

کیان اشرافی*

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۴/۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۱/۷/۱۰

بررسی شیوه‌های اجرایی عنوان‌بندی و نحوه‌ی ارتباط آن‌ها با محتوای فیلم

چکیده

به نظر می‌رسد دسته‌بندی "عنوان‌بندی" فیلم‌ها براساس تکنیک و نیز ارتباط معنایی با فیلم موضوعی است که متناسب با اهمیت فراوان آن چندان مورد توجه قرار نگرفته است. حتی گاهی عنوان‌بندی فیلم با محوریت تصویرسازی هم‌سان با محوریت تصویر متحرک تصور شده که از وجاهت علمی و عملی قابل اتکایی برخوردار نیست. مقاله‌ی پیش‌رو با بررسی نزدیک به چهل "عنوان‌بندی" برجسته‌ی تاریخ سینما انواع گونه‌های طراحی، ساخت و تولید "عنوان‌بندی" را معرفی نموده و به تخصص‌های مورد نیاز برای ساخت هر نمونه اشاره و هم‌زمان به نقش و جایگاه نویسنده، کارگردان، تدوین‌گر و طراح گرافیک در خلق اثر پرداخته است تا به بیش عمیق‌تر و علمی‌تر علاقمندان به این شاخه از هنر گرافیک یاری رساند.

کلیدواژه‌ها:

عنوان‌بندی

تایپوگرافی

تصویرسازی

نقاشی متحرک

گرافیک متحرک

مقدمه

براساس تحقیقات صورت گرفته در زمینه‌ی عنوان‌بندی، تا به امروز از کیفیت ارتباط طراحی گرافیک تلویزیونی و چگونگی شروع کار استودیوهای طراحی با شبکه‌های تلویزیونی به دفعات سخن گفته شده است. اما این که چگونه یک عنوان‌بندی به لحاظ جستارمیه با فیلم پیوند برقرار می‌کند و از چه شیوه‌هایی بهره می‌جوید پرسشی است که تلاش شده با نگاهی به عنوان‌بندی‌های مطرح دنیا به آن پاسخ داده شود. هدف اصلی این مقاله دست‌یابی به دسته‌بندی مشخص بر اساس اولاً شیوه‌ی ارتباط عنوان‌بندی با فیلم و دوماً قالب رسانه‌ای (medium) است که بتوان اکثریت قریب به اتفاق عنوان‌بندی‌ها را در آن تعریف کرد تا متخصصین امر، علاقه‌مندان و دانشجویان چه در مسیر اجرای حرفه‌ای و چه در پژوهش‌های آتی از امتیازات چنین دسته‌بندی بهره گیرند. هدف فرعی نگارنده نیز، این است که چنین دسته‌بندی به ابزاری برای مطالعه‌ی دقیق‌تر در آثار عملی و پژوهش‌های نظری بدل شود. پرسش‌های مقاله بدین شرح است: ۱- عنوان‌بندی‌ها به چند شیوه‌ی تکنیکی اجرا و به چند شیوه با محتوای فیلم ارتباط برقرار می‌کنند؟ ۲- آیا می‌توان به یک دسته‌بندی کلی از دو معیار فوق رسید؟ ضرورت: عنوان‌بندی‌ها تا به حال رسانه‌ای ناآشنا و تا حدودی جدید محسوب می‌شده، دانش مرتبط با آن در ایران محدود به تعدادی اصول فنی و سنت‌های قدیمی اجرایی است. از این رو پرداخت جزئی‌تر و دقیق‌تر آن زمینه‌ی ورود به مباحث آکادمیک و تحلیلی را فراهم می‌آورد. این مقاله با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و به روش توصیفی و تحلیلی با اتکا به برخی از نمونه‌های تصویری به ارائه‌ی مطالب خود می‌پردازد.

پیشینه‌ی تحقیق

براساس جستجوهای نگارنده پیرامون موضوع عنوان‌بندی در ایران منابع محدودی وجود دارد. منابع موجود این رشته در حال حاضر عبارتند از: -پایان‌نامه‌های دوره‌ی کارشناسی "فریبا بروفر" به نام "گرافیک متحرک در دنیای امروز". پایان‌نامه کارشناسی ارشد "گشتاسب فروزان" با عنوان "بررسی و تحلیل عنوان‌بندی‌های پس از انقلاب" در دانشگاه هنر. -مقاله‌ی "جوانمردان و مراثی" با عنوان "سیر تحول عنوان‌بندی در سینمای ایران و جهان" در مجله نگره (تابستان ۱۳۸۸). -کتاب "گرافیک در عنوان‌بندی فیلم" نوشته‌ی "فرشته سعیدی‌پور". -کتاب "گرافیک و سینما" اثر مهدی صادقی. دو کتاب بالا، یعنی "گرافیک در عنوان‌بندی" و "گرافیک و سینما" به وسیله‌ی نگارنده این مقاله و همکاری دیگر در مقاله‌ای به نام "نقد و بررسی دو کتاب: گرافیک در عنوان‌بندی فیلم و گرافیک و سینما" در مجله‌ی "کتاب ماه هنر" (بهمن ۱۳۹۰ - شماره ۱۶۱) مورد بررسی و نقد قرار گرفته است. در ادامه‌ی مقاله منابع پیش‌گفته در ارتباط با موضوع

پژوهش مرور می‌شوند.

در پایان‌نامه‌ی دوره‌ی کارشناسی " فریبا بروفر " تحت عنوان گرافیک متحرک در دنیای امروز پس از تعاریف بنیادین و بیان تاریخچه‌ای از گرافیک به مبانی هنرهای تجسمی پرداخته شده و پس از توضیح عناصر بنیادین تجسمی بدون پرداختن به کیفیت‌هایی همچون ریتم، هماهنگی، بر کیفیت حرکت متمرکز می‌شود و برای ایجاد حرکت در فریم ثابت، هشت روش را برمی‌شمرد: «... سپس با پشت سرهم قراردادن این تصاویر نقاشی شده به بیننده‌ای که از طریق یک شکاف به آن می‌نگریست توهم حرکت را ایجاد می‌کردند. این شیوه در واقع همان نقاشی متحرک بود، بنابراین ساختن گرافیک متحرک خیلی زودتر از تصویر متحرک در سینما آغاز شد» (بروفر، ۱۳۸۲: ۲۷). به نظر می‌رسد نویسنده در این عبارت نقاشی متحرک را با گرافیک متحرک یکی پنداشته است. در جایی دیگر می‌گوید: «هنگامی که دو عنصر صدا و حرکت با اثر گرافیکی برخورد می‌کنند، گرافیک متحرک پدیدار می‌شود که نقطه‌ی تلاقی سینما و تلویزیون با گرافیک است» (بروفر، ۱۳۸۲: ۲۸). همین نگارنده در بخش بعد، به اهمیت تلویزیون و نحوه‌ی رشد کیفیت آن می‌پردازد. نظریه‌هایی از مارشال مک‌لوهان در رابطه با همین موضوع و آمارهای افزایش محبوبیت تلویزیون در آمریکا را بیان می‌کند. سپس این آمارها در خصوص انگلستان ارائه می‌گردد. استانداردهای تلویزیونی به لحاظ فرمت تصویر معرفی می‌شوند. در بخش بعدی سه طراح پیشگام برای طراحی گرافیک متحرک معرفی می‌شوند. ۱- ساول باس^۱ ۲- برنارد لاج^۲ ۳- مارتین لامبی-نایرن^۳. پس از شرح زندگی‌نامه‌ای مختصری از این سه طراح و طرح نام استودیوهایی که در آن کار کرده‌اند، پنج حوزه برای فعالیت طراح گرافیک قایل شده است. الف) طراحی و تولید مصالح گرافیک برای عنوان‌بندی‌ها. ب) تولید مصالح گرافیکی محتوای برنامه. ج) تبلیغ‌های تلویزیونی و نشان‌های شبکه د) طراحی شناسه و نشانه. طراحی و ارائه‌ی تمام وسایل صحنه‌ی گرافیکی برای دکوراسیون صحنه‌های داخلی و خارجی.

در ادامه‌ی این پایان نامه، قوانین گرافیک تلویزیونی بدین شرح برشمرده می‌شوند: نسبت ابعاد،^۴ خوانایی،^۵ رنگ، مقیاس خاکستری.^۶ نحوه‌ی سفارش و کشمکش‌های ساخت چند اثر گرافیک متحرک روایت می‌شود و در پایان سه مرحله برای شروع کار عنوان‌بندی ارائه می‌کند. که عبارتند از: استوری‌برد،^۷ تخته‌های منتقل‌کننده‌ی احساس طراح، پیاده‌کردن داستان روی صفحه‌ی اصلی برای ارائه‌ی ایده کلی به مشتری با رنگ‌های دقیق.

پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد " گشتاسب فروزان " ارائه شده در سال ۱۳۶۷، با عنوان " بررسی و تحلیل عنوان‌بندی‌های پس از انقلاب " نیز یکی دیگر از منابع موجود پیرامون موضوع تیتراژ است. این پایان‌نامه، بسیاری از بحث‌های تحلیلی خود را با بهره‌گیری از پایان‌نامه‌ی خانم " سعیدی‌پور " با عنوان کاربرد گرافیک در تیتراژ نگاشته است که منحصراً به چگونگی ساخت تیتراژ پرداخته است.

منابع دیگری که بیشترین ارجاعات به آن‌ها صورت گرفته است، ابتدا کتاب " گرافیک در عنوان‌بندی فیلم " است، نوشته‌ی "فرشته سعیدی‌پور" (که ملهم از رساله‌ی کارشناسی اوست) و دیگری کتاب "گرافیک و سینما" اثر "مهدی صادقی" است. در کتاب "گرافیک در عنوان‌بندی فیلم" به موضوعاتی مانند، گرافیک لیزری، گرافیک سینمایی و گرافیک کامپیوتری پرداخته شده است. کتاب مذکور گرافیک سینمایی را چنین تعبیر می‌کند: «معنی و مفهوم گرافیک سینمایی، کاربرد حرکت در تصاویر گرافیکی است. که عمدتاً به منظور هدف مشخصی قرار می‌گیرد» (سعیدی‌پور، ۱۳۷۶: ۲۹). البته اگر آثاری چون پوستر فیلم و تراکت که الزامی بر متحرک بودن ندارند را جزئی از گرافیک سینمایی بدانیم به نظر می‌رسد این تعریف را نمی‌توان

۱- Saul Bass

۲- Bernard Lodge

۳- Martin Lambie-Nairn

۴- aspect ratio

۵- readability

۶- gray scale

۷-storyboard

جامع دانست و همچنین کاربرد حرکت در تصاویر گرافیکی تعریفی مستقل از سینما دارد چرا که «گرافیک متحرک همانا برخاسته از تغییرات گرافیکی عنوان‌بندی‌ها از دهه‌ی ۱۹۲۰ به بعد است» (کراشنر، ۲۰۰۸: ۳).

این کتاب برای تشریح عنوان بندی دست به مقایسه‌هایی می‌زند. «در باره‌ی مفهوم عنوان‌بندی، که همچون بخش جدایی‌ناپذیر فیلم قلمداد می‌شود، تعریف‌های بسیاری آمده است. از قبیل: معرفی‌نامه‌ی فیلم، شناسنامه فیلم، قاب فیلم، سرفصل فیلم، زنگ خبر فیلم و غیره. در واقع عنوان‌بندی می‌تواند دربرگیرنده‌ی کلیه‌ی تعریف‌های بالا باشد. عنوان‌بندی فیلم همان کارکرد بسته‌بندی یا جلدکتاب را دارد که با مراجعه به آن‌ها می‌توان از محتوای کتاب در حد کلی با خبر شد» (سعیدی پور، ۱۳۷۶: ۸۵).

کتاب "گرافیک و سینما" هم در تعریف عنوان‌بندی همواره مسیر پیشین یعنی تشبیه آن به جلد کتاب را دنبال کرده است. «سپس نویسنده سعی می‌کند عناصر سینما را با عناصر گرافیک قیاس کند و به تشریح خط کرسی در طراحی گرافیک و خط نگاه در سینما می‌پردازد و ارتباط رنگ در گرافیک با صدا در سینما را بررسی می‌کند. در ادامه آثار "سائول باس" طراح مطرح و صاحب نام عنوان‌بندی، نمونه‌های مطلقاً خوب عنوان‌بندی، قلمداد می‌شوند» (صادقی، ۱۳۸۷). "جوانمردان و مرثی" (۱۳۸۸) در مقاله‌ی خود به نام "سیر تحول عنوان‌بندی در سینمای ایران" و جهان به مرور چند مقاله‌ی فارسی نوشته شده در دهه‌ی هفتاد شمسی و یک کتاب انگلیسی می‌پردازند. برآیند این مقاله چنان که از وسعت عنوان آن بر می‌آید، مرور چند عنوان‌بندی اصلی ایرانی و عنوان‌بندی‌های قدیمی‌ست، که تازه‌ترین آن‌ها مربوط به بیش از ۲۰ سال پیش است.

"جرج استانیتزک"^۸ (۲۰۰۹) در مقاله‌ی "خوانش فصل عنوان"^۹ در نشریه‌ی "مطالعات سینمایی" به بررسی فرم و کارکرد عنوان‌بندی می‌پردازد. از دیدگاه "استانیتزک" عنوان‌بندی به نوعی دیگر فیلم را نمایندگی می‌کند. او با توصیف وضعیتی که در سینماها در هنگام پخش عنوان‌بندی وجود دارد، (مانند، شلوغی‌ها و سروصدا و کنترل‌سندلی‌ها) مدعی می‌شود که فصل عنوان لزوماً شما را به توجه به فیلم راغب نمی‌کند بلکه بر همان وضعیت حواس‌پرتی و تشویش انتظارات مخاطب در سالن سینما متمرکز است. به عبارت دیگر عنوان‌بندی دارای خصلت میانجی‌گری است که به مخاطب اجازه می‌دهد مرحله‌ی حواس‌پرتی خود را پشت‌سر بگذارد.

بررسی انواع عنوان‌بندی‌ها

تا کنون تقسیم‌بندی محدودی از انواع عنوان‌بندی صورت گرفته است که نمونه‌ی آن بدین شرح است: «عنوان‌بندی از نگاه قدیمی‌تر عبارت است از کپشن و فریم ثابت، تیتیر بر روی زمینه‌ی فیلم، گرافیک متحرک و انیمیشن» (صادقی، ۱۳۸۷). تعریف این مقاله از عنوان‌بندی بدین شرح است: عنوان‌بندی، اثری است، که با دخالت کامل گرافیک، تصویر متحرک (animation) یا حتی خود سینما طراحی شده و از قالب‌های (کلیشه‌های) قدیمی "تیتیرهای سفید روی زمینه‌ی سیاه" تبعیت نکرده است و می‌توان به عنوان اثری طراحی شده بر کیفیت قالب و محتوای آن بحث کرد. عنوان‌بندی‌های کلیشه‌ای و قدیمی تیتیر ساده بر زمینه‌ی سیاه خارج از موضوع این مقاله است اما انواع جدید این شیوه تحت نام عنوان‌بندی نوشتاری (تایپوگرافیک) در متن مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرند.

در مطالعات صورت‌گرفته عنوان‌بندی‌هایی که به عنوان آثار مطرح در تاریخ این رشته شناخته شده‌اند مورد مشاهده قرار گرفت و تکنیک‌های آن‌ها به طور اجمالی دسته‌بندی شد. شیوه‌های

^۸- Georg Stanitzek

^۹- reading the title sequence



تصویر ۱، مجموعه‌ای از حوادث ناگوار (گرافیک در تیتراژ، ۱۳۸۸).

ممکن موجود برای ساختن عنوان‌بندی از این قرار است:

- (۱) عنوان‌بندی با محوریت تصویرسازی
- (۲) عنوان‌بندی با رویکرد گرافیکی
- (۳) عنوان‌بندی نوشتاری
- (۴) عنوان‌بندی سینمایی
- (۵) عنوان‌بندی تدوینی
- (۶) عنوان‌بندی با رویکرد تصویر متحرک

این دسته‌بندی که ممکن است در ابتدا بحث‌برانگیز به نظر برسد تمامی نمونه‌های این پژوهش را در خود جای می‌دهد. لازم به ذکر است که عنوان‌بندی با رویکرد تصویر متحرک از آن رو از سینما، گرافیک و

تصویر سازی جدا شده است که ویژگی‌های تصویر متحرک در معنای کلاسیک را دارا است. به این مفهوم که دیگر گرافیک متحرک (موشن-گرافیکس) در این شاخه گنجانده نشده و تنها عنوان‌بندی‌هایی که دارای سیکل‌های حرکتی و کاراکترهای مشخص و سایر خصلت‌های تصویر متحرک در معنای کلاسیک‌اند در این دسته قرار گرفته‌اند.

عنوان‌بندی با رویکرد گرافیکی از آن رو با رویکرد تصویرسازانه متفاوت است که اولی از گرافیک صرف و انتزاعی بهره می‌برد، در حالی که دومی از جلوه‌هایی همچون بافت و اتفاقات تکنیکی و نقاشانه برای بیان استفاده می‌کند. اگرچه دقت این اسامی ممکن است پرسش‌برانگیز باشند اما با این توضیحات دسته‌بندی‌ها به وضوح قابل توجهی می‌رسند. عنوان‌بندی سینمایی هم از آن رو از عنوان‌بندی تدوینی جدا شده است که در عنوان‌بندی سینمایی بخشی از فیلم متشکل از پلان‌های واضح و پشت‌سر هم نمایش داده می‌شوند در حالی که در نسخه‌ی تدوینی، پلان‌های سریع نامفهوم، عکس‌ها و افکت‌ها وظیفه‌ی اصلی را به دوش می‌کشند. از طرفی عنوان‌بندی سینمایی اثر کارگردان و فیلم‌نامه‌نویس است اما عنوان‌بندی تأکیدی را تدوین‌گر و ترکیب‌گر کامپیوتری (کامپوزیتور) می‌سازند.

معیار دیگری که می‌تواند عنوان‌بندی را دسته‌بندی کند رابطه‌ی عنوان‌بندی با فیلم است. این که هر عنوان‌بندی چگونه با داستان و محتوای فیلم ارتباط برقرار می‌کند، میان نمونه‌های پژوهش، مرزهای مشخصی ایجاد کرده است. بر این اساس، با مرور اجمالی نمونه‌ها، به دسته‌های منتج شد:

- (۱) عنوان‌بندی‌های بی‌ارتباط با محتوای فیلم.
 - (۲) عنوان‌بندی‌هایی که مقدمه‌ای بر فیلم هستند.
 - (۳) عنوان‌بندی‌هایی که بر عنصری از فیلم تأکید می‌کنند.
 - (۴) عنوان‌بندی‌هایی که بخشی از ماجرای پشت پرده یا موازی با داستان فیلم را نمایش می‌دهند.
 - (۵) عنوان‌بندی‌هایی که بخشی از فیلم را بازگو می‌کنند.
- اکنون با مرور نمونه‌ها و توضیح هر کدام از این دسته‌ها میزان اعتبار این دسته‌بندی‌ها بررسی شده و تلاش می‌شود به دسته‌بندی جامع و یک‌جانبه‌ای برای عنوان‌بندی‌ها رسید.

(۱) عنوان‌بندی با رویکرد تصویرسازانه^{۱۰} (تصویر ۱)

در فرهنگ آنلاین وردنتوب^{۱۱} تصویرسازی این‌گونه تعریف شده است: «نوعی از آثار هنری که به روشن‌سازی یا جذابیت چیزی کمک می‌کند» گاه تصویرسازی را صورت‌گری بر مبنای متن

۱۰- Illustrative manner

۱۱- wordnetweb.princeton.edu/perl/webwn

می‌دانند که البته صحیح است اما شاخه‌های نوینی از تصویرسازی همچون تصویرسازی مُد در این تعریف نمی‌گنجد.

تصویرسازی اغلب از تکنیک‌های نقاشی، چاپ، عکاسی و سایر هنرهای تصویری بهره می‌گیرد تا ایده، متن و یا محصولی را با زبان جذابتر، فراگیرتر و فناورانه بازگو کند. در این مسیر جلوه‌های فنون مختلف تصویرسازی و اتفاقاتی تکنیکی باری‌رسان نوعی از چکیده‌نگاری (استیلیزاسیون)^{۱۲} است. اتفاق‌هایی همچون حرکت یک تاش رنگی، انبساط لکه‌ی رنگی در زمینه‌ی خیس و بافت‌ها و زمینه‌ی گوناگونی که ابزار مختلف ایجاد می‌کنند هر کدام جلوه‌ای است که بسته به حال و هوای موضوع مورد استفاده قرار می‌گیرد.

هدف از طرح رویکرد تصویرسازانه، بررسی مواردی از عنوان‌بندی است که از روش‌ها و جلوه‌های تصویرسازی مانند چکیده‌نگاری (استیلیزاسیون) در کار بهره گرفته می‌شود. گاهی مرز این دسته از عنوان‌بندی‌ها با عنوان‌بندی‌های تصویرمتحرک گونه مشخص نیست. بدیهی است نقاشی‌متحرک (به معنای ایجاد حرکت) جزء لاینفک عنوان‌بندی است؛ حتی در ساده‌ترین حالت هم تبدیل‌های^{۱۳} بین پلان‌ها وجود دارند، پس صرف وجود حرکت را نمی‌شود معیار دسته‌بندی عنوان‌بندی‌ها دانست. همان‌طور که پیش‌تر توضیح داده شد، عنوان‌بندی‌های نقاشی‌متحرک از نظر این مقاله عبارتست از: عنوان‌بندی‌های شخصیت‌محور که از روش حرکتی معمول در تصویر متحرک بهره می‌برند و ساختار داستانی دارند. عنوان‌بندی‌های تصویرسازانه شامل عنوان‌بندی‌هایی‌ست که، از جلوه‌های تصویرسازی و کار دست تصویرسازان جهت القای حس کار دست در عنوان‌بندی استفاده می‌کنند برای نمونه عنوان "Tekkonkinkreet" (تصویر ۴) و عنوان مرده متحرک با وجود این‌که هر دو دارای حرکت و تصویرسازی هستند اولی ساختاری تصویر متحرک گونه و دومی ساختاری تصویرسازانه دارد.

به زبان دیگر می‌توان گفت عنوان‌بندی‌های تصویرمتحرک محور به دست گروه انیماتورها، طراحان شخصیت، طراحان حرکت و میان‌سازها،^{۱۴} و عنوان‌های تصویرسازانه توسط تصویرسازان و متخصصان ترکیب کامپیوتری^{۱۵} به انجام می‌رسد. عنوان‌بندی فیلم شرلوک هلمز اثر "گای ریچی" یکی از عنوان‌بندی‌های مطرح است که در این شاخه می‌گنجد. کارگردان خلاق (و نه فقط طراح گرافیک) این سکانس، "دنی یونت"، که در استودیو طراحی "دیجیتال کیچن" مشغول به کار است، تا به حال عنوان فیلم‌های شبکه^{۱۶}، مرد آهنی، راک ان رول و همچنین "کیس کیس بنگ بنگ"^{۱۷} را طراحی کرده است (یونت، ۲۰۱۰).

بر روی این عنوان‌بندی چهارده نفر در سه گروه مجزا کار کرده‌اند، تا بخش فیلم را سامان دهند؛ نشانه‌های شرکت‌های سازنده عنوان‌بندی ابتدایی، تصاویر توهم شخصیت "شرلوک هلمز" داخل فیلم و فصل عنوان‌بندی نهایی. به گفته‌ی "دنی یونت" برای عنوان‌نهایی، به دلیل داشتن جزئیات زیاد در تصویرسازی‌ها و تبدیل‌ها، بیشترین انرژی خرج شده است (یونت، ۲۰۱۰).

عنوان‌بندی نهایی "شرلوک هلمز" که آمیخته‌ای از فیلم^{۱۸} و بازسازی دوباره‌ی آن با عناصر نقاشی و لکه‌های رنگ است، آن را در حیطه‌ی عنوان‌بندی‌های با رویکرد تصویرسازانه قرار می‌دهد. حرکت دست‌نویس نوشته‌ها به سبک و سیاق زمان جریان داستان، تبدیل‌فیلم‌ها به نقاشی که به منظور القای حس تاریخی به تصاویر صورت گرفت و حرکات سریع دوربین و تصاویر سریع^{۱۹} متناسب با مضمون جنایی فیلم، به زیبایی، کلیت این عنوان را شکل می‌دهند. "دنی یونت" در پاسخ به این سؤال که برای ایجاد چنین فصلی از چه ابزاری کمک گرفته می‌گوید: «تعداد زیادی دست انسان، یک دستگاه فتوکپی، فیلم‌هایی از مرکب، و تعداد محدودی فیلتر فوتوشاپ این فصل از فیلم را ساخته‌اند» (یونت، ۲۰۱۰).

۱۲- واژه‌ی استیلیزاسیون که در ترجمه‌های داخلی به چکیده‌نگاری یا خلاصه‌سازی تصویر تعبیر شده است، پیش از خلاصه کردن اثر به نوعی حال و هوای ویژه دادن به آثار هنری اشاره می‌کند.

۱۳- Transitions
۱۴- Betweeners
۱۵- Compositors
۱۶- The Grid
۱۷- Kiss Kiss Bang Bang"-۲۰۰۵-by Shane Black
۱۸- footage
۱۹- fast motion

عنوان‌بندی سریال "پاسیفیک" نمونه‌ی دیگری است که به همین شیوه کار شده است و در دو استودیوی شرکت "ایم‌جینری فورسز"^{۲۰} و توسط "استیو فولر" آغاز و به دستان "احمد احمد" به انجام رسیده است. خورشیدی که آسمان را خونین می‌کند، کلاه خودی که به نظر می‌رسد از روی وحشت از سر مرد افتاده، اشکال متناوبی از گرد زغال که طراح بر روی کاغذ می‌کشد و به سادگی فوران مواد مذاب آتشفشانی جزیره‌ی پاسیفیک را به ذهن متبادر می‌کند، تصاویری‌اند که به جهت انتقال فضای مخروب و جنگ‌زده‌ی درون سریال "پاسیفیک" طراحی شده‌اند.

«در ساخت این عنوان، پس از طراحی صفحه‌ی ایده‌ها، طراحان شروع به طراحی با زغال، عکاسی از طراحی‌ها و تجربه‌ی جلوه‌های مختلف بر روی عکس‌ها می‌کنند» (فولر، ۲۰۱۰). سپس همین عنوان‌بندی به استودیوی دیگری از همین شرکت در لس‌آنجلس می‌رود و اصلاحات نهایی و چند نقاشی و جلوه به آن افزوده می‌شود. طراح در این اثر برای نشان دادن انفجار بمب‌ها و ریختن آوار سختی‌ها بر روی سربازان از تصاویر ماکرو استودیویی ضربات زغال بر کاغذ بهره می‌گیرد. قصد طراح از ایجاد طراحی‌های خام و ترکیب این شیوه با فیلم‌ها، القای حس شتاب عجله و فوریت با ارائه‌ی طراحی‌های سریع (اسکیس) از هنرمندان جنگ است! در نتیجه خامی و خشونت موجود در نقاشی‌ها به ایده‌ی اصلی که همانا گیرافتادن انسان‌های عادی در موقعیت وحشتناک جنگ بود کمک کرده است. نقاشی‌های خام دستانه از قهرمان‌های گیر افتاده، حس فوریت و اضطراب لازم، این فصل را تقویت کرده است. این استفاده از اتفاقات نقاشانه در واقع برجسته‌ترین ویژگی عنوان‌بندی تصویرسازانه است. کیفیتی که به کل سکانس عنوان جلوه‌ای هنری بخشیده از "اتفاق" استقبال می‌کند (فولر، ۲۰۱۰).

در عنوان‌بندی دیگری برای سریال "ایالات متحده‌ی تارا" از تکنیک تصویرسازی پاپ آپ^{۲۱} استفاده شده. تارا نام زنی است که میان سه شخصیت غیر واقعی خویش گیر کرده است (کالیری، ۲۰۰۹). در این مورد هم تصویرسازی حرف اول را می‌زند. نقاشی متحرک در این عنوان به شیوه‌ی استپ موشن^{۲۲} و ترکیب^{۲۳} کردن صحنه‌ها در کامپیوتر محدود می‌شود. اما هر سه شخصیت تارا بدون این‌که صورت خود را نشان دهند در هیأت مادری تمیز و خانه دار، زنی الکلی و نوجوانی لوس و خودنما به خوبی تصویرسازی شده‌اند (کالیری، ۲۰۰۹).

عنوان‌بندی دیگری که در این مجموعه قرار می‌گیرد، مربوط به عنوان نهایی فیلم "مجموعه‌ای از حوادث ناگوار"^{۲۴} از "برد سیلبرلینگ" است (تصویر ۱). اگر چه این شیوه را می‌توان نوعی از نقاشی متحرک "کات اوت"^{۲۵} دانست اما با توجه به توضیحات قبلی در این مورد آن چه خود نمایی می‌کند نقاشی متحرک نیست بلکه بازگویی هنرمندانه‌ی تصویرساز از ماجراهای فیلم است. از دیگر عنوان‌بندی‌هایی مشابه می‌توان به "۳۰۰"، "مومیایی ۳" و "مردی متحرک" اشاره کرد.

۲) عنوان‌بندی با رویکرد گرافیکی (تصویر ۲)

گاهی ایده‌ی یک عنوان‌بندی با فیلم‌ها و عکس‌ها و همچنین رویکرد تصویرسازانه و نوشته‌محور جمع نمی‌شود. مانند زمانی که سفارش پوستری کاملاً گرافیکی را به طراح می‌دهند و او باید پشت کامپیوترش نشسته و از مواد و پیش‌طرح‌های موجود، اثری با هویت دیگر طراحی کند. برخورد گرافیکی، مربوط به عنوان‌هایی است که با عناصر "گرافیکی صرف" ایجاد می‌شوند و یا نگاهی بسیار ساده و سریع به عناصر داخل فیلم دارند. ساده سازی عناصر و تبدیل عناصر به یک‌دیگر به جای برش و گذار از ویژگی‌های مهم این عنوان‌بندی‌ها هستند.

۲۰- Imaginary forces

۲۱- popup

۲۲- Step-motion

۲۳- composite

۲۴- "Lemony Snicket's A Series of Unfortunate Events", Brad Silberling, ۲۰۰۴

۲۵- cut-out

۲۶- "The Incredibles", Brad Bird, ۲۰۰۴



تصویر ۲، خارق‌العاده‌ها (گرافیک در تیتراژ، ۱۳۸۸).

پایان‌بندی فیلم "خارق‌العاده‌ها"^{۲۳} از این دسته است؛ زمانی که عناصر گرافیکی حرف اول را می‌زنند! با این که اثر تصویرمتحرک است، اما عنوان‌بندی آن از سادگی گرافیکی عناصر بهره می‌برد و شخصیت‌ها را با موجزترین نشانه‌های بصری در حال نمایش قدرت، حرکات سریع و عبور از میان انفجارها و مانع‌ها به تصویر می‌کشد (تصویر ۲).

عنوان‌بندی فیلم "اگه می‌تونی منو بگیر"^{۲۴} نمونه‌ی دیگر این شیوه است که فرار یک جاعل چک‌های بانکی را در فضاهای مختلف نشان می‌دهد. ایجاد ارتباط فرمی مؤثر میان نوشته و عناصر موجود در فضا، تبدیل‌های پراز جزئیات از فضایی به فضای دیگر و تنوع همراه با سنخیت از امتیازهای این اثر است. به نظر می‌رسد در این مورد بتوان آن گزاره را مردود دانست که عنوان نباید به داستان فیلم اشاره‌ای مستقیم بکند: «تیتراژ خوب، تیتراژی است که ضمن فضاسازی داستان، از بیان و نمایش نقاط کلیدی و پایان داستان طفره می‌رود. اشاره در تیتراژ مانند حرکت بر لبه تیغ است و بایستی با ظرافت و دقت مینیاتوری، به فراز و فرود فیلم پرداخت. بدون اینکه احساس شود از تمایل تماشاگر نسبت به دیدن فیلم کاسته شده است» (صادقی، ۱۳۸۷: ۲۱).

در فیلم "اگه می‌تونی منو بگیر" تقریباً تمام داستان در تصاویر خلاصه‌شده‌ی گرافیکی بازگو می‌شود. ما در فیلم شاهد جوانی هستیم که زندگی جاقلانه‌ی خود را از فرودگاه شروع کرده و از همان موقع شخصیت پلیس، با بازی "تام هنکس"^{۲۸} با همان ظاهری که در عنوان تصویر شده است (یعنی عینک کلاه و کروات) او را تعقیب می‌کند. تمام مکان‌هایی که فیلم به آن می‌پردازد از جمله بیمارستان، ویلای شخصیت اصلی و حتی حرکت به نقاط مختلف زمین در عنوان بازگو می‌شود. به نظر می‌آید، این عنوان عیناً از خلاصه‌ی متن فیلم استفاده کرده است.

"جیب‌تر از افسانه"، "یگ عدالت"، "کیس کیس بنگ بنگ" و "جاعل‌ها" نمونه‌های دیگر این شیوه هستند. در عنوان "کیس کیس بنگ بنگ" هم شاهد چکیده‌ای گرافیکی از آن چیزی هستیم که در فیلم اتفاق می‌افتد. در خلاصه‌ی این کم‌دی جنایی می‌خوانیم، که دزدی بی‌چیز در ماجرای فرار از دست پلیس به صحنه‌ی آزمون بازیگری می‌رسد و به مهمانی تهیه‌کنندگان دعوت می‌شود، کمی بعد خود را با دختر آرزوهایش در میانه‌ی تحقیق یک قتل می‌یابد. ماجرا با مهمانی‌ها، پل‌های هوایی، هتل، اسلحه و اشتیاق برای به دست آوردن دختر پیش می‌رود. این عناصر در فصل عنوان با هم ترکیب شده‌اند و در برخی لحظات هم رخدادهای فیلم به گونه‌ای استعاری در فصل مربوطه بازگو می‌شود. برای نمونه سقوط دختر از پل در فصل عنوان، به صورت

۲۷- "Catch Me If You Can", Steven Spielberg, ۲۰۰۲
۲۸- Tom Hanks



تصویر ۳، کره (نوشته در تیتراژ، ۱۳۸۸).

هل دادن او از تراس مهمانی و همچنین هویت "دله دزد" بودن شخصیت اصلی در پلان اول با پریدن او از روی فنس‌ها نشان داده می‌شود. تصاویر ساده شده از اثر شلیک گلوله، تصاویر زنان، خون‌های ریخته‌شده و همچنین بازیگران اسلحه به دست هم در این عنوان وجود دارند و رنگ غالب عنوان هم آکر و سیاه است. اثر دیگری که در این بحث می‌گنجد، عنوان ابتدایی فیلم "دفن شده"^{۲۹} است. این کار در میان آثار جدید شاید شبیه‌ترین عنوان‌بندی‌ها به سبک استاد این رشته یعنی "ساول باس" باشد. در توضیح خبرنگار پیش از آغاز مصاحبه با "خورخه کالوا"^{۳۰} طراح این عنوان‌بندی،

آمده‌است: «این اغواگری خطوط ساول باسی در یک فضای خفه‌کننده هستند که عنوان‌بندی فیلم "دفن شده" اثر "رودریگو کورتز" را به نماد تعمیم‌پذیری مسئله‌ی مرگ و تنش پویای موجود در حرکت پیچشی "ساول باس" مآب جان می‌بخشد. تصاویر محصور شده‌ی این عنوان‌بندی در میان عناصر گرافیکی نیز هرچه بیشتر ما را به دیدن داستان فیلم که زنده به گور شدن یک انسان است، تشویق می‌کند» (کالوا، ۲۰۱۰).

"خورخه کالوا" از همان ابتدا به یک اثر ساول باس گونه برای چنین فیلمی در گونه‌ی ترسناک اندیشیده است. خطوط پایین رونده در طول عنوان‌بندی با پس‌زمینه‌ی محوی از خاک، القاکننده‌ی رفتن به عمق زمین است، یعنی جایی که شخصیت فیلم در آن جا دفن شده، تصاویر مبهمی از عناصر همراه شخصیت (مانند چراغ قوه‌ی او) نیز برای ارتباط بیشتر با فیلم استفاده شده‌اند. اما در کل این خطوط و سطوح هستند که عنوان فیلم را سامان می‌بخشند (کالوا، ۲۰۱۰) و برخورد گرافیکی در عنوان‌بندی حرفه‌ی طراح گرافیک و تدوین‌گر رایانه‌ای فیلم است.

۳) رویکرد نوشتاری (تصویر ۳)

این رویکرد مربوط به عنوان‌بندی‌هایی است که عنصر اصلی طراحی شده در آن‌ها نوشته (تایپ) است. طراحان متخصص در این رشته طراحان حروف و به عبارتی طراحان گرافیک هستند. زمانی یک عنوان‌بندی نوشتاری می‌شود که مهمترین عامل ارتباطی با محتوا و فرم فیلم نوشته باشد. نمونه‌های قرار گرفته در این دسته "گُره" ساخته‌ی "باری لوینسن"^{۳۱}، "حقیقت ناجور" ساخته‌ی "دیویس گوگنهایم"^{۳۲} و "سوفلور"^{۳۳} ساخته‌ی "برونو ساوارد"^{۳۴} هستند.

در فیلم کره، عنصر نوشتار با تبعیت از اسلوب حرکتی ویژه‌ای گاهی از چپ و گاهی از راست وارد می‌شود و به انحاء مختلف در مقابل کره تغییر شکل می‌دهد. به گونه‌ای که به نظر می‌رسد از پشت یک فیلتر کروی به نوشته‌ها نگریسته می‌شود (تصویر ۳).

"حقیقت سخت" مستند برنده‌ی جایزه اسکار که به مسئله‌ی گرم شدن زمین می‌پردازد، به نحوی دیگر با نوشته برخورد می‌کند. به گونه‌ای که چند حرف از عناوین زودتر بر صفحه ظاهر می‌شوند و از هر عنوان برای عنوان بعدی چند حرف باقی می‌ماند، و این حروف به نرمی روی

۲۹- "Buried", Rodrigo Cortés, ۲۰۱۰

۳۰- Jorge Calvo

۳۱- Barry Levinson

۳۲- Davis Guggenheim

۳۳- Le Souffleur

۳۴- Bruno Sauvart

صفحه به چهار جهت حرکت می‌کنند، بدون این‌که دوربین کوچکترین حرکتی داشته باشد. حروفی که قرار است روی صفحه نمانند محو^{۳۵} می‌شوند. در عنوان فیلم "سوفلور" هم نوعی دیگر از برخورد نوشتاری را شاهدیم، حروفی که ساختار نامنظمی دارند به گونه‌ای اتفاقی در فضا رها شده‌اند و همزمان با حرکت دوربین این حروف در کنار هم قرار می‌گیرند و در میان انبوهی از بی‌نظمی، کلمات و نوشته‌ها را در چند لحظه شکل می‌دهند. گه‌گاه عناصری همچون خط به زیبایی رقص حروف کمک می‌کنند. "دست نیافتنی‌ها"^{۳۶} و "یادمان کامل"^{۳۷} هم نمونه‌های دیگری از این شیوه‌ی عنوان‌بندی هستند. گاهی هم تاپیوگرافی به کمک عنوان فیلم می‌آید و آن را به معنایش نزدیکتر و به لحاظ فرم به یادماندنی‌تر می‌کند.

۴) رویکرد سینمایی

رویکرد سینمایی در عنوان‌بندی مربوط به زمانی است که ایده در ذهن کارگردان یا نویسنده شکل می‌گیرد و فصل عنوان به مثابه نمای معرف فیلم مطرح می‌شود. معمولاً در طول چنین فصل‌هایی شخصیت اصلی در حال انجام کنش معمول و روزمره‌ی خود نشان داده می‌شود. مشخصه‌ی اصلی این نوع عنوان‌بندی‌ها این است که یقیناً جزئی از فیلم‌نامه محسوب شده و دارای خط روایی‌اند. "سگ‌دونی" از "کونتین تارانتینو"^{۳۸} هم، چنین تفکری دارد. شخصیت‌ها در یک فصل با حالت‌های بازیگرانه‌ی معرف هویت خود با حرکت آهسته راه می‌روند. نمای نزدیک هرکدام از شخصیت‌ها با حک شدن نام بازیگر آن شخصیت همراه است. "پیچ تند"^{۳۹} اثر "الیور استون"^{۴۰}، نمونه‌ی دیگری از این شگرد است که چهار دقیقه از یک عنوان‌بندی را به عبور شخصیت از جاده، خراب شدن خودرواش و چگونگی ورود به یک شهر را با فضاسازی‌های مرتبط ترسیم می‌کند. مشخصه‌ی این عنوان‌بندی‌ها این است که می‌توان به راحتی آن را بخشی از فیلم دانست، بدین معنی که اگر عنوان را حذف کنیم داستان فیلم ناقص خواهد ماند. "سقوط"^{۴۱} اثر "تارسم سینگ"^{۴۲} نمونه‌ی بسیار زیبای این نوع از عنوان‌بندی‌ها است که به طور صامت و بسیار هماهنگ با موسیقی، حادثه‌ای را در ابتدای فیلم بازگو می‌کند که شخصیت داستان را در ادامه‌ی فیلم زمین‌گیر کرده است. نماهای آرام^{۴۳} با فریم ریت^{۴۴} بالا، حرکات تنظیم شده‌ی دوربین، نور و درکل چیدمان صحنه‌ی این فصل را به یک فصل سینمایی به یادماندنی تبدیل کرده است. عنوان‌بندی سینمایی حاصل تلاش نویسنده، کارگردان و تدوین‌گر است.

۵) عنوان‌بندی سینمایی تأکیدی و تدوینی

پس از مشاهده‌ی نمونه‌هایی که در بخش عنوان‌بندی‌های تأکیدی قرار گرفتند مشخص شد که، عنوان‌بندی‌های تأکیدی را می‌توان به دو گونه تقسیم کرد. گونه‌ی اول؛ کلاژی از تصاویر جدای از تصویرهای اصلی فیلم است و در گونه‌ی دوم تمام فصل بر یک عنصر که چکیده‌ی فیلم یا ترجمه‌ی بصری نام فیلم است تأکید می‌ورزد. در فیلم "گلو خشمگین" اثر "مارتین اسکرسزی"^{۴۵}، عنصر تأکید حرکات تمرینی یک مشت‌زن بر روی رینگ است. در عنوان این فیلم، متن عنوان که از "گرید"^{۴۶} و اسلوب خاصی تبعیت می‌کنند بر روی تصاویر حرکات تمرینی مشت‌زنی قرار می‌گیرند. کارگردان برای تأکید بر دو نام کارگردان و بازیگر (رابرت دنیرو) آن‌ها را بر زمینه‌ی سیاه ارائه نموده و همچنین عنوان فیلم را با رنگ و اندازه‌ی متفاوت نمایش

- ۳۵- fade-out
- ۳۶- Untouchables
- ۳۷- Total Recall
- ۳۸- Quentin Jerome Tarantino
- ۳۹- U-turn
- ۴۰- Oliver Stone
- ۴۱- The Fall
- ۴۲- Tarsem Singh
- ۴۳- Slow
- ۴۴- frame rate
- ۴۵- Martin Scorsese
- ۴۶- grid

می‌دهد.

در فیلم "بزرگراه گمشده"^{۴۷} اثر دیوید لینچ^{۴۸} مفهوم بزرگراه به تصویر جاده‌ای با خطوط راهنمای زرد رنگ تبدیل شده و در پس‌زمینه‌ی متن عنوان‌بندی با سرعت نمایش داده می‌شود. پیش‌تر، در عاشقانه‌ای (رومنسی) دیگر از "جک کاردیف"^{۴۹} بانام "دختر موتور سوار"^{۵۰} از همین شیوه استفاده شده است. عنوان فیلم "گاتاگا"^{۵۱} که یک تریلر (در گونه‌ی فیلم‌های هیجان‌انگیز) فوتوریستی است هم توسط شرکت "ایمجینری فورسز" ساخته شده‌است. در این عنوان‌بندی تصاویر نزدیک و آهسته از افتادن ناخن و مو بر زمینه‌ای آبی رنگ دست‌مایه‌ی تأکید قرار می‌گیرد. این‌ها همه نمونه‌هایی از عنوان‌بندی تأکیدی هستند. این نوع از عنوان‌بندی بسیار به شیوه‌ی سینمایی نزدیک است با این تفاوت که به لحاظ روایت چیزی به فیلم اضافه نمی‌کند، یعنی اگر این عنوان‌ها را از ابتدای فیلم حذف کنیم لطمه‌ای به آن وارد نمی‌شود.

۵-۱) عنوان‌بندی فضا‌ساز؛ کلاژ تصویری

شاید این عنوان‌بندی‌ها به دلیل فضای اغراق شده، تعلیق بالا و رابطه‌ی برادرانه‌شان با فیلم‌های ترسناک از معروفترین عنوان‌بندی‌ها باشند. مسلماً هر کس فیلم هفت اثر "فینچر"^{۵۲} را دیده باشد فصل عنوانش را فراموش نکرده است. این دسته از عنوان‌بندی‌ها با محوریت تدوین طراحی می‌شود به گونه‌ای که عناصر گرافیکی به حاشیه می‌روند و مجموعه‌ی اغراق‌شده‌ای از تصاویر عموماً نامفهوم و نشانه‌وار دیده می‌شود. در این برخورد عناصری از فیلم یا تصاویری از خود فیلم انتخاب می‌شوند و در فصل بر آن‌ها تأکید می‌شود در یک کلام این عنوان‌ها همه‌چیز را فدای فضا‌سازی می‌کنند.

عنوان‌بندی سریال "دکستر"^{۵۳} که بیدار شدن شخصیت و مراحل متوالی اعمال روزانه‌اش را با چاشنی خشونت بازگو می‌کند با آن تأکید زیاد بر جزئیات و استفاده از برش‌های ناگهانی^{۵۴} و حس بیان‌گرانه‌ی حاکم بر فضا کاملاً به عنوان‌های تأکیدی فضا‌سازانه شبیه است. در "سپیده دم مردگان"^{۵۵} تصاویری از حمله‌ی زامبی‌ها در موقعیت‌های مختلف و تصاویری از تغییرات بیوشیمیایی و همچنین سخنرانی شخصی در هیئت رئیس‌جمهور در یک توالی متأثر از فیلترهای تغییردهنده‌ی رنگ با جلوه‌ی آنالوگ رادیویی ترکیب شده‌اند. در فیلم میمیک، که ماجرای آن دست‌کاری بشر در ساختار ژنتیکی حشرات برای ریشه‌کن کردن یک بیماری و عواقب تغییر آن حشرات است، دست‌مایه‌ی تأکید، تصاویر فیلم و عکس‌هایی از پروانه‌ها و حشرات جمع‌آوری شده و سوزن‌های فرورفته در عکس‌های قطعه قطعه و پروانه‌ها است.

گاهی این برخورد پیچیده‌تر هم می‌شود، در عنوان‌بندی فیلم "هفت" ساخته "فینچر"، تصاویری می‌بینیم که چکیده‌ی فعالیت‌های شخصیت منفی است. این موضوع را بدون دیدن فیلم نمی‌شود تشخیص داد. به جز جلوه محور بودن آثار تأکیدی، ناقص بودن معنای عنوان‌بندی ویژگی مهم این آثار است. مثل این می‌ماند که کسی داستان پرسش برانگیزی را برای شما تعریف کرده که جواب پرسش‌ها تا بازگو کردن داستان دومی مخفی بماند.

همان‌گونه که شروع یک فصل با نماهای بسته، ایجاد تعلیق می‌کند، هدف عمده‌ی این سکانس‌های تأکیدی شلوغ هم، ایجاد سؤال در مخاطب و به قولی میخکوب کردن او بر صندلی سینماست. در این‌گونه عنوان‌بندی‌ها، تصویربردار و تدوین‌گر و گاهی ترکیب‌کننده‌ی کامپیوتری هنر‌نمایی می‌کنند.

۵-۲) عنوان‌بندی با تأکید بر یک عنصر و استفاده از فنون گرافیک

این نمونه از عنوان‌بندی نوعی از عنوان‌بندی‌های تأکیدی را شامل می‌شود که شیوه‌های گرافیکی

۴۷- "Lost highway", David Lynch, ۱۹۹۷

۴۸- David Lynch

۴۹- Jack Cardiff

۵۰- "The Girl on a motorcycle", Jack Cardiff, ۱۹۶۸

۵۱- "Gattaca", Andrew Niccol, ۱۹۹۷

۵۲- David Fincher

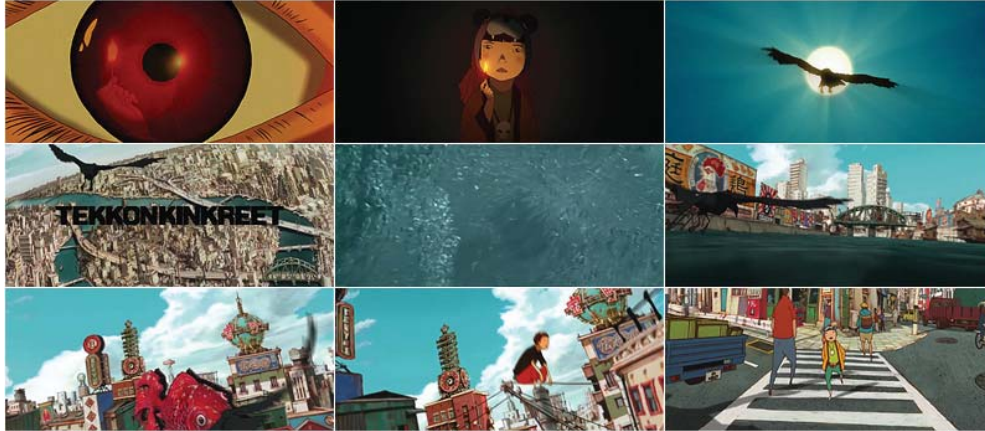
۵۳- Dexter

۵۴- Jump cut

۵۵- "Dawn of the deads", by Zack Snyder,

۲۰۰۴

۵۶- "Mentiras Piadosas", Diego Sabanés, ۲۰۰۸



تصویر ۴. Tekkonkinkreet (گرافیک در تیتراژ، ۱۳۸۸).

را برای اجرا بر می‌گزینند. در دروغ‌های عشق^{۵۶} ما فضای خانه‌ای را می‌بینیم که دوربین به کنج‌های تاریک آن می‌رود و حروف و نقوش^{۵۷} به عناصر فیلم حال و هوای ویژه‌ای بخشیده‌اند. در فیلم "مکس پین"^{۵۸}، تصاویر پرداخت شده‌ی کامپیوتری از شلیک آتش و دود اسلحه در پس زمینه‌ی عنوان‌بندی است، چرا که فیلم حول این محور می‌گردد. برخورد گرافیکی زمانی کارایی دارد که ایده‌ی طراح با کیفیات گرافیکی همچون کنتراست، حرکت و تبدیل شدن عناصر بر اساس شباهت فرمی آن‌ها بیان می‌شود. "مرد آهنی" نمونه‌ی دیگری است که جزئیات یک بدن آهنی را با خطوط رنگی در فضایی سه‌بعدی نشان می‌دهد. ارتباط این فصل عنوان با فیلم، برگزیدن یک عنصر خاص و تأکید بر آن است. همان‌گونه که "مکس پین" اسلحه را به عنوان عنصر تأکیدی انتخاب می‌کند بزرگراه گمشده یک جاده‌ی خط‌کشی شده را و "گاتاگا" افتادن ناخن را برمی‌گزیند، فیلم مرد آهنی هم یک آدم آهنی را برای نمایش فصل عنوان‌بندی انتخاب می‌کند.

۶) عنوان‌بندی با رویکرد نقاشی متحرک (تصویر ۴)

همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، تفاوت میان گرافیک متحرک و نقاشی متحرک به تعاریف کلاسیک این رشته و جزئیات اختصاصی آن یعنی دوره‌های حرکتی، طراحی شخصیت، ترکیب و غیره باز می‌گردد. دسته‌ای از عنوان‌بندی‌ها به طور علنی از شیوه‌ی نقاشی متحرک به معنای کلاسیک فایده می‌جویند. عنوان‌بندی "کمپانی" که با نگاهی نمادین، مسئله‌ی طبیعت و چالش بمب اتم را به نمایش می‌گذارد، به شیوه‌ی نقاشی متحرک محور طراحی شده‌است. شاید ساخته شده در-یوگوسلاوی^{۵۹} هم نمونه‌ی موفق دیگری در این شاخه است. Tekkonkinkreet^{۶۰} و عصر تحول^{۶۱} از دیگر عنوان‌بندی‌های ساخته‌شده با این شیوه هستند.

نتیجه‌گیری

نمونه‌های آورده شده در این پژوهش بر مبنای دو معیار ارتباط با محتوای فیلم و شیوه‌ی استفاده شده، تقسیم‌بندی شده‌اند، بعضی از فنون به شیوه‌ی خاصی، با فیلم ارتباط برقرار می‌کنند. به عنوان مثال شیوه‌ی ارتباط تأکید بر یک عنصر توسط نوشته نمی‌تواند انجام شود و شیوه‌ی اجرایی فضا سازی مونتاژی با فنون سینمایی صورت می‌پذیرد. پس در بخش شیوه‌های اجرا در نهایت به این موارد می‌رسیم: ۱- عنوان‌بندی با رویکرد تصویرسازانه ۲- عنوان‌بندی گرافیکی ۳- عنوان‌بندی

۵۷- patterns

۵۸- "Max Payne", John Moore, ۲۰۰۸

۵۹- «Made in YU», Mico Lazik, ۲۰۰۵

۶۰- «Tekkonkin- kreet», Michael, ۲۰۰۶

۶۱- «Aeon Flux» Peter, Chung, ۱۹۹۱

نوشتاری ۴-عنوان‌بندی سینمایی ۵-عنوان‌بندی تدوینی ۶-عنوان‌بندی با محوریت تصویر متحرک. در بررسی شیوه‌های ارتباط فصل عنوان با موضوع فیلم به این نمونه‌ها بر می‌خوریم: ۱- مقدمه‌ی فیلم ۲- بازگویی مستقیم خلاصه‌ی داستان ۳- تأکید بر عنصری از عناصر فیلم. ۴- ایجاد فضایی مبهم و مرتبط با فضای فیلم ۵- بی‌ارتباط با داستان. در کنارهم گذاردن این دو نگاه ما را به این دسته بندی می‌رساند:

شیوه‌ی اجرا	شیوه‌ی ارتباط با داستان و محتوی	نمونه فیلم‌ها
رویکرد تصویرسازانه	فضاسازی در کنار داستان	شبکه، مرد آهنی، راک ان رول، کیس کیس بنگ بنگ، شرلوک هلمز، مومیایی ۳، مرده‌ی متحرک، لمونی اسنیکت، ایالات متحده‌ی تارا
رویکرد سینمایی	مقدمه‌ی فیلم	سگ دونی، بیچ تند، سقوط، گاز از شیرینی زنجبیلی، ناخدای جنگ، خیابان مالهلند، روزی روزگاری در غرب، گاو خشمگین، هیجان شبیه شب، سرزمین زامبی‌ها، تیغ ۴، گلوله، بچه‌ی اشتباهی، دلیکانیسن،
رویکرد سینمایی	فضاسازی در کنار داستان؛ کلاژ تصویری	هفت، دکستر، سپیده‌دم مردگان، میمیک، مأموریت غیرممکن
رویکرد سینمایی	تأکید سینمایی بر عنصری از فیلم	گاو خشمگین، بزرگراه گمشده، دختر موتور سوار، گاتاکا
رویکرد گرافیکی	تأکید گرافیکی بر عنصری از فیلم	دروغ‌های عشق، مکس پین، مرد آهنی
رویکرد گرافیکی	گرافیک صرف؛ خلاصه‌ای از داستان	خارق‌العاده‌ها، اگه میتونی منو بگیر، عجیب‌تر از افسانه، لیگ عدالت، کیس کیس بنگ بنگ، جاعل‌ها، آناتومی یک قتل، لیگ عدالت، خوب بد زشت
رویکرد نقاشی متحرک	مقدمه‌ی فیلم	یوگوسلاوی، نکون کین کریت، عصر تحول
برخورد نوشتاری	بی‌ارتباط با داستان (ارتباط ضمنی)	حقیقت سخت، سوفلور، کره، یادمان کامل، دست‌نیافتنی‌ها

بدین ترتیب به نوعی از دسته‌بندی رسیدیم که به طور هم‌زمان شیوه‌ی اجرایی و ارتباط با محتوا را لحاظ کرده و عنوان‌بندی‌ها را در انواع معدودی قرار می‌دهد. در فیلم‌ها و سریال‌های بررسی شده شیوه‌ی اجرای سینمایی از سه طریق و شیوه‌ی گرافیکی از دو طریق با فیلم و داستان آن ارتباط برقرار می‌کند. طراح می‌تواند با آگاهی از شیوه‌های مختلف، راه خود را برای شروع فرآیند طراحی برگزیند. دسته‌بندی عنوان‌بندی‌ها بر دو معیار ذکر شده می‌تواند دقیق‌تر و حرفه‌ای‌تر باشد و این پژوهش می‌تواند دست‌مایه‌ی پژوهش‌های بعدی باشد تا ارتباط شیوه‌ی انتخاب شده برای طراحی عنوان‌بندی با نوع سینمایی و حال و هوای فیلم، دامنه‌ی مخاطبان فیلم و سایر متغیرها را گسترش دهد.

منابع کتاب‌ها:

- بروفر، فریبا(۱۳۸۲)، گرافیک متحرک در دنیای امروز. پایان‌نامه‌ی منتشر نشده‌ی کارشناسی ارشد. دانشگاه هنر. تهران.
- سعیدی پور، فرشته(۱۳۷۶)، گرافیک در عنوان‌بندی فیلم، تهران: سروش.
- صادقی، مهدی(۱۳۸۷)، گرافیک و سینما، تهران: میردشتی.
- فروزان، گشتاسب(۱۳۷۶)، بررسی و تحلیل عنوان‌بندی فیلم‌های ایرانی پس از انقلاب. پایان‌نامه‌ی منتشر نشده‌ی کارشناسی ارشد. دانشگاه هنر. تهران.
- مراثی، محسن. جوانمردی(۱۳۸۸)، سیر تحول عنوان‌بندی در سینمای ایران و جهان. مجله علمی پژوهشی نگره. شماره ... تابستان .

سایت‌ها:

- Caliri, Jamie , (April 6, 2009) , interview by ARTOFTHETITLE.com. United states of Tara.
- Calvo, Jorge , (Oct 25, 2010) , interview by ARTOFTHETITLE.com. Buried.
- Fuller, Steve , (Jan 14, 2010) , interview by ARTOFTHETITLE.com. Pacific.
- Yount, Danny , (Jan 21, 2010) , interview by ARTOFTHETITLE.com. Sherlock Holmes.
- www.artofthetitle
- www.forgetthemovieandthetitle.com

منابع انگلیسی:

- Krasner, Jon, (2008), Motion Graphic Design; Applied History and aesthetics. Burlington: Elsevier Inc.
- Samara, Timothy, (2007), Design elements.Massachusetts: Rockport .