



دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی  
دانشکده هنر و معماری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)  
در رشته ارتباط تصویری

عنوان :

چرایی و چگونگی استفاده از طنز در گرافیک معاصر ایران

استاد راهنما :

سرکار خانم منصوره حبیبی

استاد مشاور :

جناب آقای دکتر مجتبی الهیاری

پژوهشگر :

مریم زمانی

تابستان ۱۳۹۲

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تقدیم به پدر و مادر مهربان و دلسوزم  
که گرمی حضورشان سرشار از آرامش و خوشبختی است  
و تقدیم به خواهران عزیزم ،  
که در انجام این پروژه مرا همراهی و یاری نمودند.

تشکر و قدردانی:

با تشکر از سرکار خانم حبیبی، استاد راهنمای محترم و جناب آقای دکتر الهیاری استاد مشاور ارجمندم که در انجام مراحل مختلف پژوهش با صبوری و راهنماییهای خویش مرا در ارائه این پژوهش یاری نمودند.

## تهدنامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب مریم زمانی دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۹۰۰۷۵۰۵۴۹ در رشته ارتباط تصویری که در تاریخ ۱۳۹۲/۴/۲۵ از پایان نامه خود تحت عنوان: چرایی و چگونگی استفاده از طنز در گرافیک معاصر ایران با کسب نمره ۱۹ و درجه عالی دفاع نموده‌ام بدینوسیله متعهد می‌شوم:

- ۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه‌های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده‌ام.
- ۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح پائین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
- ۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره‌برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
- ۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء:

بسمه تعالی

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای / خانم **مریم زمانی** از پایان نامه خود دفاع نموده و

با نمره **۱۹** بحروف **نوزده** و با درجه **عالی**

مورد تصویب قرار گرفت

امضاء استاد راهنما



معاونت پژوهش و فناوری

بنام خدا

شور اخلاق پژوهش

بیاری از خداوند سبحان و اعتقاد به این که عالم محضر خداست و بمواره ناظر بر افعال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش و پژوهش و نظریه اهمیت جایگاه دانشگاه در اعلای فرهنگ و تمدن بشری، مادیانجویان و اعضاء هیات علمی واحد های دانشگاه آزاد اسلامی متعدد می گردیم اصول زیر را در انجام فعالیت های پژوهشی مدنظر قرار داده و از آن تخطی نکنیم:

- ۱ - اصل برانت: التزام به برانت جویی از حرکت رفاذ غیر حرفه ای و اعلام موضع نسبت به کسانی که حوزه علم و پژوهش را به شایه های غیر علمی می آلائند.
- ۲ - اصل رعایت انصاف و امانت: تعهد به اجتناب از حرکت جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال، تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۳ - اصل ترویج: تعهد به رواج دانش و اشاعه نتایج تحقیقات و انتقال آن به بکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۴ - اصل احترام: تعهد به رعایت حریم ها و حرمت ها در انجام تحقیقات و رعایت جانب نقد و خودداری از حرکت حرمت شکنی.
- ۵ - اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهشگران (انسان، حیوان و نبات) و سایر صاحبان حق.
- ۶ - اصل رازداری: تعهد به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد، سازمان ها و کشور و کلیه افراد و نهادهای مرتبط با تحقیق.
- ۷ - اصل حقیقت جویی: تلاش در راستای پی جویی حقیقت و وقاداری به آن و دوری از حرکت پنهان سازی حقیقت.
- ۸ - اصل مالکیت مادی و معنوی: تعهد به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه بکاران پژوهش.
- ۹ - اصل منافع ملی: تعهد به رعایت مصالح ملی و مدنظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور و کلیه مراحل پژوهش.

## فهرست مطالب

	صفحه	عنوان
۱		مقدمه
		<b>فصل اول: کلیات طرح</b>
۴		۱-۱ بیان مسأله
۵		۲-۱ هدفهای تحقیق
۶		۳-۱ اهمیت موضوع تحقیق و انگیزش انتخاب آن
۶		۴-۱ سئوالات و فرضیه‌های تحقیق
۶		۱-۴-۱ سئوالات تحقیق
۷		۲-۴-۱ فرضیه‌های تحقیق
۷		۵-۱ مدل تحقیق
۷		۶-۱ تعاریف عملیاتی متغیرها و واژه‌های کلیدی
۸		۷-۱ روش تحقیق



۸	۸-۱ قلمرو تحقیق
۸	۹-۱ جامعه و حجم نمونه
۹	۱۰-۱ محدودیت‌ها و مشکلات تحقیق

## فصل دوم: گرافیک و سیر تحول آن

۱۱	مقدمه
۱۳	۱-۲ گرافیک
۱۶	۲-۲ سیر شکل‌گیری گرافیک در تحولات تاریخی
۱۹	۳-۲ شناسایی مؤلفه‌های گرافیک مدرن و معاصر ایران
۲۷	۴-۲ پوستر
۲۷	۱-۴-۲ پیشینه‌ی پوستر
۳۱	۵-۲ انواع پوستر
۳۱	۱-۵-۲ پوستر سیاسی
۳۴	۲-۵-۲ پوستر اجتماعی
۳۵	۳-۵-۲ پوستر فرهنگی
۳۸	۴-۵-۲ پوستر تجاری (تبلیغی)
۴۰	۶-۲ مراحل طراحی پوستر
۴۲	۱-۶-۲ تجزیه، تحلیل
۴۲	۲-۶-۲ رکود

۴۲	۳-۶-۲ الهام
۴۳	۴-۶-۲ اثبات، تایید
<b>فصل سوم: طنز چیست؟</b>	
۴۵	مقدمه
۴۵	۱-۳ طنز چیست
۴۷	۲-۳ تعاریف طنز
۴۹	۳-۳ مروری بر مبانی طنز
۵۰	۴-۳ معنا و مفهوم طنز
۵۲	۵ ۳ طنز از دیدگاه منتقدان
۵۵	۶ ۳ ورود طنز به آثار گرافیک جهان
۵۸	۱-۶-۳ طنز مدرن
۶۱	۲-۶-۳ تصویرسازی در مقابل طراحی
۶۳	۳-۶-۳ طنز بعد از جنگ
۶۵	۴-۶-۳ طنز متأخر
۶۹	۵-۶-۳ طنز پست مدرن
۷۲	۷-۳ تاریخ مختصر طنز در ایران
۷۲	۱-۷-۳ مطبوعات طنز و فکاهی
۷۴	۲-۷-۳ اهداف نشریات طنز
۷۴	۳-۷-۳ سیر تحولات کاریکاتور در ایران

### فصل چهارم: انواع طنز

۸۰	مقدمه
۸۰	۱-۴ انواع طنز از نظر محتوا
۸۱	۱-۱-۴ طنز ادبی
۸۲	۲-۱-۴ طنز سیاسی
۸۵	۳-۱-۴ طنز اجتماعی
۸۶	۴-۱-۴ طنز فرهنگی
۸۹	۴ + ۵ طنز تجاری
۹۰	۲-۴ انواع طنز از نظر ساختار
۹۰	۱-۲-۴ طنز تصویری
۹۰	۲-۲-۴ طنز ترسیمی
۹۲	۳-۲-۴ کاریکاتور چیست؟
۹۵	۴-۲-۴ طنز صریح
۹۷	۵-۲-۴ طنز تشبیهی
۹۸	۶-۲-۴ طنز موقعیت
۹۹	۷-۲-۴ طنز رنگین
۱۰۰	۸-۲-۴ طنز پنهان

- ۱۰۱ ۹-۲-۴ طنز لایه‌ای
- ۱۰۲ ۱۰-۲-۴ طنز سیاه ( طرح‌های تخیلی)
- ۱۰۳ ۱۱-۲-۴ طنز ملی و بین‌المللی

### فصل پنجم: چگونگی ارائه طنز

- ۱۰۸ مقدمه
- ۱۰۹ ۱-۵ کلیدهای رسیدن به اثر طنزآمیز
- ۱۰۹ ۱-۱-۵ تلفیق‌های به ظاهر نامرتب
- ۱۱۱ ۲-۱-۵ استفاده از تغییر نگرش
- ۱۱۳ ۳-۱-۵ استفاده از تصورات قالبی
- ۱۱۶ ۴-۱-۵ برهم زدن ریتم در یک زمینه ثابت
- ۱۱۷ ۵-۱-۵ اعوجاج یا دفرماسیون
- ۱۱۸ ۶-۱-۵ تغییر ابعاد و احجام یک تصویر
- ۱۱۹ ۷-۱-۵ کنارهم قراردادن
- ۱۲۳ ۸-۱-۵ کولاژ
- ۱۲۷ ۹-۱-۵ تکرار
- ۱۲۸ ۱۰-۱-۵ مقیاس
- ۱۳۱ ۱۱-۱-۵ ایهام
- ۱۳۹ ۱۲-۱-۵ نمادهای طنزآمیز

۱۴۱	۱۳-۱-۵ لذت تقلید کردن
۱۴۴	۱۴-۱-۵ نوشته‌های بی‌نظم
۱۴۵	۱۵-۱-۵ تصویرهای چاپی
۱۴۸	۱۶-۱-۵ بازی با کلمات

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۱۵۶	نتیجه‌گیری
۱۶۳	پیشنهادات
۱۶۴	پیشنهادات حاصل تحقیق
۱۶۴	پیشنهادات جانبی
۱۶۵	پیشنهادات برای محققین بعدی

۱۶۶	پروژه عملی
۱۶۷	گزارش کار عملی

۱۸۰	فهرست منابع و ماخذ:
۱۸۸	چکیده انگلیسی

## مقدمه:

پیشینه هنر گرافیک به قدمت تاریخ هنرهای تجسمی است و از نقوش اولیه بر روی سفالها و حجاریها، طراحی های پارچه و حکاکی روی وسایل مختلف شروع می شود گرچه برخی معتقدند که پیشینه گرافیک را باید بنا بر شیوه های امروزی و جدیدتر همچون چاپ و تکثیر قرار داد که در این صورت یک سده از عمر آن می گذرد و در ایران با ورود ماشین چاپ به کشور همزمان است.

هنر گرافیک به عناصری بستگی دارد که به مرور و در طول تاریخ از آن خود کرده و در واقع نظامی است که بتدریج بزرگ و بزرگتر شده است. زمانی، گرافیک و نقاشی تفاوت چندانی نداشتند مانند آثار لوترک ولی با ورود عکاسی و فرایند چاپ به عرصه هنرهای تجسمی این دو شاخه از یکدیگر متمایز گشت.

هنر گرافیک متأثر از زمانه و تحت تاثیر آثار هنرمندان قرار می گیرد. بعنوان نمونه می توان به دوره ای اشاره کرد که سیل پوسترهای تایپو گرافی، بازار گرافیک را پر می کند و ناگهان عکس مونتاژ مد روز می شود.

حوزه آثار گرافیکی آنقدر وسیع است که پیرامون ما را آثار گرافیکی فرا گرفته و کمتر چیزی است که در برخورد با آن ردپای گرافیک را نبینیم. اما بهره‌گیری از طنز در این آثار شیوه جدیدی است که به تازگی از سوی گرافیست‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

در تعریف طنز شاید بتوان گفت که نوعی فعالیت هوشمندانه است. یافتن ارتباط و اشتراک دو واژه یا دو تصویر که خنده و نشاطی مخاطب را در پی خواهد داشت. این امر زمانی حاصل می‌شود که هنرمند طنز را با هوشمندی، بجا و مناسب در اثرش بکار گیرد تا آن را از بی تفاوتی و یکنواختی کسالت بار رها کرده و تولید انرژی کند. پیام طنز وقتی موجودیت پیدا می‌کند که برای درک اثر تنها به دیدن آن اکتفا نشده و مخاطب مجبور به تجربه جدیدی برای درک آن شود. اثری که با تمام حواس و تفکر مخاطب درگیر شده و با منطق متعارف او تقابل پیدا می‌کند. با تمام این اوصاف مخاطب واقعاً دوست دارد به آن تصویر نگاه کند و پیام آن را درک کند. البته شاید در بعضی موارد در لحظه اول، همه قادر به درک موضوع نباشند ولی از آنجا که طنز نکته ظریفی در لابه‌لای موضوع می‌باشد، وقتی مخاطب به این نکته می‌رسد، موضوع برایش بسیار جذاب و خوشایند می‌شود.

روشهای اجرایی طنز در گرافیک، اینکه تا چه حد باید و اجازه دارد که مستقیم یا غیرمستقیم، تصویری یا نوشتاری، صریح یا در لفافه، کودکانه یا غیر کودکانه، سطحی یا عمیق، یک قسمتی و یا چند قسمتی و .... باشد، در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. علاوه بر آن سعی شده با توجه به اینکه راههای رسیدن به طراحی گرافیکی موثر و موفق، بسیار زیاد است، به بررسی اثرگذاری شیوه طنز پرداخته شود.

فصل اول

کلیات طرح



## ۱-۱ بیان مسئله

در دنیای پر از هیاهوی امروز، دنیایی که پر از تصویر و صداست، پر از جنجال و کشمکش، وقت برای آرامش، استراحت و تنوع و نشاط کمتر شده است و تمام ما به نوعی درگیر این زندگی پر از فراز و نشیب و در عین حال یکنواخت و روزمره شده‌ایم. در این میان شاید تنها کودکان فراغتی برای بازی و شادی داشته باشند، بنابراین بیشتر از هر زمان دیگر لزوم این مسئله پیش می‌آید که در گفتگوهایمان به شیوه‌ای صحبت کنیم که قدری شوخی و مزه در لابه‌لای حرف‌هایمان باعث شود که مدت کوتاهی به خوشی بگذرد حداقل مواقعی که با دوستانمان به سر می‌بریم. البته شوخی و روحیه طنز و لطیفه‌گویی در وجود انسان‌ها هست، در برخی بیشتر و در برخی کمتر.

طنزهای کلامی و نوشتاری، طنزهای تصویری، ترسیمی نیز باعث خنده و شادی ماست.

کاریکاتورها کارتونها، کمیک استریپ‌ها، همه و همه طنزهای تصویری هستند که ما با دیدن آنها خوشحال می‌شویم. با گذشت زمان وسایل جدیدتر می‌شوند و سرعت، حاکم بر زندگی می‌شود. بنابراین تصاویر طنز گونه خلاصه‌تر می‌شوند و خود را در تمامی جاهایی که با مخاطب می‌توانند برخورد داشته باشند ظاهر می‌سازند.

همه ما در زندگی خود، هر روز از برابر اتفاقات، موضوعات و حتی عناصری می‌گذریم که نمی‌دانیم چیست؟ و در نگاه اول شاید ساده و پیش پا افتاده جلوه کند. پس به راحتی گذر می‌کنیم و به فکر فرو نمی‌رویم، به همین دلیل شاید تلاش در به تصویر کشیدن خلاقانه این موضوعات، با استفاده از طنز، به شکلی خوشایند و شیرین و البته با تأمل و شاید تأثیری که برجای می‌گذارد، می‌تواند کاری ارزشمند تلقی شود. گرافیک، محیطی است که طنز می‌تواند در آن خود نمایی کند. زیرا امروزه کلیه شاخه‌های گرافیک در ارتباط مستقیم با مردم است، گسترش حوزه گرافیک و صور مختلف آن در تمام ابعاد زندگی بشر حضوری قوی، پویا و پر دامنه دارد. حال اگر طراحان گرافیک از ایده‌های نویی چون طنز در کارشان استفاده کنند، علاوه بر بدعتی تازه در این راستا می‌توانند، پیامی مطلوب و ماندگار ارائه نمایند.

## ۲-۱ هدفهای تحقیق

بررسی و کشف ویژگی‌های خاص طراحی طنز به طور اختصاصی در پوستر و اینکه چه خصوصیات منحصر به فردی این آثار را که حاوی طنز هستند از دیگر آثار متمایز می‌کند، از اهداف این تحقیق هستند. و همچنین ارائه الگوها و شیوه‌های طنز در طراحی گرافیک با در نظر داشتن خواسته‌ها و احساسات مخاطب، روشهایی که در جهت تسهیل برقراری ارتباط موثر بین اثر و مخاطب عمل می‌کند و بررسی این که تا چه اندازه در جذب مخاطب مؤثر بوده است. در این پژوهش سعی شده است به بررسی و کشف و ویژگی‌های خاص طراحی طنز و همچنین بررسی جایگاه طنز در گرافیک ایران و اینکه چه تأثیری بر مخاطب دارد، پرداخته شود.

## ۳-۱ اهمیت موضوع تحقیق و انگیزش انتخاب آن

گرافیک آئینه شفافی از مسائل جاری و فرهنگی است و همه لحظات، زیرو ب‌های روحی و فکری جامعه را ثبت و منعکس می‌کند. یکی از مهم‌ترین اسناد تصویری زمانه خویش است. بنابراین طراح باید با تیزهوشی و خلاقیت جمع‌بندی‌های درست و دقیقی در این اسناد ارائه دهد. امروزه در شرایطی قرار داریم که مفهوم طراحی با توجه به تغییرات زندگی و فرهنگ معاصر در عصر تکنولوژی تفاوتی فاحش با گذشته دارد، هنر همواره در محدوده انتزاع و تقلید صرف از واقعیت در نوسان بوده است. ازدیاد جمعیت، اطلاع‌رسانی و تبلیغات به صورت متنوع سرعت در انجام امور و فعالیت‌های روزمره باعث شده تا انسان به زبانی خلاصه‌تر از، زبان گفتار نیاز پیدا کند و با توجه به اینکه مردم بیشتر وقت خود را در محیط‌های خارج از منزل می‌گذرانند، این زبان در جهت تسهیل روابط اجتماعی آنها در محیط خواهد بود به همین دلیل گرافیک و (خصوصاً پوستر) حاوی طنز بیشترین تاثیر را بر جذب مخاطب خواهد داشت.

## ۴-۱ سوالات و فرضیه‌های تحقیق

### ۱-۴-۱ سوالات تحقیق

در جمع‌بندی این رساله باید گفت که پیرامون موضوع طنز، گرافیک و پوستر به دنبال پیدا کردن جوابهایی برای اینگونه سؤالات بوده‌ام

۱- طنز چیست؟

۲- چرا از طنز در گرافیک استفاده می‌کنیم؟

- ۳- جایگاه و نقش طنز در گرافیک چیست؟
- ۴- جایگاه و نقش طنز در پوستر چیست؟
- ۵- چه نوع طنزهایی را می‌توان در یک اثر گرافیکی اعمال کرد؟
- ۶- چگونه از طنز استفاده کنیم تا همیشه مخاطبمان را داشته باشیم و بتوانیم پیام اثر را ماندگار کنیم؟
- ۷- طنز چه تاثیری بر گرافیک معاصر ایران داشته است و آیا اکنون نیز دارد؟

#### ۱-۴-۲ فرضیه های تحقیق

- ۱- از نظر روابط اجتماعی، طنز لازمه طراحی گرافیک معاصر است
- ۲- طنز در گرافیک عامل تسریع انتقال ارتباطات و آگاهی‌های اجتماعی است.

#### ۱-۵ مدل تحقیق

اطلاعات این پژوهش به روش کتابخانه ای جمع‌آوری می‌گردد.

#### ۱-۶ تعاریف عملیاتی متغیرها و واژه‌های کلیدی

طنز، گرافیک، ارتباط تصویری، چگونگی، چرایی، ارائه، اثر طنز آمیز