ اصلی بسنده می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که با ترکیب دو ثن رنگی مکمل، ترکیبی متنوع و مفرح در طراحی حروف پدید می‌آورند. برای نمونه، در عنوان نوشتاری فیلم «ویلای ساحلی»، طراح از دو رنگ شاد و درخشان آبی و نارنجی در تکمیل یکدیگر، جهت القای درون‌مایه طنز اثر استفاده کرده است (URL4).

از المان‌های تصویری جهت همسوسازی محتوای فیلم با درون‌مایه طنز، در طراحی عناوین نوشتاری این آثار نیز به «کاراکترسازی» در ماهیت نوشتار طنزگونه توجه می‌کنند. از آن‌جا که در قالب بیانی طنز، طراح نیز لحن خاص خود را بازنمایی و طراحی می‌کند تا با مخاطب ارتباط برقرار سازد، طراحی این درون‌مایه، همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، با سایر مضامین تفاوت ماهوی دارد. جهت درک عمیق‌تر این تفاوت، پژوهشگران بر پایه یک جامعه آماری هدفمند که مطابق با عنوان پژوهش، صرفاً بر مبنای عناوین پوسترهای طنز تدوین شده است، پوسترهای طنز تاریخ سینمای ایران را از دهه‌های پس از انقلاب تا دهه اخیر به‌عنوان مبنای موردپژوهی خود قرار داده‌اند. آن‌ها به تحقیق بصری و تحلیل مفاهیم نهفته در سبک طراحی عناوین نوشتاری پوسترهای طنز سینمای ایران پرداخته، مراحل تألیف و وجوه بصری این پوسترها را دسته‌بندی کرده و هر یک از مؤلفه‌ها را مطابق با سبک نوشتاری طنزگونه آن‌ها تحلیل نموده‌اند که به شرح زیر است:

۱-۳. اغراق در حروف و نوشتار

اغراق به معنای ویژه‌سازی و تأکید بر بخشی از کلمه یا



تصویر ۱. فیلم دم‌سرخ‌ها (۱۳۹۷)

(منبع: www.fromcinema.com)

۲-۳. کاربرد رنگ‌های متضاد در حروف و نوشتار

چشم انسان تحت تأثیر ترکیب‌های متنوع رنگی، رنگ‌های تک‌رنگ یا رنگ‌های مکمل، به‌سرعت جلب توجه می‌شود. در حقیقت، انسان با نخستین واکنش فیزیکی و حسی نسبت به رنگ، به‌ویژه در جهت القای اهداف گرافیکی (برای نمونه در طراحی نشان‌های نوشتاری)، به‌شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرد (آیزمن، ۱۳۹۹، ص. ۲۰). در راستای اثبات این ادعا در پژوهش حاضر، می‌توان گفت که رنگ یکی از مؤلفه‌های بصری شاخص است که جهت ایجاد حس شادی و جلب توجه، متناسب با درون‌مایه طنز موجود در فیلم، توسط طراحان به‌کار گرفته می‌شود. در واقع، طراحان با بهره‌گیری از این عنصر بصری قدرتمند، جاذبه‌های رنگی را در بطن پوستر (به‌ویژه در نوشتار اصلی) به‌کار می‌گیرند تا بر لحن طنزگونه اثر تأکید ورزند.



تصویر ۴. فیلم ویلا ساحلی (۱۴۰۲)

(منبع: www.filimo.com)

حتی با در نظر گرفتن جنبه مفرح و کمدی فیلم، نگاشته است (URL۴). در پوستر فیلم «گیج‌گاه»، عنوان با قلمی ضخیم و در قالب کلفت‌نویسی (تپل‌نویسی) و بر اساس یک گرید ساختاری عمودی و افقی طراحی شده است. این شیوه، برخلاف عنوان فیلم «شیشلیک» که در آن کشیدگی و ریتم حروف در راستای القای فضای طنز به کار رفته، بر ساختاری هندسی مبتنی بر گریدهای عمودی و افقی استوار بوده و نظم و استحکام بصری بیشتری را به نمایش می‌گذارد. در جهت عکس، در پوستر فیلم «گیج‌گاه»، طراح عنوان فیلم را با قلم نوشتاری کلفت ارائه داده است (URL۴).



تصویر ۶. فیلم گیج‌گاه (۱۳۹۹)

(منبع: www.fromcinema.com)

در طراحی عنوان پوستر فیلم «رحمان» (۱۴۰۰) مشاهده می‌شود. طراح با ایجاد فرم اسپیرالی در حرف «ن» کلمه «رحمان»، ویژگی متمایزی به این حرف بخشیده است؛ وی سپس با استفاده از سبک نوشتاری در فرم اعداد «۰۰» که به صورت زنجیره‌ای در یکدیگر قفل شده‌اند، تنوع نوشتاری را در بخش اعداد خلق کرده است. به گونه‌ای که این شیوه نگارشی، نمونه‌ای نو از نمایش ویژگی‌های خاص فیلم‌های سینمایی در پوستره‌های طنز به شمار می‌رود. در این نمونه، طراح با این روش خاص نویسی، هم مخاطب را در فرآیند خوانش به چالش می‌کشد و



تصویر ۳. فیلم چهارشنبه عزیز (۱۳۷۱)

(منبع: www.filimo.com)

۳-۳. ایجاد تضاد در ضخامت خطوط و ریخت حروف نوشتار

یکی از شیوه‌های اجرایی که طراحان پوستره‌های سینمایی جهت ارائه محتوای فیلم و تأکید بر مایه طنز از آن استفاده می‌کنند، ایجاد تضاد در اندازه ضخامت یا نازکی ریخت حروف و نوشتار است (فرید، ۱۴۰۱، ص. ۲۳). به طور مثال، در طراحی عنوان پوستر فیلم «شیشلیک»، طراح از قلم نوشتاری نازک جهت ترسیم عنوان استفاده کرده و همچنین حروف کلمه «شیشلیک» را در یک حرکت ریتمیک، به هم پیوسته و مبتنی بر خط کرسی یکسان،



تصویر ۵. فیلم شیشلیک (۱۳۹۹)

(منبع: www.filimo.com)

۴-۳. خاص نویسی (تنوع حروف) در نوشتار

این سبک از نوشتار بر پایه عرف و قواعد استاندارد نگارشی صورت نمی‌گیرد؛ بلکه در آن، شیوه اجرای قلم در چین نگارش عنوان از حالت استاندارد خارج شده و صرفاً در راستای بیان ویژگی‌های خاص خود نوشتار عمل می‌کند. همین ویژگی بیانی در پوستر سینمایی، بر القای درون‌مایه طنزگونه فیلم به مخاطب تأثیرگذار است. در این شیوه، طراح با هدف‌گذاری دقیق و به‌ویژه برای القای لحن طنزانه، از طریق هویت‌بخشی به نوشتار، جلوه‌ای نو از محتوا را ارائه می‌دهد. نمونه‌ای از این خاص‌نویسی

متمایز به عنوان فیلم بخشیده است. طراح در حقیقت با پیروی از اصل قابلیت شکل‌پذیری حروف و کلمات، سعی کرده تا از طریق نوع شکل و چگونگی قرارگرفتن حروف و کلمات در دل یکدیگر، کاراکتر و ویژگی بصری خاصی را در شیوه نگارش عنوان «چشم و گوش بسته» خلق کند و هدفش در حقیقت انتقال هرچه بهتر محتوای طنزگونه فیلم در نگاه مخاطبان بوده است. (URL8)



تصویر ۸. فیلم چشم و گوش بسته (۱۳۹۷)
(منبع: www.filmnet.com)

هم بر جنبه طنز نوشتار می‌افزاید (URL7). نمونه‌ای بارز و مشابه از این رویکرد، در اجرای عنوان فیلم «چشم و گوش بسته» مشاهده می‌شود. در این اثر، علاوه بر بهره‌گیری از جلوه‌های دیجیتالی سایه و رنگ جهت تأکید بر جنبه شوخ‌طبعانه فیلم، انتهای حرف «ش» در کلمه «گوش» و حرف «ه» در کلمه «بسته» نیز به یکدیگر قلاب شده است. وی در این حرکت زنجیره‌ای و تعمیدی، هویتی



تصویر ۷. فیلم رحمان ۱۴۰۰ (۱۳۹۷)
(منبع: www.fromcinema.com)

است. در طراحی عنوان پوستر فیلم «خرچنگ»، شاهد خلق نمونه‌ای از خط معنا توسط طراح هستیم که در آن، نوشتار به‌طور کامل با شکل تصویری حیوان خرچنگ، که برگرفته از نام فیلم است، به تصویر کشیده شده است. همان‌طور که در تصویر مشاهده می‌شود، حرکت چنگال و چشم خرچنگ در نوشتار به وضوح دیده شده و بر جنبه شوخ‌طبعی و مایه طنز فیلم در این نوشتار، با این سبک، تأکید شده است. (URL9) همچنین در طراحی عنوان پوستر فیلم «تگزاس» نیز طراح با استفاده از المان تصویری گیاه کاکتوس، که نمادی از سرزمین تگزاس است، در ترکیب با فرمت نوشتاری فیلم و القای طنزگونه اثر، با این شیوه خط معنایی، هدفمند عمل کرده است (URL10).



تصویر ۱۰. فیلم تگزاس (۱۳۹۷)
(منبع: www.filimo.com)

۳-۵. ترکیب عناصر تصویری در ساختار حروف و نوشتار

ایجاد ارتباط متقابل بین حروف و دیگر عناصر، به‌خصوص تصویر، در سبک نوشتاری عنوان، یکی از شیوه‌های نگارشی قابل‌توجه طراحان است. طراح در این شیوه به دنبال آن است که از طریق محتویات ارتباط تصویری (هم تصاویر و هم متن)، به بیانی یکپارچه دست یابد که در آن تایپوگرافی و تصاویر نقشی برابر ایفا کنند (مثقالی، ۱۳۹۹، ص. ۱۱۲). لذا طراحان پوسترهای طنز، با تبعیت از این اصل در شیوه‌های نگارشی عناوین، از ترکیب عنوان یا نوشتار با عناصر بصری حیوانی یا گیاهی، متناسب با عنوان خود فیلم، استفاده کرده‌اند. هدف طراح از این ترکیب، در حقیقت ارائه محتوای شوخ‌طبعانه و خاص فیلم و همچنین انتقال معنای تصویر در نوشتار



تصویر ۹. فیلم خرچنگ (۱۴۰۴)
(منبع: www.filmnet.com)

۳-۶. جناس بصری در ساختار حروف و نوشتار

ایجاز و ساده‌گویی یکی از مهمترین نکات در طراحی نشان‌های نوشتاری است که این ایجاز از طریق جناس بصری^۲ به تصویر کشیده می‌شود. طراحان گرافیک در طراحی نشان از جناس بصری جهت ترکیب تصویر با حروف و کلمات به گونه‌ای هدفمند جهت انتقال پیام استفاده می‌کنند (ملکی گیساوندانی و پهلوان، ۱۳۹۹، ص. ۸۱). در طراحی نوشتار عنوان پوستر فیلم «آینه بگل» همنشینی بصری نوشتاری آینه بگل را در جوار تصویر



تصویر ۱۱. فیلم آینه بگل (۱۳۹۷)

(منبع: www.filmnet.com)

آینه بگل اتومبیل مشاهده می‌کنیم. مایه طنزی که برخاسته از این جناس تصویری است سبب شده تا بر بار معنایی طنز فیلم از سوی طراح پوستر فیلم تأکید شود و ما، هم شاهد دیدار تصویر آینه بگل و هم نوشتار «آینه بگل» در پوستر هستیم (URL۱۱). در چنین مورد مشابهی نیز در طراحی عنوان پوستر فیلم «بارکد» که از ترکیب تایپ فیس (Type face)، کلمه بارکد با تصویر علامت بین المللی بارکد کالا است، مواجه هستیم. در این مشابهت و جناس تصویری نیز طراح تأکید بر جنبه خاص بودن مایه طنز فیلم را داشته است (URL۱۲).



تصویر ۱۲. فیلم بارکد (۱۳۹۴)

(منبع: www.filmnet.com)

۳-۷. استفاده از تضاد دو فرهنگ تصویری در حروف و نوشتار

جهت تقویت فضا سازی اطراف عناوین نوشتاری، از حروف لاتین و اعداد نیز استفاده می‌شود که به کارگیری این شیوه نگارشی و ترکیب حروف و اعداد فارسی یا انگلیسی، در جهت بخشی به قالب‌های نگارشی نوین، می‌تواند جنبه‌هایی از نوگرایی بصری را به همراه داشته باشد (فرید، ۱۴۰۱، ص. ۲۷). طراحان از این ویژگی بصری جهت طراحی



تصویر ۱۳. فیلم مکس (۱۳۸۴)

(منبع: www.filimo.com)

عناوین مایه‌ها، به ویژه طنز، به دلیل ماهیت شوخ طبعی و زنده بودن آن، در طراحی نوشتار الگوسازی می‌کنند. به طور مثال، در طراحی عنوان پوستر فیلم «مکس»، طراح علاوه بر نوشتار فارسی، از نوشتار لاتین و همچنین کادر، جهت تأکید بر عنوان فیلم و فضا سازی نوشتار فارسی استفاده کرده است تا از این طریق بتواند نوعی جنبه تأکیدی را نیز در جهت القای فضای متفاوت مایه طنز فیلم در نگاه مخاطب ایجاد کند (URL۱۳).



تصویر ۱۴. فیلم مکس (۱۴۰۲)

(منبع: www.fromcinema.com)

ساختار حروف و کلمات، سبب ایجاد عدم یکدستی و عدم یکپارچگی شده و همچنین ایجاد فضای مثبت و منفی، بزرگ و کوچک کردن حروف و کلمات و ساختار عناوین نوشتاری می‌تواند سبب شکل‌گیری مایه طنز شود. در

۳-۸. عدم یکدستی و تعادل در فضای مثبت و منفی ساختار حروف و نوشتار

استفاده از ترکیب‌های مورب، متقاطع و هندسی در

پوستر فیلم «عینک قرمز»، طراح با ایجاد فضای مثبت و منفی (فضای پُر و خالی)، با استفاده از فرم حروف دایره‌ای توخالی «ع»، «ق» و «م» در کنار حروف کشیده «ک»، «ر» و «ز» در ساختار حروف و کلمات «عینک قرمز»، سعی بر بیان طنزگونه این نوشتار دارد. طراح با قراردادن حروف گرد و کشیده در یک حرکت بصری، قرابت و همنشینی عنوان فیلم را با نوعی هدفمندی خاص، که بیان طنز بوده، به تصویر کشیده است. در واقع، طراح با استفاده از شکل حروف دیسندر (Descender)، اسندر (Ascender) و فرم حفره‌ای (Cavity Form) در جلوه داشتن بصری این عنوان کوشش کرده است. (URL16)



تصویر ۱۶. فیلم عینک قرمز (۱۴۰۲)
(منبع: www.fromcinema.com)

گرفتن مایه طنز فیلم، می‌تواند با محتوای اثر سنخیت داشته باشد و حتی در جهت تکمیل نوشتار اصلی برآید. در طراحی پوستر فیلم «قانون مورفی»، عنوان نوشتاری پوستر در داخل کادری شبه‌ستاره و رنگارنگ، جهت ایجاد هیجان، کنتراست و نمایش هرچه بهتر نوشتار اصلی، ارائه شده است. (URL17) در طراحی پوستر فیلم «مورچه‌خوار» نیز طراح عنوان اصلی فیلم را در کادر تزیینی مستطیل شکلی، که پیرامون آن با ریشه‌های برقی پرتلاو تزیین شده است، با هدف جلب توجه در پیشانی پوستر و جهت ارائه هرچه بهتر نوشتار در نگاه مخاطب گنجانده است. در حقیقت، طراح با این شیوه ارائه، صرفاً خواستار نمایش نقطه تأکیدی بر نوشتار فیلم به‌گونه‌ای هیجان‌انگیز بوده است. (URL18)



تصویر ۱۸. فیلم قانون مورفی (۱۳۹۸)
(منبع: www.filimo.com)

این صورت، طراح می‌تواند با استفاده از کرسی یا گریدهای ساختاری زاویه‌دار یا اسپیرال و همچنین با اعمال فضای مثبت و منفی، یعنی پُر و خالی کردن حروف و کلمات، ساختار نوشتار را به‌گونه‌ای خاص در جهت ارتباط مخاطب با چاشنی طنز سوق دهد. در طراحی عنوان پوستر فیلم «سگ‌بند»، طراح بر اساس یک گرید هندسی و زاویه‌دار، عنوان نوشتاری پوستر را که متشکل از یک فضای مسطح حروف است، به‌گونه‌ای تیز و بر مبنای خطوطی ساختارگرا بر پهنه سطوح مثبت حروف و کلمات طراحی کرده است تا جنبه طنزآمیز این فیلم را به نمایش بگذارد. (URL15) در جهت عکس این نمونه، در طراحی عنوان نوشتاری



تصویر ۱۵. فیلم سگ بند (۱۴۰۰)
(منبع: www.fromcinema.com)

۳-۹. ترکیب عناصر غیرنوشتاری با جلوه‌های بصری طنز و ویژه در حروف و نوشتار

هر عنصر بصری برای بیان خویش و نمایش کیفیت و وضعیت خود، نیازمند قرارگرفتن در یک محدوده فضایی است. در این محدوده، که کادر یا قاب نامیده می‌شود، اثر ساخته می‌شود (رجبی و احمدپناه، ۱۳۹۹، ص. ۶۹). طراحان جهت ایجاد جاذبه‌های بصری در ساختار حروف و نوشتار، سعی می‌کنند نوشتار را با عناصر بصری، نظیر کادرهای متنوع، تزیینی و رنگارنگ، ترکیب کنند تا نوشتار در محدوده کادری متمایزتر از سایر اجزای بصری نمایش داده شود. در واقع، استفاده از این کادرهای جذاب جهت جلوه‌گری و ماندگاری در نگاه مخاطبان، به‌ویژه با در نظر



تصویر ۱۷. فیلم قانون مورفی (۱۳۹۷)
(منبع: www.filimo.com)

۱۰-۳. بهره‌گیری از قابلیت دست‌آزاد (بداهه‌نویسی) در طراحی عنوان

شیوه نوشتاری دست‌آزاد، به دلیل نداشتن قواعد دست و پاگیر و متکلفانه، می‌تواند احساس صمیمیت را در لحن نوشتار حروف، به‌ویژه در مایه طنز، به وجود آورد و سرعت انتقال حس نزدیکی به درون‌مایه یا محتوای اثر را در مخاطب افزایش دهد. در این شیوه بیانی، در صورت کاربرد صحیح رانش قلم و دست، می‌توان به نتایج مطلوب و حس‌و‌حال طنز نیز دست پیدا کرد (فرید، ۱۴۰۱، ص. ۲۰). برای مثال، در اجرای عنوان فیلم «آتش‌بازی»، طراح با شیوه بداهه‌نویسی و به‌گونه‌ای از پیش تعیین‌نشده، با استفاده از حرکت تاش‌گونه قلم، توانسته عنوان پوستر را، حتی بدون در نظر گرفتن قواعد نگارشی، به سهولت اجرا کند (URL۱۹) در عنوان پوستر



تصویر ۱۹. فیلم آتش‌بازی (۱۳۹۸)
(منبع: www.fromcinema.com)

فیلم «میلیونر میامی»، طراح در سبک نوشتاری این عنوان طنز سعی کرده است تا حروف و کلمات عنوان را بر روی یک خط کرسی، با قلمی صریح، به‌گونه‌ای پیوسته و خوانا، که ماحصل چنین سبک نگارشی است، ارائه دهد. مقیاس‌ها، اندازه‌ها و نسبت‌ها در تمامی اجزای طراحی حروف عنوان «میلیونر میامی» به یک نسبت رعایت شده است. در واقع، رعایت این نسبت‌ها و قرارگیری آن‌ها بر یک خط کرسی متناسب، بر جنبه خوانایی و زیبایی دل‌انگیز عنوان افزوده است (مثقالی، ۱۳۹۹، ص. ۳۷). در حقیقت، طراح توانسته با ایجاد ریتمی یکنواخت در ارائه حروف و کلمات، بر پایه ضرب‌آهنگی پیش‌رونده و یکسان بر روی یک خط کرسی، از ابتدا تا انتها و به موازات نگاه مخاطب، به ایجاد روحیه طنز در سبک نوشتاری خود اهتمام ورزد (URL۲۰) (فرید، ۱۴۰۱، ص. ۱۱۷).



تصویر ۲۰. فیلم میلیونر میامی (۱۳۹۷)
(منبع: www.fromcinema.com)

نتیجه‌گیری

ظرفیت‌های تصویری حروف و کلمات در عناوین پوسترهای سینمایی کمدی، با رعایت قواعد زیبایی‌شناسی فرمی در فرآیند طراحی و خطنگاری، دارای شخصیت و لحن متمایزی هستند. تغییر لحن در سبک نوشتاری، ایجاد تنوع در شیوه‌های طراحی و «کاراکتری‌بخشی» به حروف و کلمات، سبب می‌شود تا این عناوین در مقایسه با نوشتارهای پوسترهای ژانرهای دیگر (نظیر درام اجتماعی، مذهبی و اکشن)، از مؤلفه‌های بصری متفاوتی برخوردار باشند. این سبک نوشتاری، دارای الحانی خاص‌تر و وجوه بصری پرنرنگ‌تری است؛ به‌گونه‌ای که طراحان در راستای قوانین فرمی و اشکالی طنزگونه، به دنبال خلق آثار خود هستند. طراحان در روند طراحی عناوین طنز، با نمایش فرم‌های برساخته از درون‌مایه (مؤلفه‌های بصری طنز)، بر درک مخاطب از پیام، کیفیت خوانش و تجربه بصری اثر تأثیر می‌گذارند. مؤلفه‌های بصری طنزگرا بر پایه ساختار، فضا و اجزای زیرساختی زبان بصری (نقطه، خط، سطح و حجم) و ویژگی‌های فیزیکی آن‌ها شکل می‌گیرند. از آن‌جا

که در قالب بیان طنز، طراح لحن خاص خود را بازشناسی و طراحی می‌کند تا با مخاطب ارتباط برقرار سازد، فرآیند طراحی در این ژانر با سایر ژانرها تفاوت ماهوی دارد. جهت درک عمیق‌تر این تفاوت، پژوهشگران بر پایه یک جامعه آماری هدفمند، به تحقیق بصری و تحلیل مفاهیم نهفته در سبک طراحی عناوین پوسترهای طنز سینمای ایران پرداخته‌اند. در این راستا، مراحل تألیف و تحلیل این مؤلفه‌ها بر اساس مشاهده ۲۰ نمونه از پوسترهای سینمایی طنز، در قالب ۱۰ دسته اصلی صورت گرفته است:

- ۱- بهره‌گیری از قابلیت دست‌آزاد (بداهه‌نویسی) در طراحی عنوان؛
- ۲- کاربرد رنگ‌های متضاد در حروف و نوشتار؛
- ۳- اغراق در حروف و نوشتار؛
- ۴- خاص‌نویسی (تنوع حروف) در نوشتار؛
- ۵- ایجاد تضاد در ضخامت خطوط و ریخت حروف نوشتار؛
- ۶- ترکیب عناصر تصویری طنز در ساختار حروف و نوشتار؛
- ۷- جناس بصری در ساختار حروف و نوشتار؛
- ۸- استفاده از تضاد میان دو فرهنگ نوشتاری گوناگون در حروف و نوشتار؛
- ۹- عدم یکدستی و تعادل در فضای مثبت و منفی ساختار حروف و نوشتار؛
- ۱۰- ترکیب عناصر غیرنوشتاری با جلوه‌های بصری ویژه با حروف و نوشتار.

شایان ذکر است که با تحلیل اصول و مبانی نوشتاری این عناوین، پژوهشگران به شناخت مؤلفه‌های بصری ویژه‌ی این دسته از پوسترها دست یافته‌اند. با این حال، اذعان می‌گردد که این مؤلفه‌ها، اگرچه از قوانین نوشتاری طنز استخراج شده‌اند، اما صرفاً منحصر به ژانر طنز نبوده و پتانسیل پوشش دادن سایر ژانرها (مانند درام اجتماعی) را نیز دارا هستند. در این تحقیق، تلاش شده است تا بر پایه مشاهدات بصری، برجسته‌ترین

پی‌نوشت

این مؤلفه‌ها تحلیل شوند. همچنین، بدیهی است که سایر پژوهشگران می‌توانند بر اساس جامعه آماری خود، مؤلفه‌های بصری دیگری را متناسب با اقتضائات زمانه شناسایی کنند که در پژوهش حاضر، مجال بررسی آن‌ها فراهم نشده است. علاوه بر این، برخی از این مؤلفه‌ها ممکن است به صورت موازی در سایر ژانرهای سینمایی نیز کاربرد داشته باشند.

۱- طنز: کلمه‌ای عربی است و در واژه به معنای مسخره کردن، طعنه زدن، سخن به رموز گفتن و به استهزاء، از کسی سخن گفتن است. معادل انگلیسی طنز Satire است، که از Satira در لاتین گرفته شده که از ریشه Satyros یونانی است.

1-Visual pun

۳- تایپ فیس (Type face): طراحی کلی و هویت بصری حروف.

۴- دیسندر (Esender): حروفی مانند س، م، ل، ق و ی دارای دیسندر هستند که واجد تنوع بصری در حرکات اند.

۵- اسندر (Esender): این دسته از حروف در ساختار کلی حروف دارای حفره هستند مانند ط و ظ.

۶- حفره‌ای (Cavity Form): به فضاهای منفی درون حروف گفته می‌شود. این فرم‌ها به قابلیت حروف یاری بسیاری می‌رسانند. به طور کلی، قابل تشخیص‌ترین حروف آن‌هایی هستند که فرم‌های حفره‌ای بزرگتری دارند.

کتاب نامه

- آیزمن، لئاتریس. (۱۳۹۹). *روانشناسی کاربردی رنگ ها (پنتون)*. ترجمه: روح الله زمزمه. تهران: بیهق.

- احمدیان، رباب و زنگی، بهنام. (۱۴۰۳). «بررسی ظرفیت‌های بصری حروف فارسی در نشان‌های نوشتاری فرهنگی». *مطالعات عالی هنر*. دوره ۳. شماره ۵. صص. ۴۶-۲۷.

Doi: /art-studies.ir/article-1-138-fa.html

- ام. پوهالا، دنیس. (۱۳۹۳). *الفبای زبان تصویر: فرم و فضا*. ترجمه راضیه مهدیه. تهران: فرهنگسرای میردشتی.

- ایزدی، سام و محمودی بختیاری، بهروز. (۱۴۰۲). «درام در برگزیده ای از پوستره‌های سینمایی ایران؛ مطالعه‌ای در چارچوب روایت‌شناسی ساختارگرا». *هنرهای زیبا؛ هنرهای تجسمی*. دوره ۲۸. شماره ۳. صص. ۱۴۲-۱۵۴.

Doi: https://jfava.ut.ac.ir/article_93468.html

- حسینی موخر، سیدمحسن و فاضلی، سیدعلی. (۱۴۰۴). «بررسی تطبیقی مضامین طنز در اشعار پایداری احمد مطرو و سیدحسن حسینی». *رهپویه هنر و ادبیات پایداری و حماسه*. شماره ۱. صص. ۱۳۷-۱۴۷.

Doi: https://rrl.soore.ac.ir/article_725170.html

- حلبی، علی اصغر. (۱۳۶۴). *مقدمه ای بر طنز و شوخ طبعی در ایران*. تهران: پیک.

- رجبی، زینب و احمدپناه، سید ابوتراب. (۱۳۹۹). «تبیین جایگاه قاب در آثار نگارگری ایران و بررسی نوآورانه آن در آثار محمود فرشچیان». *نشریه نگره*. دوره ۱۵. شماره ۵۵. صص. ۸۵-۶۷.

Doi: https://journals.shahed.ac.ir/article_3021.html

- شادمهر، فرزین. (۱۳۹۹). «تحلیل مضمونی طراحی نوشتار عنوان در فیلم‌های سینمایی ایران دهه ۹۰ تا ۹۵ ش». *پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد ارتباط تصویری*. دانشکده هنر و معماری. دانشگاه علم و فرهنگ تهران.

/Doi: https://ganj.irandoc.ac.ir

- صفری صدیق، رزیتا و صالحی، سودابه. (۱۳۹۵). «تایپ نگاری در عنوان‌بندی فیلم». *نشریه هنرهای زیبا؛ هنرهای تجسمی*. دوره ۲۱. شماره ۳. صص. ۷۵-۸۶.

Doi: https://jjava.ut.ac.ir/article_59659.html

- طاهری، فائزه. (۱۴۰۰). «واکاوی نقش خط بدنه در ایجاد لحن و شخصیت در تایپ‌های فارسی». *نشریه نامه هنرهای تجسمی و کاربردی*. دوره ۱۴. شماره ۳۱. صص. ۷۱-۹۳.

Doi: https://vaa.journal.art.ac.ir/article_876.html

- عرفان‌منش، ساحل و پیری، علی. (۱۴۰۲). «خوانش بیش‌متنی عناصر نوشتاری در قالیچه محرابی موزه دفینه». *نشریه جلوه هنر*. دوره ۱۵. شماره ۱. صص. ۴۳-۵۴.

Doi: https://jjh.jor.alzahra.ac.ir/article_6906.html

- فرید، امیر. (۱۴۰۱). *ایران در نشان*. قزوین: جهاد دانشگاهی.
- فهیمی‌فر، اصغر، مهرنگار، منصور، سینکی، صبا و طباطبایی بافقی، سیدمحمدتقی. (۱۳۹۲). «ویژگی‌های حروف‌نگاری فارسی در طراحی اعلان در گرافیک ایران». *نگره*. دوره ۸. شماره ۲۵. صص. ۱۰۳-۸۹.

Doi: https://negareh.shahed.ac.ir/article_97.html

- مثقالی، فرشید. (۱۳۹۹). *تایپوگرافی*. تهران: نشر نظر.
- ملکی‌گیساوندانی، ساره و پهلوان، فهیمه. (۱۳۹۹). «مطالعه جناس بصری در طراحی گرافیک و کاربرد آن در طراحی آرم». *هنرهای زیبا؛ هنرهای تجسمی*. دوره ۲۵. شماره ۴. صص. ۷۵-۸۶.

Doi: https://jjava.ut.ac.ir/article_80450.html

- والانیا، سارا و لاله، عبدالحسین. (۱۴۰۱). «طنزسینمایی؛ فراخ اندیشه یا انبساط خاطر». *رهپویه هنرهای نمایشی*. دوره ۱. شماره ۴. صص. ۲۰-۷.

Doi: https://rpa.soore.ac.ir/article_254635.html

.URL1.www.fromcinema.com /2025.05.12

.URL2.www.fromcinema.com /2025.05.12

.URL3.www.filimo.com /2025.05.13

.URL4.www.filimo.com /2025.05.13

.URL5.www.filimo.com /2025.05.13

.URL6.www.fromcinema.com /2025.05.14

.URL7.www.fromcinema.com /2025.05.14

.URL8.www.filmnet.com /2025.05.14

.URL9.www.filmnet.com /2025.05.15

.URL10.www.filimo.com /2025.05.15

.URL11.www.filmnet.com /2025.05.15

.URL12.www.filmnet.com /2025.05.15

.URL13.www.filimo.com /2025.05.15

.URL14.www.fromcinema.com /2025.05.15

.URL15.www.fromcinema.com /2025.05.16

.URL16.www.fromcinema.com /2025.05.16

.URL17.www.filimo.com /2025.05.16

.URL18.www.filimo.com /2025.05.16

.URL19.www.fromcinema.com /2025.05.16

.URL20.www.fromcinema.com /2025.05.16