

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۹/۱۲

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۲/۱۲/۲۱

سید علیرضا مسبوق<sup>۱</sup>، محسن مراثی<sup>۲</sup>

## بررسی کاربرد عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه ۳۰ خورشیدی ایران<sup>۳</sup>

### چکیده

عکاسی و طراحی اعلان در بستر تحول تاریخی خود غالباً از هویتی مستقل برخوردار بوده است. اما این ویژگی به معنای انکار تأثیر همجواری و همنشینی این دو بر یکدیگر نیست. با این ذهنیت، در مقاله حاضر تلاش شده است بر پایه منابع تصویری و نوشتاری و به روش توصیفی-تحلیلی، کاربرد عکس در طراحی اعلان سینمایی دهه ۳۰ خورشیدی بررسی گردد. از این‌رو شناسایی و معرفی اولین طراح و عکاس فعال در این عرصه، همچنین بازخوانی ویژگی‌های بصری و کاربردی عکس در طراحی این اعلان‌ها، هدف اصلی پژوهش بوده است. از بررسی‌های انجام شده این نتیجه حاصل شد که موشق آبراهام آبراهامیان معروف به میشا گراگوسیان طراح اعلان فیلم‌های «شرمسار» و «مستی عشق»، اولین طراح است که در سال ۱۳۳۰ خورشیدی در ایران از عکس در اجرای آثارش بهره گرفته است؛ در نتیجه عکاس دو فیلم مذکور یعنی مهدی انوشفر (رحیم انوشفر) را می‌توان به‌عنوان اولین عکاس ایرانی نام برد که از عکس‌هایش در طراحی اعلان ایران استفاده شده است. استفاده چشمگیر از عکس‌های سیاه و سفید از ویژگی‌های بارز اعلان‌های بهره گرفته از عکس در این دهه است. چنین به‌نظر می‌رسد که نمایش چهره شخصیت‌ها، تنها هدف انتخاب و چیدمان عکس‌ها در ساختار اعلان‌های سینمایی بوده است. این ویژگی‌ها در کنار عدم تمایل طراحان به استفاده از عکس موجب می‌شود تا کاربرد عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی خورشیدی به‌لحاظ کمی محدود شود.

**کلیدواژه‌ها:** اعلان، سینما، عکس، دهه ۳۰، ایران، پوستر، گرافیک.

۱. کارشناس ارشد ارتباط تصویری، مدرس دانشگاه فرهنگیان، استان خراسان رضوی، شهر مشهد

E-mail: Masboogh@gmail.com

۲. استادیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه هنر، استان تهران، شهر تهران (نویسنده مسئول)

E-mail: Marasy@shahed.ac.ir

۳. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول در رشته ارتباط تصویری، با عنوان «سیر کاربرد عکاسی در طراحی پوستر ایران»، به راهنمایی دکتر محسن مراثی است.

## مقدمه

واژه انگلیسی poster (پوستر یا پستر) که هم‌معنای «اعلان» در فارسی، «آفیش» در فرانسه و «پلاکات» در آلمان قرار می‌گیرد، گونه‌ای از طراحی گرافیک به حساب می‌آید که از نیمه دوم قرن نوزدهم رواج واقعی پیدا کرد. به فاصله دو-سه دهه این‌گونه گرافیکی در قالب هیئت امروزی‌اش از اولین سال‌های ۱۳۰۰ خورشیدی در ایران نیز مرسوم می‌گردد (روحانی و ممیز، ۱۳۵۶؛ مهربانی، ۱۳۷۱؛ پاکباز، ۱۳۸۱، ۱۲۴).

به لحاظ دسته‌بندی‌های مرسوم، فراوانی انواع اعلان در دهه‌های مختلف با توجه به شرایط و عوامل گوناگون تأثیرگذار با فراز و فرودهایی همراه بوده است که در این بین اعلان‌های فیلم از آغاز تا اواسط دهه سی حضوری چشمگیر دارند، به نحوی که بدنه طراحی اعلان دهه‌های آغازین سده چهاردهم خورشیدی ایران را به خود اختصاص می‌دهند. اما آنچه این مقاله بدان خواهد پرداخت حضور عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی خورشیدی ایران است. سال‌های اولیه دهه سی خورشیدی در تاریخ ایران به لحاظ سیاسی و اجتماعی، دهه پر فراز و نشیبی است. این دهه با نخست‌وزیری دکتر محمد مصدق، ملی شدن صنعت نفت و خلع ید انگلیسی‌ها از پالایشگاه‌های نفتی ایران آغاز می‌گردد و با استعفای دکتر مصدق در ۲۵ تیرماه ۱۳۳۱ به دلیل عدم موافقت شاه با واگذاری پست وزارت جنگ به نخست‌وزیری ادامه می‌یابد. پس از او احمد قوام به نخست‌وزیری منصوب می‌شود، ولی به فاصله چهار روز و در پی قیام مردم در سی تیرماه دکتر مصدق مجدداً به قدرت برمی‌گردد؛ این‌بار با در اختیار داشتن وزارت جنگ. دوره آزادی فعالیت‌های سیاسی و اصلاحات مصدق دوامی ندارد و در پی فاصله گرفتن آیت‌الله کاشانی و کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲، مصدق خانه‌نشین می‌گردد. از این پس مسیر تاریخ سیاسی و اجتماعی ایران بر پایه نابودی نهادهای مشارکت قانونی و نظام سیاسی مردمی نظیر مجلس و قوه مجریه و تبدیل شدن آنها به ابزار صرف قدرت فردی شخص اول کشور تا پایان این دهه تداوم می‌یابد. در سایه فضای سیاسی ایجاد شده، در عرصه فرهنگ هم به استثنای یکی دو سال اول دهه سی که نشر روزنامه‌ها و مجلات متنوع، رواج می‌یابد و چند فعالیت میمون به‌وقوع می‌پیوندد، فرهنگ این سرزمین در فضایی بالنده نفس نمی‌کشد. فعالیت‌هایی همچون تأسیس مؤسسه انتشاراتی فرانکلین در سال ۱۳۳۳، تأسیس دانشگاه‌های فردوسی مشهد، اصفهان، جندی‌شاپور و دانشکده هنرهای تزئینی به‌ترتیب در سال‌های ۱۳۳۵، ۱۳۳۷ و ۱۳۳۹ خورشیدی، انتشار کیهان بچه‌ها توسط مؤسسه کیهان در سال ۱۳۳۵، آغاز به‌کار فرستنده تلویزیونی در یازده مهر ۱۳۳۷ (که روزی ۵ ساعت برای بینندگان تهرانی برنامه‌های سرگرم‌کننده و اخبار پخش می‌کرد)، برگزاری نخستین بی‌ینال نقاشی تهران در سال ۱۳۳۷، موظف‌شدن دولت بر اساس تصویب نمایندگان شورای ملی جهت اعزام دانشجویان رتبه اول هر یک از رشته‌های عالی به خارج برای تکمیل تحصیلات به مدت چهار سال در خرداد ۱۳۳۹ و... از جمله مواردی است که در فضای راکد فرهنگی دهه سی خودنمایی می‌کند (ازغندی، ۱۳۸۶؛ ذبیح، ۱۳۸۱).

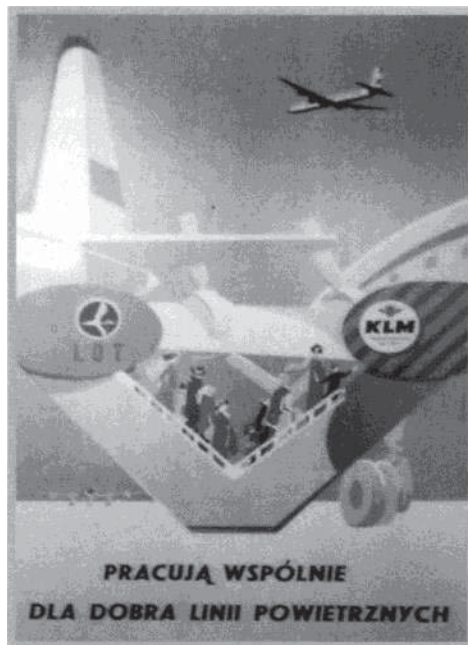
بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که برای اولین بار عکس در دهه دوم سده چهاردهم خورشیدی توسط دو طراح هندی در طراحی تعدادی از اعلان‌های سینمایی ایران که در هندوستان طراحی و چاپ شده‌اند، به‌کار رفته است. [۱] لیکن شناسایی طراح یا طراحانی که برای اولین بار در ایران به این مهم دست می‌یازند به همراه بازخوانی ویژگی‌های بصری و کاربردی عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی موضوعی است که در این نوشتار تلاش خواهد شد در کنار

بررسی کمی و کیفی طراحی اعلان‌های سینمایی این دهه و معرفی عکاسان فعال در این زمینه به روش توصیفی-تحلیلی، بدان پرداخته شود.

ضرورت این بررسی با توجه به جستجوهای به‌عمل آمده در مورد منابع و تحقیقات موازی با تحقیق حاضر، زمانی آشکار می‌شود که درمی‌یابیم منابع و مجموعه‌های موجود به‌صورت محدود یا صرفاً به گردآوری اعلان‌ها پرداخته‌اند و یا به ارائه یک نوشتار کلی، مقدمه‌وار و کم‌دامنه بسنده نموده‌اند و جنبه‌های تاریخی و زیبایی‌شناسی طراحی اعلان در محدوده تحقیق، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. اختراع و گسترش عکاسی زمینه استفاده از محصولات آن را در سایر هنرها از جمله هنر گرافیک فراهم نمود و این نکته‌ای است که در پژوهش‌های پیشین به آن توجه نشده است. از آنجا که مقاله پیش رو تلاش دارد کاربرد عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی ایران را در محدوده‌ای تعریف شده مورد بررسی قرار دهد، از سایر پژوهش‌های انجام شده متمایز می‌شود.

### ملاحظات اخلاقی تحقیق

شرایط و ویژگی‌های سینمای پیش از انقلاب اسلامی و عدم تناسب آن با جامعه اسلامی نکته‌ای است که بر همه پژوهشگران آشکار است. برخی از هنرپیشگان و سایر عوامل تولید فیلم به برکت برقراری نظام اسلامی از فضای سینمای آن روزگار بیزاری جسته و در آثار سینمای متعهد ایفای نقش نموده‌اند. به همین دلیل در نمایش اعلان‌های سینمایی که از تصاویر نامناسب این بازیگران استفاده شده است، به دلیل ملاحظات اخلاقی فقط به ارائه بخش‌های قابل نمایش اکتفا شده است.



شکل ۲. هوشنگ کاظمی، اعلان تبلیغاتی همکاری شرکت «کی.ال.ام.» هلند با خطوط هوایی لهستان «ال.ا. تی»، ۱۳۳۵، منبع: صادقی، ۱۳۸۷، ۳۵



شکل ۱. محمود جوادی‌پور، اعلان برای انتشارات، ۱۳۳۷، منبع: آرشیو انجمن صنفی طراحان گرافیک

**حیات مجدد طراحی اعلان‌های سینمایی و نسبت آن با شاکله طراحی اعلان دهه سی**  
با وجودی که پس از توقف موقت تولیدات سینمای ایران، طراحی اعلان متوقف نمی‌گردد [۲] و در حاشیه نمایش فیلم‌های خارجی در سینماهای داخل به حیات وابسته خود ادامه می‌دهد، اما به واسطه پاره‌ای از ویژگی‌های ذاتی آنها، نمی‌توان این اعلان‌ها را که در حقیقت اعلان‌های خارجی فارسی شده‌ای بودند، در خانواده اعلان ایران جای داد و به بررسی آنها پرداخت؛ هرچند نیافتن نمونه‌هایی از این اعلان‌ها مزید بر علت است. گویا این اعلان‌ها همان‌طور که اشاره شد و مسعود مهربانی نیز بر آن صحه می‌گذارد، اعلان‌های ترجمه به فارسی شده‌ای هستند که در فضاهای خالی خود عنوان فارسی را جای می‌دهند (مقدمه، ۱۳۷۱)؛ عنوان فارسی تکامل نایافته‌ای که توسط خطاطان و نقاشان و متأثر از عنوان خارجی آن شکل می‌گیرد. در ادامه روند تکامل این اعلان‌ها، صاحبان سینما به یاری چاپخانه‌داران و کارگران چاپخانه با چشم‌پوشی، حذف و رنگ‌آمیزی بخش‌هایی از اعلان اصلی، دست به تغییر ترکیب‌بندی اعلان‌ها می‌زنند و اعلانی چهل‌تکه (کلاژمانند) تولید می‌کنند.

سواً اینگونه اعلان‌ها که حول و حوش فعالیت کسانی چون میشا گراگوسیان، هایک اجاقیان و احتمالاً برادران سروری (سارواریان) شکل می‌گیرد، طراحی اعلان در بین سال‌های ۱۳۱۶ تا ۱۳۲۷ خورشیدی به حاشیه رانده شده و عملاً در عرصه طراحی گرافیک ایران جایی به خود اختصاص نمی‌دهد و اثری از خود به یادگار نمی‌گذارد. حتی پس از آغاز دوره دوم تولیدات سینمای ایران، منهای اعلان‌های سینمایی، در سایر شاخه‌های طراحی اعلان تا اواسط دهه سی فعالیت قابل تأملی را شاهد نیستیم؛ هرچند مرتضی ممیز در مقدمه کتاب *هنر پوستر در ایران* می‌نویسد «بعد از شهرپور بیست ابتدا تأثیر آذربایجان در تبریز و سپس تأثیرهای تهران و بعد مؤسسات تبلیغاتی و سیاسی از پوستر به‌عنوان عامل مهم و مؤثری در تبلیغات استفاده کردند و از این زمان بود که پوستر کم‌کم در محیط ما مطرح گردید. به‌خصوص که در همین ایام دانشکده هنرهای زیبا نیز به‌وجود آمده بود و یکی از درس‌های آن به‌نام «کمپوزیسیون تزئینی» بود که در آن طراحی پوستر به‌عنوان یکی از موضوعات برای دانشجویان مطرح می‌گردید» (روحانی و ممیز، ۱۳۵۶). لیکن چون استاد ممیز نمونه‌ای مستند از اعلان‌های یاد شده ارائه نمی‌دهد و در جستجوهای صورت گرفته هم جز چند مورد همچون اعلان «با ادبیات جهان آشنا شویم» یا «شرکت هوایی کی.ال.ام» (شکل‌های ۱ و ۲) اعلانی یافت نشد که توسط مؤسسات گرافیکی و یا طراحانی همچون «محمد بهرامی» و دیگران - که از اواسط دهه بیست، فعالیت حرفه‌ای خود را آغاز کرده بودند- طراحی شده باشد، نمی‌توان جز در چارچوب اعلان‌های سینمایی در مورد جایگاه کاربردی عکس در طراحی اعلان دهه سی ایران قضاوت نمود. ضمن اینکه در دهه سی تعداد ۱۷۸ فیلم تولید می‌گردد و اگر برای هر یک از آنها حداقل یک اعلان طراحی شده باشد، نسبت اعلان‌های تولید شده در این عرصه به سایر اعلان‌ها به حتم قابل توجه خواهد بود و اگر مسئولان موزه سینما حق همکاری را آنگونه که شایسته یک مکان فرهنگی در سطح ملی است به‌جای می‌آوردند، حجم آرشیو فراهم شده پربارتر می‌شد و قضاوت به واقعیت نزدیک‌تر. در هر صورت این مسئله بیش از آنکه معلول نقص جستجوهای صورت گرفته باشد شاید از یک‌سو نتیجه عدم ماندگاری اعلان و تاریخ مصرف کوتاه آن باشد و از سوی دیگر در عدم فعالیت مراکز آرشیوی و بی‌توجهی نهادهای فرهنگی مسئول ریشه داشته باشد. اما به هر دلیل چون در سایر زمینه‌ها، نمونه‌های قابل توجهی به‌لحاظ تعداد و به‌ویژه در حیطه اعلان‌هایی که از عکس استفاده کرده‌اند

در دسترس نیست، باید بپذیریم آنچه شاکله طراحی اعلان‌های قابل شناسایی دهه سی خورشیدی ایران را شکل می‌دهد همان اعلان‌های سینمایی هستند که از سال ۱۳۲۷ خورشیدی مجدداً در مقابل چشم بینندگان قرار می‌گیرند.



شکل ۳. میثا گراگوسیان، اعلان فیلم «مستی عشق»، ۱۳۳۰ خورشیدی، منبع: موزه سینما

### کاربرد عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی

اولین فیلمی که در دوره دوم سینمای ایران در ششم اردیبهشت ۱۳۲۷ خورشیدی در سینما «رکس» به نمایش درآمد، فیلم «طوفان زندگی» ساخته علی دریایی است که پلاکارد آن توسط هایک اجاقیان اجرا شده بود؛ اما طراح اعلان و عکاس آن ناشناس است. هرچند به قول مسعود مهربانی، پوسترگونه این فیلم ترکیب درهم آمیخته‌ای از تصویر چهار بازیگر فیلم، نام و اسم سازنده‌اش است (مهربانی، ۱۳۷۱).

دو فیلم «زندانی امیر (دختر کرد)» و «واریته بهار» ساخته‌های بعدی هستند که با وجود مشخص بودن نام عکاس، طراح اعلان آنها نامشخص است؛ «زندانی امیر» که دکور آن توسط موشق سروری کار شده اولین فیلمی است که نام مهدی انوشفر (رحیم انوشفر) به‌عنوان عکاس در عنوان‌بندی آن ثبت شده است (بهارلو، ۱۳۸۳؛ ۱۳۸۵).

در ششم دی‌ماه ۱۳۲۹ خورشیدی فیلم «شرمسار» به کارگردانی اسماعیل کوشان به نمایش درمی‌آید. عکاس این فیلم همچون دو فیلم قبلی «زندانی امیر» و «واریته بهار»، مهدی انوشفر است و اعلان و پلاکارد آن را میثا گراگوسیان طراحی نموده است. اما متأسفانه به دلیل عدم همکاری مسئولین موزه سینما و دست‌نیافتن به اعلان این فیلم، نمی‌توان در مورد اجرای اعلان مذکور و کاربرد عکاسی در آن مطلبی مطرح نمود. چاپ این اعلان رنگی به چاپخانه روزنامه اطلاعات سفارش داده شد، به‌طوری که طراح آن میثا گراگوسیان می‌گوید آنچه چاپخانه اطلاعات به سفارش‌دهنده تحویل داد به‌قدری از نظر کیفیت چاپ، نامناسب بود که تقریباً غیرقابل عرضه بود (مهربانی، ۱۳۷۱).

پس از نمایش فیلم «کمرشکن» ساخته ابراهیم مرادی که نام عکاس و طراح اعلان آن نامشخص است در بیست و هفتم شهریورماه ۱۳۳۰ خورشیدی، فیلم «مستی عشق» کار اسماعیل کوشان در سینماهای همای و متروپل به نمایش درمی‌آید که همچون فیلم «شرمسار»، عکاس و طراح اعلان آن مهدی انوشفر و میثا گراگوسیان بودند (بهارلو، ۱۳۸۳).

برای فیلم «مستی عشق» که محصول استودیو پارس فیلم است اعلانی توسط میثا گراگوسیان طراحی شده که به صورت حداکثری از عکس در اجرای آن کمک گرفته است (شکل ۳). اعلان تکرنگ این فیلم در کادر مستطیل افقی از ترکیب شش چهره در دو طرف تصویر دختر جوان فیلم تشکیل شده است. هدف چندان مشخصی در چیدمان این عکس‌ها در طرح کلی اعلان خودنمایی نمی‌کند؛ گویا طراح قصد داشته است فقط چهره شخصیت‌های فیلم را به مخاطب نشان دهد و با به تصویر کشیدن حزن و شادی شخصیت‌ها، فضای حاکم فیلم را گوشزد نماید. .

با اینکه بر خلاف اعلان‌های دوره اول فیلم‌سازی ایران، نام بازیگران و حتی نام نویسنده فیلمنامه به همراه اسم شرکت تولید کننده فیلم در اعلان ثبت شده است، اما هنوز از نام کارگردان فیلم نذری به میان نیامده است. به رسم پاره‌ای از اعلان‌های گذشته، در این اعلان هم از بیت شعری در سمت راست پایین کادر استفاده شده است. عنوان اصلی فیلم به صورت مایل در فضای منفی بین چهره‌ها در قالب نوشته‌ای دست‌نویس اجرا شده است تا خود را از سنت حروف سربی گذشته متمایز گرداند، ولی با این وجود، نوع اجرا و نحوه چیدمان و ترکیب‌بندی نوشتار و تصویر، ناپختگی و دنباله‌روی طراح را نمایان می‌سازد. در مجموع، کلاژ عکس‌ها و شیوه ارتباط آنها با یکدیگر هر چند نسبت به زمان خود چندان پیشرو به نظر نمی‌رسد، اما نسبت به هم‌نوعان خود در دوره اول فیلم‌سازی ایران، مقبول‌تر و دلنشین‌تر ظاهر می‌شود.



شکل ۴. رحیم انوشفر، صحنه‌ای از فیلم شرمسار، ۱۳۲۹، منبع: بهارلو، ۱۳۸۵، ۴

به هر روی جدا از کیفیت اعلان فیلم‌های «شرمسار» و «مستی عشق»، میثا گراگوسیان (موشق آبراهام آبراهامیان) که حدوداً در طول دو دهه در عرصه طراحی و اجرای پلاکارد فیلم فعال بوده، طراحی است مهاجر که با طراحی این اعلان و استفاده از عکس در اجرای آن توانست هم نام خود را به‌عنوان اولین طراح شناخته شده‌ای که در ایران از عکس در اجرای اعلان سود برده است ثبت کند و هم نام مهدی انوشفر (رحیم انوشفر) را به‌عنوان اولین عکاس ایرانی شناخته شده‌ای که از عکس‌های وی در طراحی اعلان ایران استفاده شده است مطرح نماید. مهرابی شرح می‌دهد گراگوسیان که در تاشکند نزد واشامیان معلم نقاشی مدرسه هنرها تعلیم دیده بود در سال ۱۳۱۱ خورشیدی به تبریز مهاجرت می‌کند و از آنجا به تهران می‌آید. گویا او برای اولین



شکل ۵. ویلیام رینولد براون، اعلان فیلم The Time Machine اواخر دهه ۵۰ م. منبع: [www.allposters.com](http://www.allposters.com)

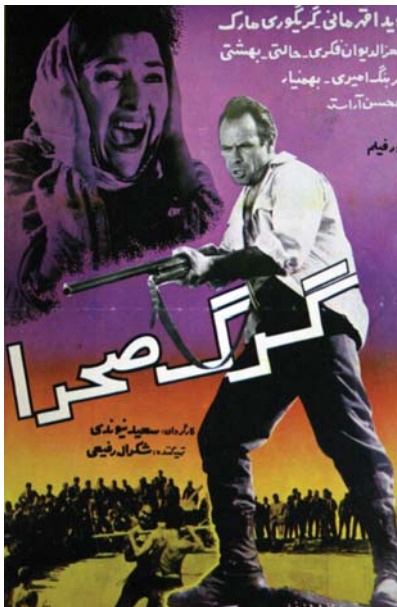
بار پلاکارد فیلم آلمانی «آتش در کوهستان‌ها» را برای سینما «ایران» کشیده است (مهرابی، ۱۳۷۱).

رحیم انوشفر نیز که در منابع مرجع مربوط به سینمای ایران مهدی انوشفر خوانده می‌شود، نخستین عکاس سینمای ایران در دوره دوم فیلم‌سازی است و نامش نخستین‌بار در عنوان‌بندی فیلم «زندانی امیر» (اسماعیل کوشان/ ۱۳۲۷ خورشیدی) ثبت شده است. وی در دهه سی، عکاسی فیلم‌های زیادی از جمله واریته بهار، شرمسار، مستی عشق، شکار خانگی، دزد عشق، افسونگر، ظالم بلا و... را بر عهده داشته است (شکل ۴). وی در سال ۱۲۹۷ خورشیدی در تهران متولد می‌شود و در سوم اردیبهشت ۱۳۶۹ خورشیدی در همین شهر از دنیا می‌رود. آتلیه عکاسی انوشفر در خیابان لاله‌زار، نبش کوچه سینما پارس و نرسیده به سینما رکس قرار داشت.

«رحیم انوشفر» در سال ۱۳۲۷ خورشیدی

ازدواج کرد. از آنجا که همسرش با حرفه‌ی وی مخالف بود، مدتی پس از ازدواج عکاسخانه را به پسرخاله‌اش (ضرغام) واگذار و شغل آزاد اختیار کرد. کیفیت عکس‌هایی که انوشفر برای معدودی از فیلم‌های سینمایی گرفته متفاوت است. او برای گرفتن عکس فیلم‌هایی که عکاس آنها بود فقط سرصحنه‌های خاصی از فیلم‌برداری، حضور می‌یافت و عکس‌های معدودی می‌گرفت. انوشفر به‌واسطه حضورش در مقام عکاس صحنه چند فیلم ۱۶ میلی‌متری ریورسال را هم فیلم‌برداری کرده است؛ مثل کینه (۱۳۳۳)، محکوم به ازدواج (۱۳۳۳)، قیام پیشه‌وری (۱۳۳۳) و خانه شیاطین (۱۳۳۴) که کارگردان همه آنها پرویز خطیبی بود و متأسفانه اثری از هیچ‌یک از این فیلم‌ها باقی نمانده است» (بهارلو، ۱۳۸۵).

در سال ۱۳۳۰ (سال اکران فیلم «مستی عشق») همچنین فیلم دیگری به کارگردانی اسماعیل کوشان به نمایش در می‌آید با نام «مادر» که اعلان آن را هایک اجاقیان طراحی نموده است. تمام سطح اعلان را تصویری از یک مادر پر کرده که فرزندش را به آغوش کشیده است. این فیلم البته اعلان کوچک‌تری هم دارد که از شیوه سنتی پیروی نموده است؛ اعلان پر از عکس‌های کلاژ شده بازیگران است که به‌صورت پراکنده فضای اعلان را پر کرده‌اند تا برای جذب مخاطب، چهره شخصیت‌های فیلم را به نمایش بگذارند. مهرابی معتقد است «پوستر کوچک فیلم مادر، الگوی تکرار شونده نیمی از پوسترهای این سال‌هاست. پوستر فیلم‌های خارجی، حجم قابل ملاحظه‌ای از این الگو را تشکیل می‌دهند (شکل‌های ۵ و ۶). آنها چون گذشته با حذف حروف و قسمت‌هایی از تصاویرشان دوبله به فارسی می‌شوند» (مهرابی، ۱۳۷۱).



شکل ۷. محسن دولو، اعلان فیلم گرگ صحرا، ۱۳۴۰، منبع: مهرابی، ۱۳۷۱



شکل ۶. اعلان فیلم Village of the Damned ارائه شده در سینماهای انگلستان، دهه ۱۹۶۰م، منبع: www.allposters.com

با اوج‌گیری تعداد تولیدات سینمای ایران، طراحی اعلان هم روندی صعودی می‌یابد و طراحان دیگری هم در سال‌های بعد به این عرصه می‌پیوندند. هرچند می‌شما گراگوسیان و هایک اجاقیان مطرح‌ترین طراحان این سال‌ها به حساب می‌آیند و جایگاه تثبیت‌شده‌ای به خود اختصاص داده‌اند اما کم‌کم محسن دولو که از سال ۱۳۳۱ خورشیدی با طراحی اعلان فیلم «ولگرد» ساخته مهدی رئیس‌فیروز وارد این عرصه شده است، در ردیف برترین‌های طراحی اعلان فیلم قرار می‌گیرد. وی متولد ۱۲۹۹ خورشیدی در تهران است و علاوه بر طراحی اعلان در عرصه مطبوعات نیز به‌واسطه صاحب امتیازی مجله «کاریکاتور» فعال بوده است. او در کنار فعالیت‌های هنری‌اش، نماینده مجلس شورای ملی بود و از نخستین کاریکاتوریست‌های ایرانی است که آثارش در سطح جهان مطرح گردید و برنده جایزه دوم نمایشگاه جهانی کاریکاتور مونترال (کانادا) شد (بهارلو و مرادی کوچی، ۱۳۸۳، ۱۷۹). با این همه، ارتقای کمی و کیفی آثار دولو و استفاده وی از عکس و امکانات عکاسی در طراحی اعلان در اوایل دهه چهل نمودی درخشان پیدا می‌کند (مسبوق، ۱۳۸۸). از همین‌رو چون در میان اعلان‌های جمع‌آوری شده، اثری از محسن دولو که نشان‌دهنده بهره‌گیری وی از عکاسی در سال‌های دهه سی داشته باشد یافت نشد، نمی‌توان به‌طور قاطع در مورد استقبال یا عدم استقبال وی از امکانات عکاسی در این دهه ابراز نظر نمود (شکل ۷). اوج فعالیت می‌شما گراگوسیان و هایک اجاقیان در عرصه طراحی اعلان در دهه سی تمرکز یافته است. اما آنها به‌جای استفاده از عکس بیشتر تمایل دارند دست توانای خود در عرصه نقاشی، همچنین شناخت بالای رنگ و نورپردازی چهره را در طراحی اعلان‌ها به یاری گیرند. در همین زمینه تلاش دارند با تبعیت از الگوی اعلان‌های آمریکایی و طراحی عنوان به‌صورت دستی، جلوه‌ای گرافیکی و پیشرو به آثارشان ببخشند. اعلان فیلم‌های «شباب‌جی خانم» (۱۳۳۷)، «خون و شرف» (۱۳۳۴) کار می‌شما گراگوسیان و «خواب و خیال» (۱۳۳۴) و «آقای جنی شده» (۱۳۳۸) اثر



هایک اجاقیان نمونه‌های بارزی از عملکرد این دو طراح است که به خوبی می‌تواند رگه‌های مشترک تکنیکی و هنری این دو طراح را نمایان سازد؛ رگه‌های مشترکی که علاوه بر موارد ذکر شده، ریشه در عواملی چون به‌کارگیری کیفیات بصری به‌ویژه تأکید در به تصویر کشیدن شخصیت‌ها و شناخت تأثیرات زیباشناسانه و ارتباطی آن، همچنین عمق‌نمایی‌های نقاشانه دارد (شکل‌های ۸، ۹، ۱۰ و ۱۱).



شکل ۹. میشا گراگوسیان، اعلان فیلم شاباجی خانم، ۱۳۳۷ خورشیدی، منبع: موزه سینما



شکل ۸. میشا گراگوسیان، اعلان فیلم خون و شرف، ۱۳۳۴ خورشیدی، منبع: مهرابی، ۱۳۷۱

در کنار حجم قابل توجه این آثار، اعلان‌های متفاوت‌تری نیز توسط طراحان کمتر شناخته‌شده طراحی می‌گردد. اعلان فیلم‌های «گلنسا» (شکل ۱۲) به کارگردانی سرژ آزاریان (۱۳۳۲) و «جنوب شهر» ساخته فرخ غفاری (۱۳۳۷) (شکل ۱۳) نمونه‌ای از این کارهاست. متفاوت از این جهت که مثلاً در اعلان «گلنسا» عنوان اصلی، دوبار تکرار می‌گردد و یکی از عناوین با تکرار نقش گل در ضخامت حروف تزئین می‌گردد؛ گویا طراح تمایل داشته به عنوان فیلم هویتی جدید بخشیده و ارتباطی خلاقانه و گرافیکی میان فرم و مفهوم ایجاد نماید. از سوی دیگر به نظر می‌رسد در اعلان «جنوب شهر» میان دگراندیشی و نوگرایی فیلم‌ساز و سلیقه حاکم بر روند طراحی اعلان آن برهه معلق است؛ از این رو در کنار به تصویر کشیدن آماتورگونه صحنه‌های مشتری‌پسند و به تعبیری تجاری، یک‌سوم بالای کادر اعلان را به فضایی دودآلود از کوره‌های آجرپزی اختصاص می‌دهد که در آن زمان چندان مرسوم، عامه‌پسند و دلنشین نبوده است.

با تولید فیلم‌هایی همچون «عمر دوباره» (پرویز خطیبی، ۱۳۳۱)، «دستکش سفید» (پرویز خطیبی، ۱۳۳۰)، «مشهدی عباد» (حسن خردمند، ۱۳۳۲)، «فرزند گمراه» (امین امینی، ۱۳۳۴)، عکاسان دیگری چون واهان ترپانچیان (فتو واهه)، اصغر بیچاره، فرج‌الله نسیمیان و شعبان نسیمیان معرفی می‌گردند که در بعضی از پوستره‌های تولید شده این سال‌ها از عکس‌های آنها

استفاده می‌گردد. در میان این عکاسان واهان ترپانچیان از سابقه بیشتری برخوردار است و به‌نظر عباس بهارلو دومین عکاس دوره دوم فیلم‌سازی ایران است که عکاسخانه‌اش را در سال ۱۳۱۷ خورشیدی به نام «فتو واهه» در خیابان نادری نزدیک کوچه همایون برپا نمود (۱۳۸۵). این مکان هنوز هم با همین نام در تقاطع خیابان بابی ساندز با خیابان جمهوری فعال است و توسط دو تن از ارامنه اداره می‌شود. زمانی که واهان ترپانچیان در نیمه دوم زندگی‌اش به عکاسی فیلم روی آورد عکاسی شناخته شده در حرفه‌اش بود و در عکاسی پرتره و ظهور و چاپ عکس زبازند بود.



شکل ۱۱. هایک اجاقیان، اعلان فیلم خواب و خیال، ۱۳۳۴ خورشیدی، منبع: مهرابی، ۱۳۷۱



شکل ۱۰. هایک اجاقیان، اعلان فیلم آقا جانی شده، ۱۳۲۸ خورشیدی، منبع: مهرابی، ۱۳۷۱

در مجموع عباس بهارلو در مقاله «عکاسی فیلم در سینمای ایران» که در شماره ۲۳ و ۲۴ نشریه *عکسنامه* چاپ شده است نام تعدادی از عکاسان فعال در زمینه عکاسی فیلم در بین سال‌های ۱۳۲۷ تا ۱۳۴۸ خورشیدی را ذکر می‌کند که به‌نوعی می‌توان عکس‌های عکاسی‌شده توسط این افراد را در پوستره‌های سینمایی این دوره یافت؛ تعدادی از عکاسانی که وی در مقاله مذکور نام برده از این قرار است: رحیم انوشفر، واهان ترپانچیان، اصغر بیچاره، غلامحسین افشار، علی باقرزاده، رضا بانکی، علی بانکی، فرج‌الله و شعبان نسیمیان، شکرالله و نعمت‌الله رفیعی، ایرج صادق‌پور، عبدالله علی‌پور، امیر کاشفی، رضا مهاجر، هادی مشکوه، کوپال مشکوه و علی مقدم؛ البته در این دوره تعدادی از عکاس‌ها با نام آتلیه خود فعالیت می‌کردند مثل «پرس فتو» (اصغر بیچاره)، «عکاسی البرز» (نعمت‌الله رفیعی و عبدالله علی‌پور)، «عکاسی مهتاب» (شکرالله رفیعی و علی اصغر رجبی)، «فتو آس» (عباس همایون، ایرج صادق‌پور و اسماعیل بهبودی) «فتو انوشفر» (رحیم انوشفر)، «فتو کارلو» (علی باقرزاده)، «فتو کسری» (هادی مشکوه، کوپال مشکوه و محمدرضا ذوالفقاری).

تا پایان دهه سی، اساس و شاکله طراحی اعلان، در سیطره اعلان‌های سینمایی بود و سایر شاخه‌های طراحی اعلان، در ازدحام اعلان‌های سینمایی و در رقابت با آنها نمی‌توانند مطرح شوند. این در حالی است که اعلان‌های تجاری در کنار اعلان‌های متأثر از اواسط دهه سی به‌صورت محدود به‌کار گرفته می‌شوند.



شکل ۱۳. با امضای «کارناوال»، اعلان فیلم جنوب شهر ۱۳۳۷، منبع: مهرابی، ۱۳۷۱



شکل ۱۲. با امضای «پیوس»، اعلان فیلم گلنسا، ۱۳۳۲، منبع: بهارلو، ۱۳۸۳، ۱۶۹

بررسی میزان کاربرد عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی خورشیدی به دلیل عدم دسترسی به تمامی آثار موجود، بررسی کمی اعلان‌های یک دوره ممکن است به دور از خطا نباشد. اما برای دست یافتن به یک جمع‌بندی نهایی در حیطه طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی خورشیدی ایران، بر اساس اعلان‌های شناسایی شده، آماری تدوین و فراوانی اعلان‌هایی که از عکس بهره گرفته بودند نسبت به تعداد کل اعلان‌های شناسایی شده مشخص گردید. همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود تعداد کل اعلان‌های شناسایی شده دهه سی، ۲۷ اعلان است که از عکس در طراحی ۵ اعلان از این مجموعه بهره گرفته شده است. از این رو نسبت اعلان‌های بهره گرفته از عکس به کل اعلان‌ها، یا به عبارت دیگر، کاربرد کمی عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی خورشیدی ایران ۱۸/۵٪ است که نشان از عدم رغبت و استقبال طراحان نسبت به استفاده از عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی دارد و به لحاظ کمی، دامنه اندک کاربرد عکس در طراحی اعلان سینمایی این دهه را آشکار می‌سازد.

جدول ۱. فراوانی اعلان‌های سینمایی دهه سی خورشیدی ایران

تعداد کل اعلان‌های شناسایی شده	اعلان‌هایی که از عکس بهره گرفته‌اند	نسبت اعلان‌های بهره‌گرفته از عکس به کل اعلان‌های شناسایی شده (به درصد)
۲۷	۵	۱۸/۵٪

منبع: نگارندگان

## علل کم‌دامنگی کاربرد عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی

همان‌طور که ذکر آن رفت تمایل طراحان کم‌تعداد دهه سی در به رخ کشیدن توانایی‌های تکنیکی خود و جلوه‌گر ساختن شیوه‌های اجرایی نقاشانه یکی از علت‌هایی است که می‌تواند طراحان این سال‌ها را به نمایش عینی و واقعی فضا در طراحی اعلان به مدد تکنیک‌های واقع‌گرایانه نقاشی ترغیب نماید. چرا که غالب این طراحان در حقیقت، نقاشانی بودند که در عرصه تبلیغات فعالیت می‌کردند و به قول استاد قباد شیوا «نقاشان تبلیغات» خوانده می‌شدند (نخعی، ۱۳۸۲). از سوی دیگر منطقی به نظر می‌رسد که نمایش و به‌کارگیری توانایی‌های اجرایی در خالقان این آثار، حظ بصری و لذت اجرایی بیشتری را موجب می‌گردید که می‌توانست آنها را از به‌کارگیری عکس دور سازد.

میل شدید غالب طراحان دهه سی در بازنمایی و به‌کارگیری مشهود رنگ با تفکیک‌پذیری بالا از موارد دیگری است که می‌توان برای عدم رغبت طراحان در استفاده از عکس ذکر نمود؛ چرا که عکس‌های سیاه و سفید تولید شده در عرصه عکاسی فیلم یا عکس‌های رنگی کم‌کیفیت آن سال‌ها، بروز این میل اجرایی را با محدودیت مواجه می‌ساخت. ضمن اینکه الگوبرداری از آثار غربی در عرصه طراحی اعلان فیلم‌های وارداتی شاید از دیگر دلایل این اتفاق باشد. علاوه بر این موارد شاید مهمترین دلیل کاربرد کم‌دامنه عکس در طراحی اعلان‌های سینمایی دهه سی، ضعف تکنولوژی و امکانات چاپ و عکاسی در ایران باشد. علی‌رغم اینکه در این سال‌ها چاپ سیلک اسکرین در ایران رواج دارد و تا اواخر دهه سی چاپ افست هم وارد ایران می‌شود و مؤسسه انتشارات فرانکلین که از ۱۳۳۵ فعالیت خود را آغاز نموده است چاپخانه عظیم و مجهزی به نام چاپخانه افست تأسیس می‌کند (آذرنگ، ۱۳۸۶) و با وجودی که از اوایل دهه سی با ورود دوربین‌های بزرگ عکاسی [۳] و رایج شدن صفحات ترام [۴] این امکان فراهم می‌شود که تفکیک رنگ‌آثار و تهیه گراور [۵] از آنها تا حدودی مدرنیزه و ماشینی شود و تصویر هاشور یا نقطه‌چین [۶] به صورت ترام بر گراور منتقل گردد ولی در این زمان هنوز هم دوربین‌ها قادر به تفکیک کامل و خالص رنگ‌ها نبودند و کار می‌بایست توسط روتوش‌کار [۷] اصلاح می‌گردید. معمولاً هم، شفافیت و وضوح کار چاپی نسبت به اصل کار، افت محسوسی داشت (فرخ یار، ۱۳۸۲ و ۱۳۸۴؛ مسبوق، ۱۳۸۷).

## نتیجه‌گیری

از بررسی منابع تصویری و آرشیوی موجود می‌توان چنین نتیجه گرفت که اعلان‌های سینمایی در کنار حضور اندک سایر دسته‌ها در طراحی اعلان دهه سی خورشیدی ایران حضوری حداکثری دارند؛ از این‌رو شاکله طراحی اعلان‌های قابل شناسایی این دهه در انحصار اعلان‌های سینمایی است و تا اواخر دهه سی - به استثنای تعداد معدودی - فعالیت قابل توجهی در سایر شاخه‌های اعلان مشاهده نمی‌شود.

نزدیکی ذاتی عکاسی با سینما و پیوند آن با اعلان‌های سینمایی موجب می‌شود که به فاصله دو سه سال از شروع مجدد تولیدات سینمایی ایران، عکاسی توسط طراحان ساکن در ایران در طراحی اعلان‌های این مرزوبوم به‌کار گرفته شود. از این‌رو از نتایج بررسی‌های صورت گرفته مشخص شد که می‌توان گراگوسیان اولین طراح شناخته شده‌ای است که در داخل ایران، عکاسی را در طراحی اعلان به‌کار می‌گیرد. وی که طراحی مهاجر است در سال‌های ۱۳۲۹ و ۱۳۳۰ خورشیدی دو اعلان به ترتیب برای فیلم‌های «شرمسار» و «مستی عشق» طراحی می‌کند که از

عکس در اجرای اعلان «مستی عشق» استفاده کرده است. هرچند ممکن است وی در طراحی اعلان فیلم «شرمسار» نیز از این ماده تصویری سود برده باشد، ولی به واسطه عدم رؤیت آن توسط نگارنده نمی‌توان در این مورد اعلام نظر نمود. همچنین مهدی انوشفر (رحیم انوشفر) علاوه بر فیلم «زندانی امیر» (۱۳۲۷ خورشیدی) عکاس دو فیلم «شرمسار» و «مستی عشق» نیز هست. به همین دلیل می‌توان ادعا نمود که مهدی انوشفر اولین عکاس ایرانی است که از عکس‌های وی در طراحی اعلان ایران استفاده شده است.

استفاده حداکثری و کلاژگونه از عکس‌های سیاه و سفید، بدون توجه به روابط بصری میان آنها با سایر عناصر تصویر از ویژگی‌های بارز اعلان‌هایی است که از عکس در دهه سی خورشیدی ایران بهره گرفته‌اند و به نوعی دنباله‌روی نامناسب طراح از نمونه‌های خارجی و ناپختگی فنی و هنری وی را آشکار می‌سازد. اعلان‌های مذکور به خاطر عدم به‌کارگیری خلاقانه و هدفمند عکس‌ها، همچنین ضعف‌های فاحش صفحه‌آرایی، توانمند و رضایت‌بخش ظاهر نمی‌شود؛ گو اینکه نمایش چهره شخصیت‌ها تنها هدف انتخاب و چیدمان عکس‌ها در ساختار اعلان است. در نهایت از بررسی کمی اعلان‌ها مشخص می‌شود که به لحاظ کمی، کاربرد عکس در طراحی اعلان دهه سی فراوانی اندکی داشته و طراحان به دلایلی از جمله تمایل شدید در به‌رنگ‌کشیدن توانایی‌های تکنیکی خود و به‌کارگیری مشهود رنگ، به همراه ضعف تکنولوژی و امکانات چاپ و عکاسی آن سال‌ها، تمایل چندانی به استفاده از عکس در طراحی اعلان نداشته‌اند.

## پی‌نوشت‌ها

۱. چاندا وارکر (ChandaWarker) و ام. ژان (M. Jan) دو طراحی هستند که در دهه دوم سده چهاردهم خورشیدی این مهم را انجام می‌دهند و اعلان‌هایی برای فیلم‌های سینمایی ایرانی طراحی می‌کنند که در آنها از عکس استفاده شده است (مسبوق، ۱۳۸۸، ۱۱۳-۹۹).
۲. با وجودی که میرزا ابراهیم‌خان عکاس‌باشی در مردادماه ۱۲۹۷ خورشیدی در اوستاند بلژیک فیلم مراسم «جشن عید گل» را با دوربین «گومون» فیلم‌برداری کرد، اما به‌صورت رسمی و حرفه‌ای تولیدات سینمای ایران با ساخته شدن فیلم «آبی و رابی» توسط آوانس اوگانیانس در سال ۱۳۰۹ خورشیدی آغاز می‌شود و تا سال ۱۳۱۶ ادامه پیدا می‌کند. پس از ساخته شدن فیلم «لیلی و مجنون» در سال ۱۳۱۶ و قفای ۱۰ ساله در تولیدات سینمای ایران می‌افتد ولی مجدداً سینمای ایران از سال ۱۳۲۷ خورشیدی با تولید فیلم‌های «طوفان زندگی» و «زندانی امیر (دختر کرد)» حیاتی دوباره می‌گیرد (بهارلو، ۱۳۸۳؛ هدایت، ۱۳۸۳؛ امید، ۱۳۷۲).
۳. دوربین‌های ریلی بزرگ و طویلی بودند که ۱۰ تا ۱۵ متر طول داشتند و با استفاده از حرکت فانوسی که در آنها تعبیه شده بود، تصویر نگاتیو مورد نظر را با کمک نور دیا می‌کردند (دیا کردن: بزرگ نمودن فیلم) (مسبوق، ۱۳۸۷).
۴. ترام در واقع کوچک‌ترین جزء یک کار چاپی است که از تجمع، تفرق و ترکیب آنها، تصویر رنگی یا سیاه و سفید، حاصل می‌گردد. ترام‌ها برای رنگ‌های مختلف زاویه‌های متفاوتی دارند تا عمل چاپ به‌درستی صورت گیرد و نقش، تیره و تار نگردد. در گذشته برای آنکه تصویری که توسط طراح به‌صورت هاشور یا نقطه‌چین ساخته شده بود جهت تهیه گراور ترامه نمایند از «ورق ترام» استفاده می‌کردند (عفراوی، ۱۳۸۲).
۵. گراور یا گراور نوری photo gravure نوعی فرآیند چاپ گود فتومکانیک بر اساس اصولی است که به‌واسطه آن نقطه‌های فرو رفته بر روی سیلندر استیل مس‌اندود شده، حک می‌گردد و با جوهر پر می‌شود؛ سپس مستقیماً بر روی سطح کاغذ منتقل می‌شود. پیش از چاپ، تمامی جوهرهای اضافی بر سطح سیلندر چاپ با یک تیغه رنگ صاف‌کن پاک می‌شود (لیوینگ استون، ۱۹۹۸، ۱۶۰). نحوه شکل‌گیری آن این‌گونه است که سطح حساس بر اساس فیلم تفکیک رنگ‌شده، نوردهی می‌شود تا در دستگاه با تشتک اسیدزنی بر اساس فعل و انفعالات شیمیایی انجام شده، قسمت‌ها یا نقاط نور نخورده، جدا و گراور آماده چاپ گردد.
۶. در گذشته به‌دلیل محدودیت‌های چاپ، امکان چاپ عکس و تصویر به‌صورت مستقیم میسر نبود از این‌رو طراحان مجبور بودند تصاویر مورد نظر را با دو تکنیک «هاشور» و «نقطه‌چین» اجرا نمایند تا قابل چاپ گردد.

(مسبوق، ۱۳۸۷).

۷. به شخصی گفته می‌شود که اصلاح فیلم را بر عهده داشت. وی بر اساس تجربه، اندازه ترام و انطباق آن را با رنگ مربوطه، کنترل می‌نمود و با استفاده از لاک قیرمانند و مواد ظهور طی چند مرحله به ترام دلخواه دست می‌یافت (مسبوق، ۱۳۸۷).

## فهرست منابع

- آذرنگ، غلامحسین (۱۳۸۶) *میانی نشر کتاب*، سمت، تهران.
- ازغندی، سیدعلیرضا (۱۳۸۶) *تاریخ تحولات سیاسی و اجتماعی ایران*، سمت، تهران.
- امید، جمال (۱۳۷۲) *فرهنگ فیلم‌های سینمایی ایران*، نگاه، تهران.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۹) *آرشیو پوسترهای تاریخ گرافیک ایران (کاغذی)*، کمیته پژوهش.
- بهارلو، عباس (۱۳۸۳) *فیلم‌شناخت ایران (فیلم‌شناسی سینمای ایران ۱۳۵۷-۱۳۰۹)*، قطره، تهران.
- بهارلو، عباس و مرادی کوچی، شهناز (۱۳۸۳) *دانشنامه سینمای ایران*، قطره، تهران.
- بهارلو، عباس (۱۳۸۵) «عکاسی فیلم در سینمای ایران»، *عکسنامه*، ۲۳ و ۲۴ تا ۲۲، پاییز و زمستان.
- پاکباز، رویین (۱۳۸۱) *دایره‌المعارف هنر، فرهنگ معاصر*، تهران.
- ذبیح، سپهر (۱۳۸۱) *ایران در دوره دکتور مصدق*، ترجمه محمد رفیعی مهرآبادی، عطایی، تهران.
- روحانی، نگار؛ ممیز، مرتضی (۱۳۵۶) *هنر پوستر در ایران*، موزه هنرهای معاصر، تهران.
- صادقی، مهدی (۱۳۸۷) *هوشنگ کاظمی (پیشگامان گرافیک نوین ایران ۱)*، رسم، تهران.
- عفاوی، بهرام (۱۳۸۲) *آنچه طراحان گرافیک و ناظران چاپ می‌دانند*، سی بال هنر، تهران.
- فرخیار، نجم‌الدین (۱۳۸۲) «فصلی از تاریخچه گرافیک ایران (محمد بهرامی)»، *گرافیک*، ۵۸ و ۵۹، ۲۳-۲۵.
- فرخیار، نجم‌الدین (۱۳۸۴) «فصلی از تاریخچه گرافیک ایران (احمد میرزا)»، *گرافیک*، ۷۴ و ۷۵، ۱۵-۱۳.
- لیوینگ استون، آلن و ایزابل (۱۹۹۸) *فرهنگ طراحی گرافیک*، ترجمه فرهاد گشایش (۱۳۸۰)، لوتس، تهران.
- مسبوق، سیدعلیرضا (۱۳۸۸) «سیر کاربرد عکاسی در طراحی پوستر ایران»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، به راهنمایی محسن مرائی، دانشکده هنر شاهد، تهران.
- مسبوق، سید علیرضا (۱۳۸۷) *مجموعه پوشه‌های صوتی مصاحبه با آقایان شیوا، بلوچ، هوسی و جوهری*.
- ممیز، مرتضی (۱۳۵۵) *پنجاه سال گرافیک ایران*، از فعالیت‌های کمیته فرهنگی سندیکای گرافیک‌های تهران، تهران.
- ممیز، مرتضی (۱۳۵۴) *هنر گرافیک در ایران*، شورای عالی فرهنگ و هنر، تهران.
- موزه سینما، *آرشیو پوسترهای فیلم سینمای ایران (کاغذی و دیجیتال)*.
- مهرابی، مسعود (۱۳۷۱) *پوسترهای فیلم تاریخ سینمای ایران (۱۳۷۱-۱۳۰۵)*، راد، تهران.
- نخعی، داریوش (۱۳۸۲) «گرافیک ایران، دیروز/امروز و مسائل آن» (گفتگو با قباد شیوا)، *شارستان*، شماره ۲، ۴۵-۵۲.
- هدایت، حسن (۱۳۸۳) *فیلم مستند تاریخ سینمای ایران*، مؤسسه رسانه‌های تصویری، تهران.
- وبسایت [www.allposters.com](http://www.allposters.com) بازبایی در ۱۳۹۰/۶/۲۸.