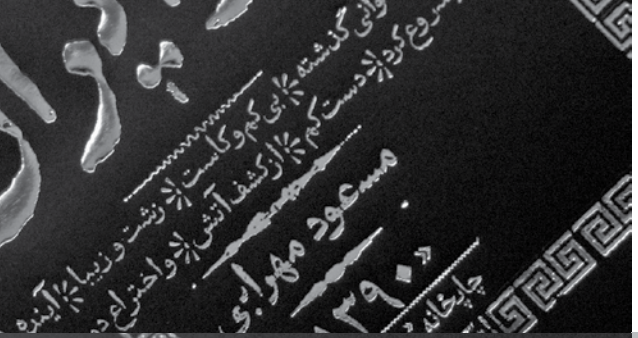
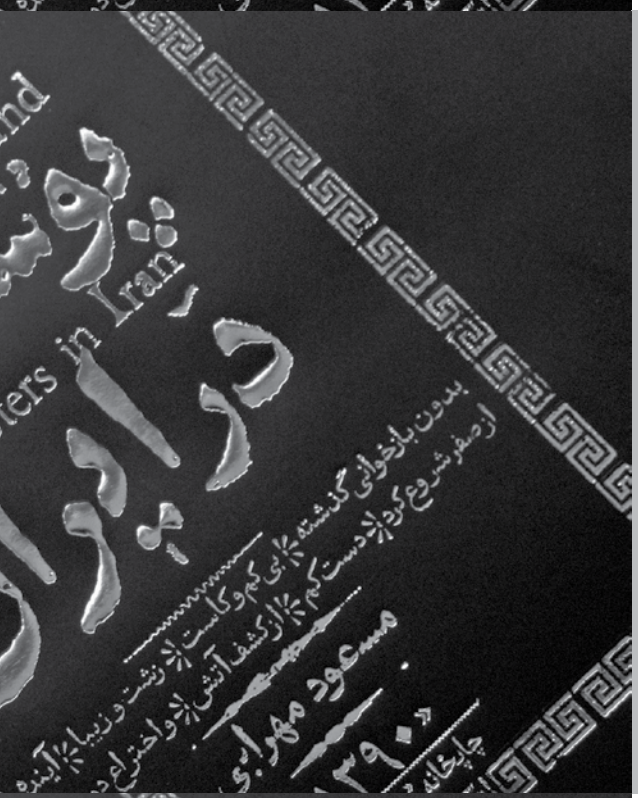
Golbarg Rekabtalaei, “Massoud Mehrabi, A Hundred Year of Film Adverts and Film Posters,”
*Iran Nameh*, 27:1 (2012), 236-239.





شهر، خانه و خانواده در سینمای ایران

## بررسی کتاب

# صد سال اعلان و پوستر فیلم در ایـــران

**مسعود مهرابی**
**(تهران، چاپ و نشر نظر، ۲۰۱۱)**

**گلبرگ رکاب‌طلایی**
سینماشناس، دانشجوی دورهٔ دکترا دانشگاه تورنتو

**ترجمهٔ آرش عزیزی**
دانشجوی دانشگاه تورنتو

**Golbarg Rekabtalai**
golbarg.r@gmail.com

**گلبرگ رکاب‌طلایی** دانشجوی دورهٔ دکتری در دانشگاه تورنتو است و پایان‌نامه‌اش دربارهٔ تاریخ نخستین دهه‌های سینما در ایران است.

ISSN 0892-4147 print/ISSN 2159-421X online/2012/27.1/236-239

با موفقیت فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های بین‌المللی سینمایی شاهد افزایش علاقه به فیلم‌ها و سینمای ایران بوده‌ایم. اخیرا حتی سینمای پیش از انقلاب ــ به خصوص سینمای اوایل قرن بیستم در ایران که در ادبیات موجود درباره‌ی تاریخ‌نگاری ایران معاصر مدت‌ها به فراموشی سپرده شده بود ــ از سوی دانشگاهیان و غیر دانشگاهیان مورد توجه بیشتری واقع شده است. صد سال اعلان و پوستر فیلم در ایران نگاهی دوباره است به تاریخ فرهنگ بصری ایران، یعنی پوسترهای فیلم، در صد سال گذشته. مسعود مهرابی در کتاب خود تعداد قابل توجهی ازاعلان‌ها و پوسترها را به نحو زیبایی گرد آورده که شامل اعلان‌ها وپوسترهایی است مربوط به بازگشایی سینماهای عمومی در ایران از جمله اولین آگهی نمایش فیلم در عکاس‌خانهٔ روسی‌خان در سال ۱۲۸۶ تا سال ۱۳۹۰. کتاب با «دیباچهٔ» مختصری در بارهٔ تاریخ سینما و هنر پوسترسازی در ایران آغاز می‌شود که به فارسی و انگلیسی ارائه شده است. بدنهٔ اصلی کتاب به دو بخش نامساوی تقسیم شده است: بخش کوتاه‌تر شامل اعلان‌ها و پوسترهای فیلم پیش از سال ۱۳۵۷ است و بخش دوم، و بزرگ‌تر، پوسترهای فیلم پس از ۱۳۵۷ را در بر می گیرد. قسمت اول کتاب شامل اعلان‌های بی‌نظیر و کمیابی است از اولین نمایش‌های فیلم برای عموم است که در روزنامه‌های مختلف آن زمان منتشر شده بودند. اما در انتخاب این اعلان‌ها بسیار گزینشی عمل شده است چرا که تعداد بسیار اندکی از آنها واجد اهمیتی قابل ملاحظه‌اند و ویژگی‌های بی‌نظیری مانند فونت‌های جدید و/یا عکس، به نمایش می‌گذارند. نقد حاضر متمرکز بر بخش نخست کتاب است چرا که اطلاعات موجود در آن تا به حال به آسانی در دسترس عموم خوانندگان نبوده است.

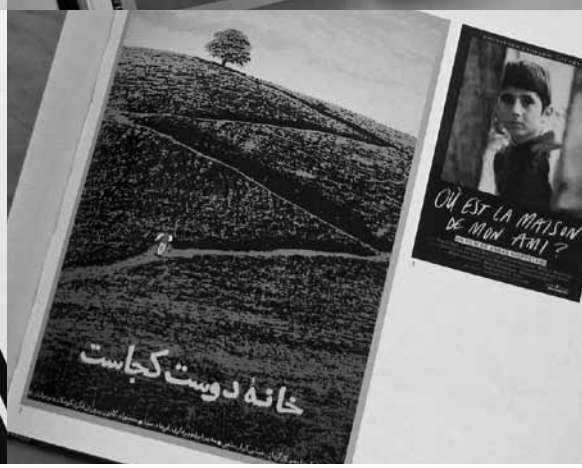
پیشگفتار کتاب در مورد ویژگی‌های مختلف پوسترها بحث می‌کند، از جمله اهمیت و مشخصات آنها در چارچوب‌های خاص فضایی– زمانی. مهرابی پوسترها را با فرهنگ سینمای ایران در دوره‌های مختلف و منابع عمومی و جنبش‌های هنری آن دوره‌ها مرتبط می‌سازد. این بخش از کتاب واجد ارزش ویژه‌ای است چرا که تحت مقولهٔ فرهنگ بصری ایران به بررسی و تحلیل پوسترهای فیلم در ایران – و به خصوص آنها که متعلق به دورهٔ

پیش از انقلاب هستند ــ می‌پردازد. به باور مهرابی سینما در راه تجدد "زائیدهٔ تجدد و مدرنیته" است.[1] به گفتهٔ او، اما، بسیارعجیب است که "چراغ اول را روسی‌خان روشن کرد که هوادار مستبدین بود، و نه صحاف‌باشی آزادی‌خواه!"[2] چنین دیدگاه‌های دیرین در مورد تجدد در ایران آن را پروژه‌ای از آن روشنفکران ایرانی می‌دانند که پیشقراولان انقلاب مشروطه بودند. به بیان دیگر در تحلیل مهرابی شاهد تحلیلی هستیم که در آن تجدد سیاسی، که واضح‌ترین شکل آن در انقلاب مشروطه بود، و تجدد هنری، که می‌توان گفت پیشتر آغاز شده و خود را به اشکال مختلف در تئاتر، موسیقی، سینما و سایر گونه‌های هنری نشان داده بود، .در هم می‌آمیزند چنین دیدگاهی به جای این‌که تجدد را ویژگی تحولات اجتماعی تلقی کند که مشخصهٔ اواسط تا اواخر قرن نوزدهم بودند آن را برابر با مفاهیم آزادی و عدالت می‌داند که صرفاً واردات غرب بودند و نخبگان لیبرال ایران به آن شکل می‌دادند. افزون بر این، مهرابی در بررسی پویایی‌های سینما و تجدد توجهی به کیفیت‌های هتروتوپیک فضای سینما ندارد، که به طور بالقوه در طراحی پوسترها نمایان‌اند. او بدین‌سان از تلقی سینما به عنوان فرزند و نیز فضایی که نفس تجدد ایران را شکل داده است غفلت می‌ورزد.

مهرابی به درستی به تداوم سنت‌های پوسترسازی تئاتر در پوسترسازی برای فیلم‌ها در اوایل سینمای ایران اشاره می‌کند؛ با توجه به موضوع پوسترسازی در ایران که کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است، برای کتاب بهتر می‌بود اگر او بیشتر به تداوم‌ها و تغییرات بین پوستر/اعلان‌های فیلم و تئاتر، و همچنین اشکال عمومی‌تر پوستر/اعلان‌ها مانند موارد تجاری، سیاسی، و از این دست می‌پرداخت. جذابیت این کار به خصوص از آن حیث می‌بود که نسبت بین پوسترها و چرخش‌های اجتماعی ــ فرهنگی، سیاسی و اقتصادی زمان مورد توجه قرار می‌گرفت. فقدان رویکرد تطبیقی همچنین زمانی مشکل ایجاد می‌کند که که مهرابی به ارزش داوری در مورد بعضی پوسترها به عنوان "خوب" و "بد" می‌پردازد، چرا که هیچ نقطهٔ ارجاعی برای چنین بررسی‌هایی مقرر نشده است. به علاوه، بررسی پوسترها از سوی مهرابی زمانی آموزنده‌تر می‌بود که در چشم‌اندازی فراملیتی مورد بحث قرار می‌گرفت و نیز در مقایسه و تباین با پوستر/اعلان‌های ساخت "غرب" و کشورهای همسایه. برای مثال، می‌شد بین پوسترهای اواخر دههٔ ۱۹۶۰ ایران که، به گفتهٔ مهرابی، شامل صحنه‌های – گاه مبالغه‌آمیز – خشونت و سکس بودند با پوسترهای سینمای ایتالیا، مصر و ترکیه در همان دوره دست به مقایسه زد. چنین مشاهده‌ای می‌توانست موقعیت صنعت تجاری پوسترسازی سینمایی در ایران را معاصر با گرایش‌های جهانی ترسیم کند. البته می‌توان گفت چنین مبحثی از حوصله‌ی مقدمه‌ای کوتاه برای کتابی بدین قطوری خارج بوده است.

با توجه به شکوفایی بعدی هنر پوسترسازی در ایران، چنان‌که مهرابی در کتابش به روشنی نشان می‌دهد، توجه به فراسوی جلوهٔ بصری پوسترهای سینمایی می‌توانست مفید باشد. به بیان دیگر، بحث در مورد تجاری‌سازی پوسترسازی از اولین مراحل سینما در ایران، یعنی مبحثی ناظر به اثرگذاری پوسترها به عنوان تبلیغات و همچنین به مثابهٔ مشارهایی (signifiers) در چارچوب فرهنگی ایران، برای خوانندگان مفید می‌بود.
مهرابی با اینکه در بخش اول کتاب هم اعلان‌ها و هم پوسترهای فیلم را آورده است، چندان به تفاوت‌های بین این دو نمی‌پردازد. در نخستین روزهای سینما چه چیزی اعلان‌های سینمایی را از پوسترهای سینمایی متمایز می‌ساخت؟ آیا اعلان‌های سینمایی پس از خلق پوسترهای سینمایی همچنان در نشریات چاپ می‌شدند؟ یا نهایتاً این پوسترها بودند که جای اعلان‌های سینمایی

[1] مسعود مهرابی، صد سال اعلان و پوستر فیلم در ایران (تهران: چاپ نشر و نظر، ۱۳۹۰)، ۵.
[2] مهرابی، صد سال اعلان، ۲.




را در نشریات گرفتند؟ اعلان‌های چاپی در طول زمان چگونه تغییر کردند؟ به همین شکل، مهرابی به توزیع اعلان‌ها و پوسترهای فیلم در مناطق شهری ایران هم اشاره‌ای نمی‌کند. آیا پوسترها در نشریات چاپ و در سراسر شهر توزیع می‌شدند یا بر سردر ساختمان‌های سینما نصب می‌شدند؟ توزیع اعلان‌ها و پوسترها از این رو قابل توجه است که خود بالقوه در شکل‌گیری ساختار و کارکردشان مؤثر بوده است.

مهرابی برای هیچ‌یک از مشاهدات و نظرات خود در مقدمه ارجاعی به منابع خارج از متن نمی‌دهد و از این رو کاربست دانشورانهٔ این اطلاعات جدید برای محققین دانشگاهی دشوار است. مهرابی همچنین در پرداختن به مشخصات ساختاری پوسترهای فیلم در دیباچهٔ خود به انواعی از پوسترها می‌پردازد که در مجموعهٔ خود نگنجانده است. از جمله پوسترفیلم‌های مستی عشق (۱۹۵۱)، چهارراه حوادث (۱۹۵٤) جنوب شهر (۱۹۵۸) که مقدمه با توضیحات مفصل به آنها به عنوان پوسترهای مهم دوره اشاره می‌کند. مهرابی اما بخشی را آورده که شامل "لوگوی فیلم"هایی است از جمله فیلم‌های فوق‌الذکر، و توضیح می‌دهد که پوسترهای این فیلم‌ها به دلیل تکراری بودن یا غیرممکن بودن چاپ آنها در ایران به دلایل دیگر حذف شده‌اند. حذف چنین پوسترهایی که کتاب به خصوص مفصلاً به آنها پرداخته است، متأسفانه خواننده را در جستجوی ارتباطات گم‌شده‌ای در تغییرات و تحولات اعلان‌ها و پوسترهای فیلم ، مثلاً، در ۱۹۵۰ ناکام می‌گذارد.

کتاب مسعود مهرابی، صد سال اعلان و پوستر فیلم در ایران تلاشی اصیل برای روشن ساختن جلوه‌ای فراموش‌شده از فرهنگ بصری ایران است و بدین‌سان اعلان‌ها و پوسترهای فیلم را به عنوان عناصری تحلیلی در مطالعهٔ وسیع‌تر تاریخ‌نگارانهٔ ایران معاصر قرار می‌دهد. مهرابی در کتابی که از برجستگی‌ها و غفلت‌های سینمای ایران در صد سال گذشته تجلیل می‌کند، موفق شده است که بیش از ٦۰۰ پوستر و اعلان فیلم را در مجموعه‌ای جذاب گرد هم آورد. خود کتاب با چاپی زیبا بر روی کاغذی باکیفیت عالی منتشر شده و محتوای آن به خوبی عرضه شده است ــ خصوصیتی مهم برای کتابی دربارهٔ هنر بصری. جلد کتاب با ابتکاری جالب الهام گرفته از اولین اعلان‌های فیلم منتشرشده در نشریات است. این کتاب نه تنها برای پژوهش‌گران سینما و فرهنگ بصری ایران که برای عموم مردم نیز جذاب خواهد بود.