Scientific Quarterly Journal
Faculty of Art Shahed University
Negareh
Autumn 2026 - NO 79

Research Article
DOI:10.22070/negareh.2025.19968.3481

A Semiotic Analysis of Abbas Kiarostami's International Film Posters in the 1990s with Emphasis on Peirce's Semiotic Approach

Elnaz Shahpasandi [1] Seyed Aboutorab Ahmadpanah[2]

1-Master's Student in Graphic Design, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.
2-Associate Professor, Department of Graphic Design, College of Arts and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran, (Corresponding author).

Abstract

Introduction: The design of Iranian movie posters underwent significant transformations in the early 1990s, shifting away from the theme-based and director-centered approaches dominant in the 1980s. This shift marked a move toward a more conceptual and visually engaging approach to cinematic poster design. As one of the most influential filmmakers of this period, Abbas Kiarostami not only revolutionized Iranian cinema but also introduced a distinct style to the design of his film posters. These posters transcend their basic promotional function and serve as semiotic texts that establish a deeper connection between the films and their audiences.

Purposes & Questions: This study investigates the semiotic structure of Abbas Kiarostami's movie posters produced in the 1990s, employing Charles Sanders Peirce's triadic model to analyze how visual and textual elements—specifically form, composition, typography, and color—construct meaning. The study identifies these semiotic features and examines their effectiveness in fulfilling communicative and promotional functions. Furthermore, it assesses the extent to which these design elements correspond to the thematic essence and content of the films they represent. By addressing the formal characteristics of the posters, their functional operation within an advertising context, and their correspondence to cinematic narratives, this study provides a comprehensive semiotic evaluation of Kiarostami's promotional visual language.

Methods: This study adopts a descriptive-analytical approach within the framework of Charles Sanders Peirce's semiotic model. A library-documentary method was employed for data collection. The research sample consists of four movie posters from Abbas Kiarostami's films produced in the 1990s, selected based on their visual distinctiveness and semiotic richness. The analysis was conducted using Peirce's tripartite semiotic framework—Representamen, Object, and Interpretant—to decode the visual and textual signs embedded in the posters. Each poster was examined based on its dominant semiotic features, considering the interplay of iconic, indexical, and symbolic signs within the design. The study also compares the posters designed by Kiarostami himself with those designed by other artists, particularly Morteza Momayez, to highlight stylistic and conceptual differences.

Findings and Results: The findings indicate that visual elements predominate over textual components in Kiarostami's posters, with typography playing a secondary role. The posters primarily employ iconic, indexical, and symbolic signs, with indexical and

CC BY

Received: 2025-11-04
Final revision: 2025-12-21
Accepted: 2026-03-15
Early online access: 2026-03-17
Published: 2026-10-01

1
Email: elnaz.shahpasandi@modares.ac.ir
2
Email: ahmadp_a@modares.ac.ir

symbolic signs playing a crucial role in meaning-making. In all cases, the posters' visual elements are directly related to the films' core themes rather than serving as explicit representations of their plots. For instance, in The Wind Will Carry Us, the winding road and the lone motorcyclist symbolize the film's themes of journey and self-discovery. In Taste of Cherry, the solitary tree represents existential dilemmas and the choice between life and death. In Through the Olive Trees, the positioning of the characters reflects the tension and emotional distance in the film. In Life and Nothing More, the cracked wall serves as an indexical sign of destruction and resilience. The results suggest that Kiarostami's posters function not merely as promotional materials but as semiotic bridges between the films and their audiences, reinforcing the philosophical and thematic essence of his cinematic works. These insights can help contemporary graphic designers refine their approaches to movie poster design, ensuring that promotional materials are not only effective marketing tools but also meaningful artistic expressions. The findings contribute to a deeper understanding of Iranian graphic design history and its evolution in cinematic poster design. They reveal that Kiarostami's posters exhibit characteristics of the Polish school of design, emphasizing minimalism, painterly aesthetics, and conceptual storytelling. In contrast, the poster for Through the Olive Trees, designed by Morteza Momayez, reflects a more American-style approach, focusing on character depiction and direct audience engagement. The study highlights the unique role of semiotics in Iranian film posters and its impact on audience perception, cinematic branding, and artistic expression. Additionally, the findings emphasize the intersection of visual arts and film studies, suggesting that Kiarostami's approach challenges traditional advertising paradigms by privileging artistic introspection over superficial commercial appeal. By demonstrating the usefulness of Peirce's semiotic framework for interpreting non-Western visual narratives, this research connects classical semiotic theory with contemporary Iranian graphic design criticism. Ultimately, this study posits that such posters function as autonomous cultural artifacts that preserve the historical consciousness of 1990s Iranian cinema, thereby offering a framework for future scholarly inquiries into the evolution of cinematic branding and graphic semiotics within the Middle Eastern context.

Keywords: Movie posters, Iranian graphic design, Iranian cinema, Abbas Kiarostami, Semiotics, Charles Sanders Peirce.

تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم‌های اکران خارجی عباس کیارستمی در دهه ۱۳۷۰ شمسی با تأکید بر رویکرد نشانه‌شناسی پیرس

الناز شاه پسندی * سیدابوتراب احمدپناه **

دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۱۳ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۲/۲۵ انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۰۹
بازنگری نهایی: ۱۴۰۴/۰۹/۳۰ زودآیند: ۱۴۰۴/۱۲/۲۷

صفحه ۲۴۲ تا ۲۶۹
نوع مقاله: پژوهشی
DOI:10.22070/negareh.2025.19968.3481

چکیده

مقدمه: طراحی پوستر فیلم‌ها در ایران، از اوایل دهۀ ۱۳۷۰ شمسی، از شیوۀ افراطی دهۀ پیشین، مبتنی بر «مضمون‌محوری» و «کارگردان‌سالاری»، فاصله گرفت و به رویکردهای نوین، به‌عنوان یکی از شاخصه‌های سینمایی، گرایش پیدا کرد. عباس کیارستمی، به‌عنوان یکی از شاخص‌ترین سینماگران این دوران، علاوه بر کارگردانی، در طراحی پوسترهای سینمایی فیلم‌های خود نیز سبک و زبانی منحصربه‌فرد ارائه داد که فراتر از کارکرد تبلیغاتی صرف عمل می‌کند.

اهداف و سؤال‌ها: این پژوهش باهدف تحلیل ساختار نشانه‌شناختی پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی در دهۀ ۱۳۷۰ و بررسی میزان انطباق نشانه‌های بصری و نوشتاری با محتوای فیلم‌ها و کارکرد ارتباطی-تبلیغاتی آن‌ها بر پایۀ الگوی پیرس انجام‌شده است. پرسش‌های اصلی عبارت‌اند از: ۱. ویژگی‌های فرم‌شناختی، نوشتاری، رنگی و ترکیب‌بندی این پوسترها از منظر نشانه‌شناسی چیست؟ ۲. این نشانه‌ها چگونه در خدمت اهداف ارتباطی و تبلیغی اثر قرار می‌گیرند؟ ۳. تا چه اندازه میان عناصر بصری پوسترها و درون‌مایۀ روایی فیلم‌ها با الگوی سه‌گانۀ پیرس انطباق وجود دارد؟

روش‌ها: پژوهش حاضر با رویکردی توصیفی-تحلیلی انجام‌شده و اطلاعات آن از طریق روش‌های کتابخانه‌ای و اسنادی گردآوری‌شده است. جامعۀ نمونه شامل چهار پوستر از فیلم‌های برجستۀ عباس کیارستمی در دهۀ ۱۳۷۰ شمسی است که بر مبنای غنای نشانه‌شناختی انتخاب‌شده و با کاربست چارچوب سه‌گانۀ پیرس (نمود، موضوع و تأویل) مورد واکاوی قرار گرفته‌اند.

یافته‌ها و نتایج: یافته‌ها حاکی از آن است که در پوسترهای کیارستمی، تصویر بر نوشتار غلبه دارد و نشانه‌های نمایه‌ای و نمادین نقشی محوری در فرایند معناسازی ایفا می‌کنند. هماهنگی میان ترکیب‌بندی‌های پویا، حروف‌نگاری (تایپوگرافی) مهارشده و رنگ‌های هدفمند با فضای معنایی فیلم‌ها، موجب تقویت پیوند معنایی اثر با مخاطب شده است. همچنین، بهره‌گیری از رویکرد مینیمالیستی و عناصر استعاری، پوسترها را به واسطه‌ای مفهومی و زیبایی‌شناختی برای تعامل عمیق با تماشاگر تبدیل کرده است. درنهایت، ساختار بصری این آثار با اجزای مدل سه‌گانۀ پیرس هم‌پوشانی بالایی داشته و نقشی اساسی در بازنمایی مضامین فلسفی سینمای کیارستمی دارند.

واژگان کلیدی: پوسترهای فیلم، دهۀ هفتاد شمسی، عباس کیارستمی، نشانه‌شناسی، پیرس.

* دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته گرافیک، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. Email:elnaz.shahpasandi@modares.ac.ir
** دانشیار، گروه گرافیک (ارتباطات بصری)، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران، (**نویسنده مسئول**).
Email:ahmadp_a@modares.ac.ir

مقدمه

پوستر فیلم یکی از پراهمیت‌ترین شاخه‌های طراحی گرافیک محسوب می‌شود که فرایند تولید آن، پیوند میان هنر گرافیک و سینما را برقرار می‌کند. این رسانهٔ بصری، علاوه بر نقش تبلیغاتی در جذب مخاطب، کارکرد ارتباطی نیز دارد و به‌عنوان ابزاری برای انتقال مفاهیم و درون‌مایه‌های اصلی فیلم مورد استفاده قرار می‌گیرد. در دههٔ ۷۰ شمسی، طراحی پوستر فیلم در ایران دچار تغییرات قابل‌توجهی شد و از شیوه‌های رایج دهه‌های پیشین فاصله گرفت. یکی از برجسته‌ترین فیلم‌سازان این دوره، عباس کیارستمی، نه‌تنها در سینما، بلکه در طراحی پوستر فیلم‌های خود نیز سبک منحصربه‌فردی را به نمایش گذاشت. پوسترهای فیلم‌های او از منظر نشانه‌شناسی، سبکی خاص و روایت‌محور دارند که مطالعهٔ آن‌ها می‌تواند به شناخت بهتر زبان بصری سینمای او کمک کند. با توجه به اهمیت نشانه‌ها در انتقال پیام‌های بصری و ارتباط آن‌ها با محتوای فیلم، این پژوهش با رویکرد نشانه‌شناختی، به تحلیل پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی در دههٔ ۷۰ شمسی می‌پردازد. هدف اصلی این پژوهش، بررسی میزان تطابق عناصر بصری و نوشتاری این پوسترها با محتوای فیلم‌ها و کارکرد تبلیغی آن‌هاست. بر این اساس، پرسش‌های پژوهش چنین مطرح می‌شود: ۱. نشانه‌های بصری و نوشتاری در پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی در دههٔ ۷۰ شمسی چگونه بازتاب‌دهندهٔ محتوای فیلم و کارکرد تبلیغی آن‌ها هستند و تا چه اندازه با اجزای مدل نشانه‌شناسی پیرس شامل نمود، موضوع و تأویل، مطابقت دارند؟ ۲. پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی در دههٔ ۷۰ ازنظر فرم‌شناختی، نوشتار، رنگ و ترکیب عناصر از منظر نشانه‌شناسی چه ویژگی‌هایی دارند؟ ۳. چه ارتباطی میان نشانه‌های به‌کاررفته در شکل پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی و کارکرد تبلیغی-ارتباطی آن‌ها وجود دارد؟

ضرورت و اهمیت این پژوهش از دو جنبه قابل‌بررسی است. از منظر طراحی گرافیک، این مطالعه می‌تواند به روشن شدن بخشی از تاریخ گرافیک معاصر ایران و ویژگی‌های سبک‌شناختی پوسترهای فیلم در این دوره کمک کند. از منظر تحلیل نشانه‌شناختی، این پژوهش به بررسی شیوه‌های بصری و مفهومی می‌پردازد که کیارستمی در طراحی پوسترهای خود به کار گرفته است. فهم تاریخی و نشانه‌شناختی این پوسترها می‌تواند به طراحان گرافیک کمک کند تا در طراحی پوسترهای فیلم‌های معاصر، از این تجربیات بهره‌برداری کنند و در انتقال بهتر مفاهیم فیلم‌ها و جذب مخاطب مؤثرتر عمل کنند.

روش پژوهش

این پژوهش ازنظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی و با رویکرد نشانه‌شناسی انجام‌شده است. در تحلیل نشانه‌شناختی پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی، چارچوب نظری پیرس مبنای کار قرارگرفته است. بر این اساس، نشانه‌های تصویری و نوشتاری موجود در پوسترها در سه سطح نمود، موضوع و تأویل موردبررسی قرار گرفته‌اند تا مشخص شود که چگونه این نشانه‌ها در انتقال معنا و کارکرد تبلیغاتی پوسترها نقش ایفا می‌کنند. داده‌های پژوهش از طریق روش کتابخانه‌ای-اسنادی گردآوری شده‌اند. در این راستا، منابع علمی شامل کتاب‌ها، مقالات پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و منابع تصویری مرتبط با طراحی پوسترهای سینمایی بررسی‌شده است. ابزار گردآوری اطلاعات شامل مجموعه‌ای از پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی، منابع علمی در حوزهٔ نشانه‌شناسی و طراحی گرافیک سینمایی و آرشیوهای تصویری معتبر است. جامعهٔ آماری این پژوهش شامل پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی در بازهٔ زمانی ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۰ شمسی است. از میان این مجموعه، ٤ پوستر که بیشترین بازتاب تبلیغاتی را داشته و ازنظر بصری و نشانه‌شناختی دارای ویژگی‌های متمایز بوده‌اند، به‌عنوان نمونهٔ پژوهش انتخاب شده‌اند. انتخاب نمونه‌ها به روش هدفمند و مبتنی بر معیارهای کیفی انجام‌شده است. در این انتخاب، عواملی همچون سبک طراحی، نحوهٔ استفاده از نشانه‌ها، ارتباط میان تصویر و متن و میزان تأثیرگذاری پوسترها در تبلیغات فیلم مدنظر قرارگرفته است. درنهایت، برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها، از روش تحلیل نشانه‌شناختی کیفی استفاده‌شده است. بر این اساس، هر پوستر بر مبنای سه‌گانهٔ نشانه‌شناسی پیرس بررسی‌شده و نشانه‌های شمایلی، نمایه‌ای و نمادین آن‌ها شناسایی شده‌اند. سپس، این نشانه‌ها با توجه به موضوع فیلم و اهداف تبلیغاتی پوسترها تحلیل شده‌اند تا مشخص گردد که چگونه عناصر بصری و نوشتاری در این آثار به انتقال معنا کمک کرده‌اند و چه ارتباطی میان کارکرد ارتباطی-تبلیغی آن‌ها و محتوای فیلم‌ها وجود دارد. درنهایت، یافته‌های پژوهش با رویکردهای

طراحی گرافیک سینمایی مقایسه شده‌اند تا روندهای رایج در طراحی پوسترهای فیلم این دوره شفاف‌تر گردد.

پیشینهٔ پژوهش

مسبوق و مراثی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای پژوهشی با عنوان «بررسی ورود عکاسی به ایران و میزان کاربرد آن در طراحی پوستر (از آغاز تا سال ۱۳۱٦ هجری شمسی)»، به شناسایی تاریخ ورود عکاسی به طراحی پوستر ایران و شناسایی نخستین طراح مؤثر در این فرایند پرداخته‌اند که یافته‌های آنان نشانَ می‌دهد که عکاسی نخستین بار در سال ۱۳۰۹ شمسی در طراحی پوستر فیلم «آبی و رابی» به کار گرفته شد که البته طراح آن مشخص نیست و پس از آن در سال ۱۳۱۲ شمسی در طراحی پوستر فیلم «دختر لر» توسط چاندار واکر از عکاسی در طراحی پوستر استفاده شد و واکر به‌عنوان اولین طراح که از عکاسی در طراحی پوستر استفاده کرد در تاریخ طراحی گرافیک ایران شناخته‌شده است.

دیری (۱۳۹۰) در پایان‌نامه‌ای با عنوان «تحلیل اعلان‌های نمادگرای فیلم‌های برگزیدهٔ جشنواره‌های فیلم فجر»، ضمن مطالعهٔ اعلان‌های سینمایی در ایران، اعلان‌های فیلم‌های برگزیدهٔ بیست‌ونه دورهٔ جشنواره فیلم فجر را مورد شناسایی قرار داده است. وی نمادهای به‌کاررفته در هر اعلان را شناسایی کرده و ارتباط نمادها با محتوای فیلم و نیز میزان رمزگشایی آن‌ها را توسط مخاطب مورد ارزیابی قرار داده است. در پایان نتایج به‌دست‌آمده حاکی از عدم رمزگشایی سریع نمادها در اعلان‌های نمادگرای فیلم‌های برگزیدهٔ جشنواره‌های فیلم فجر، هماهنگی نمادهای مورد استفاده در اعلان‌ها با محتوای فیلم‌ها و بیشترین سهمِ گونهٔ معناگرا در اعلان‌های نمادگرا است. امامی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه‌ای با عنوان «نشانه‌شناسی پوستر: بررسی روند تغییرات پوستر طی پنج دههٔ اخیر در ایران»، با راهنمایی فرزان سجودی در دانشگاه هنر تهران و در مقطع کارشناسی ارشد، به بررسی و تحلیل تغییرات پوسترها با مضامین فرهنگی طی پنج دههٔ اخیر (دهه‌های چهل تا هشتاد) از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی، فرهنگی پرداخته است. در این پژوهش نشانه‌شناختی عوامل بصری، شامل نشانه‌های تصویری و نوشتاری در پوسترهای فرهنگی و بررسی تأثیرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مورد تحلیل قرارگرفته است و نتایج حاصل از آن نشان می‌دهد که عوامل یادشده در هر دوره تأثیرات منحصربه‌فردی بر نشانه‌هایی که در جریان تولید پوستر به‌کاررفته‌اند، داشته است و قلمرو دلالت‌های ضمنی و صریح آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. شفیع‌زاده قهدریجانی (۱۳۹۳) در پایان‌نامه‌ای با عنوان «بررسی تطبیقی پوسترهای طراحی‌شده سینمایی، دو دهه قبل و دو دهه بعد از انقلاب ایران (دهه ٤٠ و ٥٠ با دهه ٦٠ و ٧٠)»، به بررسی و تطبیق چند نمونه از پوسترهای سینمایی قبل و بعد از انقلاب ایران پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در هر دو دوره، ضمن وجود آثار فاقد خلاقیت هنری، پوسترهایی نیز دیده می‌شوند که توانسته‌اند با بهره‌گیری از تصویرسازی و چیدمان[1] مناسب، مفهوم فیلم‌ها را به‌درستی منتقل کنند؛ با این تفاوت که در دورهٔ پیش از انقلاب، رویکرد هنرمندان به محتوای فیلم، آگاهانه‌تر بوده است. افزون بر این، در هر دو دوره، اجراهای فنی مطلوبی به چشم می‌خورد، با این تفاوت که در دههٔ هفتاد، بهره‌گیری از نرم‌افزارهای گرافیکی نقشی تعیین‌کننده در فرایند اجرا یافته است. رضایی (١٤٠٠) در پایان‌نامه‌ای با عنوان «بازنمایی مضامین و محتوای فیلم از طریق «نشان نوشته» در آثار سینمایی، از منظر نشانه‌شناسی؛ نمونه موردی: آثار محمد روح‌الامین»، به بررسی ساختار حروف و نوشتار زبان در آثار روح‌الامین پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که از هر سه نوع نشانهٔ شمایلی، نمادی و نمایه‌ای برای دلالت‌های صریح یا ضمنی به مضمون کلی داستان و عناصر فیلم استفاده‌شده است. در این میان، نشانه‌های شمایلی که یکی از کارکردهای آن‌ها هویت‌بخشی و تبدیل واژه به تصویر است، بیشترین کاربرد را داشته‌اند. همچنین در این پژوهش مشخص‌شده است که مؤلفه‌هایی همچون بهره‌گیری از فرم‌های نرم یا سخت، ترکیب‌بندی‌های متعادل یا نامتعادل، بافت، طرح، براش یا خراش روی حروف، استفاده از طرح‌های تزیینی در حاشیه حروف، ضخامت قلم (نازکی یا کلفتی)، تغییر در کرسی‌بندی یا تغییر در حروف، انتخاب خطی خاص و درنهایت ترکیب‌بندی و فرم کلی نوشته، همگی در خدمت بازنمایی مضمون و محتوای فیلم قرار گرفته‌اند.

مهرابی (۱۳۹۰) نیز در کتابی از انتشارات نظر با عنوان «صد سال اعلان و پوستر فیلم در ایران»، به سیر تاریخی پوستر فیلم پرداخته و به‌طورکلی، آثار هنرمندان مختلف این عرصه را نام‌برده است.

1.Layout

بااین‌حال، پژوهش‌های پیشین عمدتاً روند کلی طراحی پوستر فیلم در ایران را بررسی کرده‌اند، درحالی‌که در پژوهش حاضر، برای نخستین بار ویژگی‌های نشانه‌شناختی پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی در دههٔ ۷۰ شمسی با تمرکز بر ارتباط آن‌ها با محتوای فیلم‌ها واکاوی می‌شود. افزون بر این، مطالعهٔ حاضر می‌کوشد تا نقش و تأثیر نشانه‌های تصویری و نوشتاری را در جذب مخاطب و ارتقای بیان هنری پوسترها تبیین سازد.

نشانه‌شناسی

نشانه‌شناسی دانشی است که به بررسی نظام‌های نشانه‌ای و فرایندهای دلالتی در متون زبانی، بصری و فرهنگی می‌پردازد. این حوزهٔ مطالعاتی، به‌ویژه در گرافیک و سینما، ابزاری مؤثر برای تحلیل چگونگی شکل‌گیری و انتقال معنا از طریق نشانه‌ها ارائه می‌دهد (Chandler, 2017, p. 42). پوسترهای فیلم، به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم تبلیغاتی و ارتباطی، حاوی نظام‌های نشانه‌ای متعددی هستند که تحلیل آن‌ها مستلزم بهره‌گیری از چارچوب‌های علمی دقیق است. در این زمینه، نظریه‌های فردینان دو سوسور و چارلز سندرز پیرس از مهم‌ترین رویکردهای نشانه‌شناسی به شمار می‌روند. پژوهش حاضر بر اساس نشانه‌شناسی پیرس انجام‌شده است که برخلاف دیدگاه ساخت‌گرایانه سوسور، نشانه‌ها را در چارچوبی سه‌وجهی بررسی می‌کند و بر نقش منطق و تأویل در فرایند دلالت تأکید دارد (Peirce, 1931, p. 58).

پیرس نشانه را به‌عنوان چیزی تعریف می‌کند که «به‌جای چیز دیگری می‌نشیند» و معتقد است که فرایند معناپردازی در تعامل سه عنصر شکل می‌گیرد (Short, 2007, p. 96):

۱. **نمود**[1]: صورتی که نشانه به خود می‌گیرد و قابل مشاهده است (مانند تصویر، کلمه یا نماد گرافیکی).

۲. **موضوع**[2]: چیزی که نشانه به آن ارجاع می‌دهد و معنا را شکل می‌دهد.

۳. **تأویل**[3]: معنایی که از نشانه برداشت می‌شود و بسته به زمینه و دانش مخاطب، متغیر است.

این سه‌گانه، نشانه‌ها را نه‌تنها بر اساس ساختار درونی خود، بلکه در ارتباط با زمینه فرهنگی و ادراکی مخاطب موردبررسی قرار می‌دهد. به همین دلیل، نشانه‌شناسی پیرس رویکردی مناسب برای تحلیل پوسترهای فیلم به شمار می‌رود، زیرا معنا در این رسانه نه‌تنها از طریق تصویر، بلکه از طریق عناصر بصری همچون ترکیب‌بندی، رنگ و تایپوگرافی شکل می‌گیرد (Nöth, 1990, p. 145).

علاوه بر این، پیرس نشانه‌ها را در سه دستهٔ کلی طبقه‌بندی می‌کند که تحلیل آن‌ها برای مطالعه پوسترهای فیلم ضروری است (Atkin, 2010, p. 12):

• **نشانه‌های شمایلی**[4]: نشانه‌هایی که شباهت مستقیمی با موضوع خود دارند، مانند تصویر چهره در پوستر فیلم.

• **نشانه‌های نمایه‌ای**[5]: نشانه‌هایی که رابطه‌ای علّی یا واقعی با موضوع خود دارند، مانند سایه که نشان‌دهندهٔ حضور یک جسم است.

• **نشانه‌های نمادین**[6]: نشانه‌هایی که رابطه آن‌ها با موضوع، قراردادی و وابسته به فرهنگ است، مانند رنگ قرمز که نماد هیجان یا خطر است (سجودی، ۱۳۸۳، ص. ۲۹).

تحلیل این سه نوع نشانه در پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی می‌تواند میزان همخوانی نشانه‌های بصری با محتوای فیلم‌ها را بررسی کند. برخلاف بسیاری از پوسترهای سینمایی که بیشتر بر جاذبه‌های بصری تأکید دارند، پوسترهای کیارستمی تمایل بیشتری به استفاده از نشانه‌های نمادین و مفاهیم انتزاعی دارند (ضیمران، ۱۳۸۲، ص. ۸). بر این اساس، بررسی این پوسترها از منظر نشانه‌شناختی پیرس می‌تواند به شناخت دقیق‌تری از چگونگی انتقال معنا از طریق این نشانه‌ها کمک کند.

پوستر

یکی از محصولات گرافیکی است که در جهت پیام‌رسانی موضوعی کاربرد دارد. «اعلان کلمه‌ای است عربی که واژه انگلیسی آن، پوستر کم‌کم در زبان فارسی محاوره‌ای امروز ایران به مفهوم آگهی دیواری که از حدود رایج کوچک‌تر نباشد جاافتاده است» (رخشان، ۱۳۸۳، ص. ۱۲۷). «ازآنجاکه واژه‌های (اعلان)، آگهی دیواری، یا اطلاعیه نمی‌توانند مفهوم امروزی پوستر را بیان کنند، از همان واژه انگلیسی پوستر در زبان محاوره‌ای بیشتر استفاده می‌شود (افشار مهاجر، ۱۳۹۰، ص. ۱۲۵). پوستر واژه‌ای انگلیسی است که در دهه‌های اخیر به زبان فارسی واردشده و به معنی آگهی دیواری به کار می‌رود، اما نمی‌توان گفت که هر نوع آگهی که روی دیوار نصب می‌شود، لزوماً پوستر است. برای مثال، آگهی‌هایی که در اندازهٔ حدود A4 برای اطلاع‌رسانی آگهی ترحیم چاپ و روی دیوارها نصب می‌شود، پوستر محسوب

1.Representamen
2.Object
3.Interpretant
4.Iconic Signs
5.Indexical Signs
6.Symbolic Signs

نمی‌شوند» (افشار مهاجر، ۱۳۹۰، ص. ۱۲۵).

پوستر فیلم

پوستر فیلم یا دیوارکوب فیلم، پوستری است که در تبلیغات فیلم از آن استفاده می‌کنند. پوستر فیلم وسیله‌ای تبلیغاتی است که توسط آن در بیننده برای دیدن فیلم انگیزه ایجاد می‌شود. ممکن است در طراحی پوستر از نمادها استفاده شود. از پوسترهای فیلم در داخل یا خارج سالن‌های سینما یا در مغازه‌های فروش محصولات فرهنگی استفاده می‌شود.

تاریخچه پوستر فیلم ایران

تاریخ سینمای ایران نشان می‌دهد که اولین بار در ابتدای دهۀ ۱۳۱۰ برای فیلم‌ها پوستر طراحی شد. این پوسترها بیشتر با مرکب مشکی بر کاغذهایی در ابعاد متفاوت و به رنگ‌های زرد اخرایی، قرمز گلی و آبی در سه زبان فارسی، روسی و فرانسه چاپ می‌شدند که گاهی زبان فرانسه جای خود را به ارمنی یا انگلیسی می‌داد. در نمونه‌های اولیه، اثری از تصویر چهره‌ی بازیگران در متن پوسترها وجود نداشت. تکیه بر نام و عملیات شگفت‌انگیز بازیگرانی که بین عامه از شهرت و محبوبیت برخوردار بودند، جوهرۀ اصلی پوسترها بود. در حواشی نیز، به سینمای نمایش‌دهنده، هزینۀ تولید فیلم و تعداد سیاهی‌لشکرها اشاره می‌شد. بعد از سال ۱۳۲۷، خطاطان و نقاشان ایرانی هنرشان را در پوسترهای خارجی به کار گرفتند و به‌مرور برای فیلم‌های ایرانی نیز پوستر تولید کردند. بااین‌حال، الگوسازی از پوستر فیلم‌های فرنگی یکی از ویژگی‌های این دهه و دهه‌های بعدی بود. در اواسط دهۀ ۱۳٤۰ به بعد، به دلیل اهمیت یافتن گرافیک، پوسترهای مهمی برای برخی فیلم‌ها طراحی شدند، اما ویژگی بارز پوسترهای این دهه، بزرگنمایی عکس‌های فیلم با رنگ و روغن بود. در این دهه و دهۀ ۱۳۵۰، عنصر «جنسیت» تضمینی برای فروش فیلم‌ها تلقی می‌شد (مهرابی، الف-۱۳۷۱، ص. ۲۰). با وقوع انقلاب اسلامی، در دهۀ ۱۳٦۰، در اوایل دو نوع پوستر کلی با عنوان پوستر تجاری و پوستر هنری مرسوم شد که پس از آن، این رویه از بین رفت. در این دهه، ضمن کنار رفتن محتوای جنسی، افزایش خشونت در محتوای این پوسترها شایع شد. از دهۀ ۱۳۷۰، استفاده از عناصر صوری هنر ایرانی و افزایش تأکید بر شخصیت‌های اصلی در طراحی پوستر باب شد و از اواخر این دهه، به‌ویژه دهۀ ۱۳۸۰، فناوری و نرم‌افزارهای گرافیکی، طراحی پوستر را به‌کلی دگرگون کردند (مهرابی، الف-۱۳۷۱، ص. ۲۰).

سبک پوسترهای سینمایی: اعلان‌های سینمایی را می‌توان در سه دسته طبقه‌بندی کرد:

شیوۀ آمریکایی

این شیوه تنها در سینمای آمریکا دیده نمی‌شود. طراحی اعلان بر این اساس، متکی بر بازیگر و نمای اصلی و نخست اعلان، به چهره‌ی درشت بازیگر اختصاص می‌یابد زیرا او عامل معرفی و تبلیغ فیلم است.

شیوۀ لهستانی

در این شیوه بازیگر مهم نیست، بلکه موضوع اهمیت پیدا می‌کند. اینکه در فیلم چه کسی یا کسانی ایفای نقش می‌کنند، اهمیتی ندارد، مهم این است که فیلم دربارۀ چیست؟ همین است که ایدۀ اعلان را تشکیل می‌دهد.

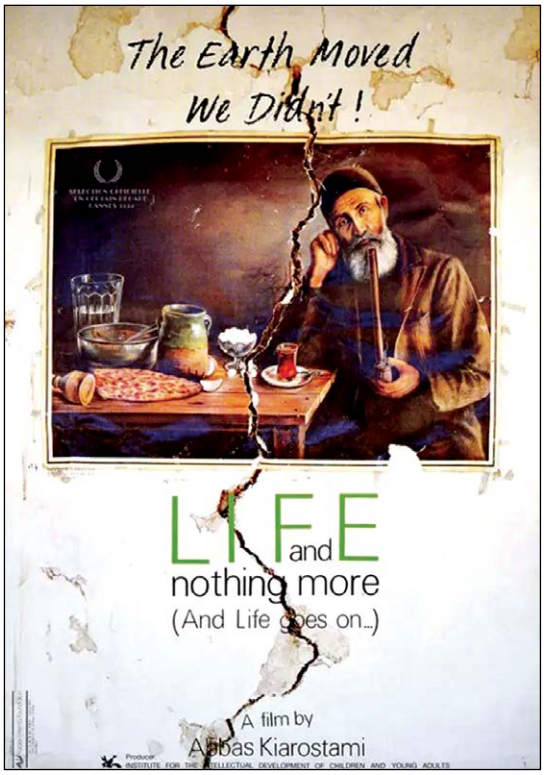
شیوۀ فرانسوی ایتالیایی

در این نوع اعلان‌ها، دیگر از بازیگر یا موضوع استفاده نمی‌شد، بلکه فریمی از فیلم انتخاب می‌شد که قابلیت تبدیل شدن به اعلان را داشت. اعلان‌های سینمایی ایران بیشتر پیرو مکتب آمریکایی است[1].

عباس کیارستمی

عباس کیارستمی (۱ تیر ۱۳۱۹ - ۱٤ تیر ۱۳۹۵) نویسنده، کارگردان و تهیه‌کننده ایرانی بود که به‌عنوان یکی از تأثیرگذارترین سینماگران جهان شناخته می‌شود. (Saeed-Vafa & Rosenbaum, 2003, p. 85) او در طول فعالیت حرفه‌ای خود بیش از ٤۰ فیلم بلند، کوتاه و مستند ساخت و با شکل‌دادن به رویکردی مینیمالیستی و شاعرانه، جایگاهی متمایز در سینمای ایران و سینمای هنری جهان به دست آورد. سادگی روایت و میزانسن، استفاده از کودکان و بازیگران غیرحرفه‌ای، بهره‌گیری از فضاهای روستایی و طبیعی، تلفیق عناصر مستند و داستانی، شاعرانگی و توجه به گفت‌وگوهای روزمره، از ویژگی‌های شاخص سینمای او به شمار می‌روند. استفاده از فضای داخل خودرو و گفت‌وگوهای شخصیت‌ها در این فضا نیز در شماری از آثار متأخر او، ازجمله ده، به یکی از عناصر قابل‌تشخیص زبان بصری و روایی او تبدیل‌شده است (Akrami, 2021; Sheibani, 2006, pp. 509- 511) علاوه بر سینما، کیارستمی در حوزه‌های مختلف

۱. مطالب مورد استفاده در این بخش در خصوص «تاریخچه و طراحی اعلان‌های سینمایی ایران»، از وب گاه https://www.persiangfx.com برگرفته شده است.

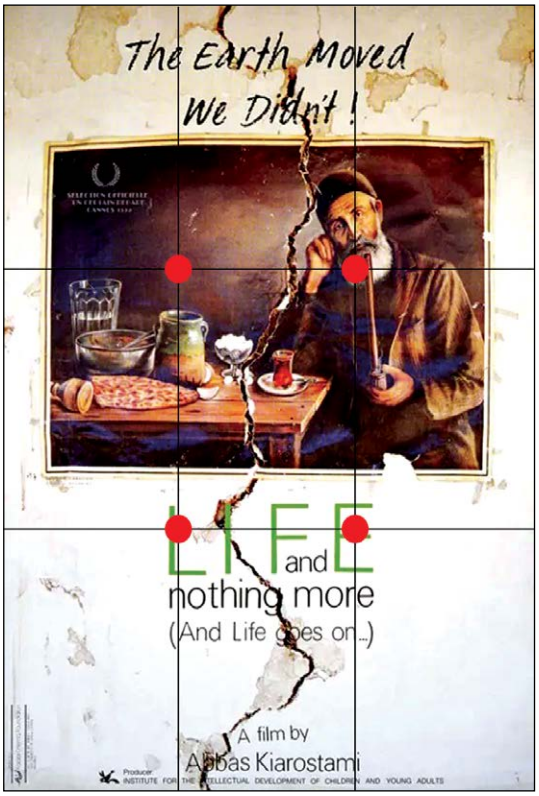


تصویر ۱. پوستر فیلم «زندگی و دیگر هیچ»
(مهرابی، ب-۱۳۷۱، ص. ٤٠٤)
Figure 1. Poster of the Film Life, and Nothing More…
(Mehrabi, 1992-b, p. 404).

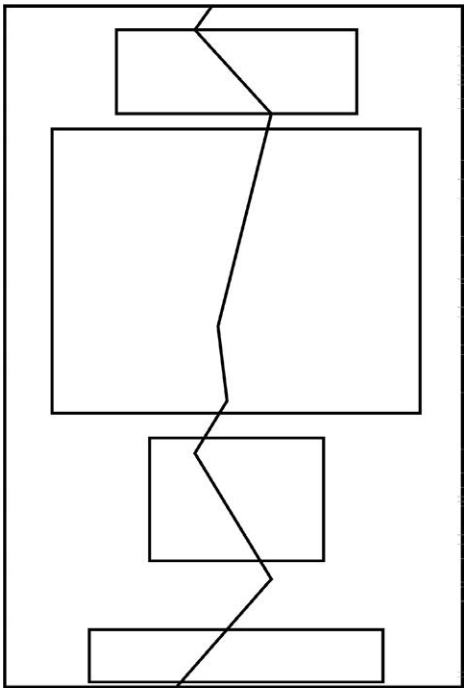
هنری ازجمله شعر، عکاسی، موسیقی، طراحی گرافیک، نقاشی، طراحی صحنه و لباس، تدوین و حتی بازیگری فعالیت داشت. او دو کتاب با اقتباس از ادبیات کلاسیک ایران با عناوین «حافظ» به روایت عباس کیارستمی و «سعدی از دست خویشتن فریاد» را منتشر کرده است (کیارستمی، ۱۳۸۵؛ کیارستمی، ۱۳۸٦). همچنین، در زمینهٔ موسیقی، رهبری دو گروه اپرا در شهرهای لندن و پاریس را بر عهده داشت و اجرای اپرایی را در جشنواره هنری فرانسه با نام «Le donne sono tutte uguali» در کارنامه خود ثبت کرده است (English National Opera, n.d.). با این‌حال، عکاسی یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های هنری او بود و نمایشگاه‌های متعددی در کشورهای مختلف، ازجمله چین، انگلستان، ایتالیا، ژاپن و موزهٔ هنرهای معاصر تهران برگزار کرد این پژوهش شامل چند مرحله اصلی است. در ابتدا، هر فیلم معرفی می‌شود که این معرفی شامل اطلاعاتی، مانند نام فیلم، نام کارگردان، سال انتشار، گونه، طراح پوستر و خلاصه داستان است. پس از ارائه این اطلاعات، پوستر فیلم توصیف‌شده و تمامی ویژگی‌های دیداری آن، ازجمله ترکیب‌بندی، رنگ‌ها، حروف‌نگاری و سایر عناصر بصری، به‌صورت جامع بررسی می‌شود. در مرحلهٔ بعد، تحلیل نشانه‌شناختی پوسترها بر اساس مدل سه‌گانهٔ پیرس (نمود، موضوع، تأویل) انجام می‌شود. در این تحلیل، عناصر بصری و نوشتاری پوسترها از منظر شکل، نوشتار، رنگ، ترکیب عناصر، کارکرد تبلیغاتی-ارتباطی و میزان همخوانی میان نشانه‌های تصویری و محتوای فیلم‌نامه بررسی می‌شوند. این رویکرد کمک می‌کند تا معنا و نقش نشانه‌ها در انتقال پیام فیلم مورد ارزیابی قرار گیرد. درنهایت، یافته‌های پژوهش جمع‌بندی شده و نتیجه‌گیری کلی دربارهٔ ویژگی‌های نشانه‌شناختی این پوسترها ارائه می‌شود. این نتیجه‌گیری مشخص می‌کند که چگونه نشانه‌های بصری در پوسترها نه‌تنها به تبلیغ فیلم کمک کرده‌اند، بلکه معنای عمیق‌تری را برای مخاطبان ایجاد کرده‌اند.

۱. **پوستر فیلم** «زندگی و دیگر هیچ»
کارگردان: عباس کیارستمی
تاریخ انتشار: سال ۱۳۷۰
گونه: ماجراجویی، درام
طراح پوستر: عباس کیارستمی
خلاصه داستان: فیلم «زندگی و دیگر هیچ» داستان پدر و پسری را روایت می‌کند که پس از زلزلهٔ ویرانگر خرداد ۱۳٦۹ در گیلان، به جست‌وجوی دو بازیگر جوان به نام‌های بابک و احمد احمدپور می‌روند. این سفر از تهران آغاز می‌شود و آن‌ها با چالش‌هایی مانند ترافیک و خرابی جاده‌ها مواجه می‌شوند. هرچند درنهایت، موفق به دیدار با بازیگران نمی‌شوند، اما در طول مسیر به یادآوری خاطرات و تجربه‌های خود از زندگی می‌پردازند. این فیلم به شکل عمیق‌تری به موضوع امید، جست‌وجوی انسانی و تأثیرات زلزله بر زندگی مردم می‌پردازد.
توصیف بصری پوستر: پوستر فیلم «زندگی و دیگر هیچ» (تصویر ۱) با بهره‌گیری از نشانه‌های بصری، مفاهیم فیلم را به شیوه‌ای هنری و نمادین منعکس می‌کند. در پس‌زمینه، دیوار قدیمی و ترک‌خورده با لکه‌های رنگ کنده‌شده دیده می‌شود که حس ویرانی و فرسودگی را القا می‌کند. این عنصر بصری، نمادی از زلزله و تأثیر آن بر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی است. در بخش فوقانی پوستر، قاب عکسی مستطیل‌شکل با رنگ اُکر دیده می‌شود که تصویری

از پیرمردی نشسته با پیپ را نمایش می‌دهد. چیدمان این تصویر در دوسوم بالای پوستر (تصویر ۲) نشان می‌دهد که پیرمرد در یکی از نقاط طلایی قرارگرفته و این جای‌گیری، تأکیدی بر نقش او به‌عنوان نمادی از تجربهٔ زیسته و استمرار سنت‌ها دارد. در پیش‌زمینه، میز سنتی با ظروفی شامل دیزی، کاسه استیل، لیوان و قندان دیده می‌شود که به فرهنگ غذایی ایرانی اشاره دارد. این ترکیب، علاوه بر اشاره به هویت فرهنگی، حس سکون و ثبات را در مقابل آشفتگی زلزله تداعی می‌کند. تَرَک دیوار که از بالا به پایین امتداد دارد، علاوه بر ایجاد حرکت بصری، نشانه‌ای آشکار از زلزله است. این عنصر بصری نه‌تنها ازنظر گرافیکی چشم را هدایت می‌کند، بلکه به لحاظ معنایی نیز تقسیم‌بندی میان گذشتهٔ آرام و حالتی از فروپاشی را تداعی می‌کند (تصویر ۳). در بالای قاب عکس، شعار «The Earth Moved, We Didn't!» (زمین حرکت کرد، ما نکردیم) با خطی دست‌نویس و رنگ سیاه درج‌شده است. این حروف‌نگاری، با رویکردی غیررسمی و نامتقارن، نوعی بیان شخصی و احساسی را به مخاطب القا می‌کند و نشان‌دهندهٔ نوعی مقاومت و ثبات در برابر تغییرات است. رنگ‌های کرم، اُکر و سبز که در طراحی این پوستر به کار رفته‌اند، در بخش تحلیل رنگی (تصویر ۵) بررسی خواهند شد. این پوستر در دسته‌بندی پوسترهای تصویری- نوشتاری قرار می‌گیرد که در آن، عنصر تصویر بر متن غلبه دارد. با توجه به رویکرد نقاشانهٔ کیارستمی، روش بازنمایی آن نقاشی است و عنصر تجسمی غالب، فرم است. عناصر تصویری پوستر شامل لکه‌های کنده‌شده رنگ دیوار در پس‌زمینه، پیرمرد، میز، ظروف چیده شده روی آن، تَرَک دیوار و دو نشانه پایین قاب است.



تصویر ۲. نقاط طلایی
(ترکیب‌بندی توسط نگارندگان)
Figure 2. Golden Points (Composition by the authors)



تصویر ۳. تقسیمات فرم پوستر فیلم «زندگی و دیگر هیچ»
(تحلیل فرم توسط نگارندگان)
Figure 3. Form Divisions of the Poster for the Film Life, and Nothing More… (Form analysis by the authors)

تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم «زندگی و دیگر هیچ» بر اساس مدل پیرس

بر اساس مدل نشانه‌شناختی چارلز سندرز پیرس، نشانه‌ها در سه سطح بررسی می‌شوند:

نمود – سطح دیداری و بصری نشانه

در این سطح، پوستر از طریق ترکیب عناصر تصویری و متنی، پیام خود را منتقل می‌کند:

- تصویر پیرمرد در قاب عکس، باحالتی متفکرانه، نمایندهٔ ثبات و تجربهٔ نسل گذشته است.
- تَرَک دیوار به‌عنوان نشانه‌ای گرافیکی، نمادی از زلزله و تغییر ناگهانی است.

• شعار بالای قاب عکس با حروف‌نگاری دست‌نویس، نوعی بیان شخصی و احساسی را به مخاطب القا می‌کند.
• ترکیب‌بندی عمودی و افقی، نظم بصری ایجاد کرده و حرکت چشم را در سراسر پوستر هدایت می‌کند (تصویر ۳).

موضوع – ارجاع نشانه به معنا و مفهوم بیرونی

• موضوع یا ارجاع نشانه در این پوستر، تأثیر زلزله بر زندگی مردم و مفهوم استمرار و مقاومت در برابر ویرانی است.
• قاب عکس پیرمرد، نشانی از زندگی‌ای است که علی‌رغم فاجعه، همچنان ادامه دارد.
• تَرَک دیوار، یادآور تخریب زلزله و درعین‌حال، تقسیم‌بندی بصری ایجاد می‌کند که تضاد میان ثبات و تغییر را تقویت می‌کند (تصویر ۳).
• شعار انگلیسی بر جهانی بودن پیام فیلم تأکید دارد و می‌تواند برای مخاطب غیرایرانی نیز معنا داشته باشد

تأویل – درک و تفسیر نشانه از سوی مخاطب

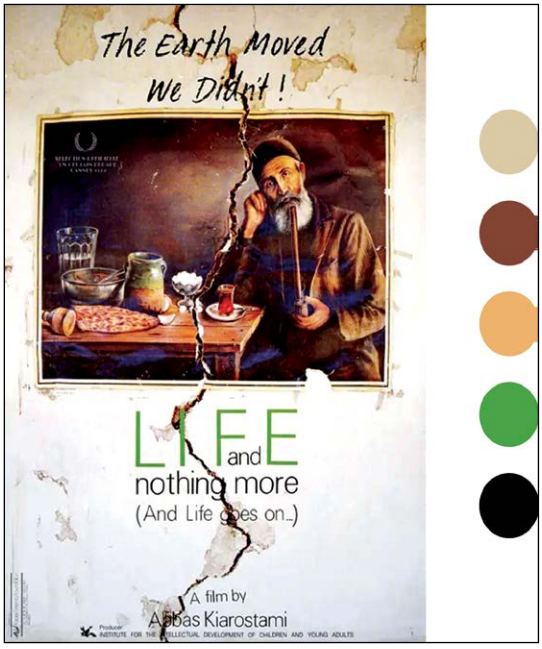
مخاطب این پوستر، بسته به تجربهٔ زیستهٔ خود، تفاسیر مختلفی از نشانه‌ها خواهد داشت:
• مخاطب ایرانی: تصویر پیرمرد و چیدمان سنتی میز، یادآور زندگی روزمره است. تَرَک دیوار، مفهومی آشنا از تأثیر زلزله را ایجاد می‌کند.
• مخاطب بین‌المللی: شعار فیلم، استعاره‌ای از ایستادگی در برابر فجایع را تداعی می‌کند.

بررسی نشانه‌های پیرسی در پوستر

بر اساس مدل نشانه‌شناسی چارلز سندرز پیرس، نشانه‌ها به سه دستهٔ شمایلی، نمایه‌ای و نمادین طبقه‌بندی می‌شوند. پوستر فیلم «زندگی و دیگر هیچ» از هر سه نوع نشانه بهره می‌برد که جزئیات آن در جدول ۱ ارائه‌شده است.

تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم زندگی و دیگر هیچ نشان می‌دهد که این اثر بصری با بهره‌گیری از عناصر شمایلی، نمایه‌ای و نمادین، موفق شده است میان مفهوم زلزله، پیام فیلم و تأثیر آن بر مخاطب ارتباط برقرار کند. طراحی این پوستر، فراتر از یک تصویر تبلیغاتی صرف، به‌گونه‌ای انجام‌شده که مخاطب را درگیر معنا و پیام‌های عمیق فیلم کند. نشانه‌های نمایه‌ای مانند تَرَک دیوار، مستقیماً بر وقوع زلزله تأکید دارند و ارتباطی علّی با موضوع فیلم برقرار می‌کنند. این عنصر، علاوه بر القای حس ویرانی، ترکیب‌بندی

تصویر ٤. تحلیل سیاه و سفید پوستر
(تحلیل سیاه و سفید توسط نگارندگان)
Figure 4. Black-and-White Analysis of the Poster
(Black-and-White analysis by the authors)



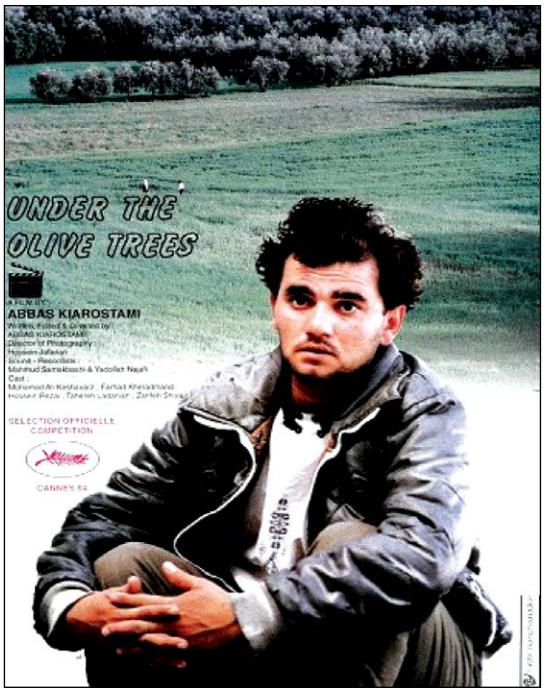
تصویر ٥. رنگ‌های مورد استفاده در پوستر
(تحلیل رنگ توسط نگارندگان)
Figure 5. Colors Used in the Poster
(Color analysis by the authors)

جدول ۱. طبقه‌بندی نشانه‌های بصری در پوستر فیلم «زندگی و دیگر هیچ» بر اساس مدل نشانه‌شناسی پیرس
Table 1. Classification of Visual Signs in the Poster for the Film Life, and Nothing More… Based on Peirce's Semiotic Model

نوع نشانه	نمونه در پوستر	توضیح
نشانه شمایلی	تصویر پیرمرد، چیدمان میز و ظروف سنتی	این عناصر بازنمایی مستقیم از واقعیت بیرونی هستند و به‌عنوان تصاویری آشنا برای مخاطب، بی‌واسطه قابل‌درک‌اند. تصویر پیرمرد نشانه‌ای از تجربه و خرد نسل گذشته است که در قاب عکس ثابت مانده است.
نشانه نمایه‌ای	تَرَک دیوار	تَرَک دیوار یک نشانهٔ نمایه‌ای است، زیرا رابطهٔ علت و معلولی با زلزله دارد. ترک‌های دیوار، به‌عنوان بازماندهٔ یک رویداد واقعی، حضور زلزله و تخریب ناشی از آن را بازتاب می‌دهند. این نشانه برخلافِ نشانه‌های شمایلی که صرفاً نمایشگر یک تصویر هستند، مستقیماً دلالت بر یک واقعهٔ بیرونی دارد.
نشانه نمادین	رنگ سبز در کلمهٔ «Life[1]»، شعار انگلیسی "The Earth Moved, We Didn't!"	نشانه‌های نمادین وابسته به قراردادهای فرهنگی و تفسیر مخاطب هستند. رنگ سبز، مفهومی از امید و زندگی را در برابر پس‌زمینهٔ خاکی و ویرانگر زلزله نشان می‌دهد. شعار انگلیسی به مفهومی استعاری اشاره دارد که بر ایستادگی انسان در برابر فاجعه تأکید می‌کند.

بصری را نیز هدایت کرده و چشم بیننده را از بالای تصویر به سمت پایین حرکت می‌دهد. از سوی دیگر، تصویر پیرمرد در قاب عکس، یک نشانهٔ شمایلی است که به ماندگاری و ثبات اشاره دارد. این قاب نه‌تنها نمایانگر حضور نسل‌های گذشته در دل تحولات اجتماعی است، بلکه تضادی آشکار با نابسامانی و ویرانی ناشی از زلزله ایجاد می‌کند. در کنار این موارد، رنگ سبز در واژهٔ «Life» به‌عنوان یک نشانهٔ نمادین، بار معنایی امید و استمرار زندگی را تقویت می‌کند و در تضاد با فضای خاکی و ویرانگر پس‌زمینه، مفهومی از بازسازی و حیات دوباره را در ذهن مخاطب شکل می‌دهد. علاوه بر این، شعار «The Earth Moved, We Didn't!» با استفاده از حروف‌نگاری دست‌نویس، بر پیام فیلم دربارهٔ مقاومت انسان در برابر بحران تأکید می‌کند. این عنصر متنی، همراه با سایر نشانه‌های بصری، نه‌تنها به تبلیغ فیلم کمک می‌کند، بلکه لایه‌ای فلسفی به پوستر می‌بخشد که مخاطب را به تأمل دربارهٔ مفهوم ثبات در برابر دگرگونی وادار می‌کند. ترکیب‌بندی پوستر نیز به‌گونه‌ای تنظیم‌شده که از طریق چیدمان عمودی و افقی عناصر، حرکت چشم را در مسیر مشخصی هدایت کند و تعادل بصری را حفظ نماید. قاب عکس پیرمرد در یکی از نقاط طلایی قاب قرارگرفته که توجه اولیهٔ بیننده را جلب می‌کند، درحالی‌که ترک دیوار، به‌عنوان یک خط هدایت‌کنندهٔ چشم، انسجام و پویایی ترکیب را حفظ کرده است. این طراحی آگاهانه باعث می‌شود که مخاطب نه‌تنها ازلحاظ زیبایی‌شناسی جذب پوستر شود، بلکه از طریق عناصر نشانه‌شناختی، ارتباط عمیق‌تری با پیام فیلم برقرار کند. به‌طورکلی، این پوستر با استفادهٔ هوشمندانه از نشانه‌های بصری، مفهومی و متنی، موفق شده است پیوندی معنادار میان محتوای فیلم و عناصر تبلیغاتی برقرار سازد. این طراحی مینیمالیستی، برخلاف بسیاری از پوسترهای سینمایی که بر جذابیت بصری صرف تمرکز دارند، مخاطب را به تفکر دربارهٔ تضاد میان ویرانی و استمرار زندگی دعوت می‌کند؛ با بهره‌گیری از نشانه‌شناسی پیرس، می‌توان دریافت که این پوستر نه‌تنها در سطح فرم، بلکه در سطح معنا نیز با رویکرد مفهومی ساختاری منسجم دارد.

۱. Life در زبان فارسی به معنای زندگی‌است.
۱. ترجمه عبارت « The Earth Moved, We Didn't» زمین حرکت کرد، ما نکردیم.

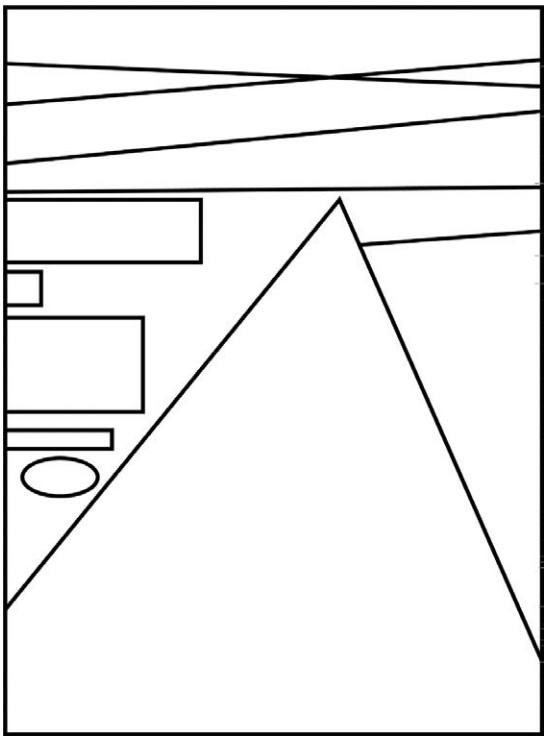


تصویر ٦. پوستر فیلم «زیر درختان زیتون»
(مهرابی، ۱۳۹۰، ص. ۲۸۱)
Figure 6. Poster of the Film Through the Olive Trees
(Mehrabi, 2011, p. 281)

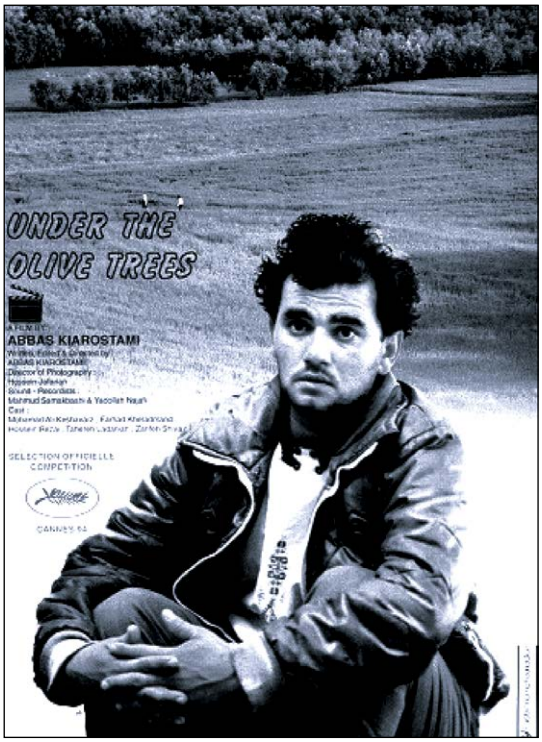
تصویر ۷. نقاط طلایی
(ترکیب‌بندی توسط نگارندگان)
Figure 7. Golden Points (Composition by the authors)

۲. **پوستر فیلم** «زیر درختان زیتون»
کارگردان: عباس کیارستمی
تاریخ انتشار: سال ۱۳۷۳
گونه: اجتماعی، خانوادگی، درام
طراح پوستر: مرتضی ممیز
خلاصه داستان: در روستای کوکر، حسین جوانی است که با عشق و امید به خواستگاری طاهره می‌رود، اما به دلیل نداشتن خانه، جواب منفی از خانواده‌اش دریافت می‌کند. در همان شب، زلزله‌ای ویرانگر به سراغ روستا می‌آید و زندگی همه را تحت تأثیر قرار می‌دهد، ازجمله حسین که اکنون در شرایطی برابر با دیگران قرار می‌گیرد و از این بابت خوشحال است. پس از چند روز، حسین متوجه می‌شود که طاهره و مادربزرگش زنده مانده‌اند. با ورود گروهی از فیلمسازان به روستا، حسین فرصتی پیدا می‌کند تا به آن‌ها کمک کند. طاهره نیز به‌عنوان بازیگر در نقش همسر حسین انتخاب می‌شود، اما او در تعاملات روزمره، تنها به دیالوگ‌های اجباری اکتفا می‌کند. این فیلم به بررسی عمیق موضوعاتی چون عشق، انتظار و اثرات بلایای طبیعی بر زندگی انسان‌ها می‌پردازد.

توصیف بصری پوستر: پوستر فیلم «زیر درختان زیتون» (تصویر ٦) با استفاده از ترکیبی از نشانه‌های بصری، مفاهیم کلیدی فیلم را به نمایش می‌گذارد. در پس‌زمینهٔ پوستر، دشتی سبز گسترده شده است که هرچه به سمت پایین قاب حرکت می‌کنیم، رنگ سبز آن کاهش‌یافته و به سفیدی می‌گراید. این تغییر تدریجی رنگ، می‌تواند نمادی از تحول، فقدان و نوعی بی‌ثباتی باشد که با مضمون فیلم همخوانی دارد. در بالای قاب، انبوهی از درختان دیده می‌شود که دوردست به نظر می‌رسند و نام فیلم را تداعی می‌کنند. در پلان اول و قسمت جلویی قاب، حسین، شخصیت اصلی فیلم نشسته است. انگشتان او درهم‌تنیده و نگاهش خیره به روبه‌رو است. این حالت بدنی و نوع نگاه، نشانه‌ای از درونیات شخصیت و تردیدهای او در مواجهه با زندگی است. فرم نشستن و قرارگیری او به‌گونه‌ای است که توجه مخاطب را به مرکز تصویر جلب می‌کند (تصویر ۷). طبق مدل نشانه‌شناسی پیرس، این حالت می‌تواند به‌عنوان یک «نشانهٔ نمایه‌ای» از وضعیت درونی شخصیت عمل کند؛ یعنی احوالات او را به‌طور غیرمستقیم بازنمایی می‌کند. پوستر ازنظر ترکیب‌بندی،



تصویر ۸. تقسیمات فرم پوستر فیلم «زیر درختان زیتون»
(تحلیل فرم توسط نگارندگان)
Figure 8. Formal Divisions of the Poster for *Through the Olive Trees* (Form analysis by the authors)



تصویر ۹. تحلیل سیاه و سفید پوستر
(تحلیل سیاه و سفید توسط نگارندگان)
Figure 9. Black-and-White Analysis of the Poster
(Black-and-White analysis by the authors)

دارای تقسیمات مورب در دشت و سایه‌هایی در سمت راست قاب است. این خطوط مورب، چشم را از پایین به بالا هدایت کرده و نوعی حرکت بصری ایجاد می‌کنند. همچنین، حضور سایه‌ها در یک سمت، باعث تعادل بصری میان بخش‌های مختلف پوستر شده است. نام فیلم در بالاترین قسمت با فونتی توخالی و ایتالیک قرار دارد که ارتباط آن را با پس‌زمینه حفظ کرده و درعین‌حال خوانایی آن را افزایش داده است. تصویر یک کلاکت در میان عنوان فیلم و سایر اطلاعات قرارگرفته است که نقش جداکننده را ایفا می‌کند. نام کارگردان با فونتی پررنگ‌تر از سایر اطلاعات نوشته‌شده است که نشان‌دهندهٔ اهمیت آن در سلسله‌مراتب اطلاعاتی پوستر است. نشانهٔ جشنواره فیلم کن در پایین پوستر، با رنگ قرمز، روی زمینهٔ سفید قرار دارد که توجه مخاطب را جلب کرده و تأکید بر موفقیت بین‌المللی فیلم دارد. همان‌طور که در تصویر ۱۰ مشخص است، رنگ‌های غالب این پوستر، سبز و سیاه هستند. رنگ سبز، درختان و دشت، نشانه‌ای نمادین از امید و زندگی است. لباس تیرهٔ شخصیت اصلی، وزن بصری بیشتری به پایین پوستر می‌دهد و حسی از درگیری ذهنی و درون‌گرایی را منتقل می‌کند. کنتراست میان تیرگی لباس و روشنی پس‌زمینه، شخصیت را به عنصر محوری در ترکیب‌بندی تبدیل می‌کند. این پوستر، به‌عنوان یک اثر گرافیکی و نشانه‌ای، از گروه تصویری-نوشتاری با غلبهٔ تصویر در آن است. با توجه به رویکرد گرافیکی مرتضی ممیز و البته سعی در حفظ و بازنمود فضا و سبک فیلم، روش بازنمایی آن نقاشی و کلاژ عکس است و عنصر تجسمی غالب، بافت و رنگ است. عناصر تصویری پوستر شامل یک دشت سبزرنگ، درختان، سایه‌ها، کلاکت، نشانهٔ جشنواره فیلم کن و مرد جوان در جلو قاب است.

تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم «زیر درختان زیتون» بر اساس مدل پیرس

تحلیل این پوستر بر مبنای سه‌گانهٔ نشانه‌شناختی پیرس انجام‌شده است:

نمود - سطح دیداری و بصری نشانه

عناصر بصری و ترکیب‌بندی پوستر، مخاطب را

تصویر ۱۰. رنگ‌های مورد استفاده در پوستر
(تحلیل رنگ توسط نگارندگان)
Figure 10. Colors Used in the Poster
(Color analysis by the authors)

به‌سوی پیام‌های نهفتهٔ فیلم هدایت می‌کنند:
• شخصیت اصلی در پلان اول با دست‌های درهم‌تنیده، نمایانگر درگیری‌های ذهنی او است.
• دشت سبز و درختان در پس‌زمینه، نشانی از طبیعت و ارتباط فیلم با روستایی بودن فضای آن است.
• خطوط مورب در زمین و سایه‌ها، حرکت چشم را در سراسر پوستر هدایت کرده و پویایی بصری ایجاد می‌کنند.

موضوع – ارجاع نشانه به معنا و مفهوم بیرونی

موضوع یا ارجاع نشانه‌ای این پوستر، ارتباط میان طبیعت، سرنوشت و درگیری‌های شخصی شخصیت اصلی است.
• دشت، نماد زندگی و آیندهٔ گشودهٔ شخصیت است، اما رنگ‌های رو به افول آن، نشانی از بی‌ثباتی شرایط دارد.
• قرارگیری حسین در پیش‌زمینه و خیره بودن به دوردست، نشان‌دهندهٔ تردید و مسیر نامعلوم او است
• نشانهٔ جشنوارهٔ کن، بیانگر موفقیت جهانی فیلم و جایگاه آن در سینمای بین‌المللی است.

تأویل– درک و تفسیر نشانه از سوی مخاطب
• مخاطب ایرانی: فضای روستایی، پوشش شخصیت و رنگ‌های غالب، نشانی آشنا از زندگی روستایی ایران دارند و احساس نزدیکی ایجاد می‌کنند.
• مخاطب بین‌المللی: این پوستر، بدون نیاز به آشنایی با فرهنگ ایرانی، حس درونی و موقعیت احساسی شخصیت را منتقل می‌کند.

بررسی نشانه‌های پیرسی در پوستر

تحلیل پوستر فیلم زیر درختان زیتون بر اساس مدل نشانه‌شناسی پیرس نشان می‌دهد که این اثر از ترکیب سه نوع نشانه شمایلی، نمایه‌ای و نمادین برای انتقال پیام خود بهره می‌برد. نشانه‌های شمایلی شامل عناصر تصویری، مانند تصویر شخصیت اصلی، دشت سبز و درختان هستند که مستقیماً بازنمایی دنیای واقعی‌اند و به فهم مستقیم مخاطب از تصویر کمک می‌کنند. نشانه‌های نمایه‌ای شامل وضعیت فیزیکی شخصیت اصلی، دشت کم‌رنگ‌شده در پیش‌زمینه و سایه‌های موجود در تصویر هستند که مفاهیم عدم اطمینان، درگیری ذهنی و گذر زمان را به‌صورت غیرمستقیم تداعی می‌کنند. درنهایت، نشانه‌های نمادین شامل رنگ‌های به‌کاررفته در پوستر، حروف‌نگاری و نشانهٔ جشنواره‌ی کن هستند که مفاهیمی انتزاعی مانند امید، سرنوشت، تغییر و موفقیت را منتقل می‌کنند. در جدول ۲، دسته‌بندی این نشانه‌ها همراه با نمونه‌های موجود در پوستر ارائه‌شده است.

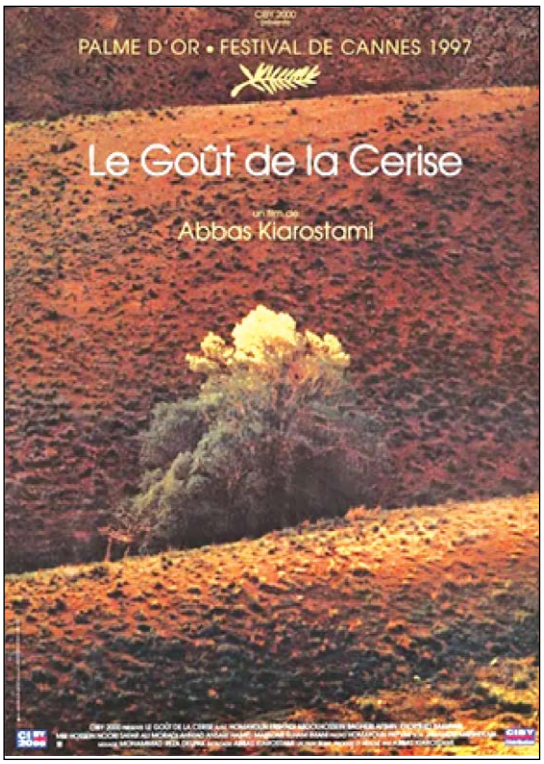
این جدول نشان می‌دهد که طراحی پوستر فراتر از یک بازنمایی صرف از عناصر فیلم عمل کرده و لایه‌های معنایی عمیق‌تری را برای درک بهتر مفاهیم ارائه داده است. ترکیب این سه نوع نشانه باعث می‌شود که مخاطب هم در سطح بصری با پوستر ارتباط برقرار کند و هم از طریق تفکر و تحلیل، به درک عمیق‌تری از مضمون فیلم دست یابد. تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم زیر درختان زیتون نشان می‌دهد که این اثر گرافیکی، با استفاده از ترکیب‌بندی هوشمندانه و انتخاب عناصر بصری، توانسته است فضایی متناسب با محتوای فیلم ایجاد کند. ساختار بصری این پوستر بر پایهٔ تعادل میان سادگی و معنا شکل‌گرفته است؛ حضور شخصیت اصلی در مرکز تصویر، در کنار دشت سبز و درختان، نشانی از ارتباط میان انسان، طبیعت و سرنوشت او دارد. این هماهنگی میان عناصر، مخاطب را به تفکر دربارهٔ موقعیت شخصیت و چالش‌های پیش روی او وامی‌دارد. رنگ‌بندی و چیدمان بصری در این پوستر، علاوه بر ایجاد زیبایی‌شناختی، به القای مفاهیمی همچون درون‌گرایی، امید و انتظار کمک کرده است. رنگ سبز که در پس‌زمینهٔ پوستر دیده

جدول ۲. طبقه‌بندی نشانه‌های بصری در پوستر فیلم «زیر درختان زیتون» بر اساس مدل نشانه‌شناسی پیرس
Table 2. Classification of Visual Signs in the Poster for the Film Through the Olive Trees Based on Peirce's Semiotic Model

نوع نشانه	نمونه در پوستر	توضیح
نشانه شمایلی	تصویر مرد جوان، دشت و درختان	این عناصر مستقیماً از واقعیت الهام گرفته شده‌اند و به بیننده امکان می‌دهند که بدون نیاز به تفسیر، موقعیت مکانی و فضاسازی فیلم را درک کند.
نشانه نمایه‌ای	حالت بدن و دست‌های درهم‌تنیدهٔ شخصیت اصلی، دشت کم‌رنگ شده، سایه‌ها	این عناصر به شکل غیرمستقیم به درگیری ذهنی شخصیت اصلی، گذر زمان، تغییرات زندگی و تأثیر رویدادهای بیرونی بر احساسات او اشاره دارند.
نشانه نمادین	رنگ سبز دشت، رنگ سیاه لباس شخصیت، نشانهٔ جشنواره کن	رنگ سبز، نماد زندگی و امید است؛ رنگ سیاه، نشانی از تفکر و درون‌گرایی دارد و نشانهٔ جشنواره کن، جایگاه بین‌المللی فیلم را به نمایش می‌گذارد.

می‌شود، تداعی‌کنندهٔ زندگی، پایداری و حرکت است، درحالی‌که تیرگی لباس شخصیت و سایه‌های موجود در تصویر، حس تأمل و عدم قطعیت را به بیننده منتقل می‌کند. همچنین، استفاده از فرم‌های مورب در دشت و سایه‌ها، نوعی حرکت بصری ایجاد کرده که چشم را از شخصیت اصلی به سمت فضای گستردهٔ پشت سر او هدایت می‌کند. چینش نوشتار و استفاده از حروف‌نگاری توخالی و توپر در بخش عنوان، باعث شده است که متن با زمینهٔ پوستر هماهنگی داشته باشد و درعین‌حال، اطلاعات به شکلی منظم و خوانا ارائه شوند. جایگیری نشانهٔ جشنوارهٔ کن در پایین تصویر، تأکیدی بر اهمیت بین‌المللی فیلم دارد و ارتباط آن را با فضای جهانی سینما نشان می‌دهد. در مجموع، این پوستر با بهره‌گیری از اصول بصری و نشانه‌شناختی، توانسته است ارتباطی میان فضای فیلم و ذهن مخاطب ایجاد کند، به‌گونه‌ای که بدون ارائهٔ توضیح مستقیم، مفاهیم کلیدی داستان را به تصویر می‌کشد. این طراحی، نه‌تنها در معرفی فیلم، بلکه در انتقال لحن و احساسات اثر نیز موفق عمل کرده است و مخاطب را به تفسیر و تأمل دربارهٔ فیلم و داستان آن ترغیب می‌کند.

۳.پوستر فیلم «طعم گیلاس»
کارگردان: عباس کیارستمی
تاریخ انتشار: سال ۱۳۷۶
گونه: اجتماعی، درام
طراح پوستر: عباس کیارستمی
خلاصه داستان: فیلم «طعم گیلاس» داستان مردی به نام بدیعی را روایت می‌کند که به دنبال راهی برای پایان دادن به زندگی‌اش است. او تصمیم می‌گیرد در کنار درختی قبر خود را کنده و شب را در آنجا بگذراند. بدیعی در تلاش است تا فردی را پیدا کند که صبح روز بعد بر روی جسدش خاک بریزد. در این مسیر، او با شخصیت‌های مختلفی روبه‌رو می‌شود که هر یک نظرها و تجربه‌های خاصی دربارهٔ زندگی و مرگ دارند. این ملاقات به او کمک می‌کند تا درکی جدید از ارزش زندگی پیدا کند. در پایان، به‌جای نشان دادن سرنوشت بدیعی، فیلم به پشت‌صحنه فیلم‌سازی می‌پردازد و به بیننده اجازه می‌دهد تا خود دربارهٔ پیام فیلم فکر کند.
توصیف بصری پوستر: پوستر فیلم «طعم گیلاس» (تصویر ۱۱) از ترکیبی از بافت‌های بیابانی، رنگ‌های گرم و عناصر نمادین بهره می‌برد که همگی در خدمت انتقال فضای فیلم و درون‌مایه‌های آن هستند. پس‌زمینهٔ پوستر شامل بافت بیابانی با رنگ‌های خاکی



تصویر ۱۱. پوستر فیلم «طعم گیلاس»
(مهرابی، ۱۳۹۰، ص. ۲۸۱)
Figure 11. Poster of the Film Taste of Cherry
(Mehrabi, 2011, p. 281)

و گرم است که حس خشکی، تنهایی و تفکر در سکوت را تداعی می‌کند. این انتخاب بصری، ارتباط مستقیمی با مکان‌های فیلم دارد که عمدتاً در مسیرهای خاکی و تپه‌های بیابانی روایت می‌شود. در بالای پوستر، تابش نور زردرنگی دیده می‌شود که به‌تدریج از زرد به نارنجی و سپس به قهوه‌ای متمایل می‌شود. این نور، نه‌تنها فضای بصری را به سه بخش نامساوی تقسیم کرده، بلکه با هدایت نگاه مخاطب به سمت مرکز تصویر، تأکید بصری را بر درخت موجود در نیمهٔ پایینی پوستر قرار داده است (تصویر ۱۲). در نیمهٔ پایینی پوستر، درختی قرار دارد که از زرد به سمت سبز تیره تغییر رنگ داده است. این درخت، تنها عنصر زنده در دل این منظرهٔ بیابانی است و می‌تواند نمادی از زندگی، امید و استمرار باشد. فرم درخت، به شکل فلشی طراحی‌شده که نگاه بیننده را به سمت نوشته‌های بالای قاب هدایت می‌کند. نوشته‌های پوستر به زبان فرانسوی هستند که اشاره به حضور بین‌المللی فیلم و موفقیت آن در جشنواره‌های جهانی دارد. در بالای پوستر، با رنگ زرد، به دریافت جایزهٔ نخل طلای کن اشاره‌شده است. نام فیلم در مرکز نوشتار با اندازهٔ بزرگ‌تری نوشته‌شده که توجه مخاطب را جلب کند. نام کارگردان و سایر اطلاعات فیلم در پایین قاب، با رنگ سفید، روی پس‌زمینهٔ تیره دیده می‌شود. رنگ زرد در بالای قاب، نشانهٔ نور، آگاهی و امید است. بافت خاکی و قهوه‌ای، فضایی خشک و بی‌روح را نشان می‌دهد که با درون‌مایهٔ فیلم سازگار است. درخت با تغییر رنگ از زرد به سبز، به‌عنوان عنصری متضاد با پس‌زمینه، پیام پایداری و امید را تقویت می‌کند. این پوستر از گروه تصویری- نوشتاری با غلبه تصویر در آن است. با توجه به رویکرد نقاشانهٔ طراح، روش بازنمایی آن نقاشی است و عنصر تجسمی غالب، بافت و رنگ است. عناصر تصویری پوستر شامل بافت بیابان، درخت، نشانهٔ نخل جشنواره کن است.

تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم «طعم گیلاس» بر اساس مدل پیرس

تحلیل این پوستر بر مبنای سه‌گانهٔ نشانه‌شناختی پیرس انجام‌شده است:

نمود – سطح دیداری و بصری نشانه

عناصر بصری و ترکیب‌بندی این پوستر، پیام فیلم را به‌گونه‌ای غیرمستقیم بازتاب می‌دهند:

• درخت در مرکز تصویر، ازلحاظ بصری و ترکیب‌بندی، نقطهٔ کانونی است که توجه مخاطب را جلب می‌کند.

• تقسیم‌بندی نوری در پس‌زمینه، چشم را از بالا به پایین هدایت کرده و حس عمق و حرکت ایجاد می‌کند

• کنتراست میان رنگ‌های گرم و سرد، تضاد مفهومی میان مرگ و زندگی را برجسته کرده است.

موضوع – ارجاع نشانه به معنا و مفهوم بیرونی

موضوع اصلی این پوستر، ارتباط میان زندگی، مرگ و انتخاب‌های انسان است.

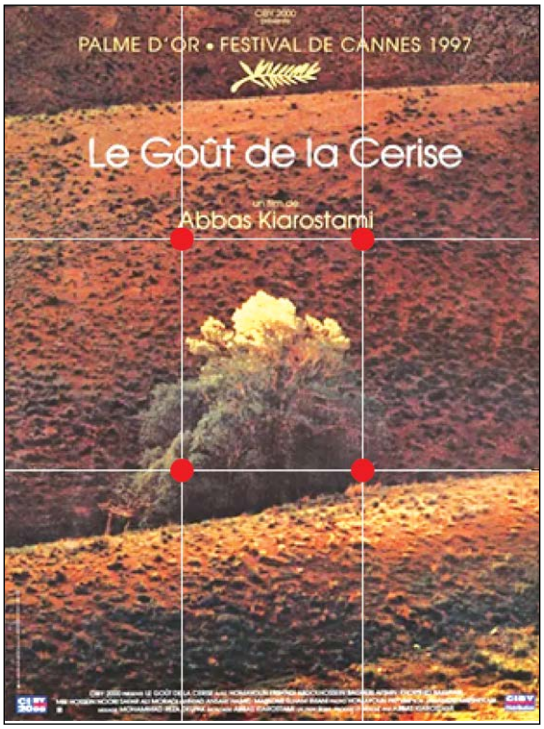
• درخت، نشانی از پایداری زندگی در دل سختی‌هاست که در برابر فضای خشک اطراف، معنای امید و بازگشت را به ذهن می‌آورد.

• نور زرد در پس‌زمینه، استعاره‌ای از آگاهی و تحول ذهنی است که با مضمون فیلم دربارهٔ تغییر نگرش شخصیت اصلی هماهنگ است.

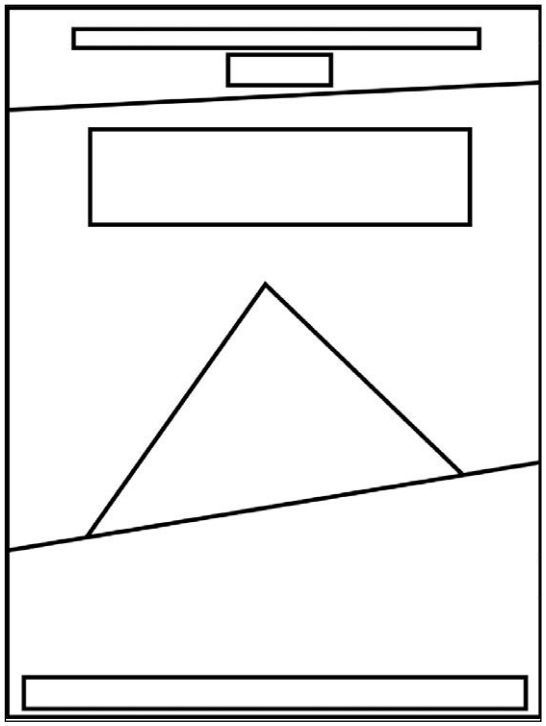
• فضای خاکی و بیابانی، بیانگر ناامیدی و بیگانگی شخصیت اصلی با محیط اطرافش است.

تأویل – درک و تفسیر نشانه از سوی مخاطب

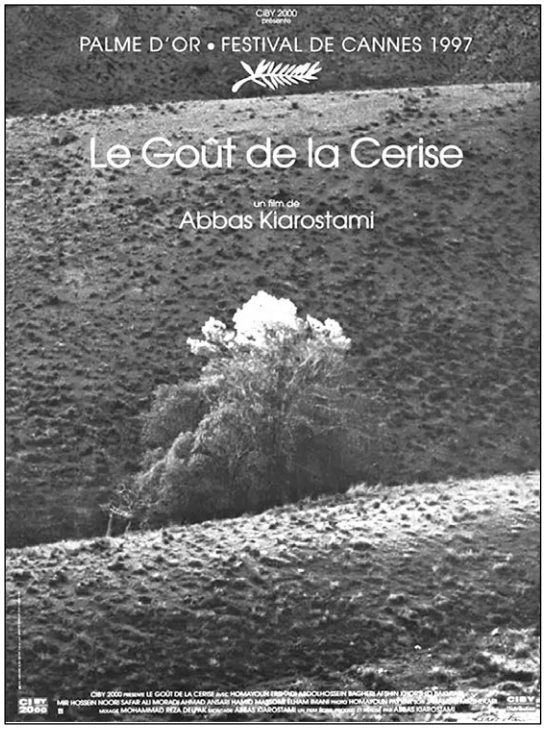
این پوستر، بسته به پیش‌زمینهٔ فرهنگی و تجربه‌های مخاطب، می‌تواند تفاسیر متفاوتی را ایجاد کند.



تصویر ۱۲. نقاط طلایی
(ترکیب‌بندی توسط نگارندگان)
Figure 12. Golden Points (Composition by the authors)



تصویر ۱۳. تقسیمات فرم پوستر فیلم «طعم گیلاس»
(تحلیل فرم توسط نگارندگان)
Figure 13. Formal Divisions of the Poster for Taste of Cherry
(Form analysis by the authors)

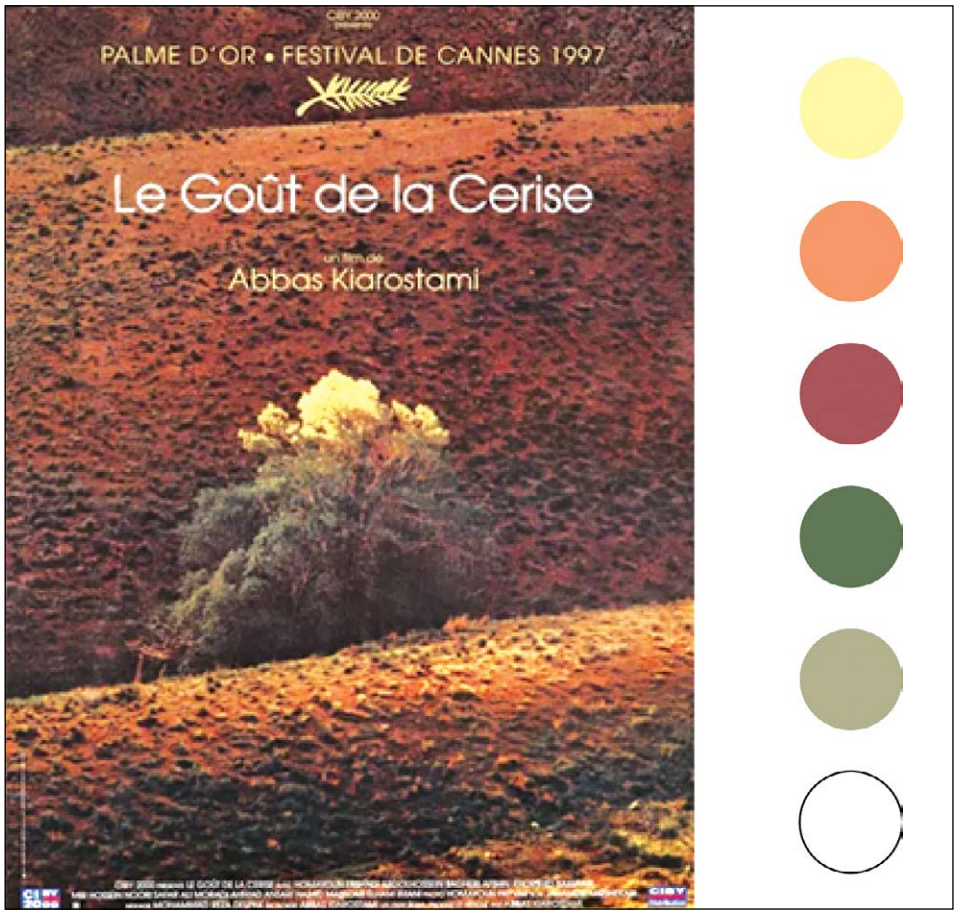


تصویر ۱۴. تحلیل سیاه و سفید پوستر
(تحلیل سیاه و سفید توسط نگارندگان)
Figure 14. Black-and-White Analysis of the Poster
(Black-and-White analysis by the authors)

• برای مخاطب ایرانی: ارتباط درخت با فضای فیلم و معنای نمادین آن، به‌راحتی قابل‌درک است.
• برای مخاطب بین‌المللی: استفاده از متن فرانسوی و اشاره به جشنوارهٔ کن، نشانه‌ای از موفقیت فیلم در سطح جهانی است.

طبقه‌بندی نشانه‌های پیرسی در پوستر

تحلیل پوستر فیلم طعم گیلاس بر اساس مدل نشانه‌شناسی چارلز سندرز پیرس نشان می‌دهد که ترکیب عناصر بصری در این اثر، مفاهیم متعددی را منتقل می‌کند. همان‌طور که پیرس نشانه‌ها را در سه دسته شمایلی، نمایه‌ای و نمادین طبقه‌بندی می‌کند، در این پوستر نیز می‌توان هر سه نوع نشانه را شناسایی کرد. نشانه‌های شمایلی شامل تصویر درخت، بافت بیابانی و نور تابیده‌شده از بالا هستند که همگی بازنمایی مستقیمی از عناصر دنیای واقعی‌اند و برای مخاطب قابل‌تشخیص هستند. نشانه‌های نمایه‌ای همچون تغییر رنگ تدریجی درخت، تقسیمات نوری و سایه‌های ایجادشده در پس‌زمینه، به‌طور غیرمستقیم دلالت بر مفاهیمی همچون تحول، تردید و گذر از یک وضعیت به وضعیت دیگر دارند. درنهایت، نشانه‌های



تصویر ۱۵. رنگ‌های مورد استفاده در پوستر
(تحلیل سیاه و سفید توسط نگارندگان)
Figure 15. Colors Used in the Poster (Black-and-White analysis by the authors)

نمادین شامل رنگ زرد به‌عنوان نشانه‌ای از آگاهی و امید، رنگ سبز درخت به‌عنوان نماد زندگی و متن فرانسوی اشاره به جایگاه جهانی فیلم است که فراتر از دلالت‌های بصری، به مفاهیمی انتزاعی ارجاع می‌دهد. این ترکیب پیچیده از نشانه‌ها، به پوستر فیلم طعم گیلاس هویتی منحصربه‌فرد بخشیده است. استفادهٔ هم‌زمان از نشانه‌های نمایه‌ای و نمادین، باعث شده است که معنا نه‌تنها در سطح صریح تصویر، بلکه در لایه‌های عمیق‌تر نیز شکل بگیرد. از سوی دیگر، قرارگیری این عناصر در قالب ترکیب‌بندی‌ای متوازن، موجب شده است که حرکت بصری مخاطب از بالا به پایین و سپس از مرکز به اطراف هدایت شود. این نوع طراحی، باعث درگیری ذهنی مخاطب و تلاش برای رمزگشایی از معنای نهفته در تصویر می‌شود. در جدول ۳، دسته‌بندی این نشانه‌ها همراه با نمونه‌های موجود در پوستر ارائه‌شده است.

این جدول نشان می‌دهد که نشانه‌های نمایه‌ای و نمادین، نقش کلیدی‌تری در معنای پوستر ایفا می‌کنند. درخت در مرکز تصویر، درعین‌حال که عنصری شمایلی است، به‌واسطهٔ تغییر رنگ و محل قرارگیری‌اش، در دستهٔ نشانه‌های نمایه‌ای نیز جای می‌گیرد. تابش نور زرد و تأثیر آن بر عناصر مختلف پوستر، نشانه‌ای نمایه‌ای از مسیر فکری شخصیت اصلی است که از تاریکی و ناامیدی، به‌سوی آگاهی و انتخاب می‌رود. درعین‌حال، این نور زرد، در ترکیب با سایر نشانه‌ها، معنایی نمادین از امید و دگرگونی درونی پیدا می‌کند. تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم طعم گیلاس نشان می‌دهد که این اثر بصری از طریق ترکیب‌بندی، رنگ، نور و نشانه‌های مختلف، ارتباطی میان تصویر و مفاهیم محوری فیلم ایجاد کرده است.

عناصر بصری به‌گونه‌ای انتخاب شده‌اند که علاوه بر ایجاد جذابیت بصری، مفاهیمی همچون تأمل، تردید، امید و تحول را نیز منتقل کنند. درخت، به‌عنوان یکی از عناصر اصلی پوستر، علاوه بر جایگاه مرکزی خود در تصویر، دارای دلالت‌های معنایی است. تضاد میان درخت و فضای اطراف، تفاوت میان پایداری و گذرا بودن، زندگی و بیابانی شدن را برجسته می‌کند. این عنصر، ازلحاظ نشانه‌شناختی، می‌تواند نشان‌دهندهٔ تغییر، امکان انتخاب و حرکت از یک وضعیت به وضعیت دیگر باشد. نور زردی که از بالا به تصویر تابیده‌شده، بخش‌های مختلف قاب را از هم متمایز کرده و به‌گونه‌ای ساختار پوستر را به سه بخش تقسیم کرده است. این تقسیم‌بندی، علاوه بر کمک به هدایت نگاه مخاطب، بر عمق تصویر و تأثیرات احساسی آن نیز تأکید دارد. در کنار این عنصر، تغییر تدریجی رنگ درخت از زرد به سبز، می‌تواند دلالتی بر حرکت از یک وضعیت ثابت به مرحله‌ای جدید داشته باشد. رنگ‌های به‌کاررفته در پوستر، هم در ایجاد حس‌وحال تصویر و هم در انتقال مفاهیم نقش دارند. رنگ زرد در پس‌زمینه که در تقابل با رنگ‌های تیره‌تر پایین قاب قرار دارد، نوعی تضاد ایجاد کرده است که مخاطب را به تفکر دربارهٔ معنای آن دعوت می‌کند. این رنگ در بسیاری از نظام‌های نشانه‌شناختی، با مفاهیمی همچون آگاهی، توجه و تحول مرتبط است. در مقابل، طیف رنگ‌های قهوه‌ای و خاکی، احساس سکون و فضای بیابانی را تقویت می‌کنند و زمینه‌ای فراهم می‌آورند که دیگر عناصر تصویر بتوانند بر آن تأکید بیشتری داشته باشند. متن‌های موجود در پوستر نیز ازنظر جای‌گیری، اندازه و زبان انتخابی، ویژگی‌های خاصی دارند. استفاده از زبان فرانسوی برای معرفی فیلم و جایزهٔ جشنوارهٔ کن، بر بُعد بین‌المللی اثر تأکید می‌کند و به نحوی جایگاه فیلم را در عرصهٔ سینمایی فراتر از مرزهای محلی نشان می‌دهد. همچنین، ترکیب حروف‌نگاری و جای‌گیری متن‌ها، به‌گونه‌ای طراحی‌شده که تعادل بصری در پوستر حفظ شود. در مجموع، تحلیل این پوستر نشان می‌دهد که طراحی آن، علاوه بر داشتن ارزش زیبایی‌شناختی، از نشانه‌های مختلفی برای ارتباط با مخاطب بهره برده است. ترکیب نشانه‌های شمایلی، نمایه‌ای و نمادین، به ایجاد لایه‌های معنایی در تصویر کمک کرده است. از این طریق، پوستر نه‌تنها به معرفی فیلم می‌پردازد، بلکه بستری برای برداشت‌های متنوع و تفکر دربارهٔ مفاهیم مطرح‌شده در فیلم فراهم می‌آورد.

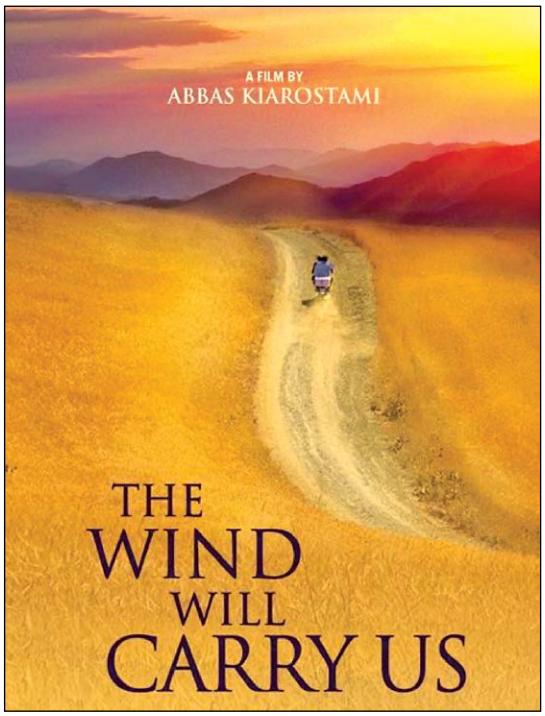
۴. پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد»
کارگردان: عباس کیارستمی
تاریخ انتشار: سال ۱۳۷۸
گونه: درام
طراح پوستر: عباس کیارستمی
خلاصه داستان: داستان گروهی از فیلم‌سازان است که برای مستندسازی دربارهٔ مراسم سوگواری به روستایی در کردستان سفر می‌کنند. اعضای گروه، در انتظار مرگ پیرزنی به نام خانم گودرزی، با تصورات غلط روستاییان مواجه می‌شوند که آن‌ها را به‌عنوان جست‌وجوگران گنج می‌شناسند. بهزاد، یکی از اعضای گروه، به‌تدریج درک عمیق‌تری از زندگی و مرگ پیدا می‌کند. درنهایت، بعد از فوت پیرزن، او از فیلم‌برداری صرف‌نظر کرده و تنها چند عکس می‌گیرد. پایان فیلم نشان‌دهندهٔ تغییر او و درک تازه‌اش از وجود است، با تصاویری از زندگی و مرگ که بیننده را به تأمل وادار می‌کند.
توصیف بصری پوستر: پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد» (تصویر ۱۶) با استفاده از تصاویر نمادین و ترکیب‌بندی خاص، مفاهیم اساسی فیلم را بازنمایی می‌کند. در این پوستر، زمین گندمی وسیعی با رنگ زرد غالب دیده می‌شود که در دوسوم پایینی قاب قرار دارد. این بافت گسترده و افقی، نمادی از باروری، پویایی و جریان زندگی است. در مرکز تصویر، جاده‌ای خاکی به رنگ کرم-خاکستری امتدادیافته که نگاه مخاطب را به‌سوی نقطهٔ کانونی تصویر، یعنی موتورسوار در انتهای مسیر، هدایت می‌کند. جاده، از منظر ترکیب‌بندی، نقش هدایت‌کننده‌ای در حرکت چشم بیننده دارد و نشانه‌ای از مسیر و جست‌وجوی شخصیت اصلی فیلم است. مطابق نظریهٔ نقاط طلایی در ترکیب‌بندی بصری (تصویر ۱۷)، جایگاه موتورسوار دقیقاً در یکی از این نقاط کلیدی قرارگرفته است. این جای‌گذاری نه‌تنها تأکید بصری بر شخصیت اصلی فیلم را افزایش می‌دهد، بلکه با ایجاد کنتراست رنگی میان لباس آبی موتورسوار و پس‌زمینهٔ زرد، او را از سایر عناصر تصویر متمایز می‌کند. فرم‌بندی و توازن بصری پوستر، ترکیبی از خطوط منحنی (زمین گندم و کوه‌های پس‌زمینه) و خطوط مستقیم (جاده و افق) را به نمایش می‌گذارد. این تنوع در خطوط، حس پویایی و حرکت را در تصویر تقویت می‌کند. تحلیل تقسیمات فرم در این پوستر (تصویر ۱۸) نشان می‌دهد که تصویر به سه بخش اصلی تقسیم‌شده است: بخش پایینی، زمین گندم و جاده خاکی (نمایانگر زندگی،

جدول ۳. طبقه‌بندی نشانه‌های بصری در پوستر فیلم «طعم گیلاس» بر اساس مدل نشانه‌شناسی پیرس
Table 3. Classification of Visual Signs in the Poster for *Taste of Cherry* Based on Peirce's Semiotic Model

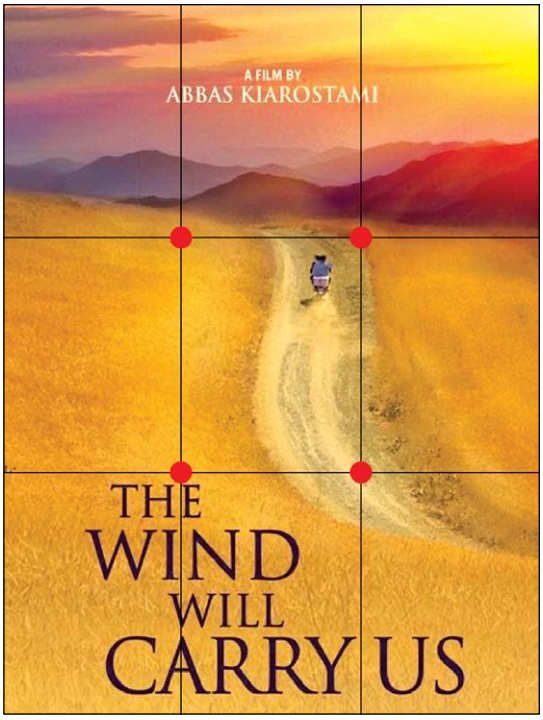
نوع نشانه	نمونه در پوستر	توضیح
نشانه شمایلی	تصویر درخت، بافت بیابانی	این عناصر، بازنمایی مستقیم عناصر طبیعی‌اند که در فیلم نیز نقش کلیدی دارند. بیننده بدون نیاز به تفسیر، می‌تواند فضای داستان را از روی این نشانه‌ها درک کند.
نشانه نمایه‌ای	تغییر رنگ تدریجی درخت، تابش نور زرد از بالا، سایه‌های ایجادشده در پس‌زمینه	این نشانه‌ها، به‌طور غیرمستقیم به گذر زمان، تغییر نگرش شخصیت اصلی و مسیر تحول فکری او اشاره دارند.
نشانه نمادین	رنگ زرد و سبز، حروف‌نگاری فرانسوی	زرد نماد نور، آگاهی و امید است، سبز نشانی از زندگی و متن فرانسوی نشان‌دهندهٔ موفقیت جهانی فیلم است.

حرکت و جست‌وجو) بخش میانی، موتورسوار در حال حرکت (نماد تحول شخصیت اصلی و مسیر او) بخش بالایی، کوهستان و آسمان (نشانه‌ای از افق باز و ناپایداری وضعیت شخصیت اصلی). این تقسیم‌بندی، علاوه بر ایجاد حس تعادل در تصویر، به بیننده اجازه می‌دهد تا با نگاهی هدایت‌شده، ابتدا موتورسوار، سپس مسیر حرکت و درنهایت چشم‌انداز پس‌زمینه را مشاهده کند. رنگ‌بندی و تضادهای بصری رنگ‌بندی این پوستر ترکیبی از رنگ‌های گرم (زرد، کرم) و سرد (آبی، بنفش) است که نشان‌دهندهٔ تضاد میان زندگی و مرگ، امید و تردید، حرکت و سکون است. رنگ زرد: نماد زندگی، نور و پویایی، رنگ کرم و خاکستری: نشان‌دهندهٔ مسیر سخت و چالش‌برانگیز، رنگ آبی لباس موتورسوار: تضاد با رنگ‌های گرم پس‌زمینه، تأکید بر شخصیت اصلی و جایگاه او در مسیر تحول، رنگ بنفش و آبی در آسمان: نشان‌دهندهٔ تغییر، تأمل و درک جدیدی که شخصیت اصلی به آن دست می‌یابد. تحلیل سیاه و سفید این پوستر (تصویر ۱۹) نشان می‌دهد که میزان کنتراست میان بخش‌های مختلف تصویر چگونه باعث هدایت نگاه بیننده می‌شود. موتورسوار که در نقطهٔ طلایی قاب قرارگرفته است، به دلیل تضاد رنگی میان لباسش و زمینهٔ تصویر، بیش از سایر بخش‌ها به چشم می‌آید. علاوه بر این، محو شدن تدریجی کوه‌ها در پس‌زمینه، نشانه‌ای از گذر زمان و مسیر نامشخص پیش روی شخصیت اصلی است.

جایگاه نوشتار در پوستر: نوشته‌های پوستر در دو بخش قرار گرفته‌اند: نام کارگردان در بالای قاب، روی پس‌زمینهٔ آسمان بنفش، عنوان فیلم در پایین قاب، روی زمینهٔ زرد زمین گندم. انتخاب حروف‌نگاری ساده و نازک، بر مینیمالیسم طراحی تأکید دارد و ارتباط مستقیمی با سبک بصری کیارستمی ایجاد می‌کند. جای‌گیری متن‌ها نیز باعث تقویت حس حرکت از بالا به پایین در تصویر شده است، به‌طوری‌که نگاه مخاطب ابتدا نام کارگردان، سپس موتورسوار و درنهایت عنوان فیلم را دنبال می‌کند. پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد»، به‌عنوان یک متن چندلایه، به‌خوبی بازتاب‌دهندهٔ مضامین عمیق و نشانه‌های نهفته در فیلم است. این پوستر از گروه تصویری- نوشتاری با غلبه تصویر در آن است. با توجه به رویکرد نقاشانهٔ کیارستمی، روش بازنمایی آن نقاشی است و عنصر تجسمی غالب، بافت و رنگ است. عناصر تصویری



تصویر ۱۶. پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد»
(ویکی‌پدیا، ۱۴۰۴)
Figure 16. Poster of the Film The Wind Will Carry Us
(Wikipedia, 2026)



تصویر ۱۷. نقاط طلایی
(ترکیب‌بندی توسط نگارندگان)
Figure 17. Golden Points
(Composition by the authors)

پوستر شامل زمین گندم، جاده خاکی، موتورسوار، کوهستان، آسمان و خورشید است.

تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد» بر اساس مدل پیرس

تحلیل این پوستر بر مبنای سه‌گانهٔ نشانه‌شناختی پیرس انجام‌شده است:

نمود – سطح دیداری و بصری نشانه

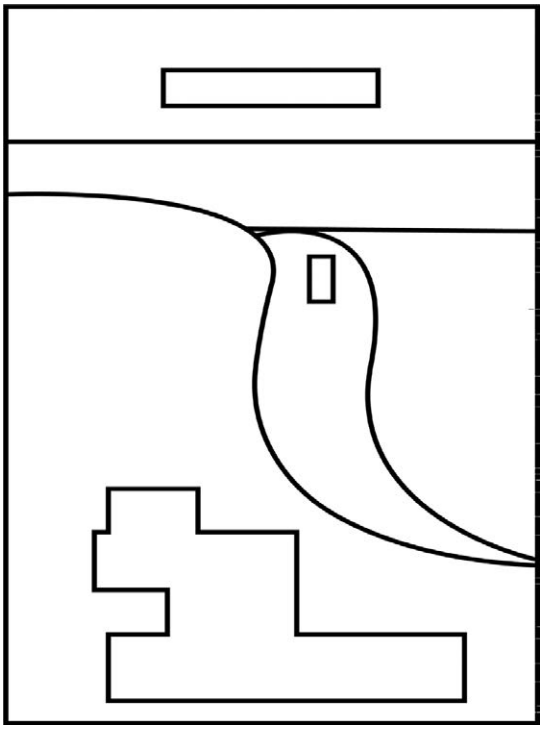
عناصر بصری و ترکیب‌بندی این پوستر، پیام فیلم را به‌گونه‌ای غیرمستقیم بازتاب می‌دهند:

- زمین گندم‌زار با رنگ زرد طلایی، بخش عمده‌ای از پس‌زمینه را به خود اختصاص داده است. این عنصر بصری، نه‌تنها به موقعیت جغرافیایی داستان اشاره دارد، بلکه به‌صورت ضمنی مفاهیمی همچون زندگی، حاصلخیزی و طبیعت را نیز القا می‌کند.
- جادهٔ خاکی که از پیش‌زمینه به سمت پس‌زمینه امتداد دارد، مسیر سفر و جست‌وجو را تداعی کرده و نگاه مخاطب را در امتداد آن هدایت می‌کند.
- موتورسوار در انتهای جاده، به رنگ آبی و در تضاد با رنگ‌های گرم پس‌زمینه، نقطهٔ تأکید بصری را شکل می‌دهد. حضور او حس حرکت، پیشروی و تغییر را در تصویر تقویت می‌کند.
- تقسیم‌بندی نوری در آسمان، با تغییر تدریجی از رنگ زرد به بنفش، نگاه بیننده را از پایین به بالا هدایت کرده و حس عمق و حرکت ایجاد می‌کند.
- کنتراست میان رنگ‌های گرم (زرد و طلایی) و سرد (بنفش و آبی)، تضاد مفهومی میان زندگی و مرگ، آگاهی و تردید، حرکت و سکون را برجسته کرده است.

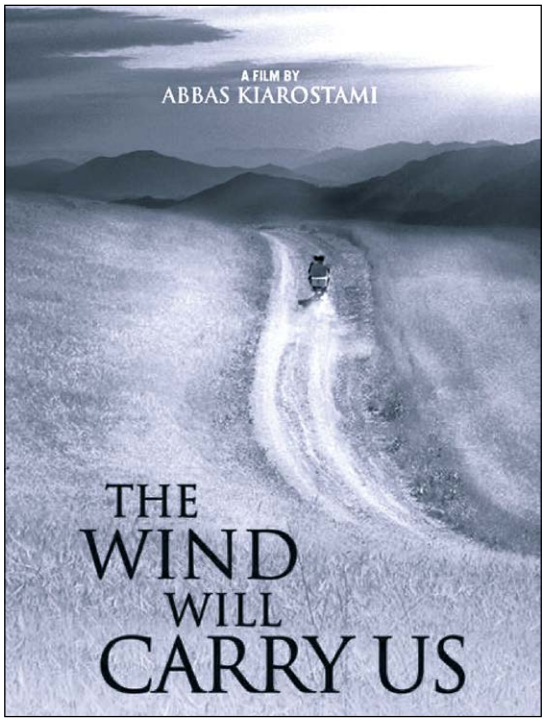
موضوع – ارجاع نشانه به معنا و مفهوم بیرونی

موضوع اصلی این پوستر، ارتباط میان زندگی، مرگ، جست‌وجو و دگرگونی درونی شخصیت اصلی است

- جادهٔ خاکی، نشانه‌ای از مسیر زندگی است که شخصیت اصلی آن را طی می‌کند. این جاده در دل طبیعت، نمادی از سفری درونی و بیرونی است که منجر به شناخت جدیدی از هستی می‌شود.
- موتورسوار، نماد فردی است که در مسیر کشف



تصویر ۱۸. تقسیمات فرم پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد»
(تحلیل فرم توسط نگارندگان)
Figure 18. Formal Divisions of the Poster for *The Wind Will Carry Us* (Form analysis by the authors)



تصویر ۱۹. تحلیل سیاه و سفید پوستر
(تحلیل سیاه و سفید توسط نگارندگان)
Figure 19. Black-and-White Analysis of the Poster
(Black-and-White analysis by the authors)

معنا حرکت می‌کند. در طول فیلم، شخصیت اصلی از نگاه مستندنگاری به درکی تازه از زندگی و مرگ می‌رسد و این حرکت در تصویر نیز بازتاب یافته است.

• نور زرد در آسمان، استعاره‌ای از آگاهی، تغییر و تحول ذهنی است که شخصیت اصلی در طول روایت فیلم تجربه می‌کند. در کنار آن، رنگ بنفش نیز به‌عنوان نشانه‌ای از تغییر و دگردیسی ذهنی، بر این مفهوم تأکید می‌کند.

• فضای گستردهٔ بیابانی و کوه‌ها، نشانگر ناشناختگی و عدم قطعیت آینده است. این فضای باز و گسترده، حس عدم وابستگی شخصیت اصلی به مکان و جست‌وجوی او برای یافتن حقیقت را برجسته می‌سازد.

• تأویل – درک و تفسیر نشانه از سوی مخاطب

این پوستر، بسته به پیش‌زمینهٔ فرهنگی و تجربه‌های مخاطب، می‌تواند تفاسیر متفاوتی ایجاد کند:

• برای مخاطب ایرانی:

• مسیر خاکی، جاده‌های روستایی ایران را تداعی می‌کند و به ارتباط میان سینمای کیارستمی و زندگی روستایی ایرانی اشاره دارد.

• تضاد میان رنگ‌های گرم و سرد، استعاره‌ای از مواجههٔ انسان با سرنوشت و جست‌وجوی معنا در دل ناملایمات زندگی است.

• برای مخاطب بین‌المللی:

• استفاده از تایپوگرافی ساده و مینیمالیستی، با سبک جهانی طراحی گرافیک همخوانی دارد.

• انتخاب رنگ‌های متضاد و نمادگرایانه، با دیدگاه‌های فلسفی و شاعرانهٔ فیلم که مفاهیمی همچون مرگ، تغییر و آگاهی را بررسی می‌کند، هماهنگ است.

طبقه‌بندی نشانه‌های پیرسی در پوستر

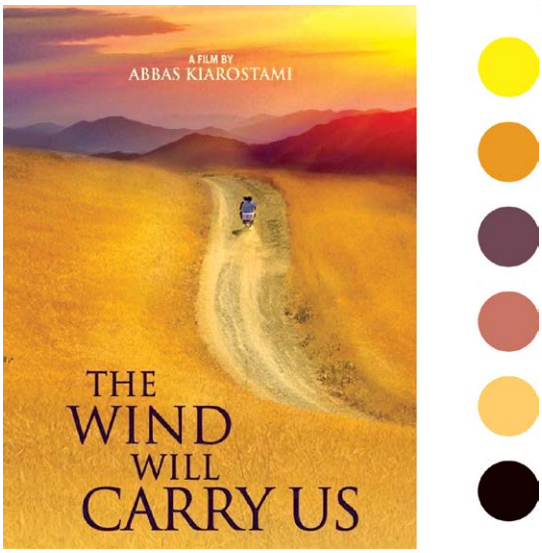
تحلیل پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد» بر اساس مدل نشانه‌شناسی چارلز سندرز پیرس نشان می‌دهد که ترکیب عناصر بصری در این اثر، مفاهیم متعددی را منتقل می‌کند. همان‌طور که پیرس نشانه‌ها را در سه دسته شمایلی، نمایه‌ای و نمادین طبقه‌بندی

جدول ٤. طبقه‌بندی نشانه‌های بصری در پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد» بر اساس مدل نشانه‌شناسی پیرس
Table 4. Classification of Visual Signs in the Poster for The Wind Will Carry Us Based on Peirce's Semiotic Model

نوع نشانه	نمونه در پوستر	توضیح
نشانه شمایلی	تصویر زمین گندم‌زار، جادهٔ خاکی، موتورسوار	این عناصر، بازنمایی مستقیم طبیعت و سفر هستند که در فیلم نیز نقش کلیدی دارند. بیننده بدون نیاز به تفسیر، می‌تواند فضای داستان را از روی این نشانه‌ها درک کند.
نشانه نمایه‌ای	امتداد جادهٔ خاکی، تغییر رنگ تدریجی آسمان، نور تابیده‌شده از بالا	این نشانه‌ها، به‌طور غیرمستقیم به گذر زمان، مسیر حرکت شخصیت اصلی و جست‌وجوی حقیقت اشاره دارند.
نشانه نمادین	رنگ زرد و بنفش، جادهٔ بی‌انتها، حروف‌نگاری ساده و مینی‌مالیستی	زرد نماد زندگی و حرکت است، بنفش نشانی از تغییر و دگردیسی دارد و جادهٔ بی‌انتها نشان‌دهندهٔ مسیر فلسفی و جست‌وجوی معنای زندگی است.

می‌کند، در این پوستر نیز می‌توان هر سه نوع نشانه را شناسایی کرد. نشانه‌های شمایلی شامل تصویر زمین گندم‌زار، جادهٔ خاکی و موتورسوار هستند که همگی بازنمایی مستقیمی از عناصر دنیای واقعی‌اند و برای مخاطب قابل‌تشخیص هستند. نشانه‌های نمایه‌ای همچون امتداد جادهٔ خاکی، تغییر رنگ تدریجی آسمان و نور تابیده‌شده از بالا، به‌طور غیرمستقیم دلالت بر مفاهیمی همچون سفر، جست‌وجو، تحول و دگرگونی درونی دارند. درنهایت، نشانه‌های نمادین شامل رنگ زرد به‌عنوان نشانه‌ای از زندگی و حرکت، رنگ بنفش آسمان به‌عنوان نمادی از تغییر و تحول و جادهٔ بی‌انتها که نمایانگر مسیر زندگی است، اشاره به مفاهیمی انتزاعی دارند که فراتر از دلالت‌های بصری، به لایه‌های مفهومی عمیق‌تری ارجاع می‌دهند. این ترکیب پیچیده از نشانه‌ها، به پوستر فیلم «باد ما را خواهد برد» هویتی منحصربه‌فرد بخشیده است. استفادهٔ هم‌زمان از نشانه‌های نمایه‌ای و نمادین، باعث شده است که معنا نه‌تنها در سطح صریح تصویر، بلکه در لایه‌های عمیق‌تر نیز شکل بگیرد. از سوی دیگر، قرارگیری این عناصر در قالب ترکیب‌بندی‌ای متمرکز، موجب شده است که حرکت بصری مخاطب از پایین به بالا و سپس از مرکز به اطراف هدایت شود. در جدول ٤، دسته‌بندی این نشانه‌ها همراه با نمونه‌های موجود در پوستر ارائه‌شده است.

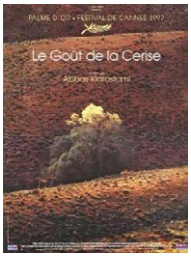
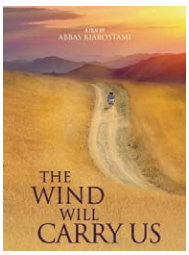
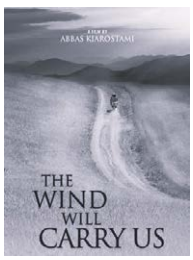
تحلیل نشانه‌شناختی پوستر فیلم باد ما را خواهد برد



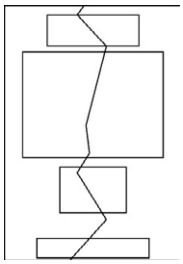
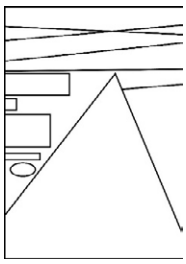
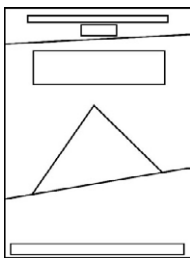
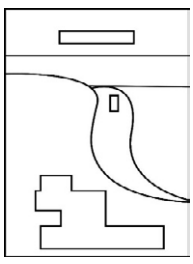
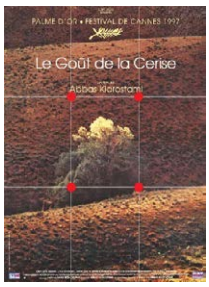
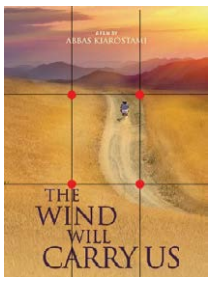
تصویر ۲۰. رنگ‌های مورد استفاده در پوستر
(تحلیل رنگ توسط نگارندگان)
Figure 20. Colors Used in the Poster
(Color analysis by the authors)

نشان می‌دهد که این اثر بصری، با ترکیب نشانه‌های شمایلی، نمایه‌ای و نمادین، ارتباطی مؤثر با مخاطب برقرار کرده است. موتورسوار که در نقطهٔ طلایی قاب قرارگرفته، علاوه بر تأکید بر شخصیت بهزاد، نمادی از سفر ذهنی و جست‌وجوی حقیقت است. رنگ زرد زمین، نمایانگر زندگی و پویایی است، درحالی‌که رنگ‌های بنفش و آبی آسمان، حس تأمل و تحول معنوی را به تصویر می‌کشند. استفاده از جادهٔ خاکی به‌عنوان یک مسیر هدایت‌کنندهٔ نگاه، به درک بهتر پیام فیلم کمک می‌کند. در مجموع، این پوستر نه‌تنها در سطح تبلیغاتی، بلکه در سطح مفهومی نیز موفق عمل کرده است و توانسته از طریق عناصر بصری ساده اما تأثیرگذار، مخاطب را به درک فضای فیلم وادار کند.

جدول ۵. تحلیل نشانه شناسانه پوسترهای عباس کیارستمی در دهه ۷۰ تا ۸۰ شمسی
Table 5. Semiotic Analysis of Abbas Kiarostami's Film Posters from the 1990s to the 2000s

تصویر اثر				
نام فیلم	زندگی و دیگر هیچ	زیر درختان زیتون	طعم گیلاس	باد ما را خواهد برد
سال تولید	۷۰	۷۳	۷۶	۷۸
طراح پوستر	کیارستمی	ممیز	کیارستمی	کیارستمی
سبک طراحی	لهستانی	آمریکایی	لهستانی	لهستانی
زبان نوشته‌ها	انگلیسی	انگلیسی	فرانسوی	انگلیسی
تحلیل سیاه وسفید				

ادامه جدول ٤.

تقسیمات فرمی				
نقاط طلایی				
تحلیل رنگی				
فونت و محل قرارگیری	فونت نازک و دست‌نویس به‌صورت ایتالیک در سه قسمت قاب جای گرفته	فونت ساده و پررنگ و توخالی به‌صورت ایتالیک سمت چپ قاب	فونت ساده و نازک بالا و پایین قاب	فونت ساده و نازک بالا و پایین قاب
رنگ غالب	خنثی کرم و سیاه	سرد سبز و سیاه	گرم قهوه‌ای مایل به قرمز	سرد زرد و بنفش
ترکیب‌بندی	متمرکز	مثلثی و متمرکز	مرکزی	عمودی و متمرکز
نماد	ترک دیوار	درخت زیتون	تک‌درخت وسط بیابان	موتورسوار
آرایه ادبی	مجاز و تضاد	اغراق	مجاز و نمادگرایی	استعاره و مجاز
کارکرد	ارتباطی	ارتباطی	ارتباطی	ارتباطی
رابطه میان فیلم‌نامه و پوستر	مستقیم	مستقیم	مستقیم اما نمادین	نیمهٔ مستقیم (انتزاعی)
نوع نشانه‌ها بر اساس مدل پیرس	شمایلی و نمایه‌ای	شمایلی و نمایه‌ای	شمایلی و نمادین	نمایه‌ای و نمادین

نتیجه

تحلیل نشانه‌شناختی پوسترهای فیلم‌های عباس کیارستمی در دههٔ ۷۰ شمسی نشان داد که این آثار، علاوه بر کارکرد تبلیغاتی، واجد لایه‌های معنایی عمیقی هستند که ارتباط مستقیمی با مضامین فیلم‌نامه‌های آن‌ها دارند. یافته‌های پژوهش نشان دادند که این پوسترها نه‌تنها در معرفی فضای فیلم مؤثرند، بلکه از طریق نشانه‌های بصری و نوشتاری، امکان تعامل معنایی و تفسیری را نیز برای مخاطب فراهم می‌کنند. در این میان، نشانه‌های نمایه‌ای و نمادین، نقشی کلیدی‌تر در القای پیام فیلم و ایجاد ارتباط میان تصویر و مفهوم ایفا کرده‌اند. در تمامی پوسترهای بررسی‌شده، عناصر بصری از سه دستهٔ نشانه‌شناختی پیرس‌شمایلی، نمایه‌ای و نمادین‌تشکیل شده‌اند که هر یک در فرایند انتقال معنا نقش دارند. در پوستر فیلم باد ما را خواهد برد، امتداد جاده و حضور موتورسوار، حس حرکت و جست‌وجو را تداعی کرده و به مضمون فیلم اشاره دارد. در پوستر طعم گیلاس، درخت به‌عنوان نمادی از دوگانگی میان مرگ و زندگی، هستهٔ مرکزی ترکیب‌بندی را تشکیل داده است. در پوستر زیر درختان زیتون، ترکیب‌بندی مثلثی همراه با فرم‌های مورب، پویایی بصری را افزایش داده و مضمون عشق و تردید را بازتاب داده است. در پوستر زندگی و دیگر هیچ، خطوط عمودی تَرَک دیوار و تقسیمات افقی، فضای پس از زلزله و امید نهفته در آن را تداعی می‌کنند. در تمامی این نمونه‌ها، نشانه‌های بصری در جهت بازنمایی مضامین فیلم عمل کرده و نوعی ارتباط ارگانیک میان طراحی پوستر و محتوای فیلم برقرار است. طراحی این پوسترها دارای ترکیب‌بندی‌های متنوع، هدایت‌کنندهٔ چشم مخاطب و متناسب با فضای روایی فیلم‌هاست. همچنین، تصویر بر نوشته در تمامی نمونه‌ها غلبه داشته و حروف‌نگاری ساده، با بهره‌گیری از رنگ و اندازه، نقش تأکیدی بر عنوان فیلم و نام کارگردان ایفا کرده است. این پوسترها فراتر از ابزارهای تبلیغاتی رایج، به‌عنوان رسانه‌ای مفهومی عمل کرده‌اند. برخلاف بسیاری از پوسترهای سینمایی که بر نمایش بازیگران یا صحنه‌های فیلم متمرکزند، این پوسترها با بهره‌گیری از نشانه‌های بصری مینیمال و فرم‌های استعاری، مخاطب را به کشف و تفسیر معانی پنهان ترغیب می‌کنند. این ویژگی، با سبک سینمای کیارستمی که بر مشارکت ذهنی مخاطب استوار است، هماهنگی دارد. بااین‌حال، این ویژگی نه‌تنها از جذابیت تبلیغاتی پوسترها نمی‌کاهد، بلکه موجب جذب مخاطبانی می‌شود که به سینمای اندیشمندانه و مفهومی علاقه‌مندند. از منظر سبک‌شناختی، پوسترهای طراحی‌شده توسط عباس کیارستمی، به سبک لهستانی نزدیک هستند و بر بیان مفاهیم فیلم از طریق فرم‌های انتزاعی و مینیمال تأکید دارند. در مقابل، پوستر طراحی‌شده توسط مرتضی ممیز برای فیلم زیر درختان زیتون، به سبک آمریکایی نزدیک‌تر است و بر نمایش شخصیت‌ها و فضای فیلم تمرکز بیشتری دارد. این تفاوت، نشان‌دهندهٔ رویکردهای متفاوت در استفاده از نشانه‌های بصری و شیوهٔ ارتباط با مخاطب است. به‌طورکلی، این پوسترها بیش از آنکه صرفاً ابزار تبلیغاتی باشند، به‌عنوان رسانه‌ای ارتباطی و نشانه‌ای برای انتقال مفاهیم فیلم عمل کرده‌اند. رابطهٔ میان محتوای فیلم‌نامه و نشانه‌های بصری در تمامی نمونه‌ها برقرار بوده است و این ارتباط، موجب شده که پوسترها بخشی از هویت بصری فیلم را شکل دهند و بر درک اولیهٔ مخاطب از اثر تأثیر بگذارند.

این پژوهش می‌تواند به درک بهتر روندهای طراحی پوستر در سینمای ایران در دههٔ ۷۰ شمسی کمک کند و زمینه‌ای برای مطالعات تطبیقی دربارهٔ سبک‌های طراحی پوستر در سینمای معاصر ایران فراهم نماید. همچنین، این نتایج می‌تواند برای طراحان گرافیک سینمایی مفید باشد تا در طراحی پوسترهای فیلم‌های معاصر، از فنون نشانه‌شناختی بهره‌برداری کرده و در انتقال بهتر

مفاهیم فیلم‌ها و جذب مؤثرتر مخاطب عمل کنند. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی، مقایسه‌ای میان پوسترهای سینمای ایران و نمونه‌های بین‌المللی صورت گیرد تا میزان تأثیرپذیری طراحی پوسترهای ایرانی از سبک‌های جهانی بررسی شود.

تقدیر و تشکر (Acknowledgement)

این پژوهش به‌صورت مستقل انجام‌شده و از هیچ‌گونه حمایت مالی از سوی سازمان، نهاد یا مؤسسه‌ای برخوردار نبوده است. نویسندگان از تمامی افرادی که در مراحل مختلف انجام این پژوهش و فراهم‌سازی منابع موردنیاز، همکاری و مساعدت داشته‌اند، صمیمانه قدردانی می‌کنند

تعارض منافع (Conflict of Interest)

نویسندگان اعلام می‌دارند که در خصوص انتشار این مقاله تضاد منافع وجود ندارد. علاوه بر این، موضوعات اخلاقی، ازجمله سرقت ادبی، رضایت آگاهانه، سوء رفتار، جعل داده‌ها، انتشار و ارسال مجدد و مکرر و همچنین، سیاست مجله در قبال استفاده از هوش مصنوعی از سوی نویسندگان رعایت شده است.

منابع و مآخذ

افشار مهاجر، ک. (۱۳۹۰). گرافیک مطبوعاتی. سازمان مطالعه و تدوین کتب دانشگاهی در علوم اسلامی و انسانی (سمت).

https://samta.samt.ac.ir/product/13336

امامی، ک. (۱۳۹۱). نشانه‌شناسی پوستر: بررسی روند تغییرات پوستر طی پنج دهه اخیر در ایران [پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشرنشده]. دانشگاه هنر ایران، دانشکده هنرهای کاربردی.

https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/5c4f58e53fb958535cc0f99e8324149e

دیری، ن. (۱۳۹۰). تحلیل اعلان‌های نمادگرای فیلم‌های برگزیده‌ی جشنواره‌های فیلم فجر [پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشرنشده]. دانشگاه شاهد.

https://elmnet.ir/doc/10563076-66369

رخشان، م. (۱۳۸۳). شکل‌گیری پوستر در ایران. کتاب ماه هنر، ۷۷- ۷۸ (بهمن و اسفند)، ۱۲۶- ۱۲۹.

https://www.noormags.ir/267863

رضایی، م. (۱۴۰۰). بازنمایی مضامین و محتوای فیلم از طریق «نشان نوشته» در آثار سینمایی، از منظر نشانه‌شناسی، نمونه موردی: آثار محمد روح‌الامین [پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشرنشده]. دانشگاه سوره.

https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/8c8c81c58d251ff1689038f5584791d7

سجودی، ف. (۱۳۸۳). نشانه‌شناسی کاربردی. نشر قصه.

https://www.iranketab.ir/book/49842-applied-semiotics

شفیع‌زاده قهدریجانی، م. (۱۳۹۳). بررسی تطبیقی پوسترهای طراحی‌شده سینمایی، دو دهه قبل و دو دهه بعد از انقلاب ایران (دهه ۴۰و ۵۰ با دهه ۶۰و ۷۰) [پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشرنشده]. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یزد.

https://elmnet.ir/doc/10805614-69161

ضیمران، م. (۱۳۸۲). درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر. نشر قصه.

https://agahbookshop.com/3290

کیارستمی، ع. (۱۳۸۵). حافظ به روایت عباس کیارستمی. مؤسسه نشر فرزان روز.

https://www.iranketab.ir/book/16890-hafez

کیارستمی، ع. (۱۳۸۶). سعدی از دست خویشتن فریاد. نیلوفر.

https://niloofarpublications.com/product/collected-verses

مسبوق، س. ع.، و مراثی، م. (۱۳۹۳). بررسی ورود عکاسی به ایران و میزان کاربرد آن در طراحی پوستر (از آغاز تا سال ۱۳۱۶ ش.). گنجینه اسناد، ۲۴(۱)، ۹۸-۱۲۱.

https://ganjineh.nlai.ir/article_611.html?lang=en

مهرابی، م. (۱۳۹۰). صد و پنج سال اعلان و پوستر فیلم در ایران (ب. تورانی، مترجم). تهران: نشر نظر.

https://www.gisoom.com/1870460

مهرابی، م. (الف-۱۳۷۱). پوسترهای فیلم (تاریخ سینمای ایران ۱۳۰۵-۱۳۷۱). انتشارات راد.

https://esam.ir/item/32870080

مهرابی، م. (ب-۱۳۷۱). سه صحنه از یک ماجرا [مقاله چاپی]. مجله فیلم، ۱۲۳، ۳۵-۳۶.

ویکی‌پدیا. (۱۴۰۴، ۲۲ اسفند). باد ما را خواهد برد [پوستر فیلم عباس کیارستمی، ۱۳۷۸]. ویکی‌پدیا. بازیابی شده در ۲۲ تیر، ۱۴۰۵، از

https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D8%A7%D8%AF_%D9%85%D8%A7_%D8%B1%D8%A7_%D8%AE%D9%88%D8%A7%D9%87%D8%AF_%D8%A8%D8%B1%D8%AF?utm_source=chatgpt.com

Reference

Afshar Mohajer, K. (2011). *Press Graphic Design*. The Organization for Researching and Composing, University Textbooks in the Islamic Sciences and the Humanities (SAMT). https://samta.samt.ac.ir/product/13336 **[In Persian]**.

Akrami, J. (2021, August 25). Kiarostami, Abbas. In *Encyclopaedia Iranica*. Retrieved July 10, 2025, from https://www.iranicaonline.org/articles/kiarostami-abbas/?utm_source=chatgpt.com#citation

Atkin, A. (2010). Peirce's Theory of Signs. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=-Q_cSCAAAAAJ&citation_for_view=-Q_cSCAAAAAJ:_kc_bZDykSQC

Chandler, D. (2017). *Semiotics: The Basics* (3rd ed.). Routledge. https://books.google.com/books/about/Semiotics.html?id=IyJZMQAACAAJ

Deiri, N. (2011). *Analysis of Symbolist Posters of Selected Fajr Film Festival Movies* [Unpublished master's dissertation]. Shahed University. https://elmnet.ir/doc/10563076-66369 **[In Persian]**.

Emami, K. (2012). *Semiotics of the Poster: An Examination of Changes in Iranian Posters over the Past Five Decades* [Unpublished master's dissertation]. Iran University of Art, Faculty of Applied Arts.https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/5c4f58e53fb958535cc0f99e8324149e **[In Persian]**.

English National Opera. (n.d.). *ENO's Long and Storied Relationship with Mozart's Operas*. ENO. Retrieved August 23, 2026, from https://www.eno.org/discover-opera/articles/enos-long-and-storied-relationship-with-mozarts-operas/?utm_source=chatgpt.com

Kiarostami, A. (2006). *Hafez as Narrated by Abbas Kiarostami*. Farzan Rooz Publishing Institute. https://www.iranketab.ir/book/16890-hafez **[In Persian]**.

Kiarostami, A. (2007). *Saadi: Crying Out against Himself*. Niloufar Publishing. https://niloofarpublications.com/product/collected-verses **[In Persian]**.

Masboogh, A. and Marasi, M. (2014). Introduction of Photography in the Design of Posters in Iran. *Ganjine-ye Asnad*, *24*(1), 98-121. https://ganjineh.nlai.ir/article_611.html?lang=en **[In Persian]**.

Mehrabi, M. (1992-a). *Film Posters (The History of Iranian Cinema, 1926–1992)*. Rad Publications. https://esam.ir/item/32870080 **[In Persian]**.

Mehrabi, M. (1992-b). Three scenes from one story [Print article]. *Film Magazine*, *123*, 35–36. **[In Persian]**.

Mehrabi, M. (2011). *One Hundred and Five Years of Film Advertisements and Posters in Iran (B*. Toorani, Trans.). Nazar Publications. https://www.gisoom.com/1870460 **[In Persian]**.

Nöth, W. (1990). *Handbook of Semiotics*. Indiana University Press. https://iupress.org/9780253209597/handbook-of-semiotics

Peirce, C. S. (1931). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Harvard University Press. https://www.hup.harvard.edu/books/9780674138001

Rakhshan, M. (2005). The formation of posters in Iran. *Ketab-e Mah-e Honar*, *77–78*, 126–129. https://www.noormags.ir/267863 **[In Persian]**.

Rezai, M. (2021). *Representation of Film Themes and Content through Typography in Cinematic Works, A Semiotic Perspective (Case Study: Works of Mohammad Rouh-ol-Amin)*. [Unpublished master's dissertation]. Sooreh University. https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/8c8c81c58d251ff1689038f5584791d7**[In Persian]**.

Saeed-Vafa, M., & Rosenbaum, J. (2003). *Abbas Kiarostami*. University of Illinois Press. https://books.google.com/books/about/Abbas_Kiarostami.html?id=4Map72j7oOoC

Shafi'zadeh Qahdarijani, M. (2014). *A Comparative Study of Designed Film Posters in Iran, Two Decades Before and Two Decades After the Revolution (The 1960s and 1970s Compared with the 1980s and 1990s)* [Unpublished master's dissertation]. Islamic Azad University, Yazd Branch. https://elmnet.ir/doc/10805614-69161 **[In Persian]**.

Sheibani, K. (2006). Kiarostami and the aesthetics of modern Persian poetry. *Iranian Studies*, *39*(4), 509–537. https://doi.org/10.1080/00210860601005088

Short, T. L. (2007). *Peirce's Theory of Signs*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511498350

Sojoudi, F. (2004). *Applied Semiotics*. Shahr-e Gheseh Publishing. https://www.iranketab.ir/book/49842-applied-semiotics **[In Persian]**.

Wikipedia. (2026, March 12). *The Wind Will Carry Us* [Poster for Abbas Kiarostami's film, 1999]. Wikipedia. Retrieved July 13, 2026, from https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D8%A7%D8%AF_%D9%85%D8%A7_%D8%B1%D8%A7_%D8%AE%D9%88%D8%A7%D9%87%D8%AF_%D8%A8%D8%B1%D8%AF?utm_source=chatgpt.com **[In Persian]**.

Zamiran, M. (2003). *An Introduction to the Semiotics of Art*. Qesseh Publications. https://agahbookshop.com/3290 **[In Persian]**.