



سیر تحول عنوان‌بندی در سینمای ایران و جهان

الهه جوانمرد* محسن مراشی**

چکیده

مقاله پیش‌رودر مورد بررسی سیر تحول عنوان‌بندی در آثار سینمای ایران و جهان است. بر اساس پژوهش انجام گرفته، این نتیجه‌گیری به دست آمد که عنوان‌بندی آثار سینمایی در ایران زیاد مورد توجه و اهمیت قرار نگرفته و هم‌چنین زمان و نیروی انسانی متخصص نیز برای این‌کار در نظر گرفته نمی‌شود. علاوه بر این در روند تولید، تعیین و اختصاص هزینه‌های فیلم، بودجه و برنامه‌ریزی جداگانه‌ای برای عنوان‌بندی در نظر گرفته نمی‌شود و حتی بعضی اوقات انجام این کار را به افراد غیرمتخصص واگذار می‌شود.

در این پژوهش بر جایگاه طراحی عنوان‌بندی، به عنوان یک هنر مستقل تأکید گردیده و ضرورت طراحی و ساخت آن توسط افراد متخصص اثبات شده است. در این‌جا روند شکل‌گیری عنوان‌بندی در سینمای جهان و تحولات مربوط به آن مورد توجه است. این مقاله به لحاظ ماهیت بنیادی و به روش کتابخانه‌ای تهیه شده است. با توجه به عدم دسترسی به منابع کافی فارسی جهت تهیه اطلاعات اولیه از ترجمه متون خارجی استفاده شده است.

واژگان کلیدی

عنوان‌بندی، ارتباط تصویری، پویانمایی، سینما.

* کارشناس ارشد گرافیک دانشگاه شاهد، مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی تهران
Email: eladesigner80@hotmail.com
Email: marasy@shahed.

** عضو هیئت علمی دانشکده دانشگاه شاهد

مقدمه

عنوان‌بندی (uncredited)، در ابتدا و انتهای آثار سینمایی نقش به سزایی در شناساندن عوامل سازنده فیلم دارد و گاه عنوان‌بندی ابتدایی تا اندازه‌ای ذهن مخاطب را با موضوع فیلم آشنا می‌کند.

برخی از پژوهش‌گران و محققین معتقدند عنوان‌بندی شناسنامه یک فیلم است. در حقیقت عنوان‌بندی، معرفی دست‌اندرکاران و گروه سازندگان فیلم را بر عهده دارد. (مستغاثی، ۱۳۸۷، ۱۲) به همین دلیل به جرات می‌توان گفت که سابقه پیدایش عنوان‌بندی به تاریخچه پیدایش سینما بازمی‌گردد و سیر تحول آن ارتباط مستقیمی با پیشرفت و تحول سینما در طول تاریخ دارد.

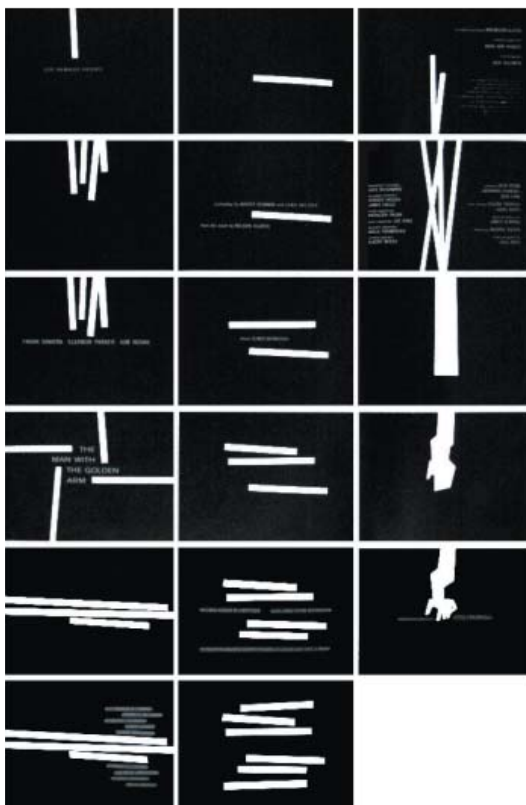
در فرهنگ سینمایی «لاروس» تعریف عنوان‌بندی بدین‌گونه آمده است: «تیتراژ بخشی از فیلم است که نام فیلم، اسامی بازیگران و دیگر دست‌اندرکاران آن اعم از نویسنده فیلم‌نامه، کارگردان، گروه فنی، تهیه‌کننده، فیلمبردار و همچنین استودیوی فیلمبرداری، صدا و غیره در آن ذکر می‌شود». (مستغاثی، ۱۳۸۷، ۱۲)

امروزه تعریف و هدفی که از تعریف عنوان‌بندی در فرهنگ سینمایی آمده از ابتدایی‌ترین اهداف آن محسوب می‌شود. اگرچه در اوایل پیدایش سینما و ساخت فیلم‌های صامت، عنوان‌بندی‌های آن‌ها ساده و ابتدایی بود و هدف معرفی صرف عوامل سازنده فیلم بود. اما اکنون عنوان‌بندی علاوه بر معرفی باید هماهنگ با محتوا و موضوع کلی فیلم باشد و مفهوم مورد نظر را به خوبی به مخاطب انتقال دهد. از این‌رو تاثیر بسیاری روی فیلم و مخاطب چه به لحاظ بصری و چه محتوایی دارد و اهمیت آن به حدی است که جشنواره‌های مختلفی برای نمایش و انتخاب عنوان‌بندی‌های برگزیده در اروپا و آمریکا شکل گرفته است و در ایران نیز در سال ۱۳۶۷ جوایزی برای این رشته به عنوان هنری مستقل در کنار سایر فنون فیلم‌سازی در نظر گرفته شد. (ملکیان، ۱۳۷۴، ۶۰)

بدیهی است که اصول ارتباط تصویری نقش مهم و به سزایی در عنوان‌بندی دارد تا آن‌جا که ساخت عنوان‌بندی از شاخه‌های هنر ارتباط تصویری محسوب می‌شود. سائول باس، نخستین فردی بود که در دهه ۱۹۵۰ میلادی فعالیت جدی خود را در زمینه ساخت عنوان‌بندی و در قالب یک هنر مستقل و شاخه‌ای از گرافیک آغاز کرد. وی در کارهایش بیش‌تر از تصویرسازی و حروف‌نگاری (typography) استفاده کرده است. (ملکیان، ۱۳۷۴، ۶۰) (تصویر شماره ۱) تحول عنوان‌بندی متأثر از تکامل، رشد و پیشرفت‌هایی بوده که در هنر ارتباط تصویری به وجود آمده است.

سیر تحول عنوان‌بندی در سینما

در ابتدای تاریخ سینما عنوان‌بندی شامل، یک قاب



تصویر ۱ - مرد بازو طلایی، اثر اتو پره‌مینگر، محصول شرکت کارلیل و یونایتد آرتیست، ۱۹۵۵، طراح عنوان‌بندی: سائول باس
از کتاب uncredited

ساده سیاه با حروف سیاه که حتی تلاشی هم جهت تناسب آن با نوع فیلم به کار نمی‌رفت و هدفش تنها معرفی دست‌اندرکاران فیلم بود. (مستغاثی، ۱۳۸۷، ۱۲) اما با طولانی شدن زمان فیلم و افزایش عوامل سازنده آن و همچنین با پیشرفت و گسترش گرافیک در زندگی روزمره و به طبع آن در سینما، فیلم‌سازان به این فعالیت گرافیکی - سینمایی با دیدی تازه نگرستند.

در سال ۱۹۳۰ عنوان‌بندی‌ها زبان گویای فیلم‌ها شدند و تشکیل سیستم استودیوها و به وجود آمدن نشانه‌های استودیوها و جایگاه آن در اول عنوان‌بندی متداول بود. مانند علامت تجاری مترو گلدوین‌میر (Metro Goldwyn Mayer)^۱ (کینگزبرگ، ۱۳۷۹، ۵۱۳) که در آغاز محصولات این شرکت به نمایش درمی‌آمد. شیر استودیوی گلدن‌میر نشانه‌ای بود از یک فیلم پر زرق و برق و عظیم و پرهزینه. با اوج‌گیری فیلم‌های موزیکال از یک سو، نوع گنگستری و وسترن از سوی دیگر، فیلم‌سازان هم به این فکر افتادند که خطوط و حروف ساده متناسبی با محتوای فیلم‌ها پیدا کنند تا تماشاگران را از همان ابتدا با نوع فیلم آشنا سازند. زمینه و خود حروف بسته به نوع فیلم متفاوت شدند. حروف فیلم‌های کمدی و موزیکال شکلی فانتزی

۱ - بزرگ‌ترین و قدرتمندترین شرکت در میان شرکت‌های بزرگ فیلم‌سازی هالیوود از حدود ۱۹۳۰ تا سال‌های بعد از جنگ دوم جهانی، که علامت آن شیری غران بود که در ابتدای هر فیلم ظاهر می‌شد.



تصویر ۳- ادوارد دست قیچی، اثر تیم برتون محصول شرکت توئنتیت سنچری فاکس ۱۹۹۰، طراح عنوان بندی: رابرت داوسن، جدا شده از فیلم ادوارد دست قیچی

تصویر ۲- همشهری کین، اثر اورسن ولز، محصول شرکت آرکی (RKO) از کتاب Uncredited

سبک فیلم بستگی دارد. به عنوان مثال در یک فیلم مستند و جدی عنوان بندی پویانمایی که سختی با فیلم ندارد امری اشتباه تلقی می شود.

گونه دیگری از تقسیم بندی عنوان بندی وجود دارد که بیش تر به شیوه اجرایی و نوع ارائه آن بازمی گردد و عبارت است از:

۱- شکل ساده و ابتدایی که می تواند در اول و آخر فیلم قرار گیرد. در این شیوه از عنوان بندی معمولاً پلان آخر فیلم با پلان اول آن همجنس و هماهنگ است و در عنوان بندی ابتدای فیلم معرفی عوامل مهم سازنده فیلم می باشد و عنوان بندی انتهایی شامل معرفی تمام عوامل و دست اندرکاران است. البته در طول تاریخ سینما اغلب فیلم های ساختار شکن با این شیوه ساخته شده اند، مانند فیلم «همشهری کین» (۱۹۴۱، اورسن ولز) (تصویر شماره ۲) که تنها نام فیلم در ابتدا می آید و عنوان بندی اصلی که تمام عوامل را معرفی می کند در انتهای فیلم به چشم می خورد. در برخی از فیلم ها، عنوان بندی در آغاز فیلم وجود ندارد و تنها در پایان فیلم دیده می شود مانند «اینگ آخرالزمان» (۱۹۷۸، فرانسیس فورد کاپولا) و «اروپا» (۱۹۹۰، لارسن فن تریر).

پیدا کردند. حروف آثار و سترن به شکل حروف بزرگ (Capital letter) و اغلب با رنگ زرد در کنار یکدیگر قرار گرفتند. (مستغاثی، ۱۳۸۷، ۱۲)

در اغلب فیلم های هراسناک از حروف گوتیک استفاده می شد. در نتیجه بسته به نوع فیلم عنوان بندی هم متناسب با آن ساخته می شد. از نظر فضای بصری عنوان بندی نباید همانند تکه ای ناهمگون و وصله ای ناجور در کنار فیلم باشد. استفاده از نوع خاص نورپردازی در برخی فیلم ها، به ویژه فیلم های بیان گرا (اکسپرسیو)، وجود فضاهای تاریک و وهم آلود در اغلب فیلم های نوآر و گوتیک^۱ (کینگزبرگ، ۱۳۷۹، ۳۵۹)، تصاویر شاد و موزیکال در آثار کمدی و فانتری به تمامی در تولید عنوان بندی آن ها دخیل است و همچنین روح کلی اثر و اندیشه واحدی که در قالب فیلم مطرح است بی تاثیر در عنوان بندی آن نیست زیرا که عنوان بندی همانند فیلمی کوتاه است که فضای اثر را برای مخاطب توصیف می کند و او را به آرامی وارد دنیای فیلم می کند.

عنوان بندی به لحاظ ساختاری و شیوه تولید به سه نوع تقسیم می گردد. شیوه پویانمایی، تصاویر ثابت و فیلم زنده که هر کدام از این ها همان طور که اشاره شد به نوع و

۱- عبارتی ستایش آمیز که به فیلم های ترسناک اطلاق می شود. نیز فیلم ترسناک.



تصویر شماره ۵ - قصر اثر کیمیایی، ۱۳۴۸

عنوان‌بندی جزو عناصر اصلی و غیرقابل تفکیک از فیلم است. مانند مجموعه فیلم‌های جیمزباند که در این شیوه موفقیت زیاد کاربرد گرافیک در عنوان‌بندی دیده می‌شود. در ایران نیز عنوان‌بندی فیلم «شب قوزی» (۱۳۴۳، فرخ غفاری) به این شیوه اجرا شده است.

تاریخچه پیدایش عنوان‌بندی در سینمای ایران

از آن‌جا که سینما در ایران هنری وارداتی است، طبعا همراه با آن کلیه الگوهای ساخت و تولید فیلم نیز وارد شده است. به ویژه چون آغاز آشنایی با این هنر-صنعت جدید از طریق سینمای غرب انجام گرفت الگوبرداری از شیوه‌ها و فنون ساخت فیلم و از آن جمله عنوان‌بندی، همان مسیری را پیمود که پیش از آن در سینمای غرب اندک اندک پیموده شده بود. (سعیدی‌پور، ۱۳۷۶، ۹۹) فرشته سعیدی‌پور ضمن اشاره به این موضوع معتقد است در نخستین عنوان‌بندی‌های فیلم‌های ایرانی به نوشتن ساده اسامی دست‌اندرکاران فیلم بر روی تکه‌ای مقوا یا کاغذ سفید اکتفا شده است. سپس به تقلید از آثار هالیوودی، بازی با حروف نوشته‌ها و سپس زمینه‌نوشته‌ها آغاز گردید.

سعیدی‌پور نخستین عنوان‌بندی‌های متحرک در ایران را به سال‌های ۳۱-۱۳۳۰ نسبت دادند، در حالی‌که



تصویر شماره ۴ الف - گاو اثر داریوش مهرجویی، طراح عنوان‌بندی فرشید مثقالی

۲- علاوه بر معرفی افراد با استفاده از تصویر، رنگ، انیمیشن و شیوه‌های خاص، در کنار بهره‌بردن از گرافیک به آماده‌سازی ذهن بیننده برای ورود به فضای فیلم می‌پردازد و می‌تواند او را در فضای فیلم قرار دهد. مانند «تیم برتون» که در عنوان‌بندی‌های فیلم‌هایش از مولفه‌های ثابت و تکرارشونده استفاده می‌کند که معرف فضای فانتزی و عجیب فیلم‌های اوست. (تصویر شماره ۳)

۳- فصل نخست فیلم شروع می‌شود و با طراحی دقیق در چند دقیقه اول، نوشته‌های فیلم روی تصاویر نمایان می‌شود. بعضی اوقات این نوشته‌ها تمام فصل نخست را پوشش داده و آن را از بخش‌های دیگر فیلم مجزا نموده و یا در حد فاصل فصل اول و باقی فیلم که اطلاعات اولیه به بیننده منتقل می‌شود، قرار می‌گیرد. به بیانی دیگر

۱- فرشته سعیدی‌پور: مؤلف و مترجم کتاب «گرافیک در عنوان‌بندی فیلم».



تصویر شماره ۶- ستارخان، اثر علی حاتمی ۱۳۵۱، طراح عنوان‌بندی: ممیز از کتاب گرافیک در عنوان‌بندی فیلم

(مستغاثی، ۱۳۸۷، ۱۲)

بررسی نقش کاربردی برخی عناصر بصری در عنوان‌بندی

از آن‌جا که عناصر بصری در ساختار عنوان‌بندی نقش مهم و بنیادی دارند بررسی برخی از آن‌ها که بیان‌گر نوع خاصی از مفهوم و معنای عنوان‌بندی می‌باشند، ضروری به‌نظر می‌رسد.

از عناصر بصری می‌توان به بافت، حروف چینی و پس‌زمینه و طراحی با حروف اشاره نمود. توانایی بالقوه برای بیان چکیده یک مفهوم با استفاده از پس‌زمینه‌ای با بافت خاص، نخست به آگاهی از امکان ثبت تصاویر روی هم در فیلم‌برداری مرتبط است. این روند در آغاز فیلم‌برداری از نام دست‌اندرکاران فیلم که بر روی برگه‌های سیاه‌رنگ نوشته شده بود شروع شده و از ایجاد مفهومی ساده، فراتر است. درست مانند پس‌زمینه‌ای برای نوشتن حروف. مثل بافتی با برخشش طلا در فیلم «جویندگان طلا» (چارلی چاپلین، ۱۹۲۵)، یا سایه‌های متحرک روی یک دیوار در فیلم «خبرچین» (جان فورد، ۱۹۳۵).

عنوان‌بندی روی بافت‌هایی که به نوعی نمایان‌گر محتوای کلی فیلم بودند در آن زمان خیلی مورد استفاده قرار می‌گرفت، زیرا از یک‌سو تقریباً جدید و متفاوت به نظر می‌رسید و توانستند حتی بدون استفاده از پیچیدگی روایی که همراه با فصل‌های خاص عنوان‌بندی می‌آمد، از شیوه سفید روی سیاه پیشی بگیرند و از سوی دیگر، ارزان‌تر تمام می‌شدند. البته مانند دیگر حوزه‌های گرافیک، خلاصه کردن یک اندیشه تنها راه استفاده از بافت‌ها، به راه حل‌های

در نوشته‌های مندرج در سومین کتاب سال گرافیک دانشجویی نشانه، در مقاله‌ای از زندگی‌نامه فردریک تالبرگ^۱ (صادقی، ۱۳۸۵، ۹)، عنوان شده که «آبی و رابی» نخستین فیلم صامت سینمای ایران در ۱۳۰۹ به کارگردانی آوانس اوگانیانس تولید شد. هم چنین در جای دیگری در این مقاله چنین مطرح شده که تالبرگ علاوه بر نقاشی‌های عنوان‌بندی «آبی و رابی»، برای صحنه‌های مختلف این فیلم هم نقاشی کشید: «اوگانیانس اوج شوخی‌هایی را که به صورت زنده به دلایل مختلف قادر به تصویربرداری نبود، با یاری مسیو تالبرگ عملی ساخت».

نقاشی‌هایی که تالبرگ برای «آبی و رابی» طرح کرد، نشان می‌دهد که نخستین فیلم سینمای ایران به شیوه اصولی با تیتراژ برخورد کرده و گفته سعیدی‌پور در این زمینه صحت ندارد.

فردریک تالبرگ، طراح نشانه راه آهن هم برای این فیلم نقاشی‌هایی طرح کرد که خان بابا معتضدی با استفاده از آن‌ها، عنوان‌بندی «آبی و رابی» را ساخت. معتضدی پس از ابراهیم خان عکاس‌باشی و روسی‌خان سومین فیلم‌بردار تاریخ سینمای ایران است که آثار بسیاری از جمله «آبی و رابی» را فیلم‌برداری کرده است. او در خانه‌اش تاریک‌خانه‌ای بنا کرد که نوشته‌های بین فیلم‌ها را فیلم‌برداری و ظاهر می‌کرد.

«شب‌قوزی» (۱۳۴۳، فرخ غفاری) دومین فیلمی است که در سینمای ایران عنوان‌بندی متفاوتی دارد و عنوان‌بندی سکانس دوم فیلم کاملاً به خود فیلم پیوند می‌خورد. نوشته‌های عنوان‌بندی هم زمان بر روی دستی که در حال نقش‌کردن چهره‌ای روی بدن می‌باشد، پی در پی می‌آید. پس از آن تا فیلم قیصر، (مسعود کیمیایی، ۱۳۴۸) (تصویر ۵)

کار تازه‌ای در عنوان‌بندی فیلم‌های سینمای ایران صورت نگرفت. در «قیصر»، عباس کیارستمی به عنوان طراح تیتراژ کار جدیدی انجام داد و از خالکوبی‌تن ورزشکاران باستانی استفاده نمود. در همان سال داریوش مهرجویی برای طراحی عنوان‌بندی فیلم «گاو» از فرشید مثقالی، گرافیکست موفق دعوت به همکاری کرد. تصاویری گرافیکی از یک گاو و مرد که گاهی جدا از هم هستند و گاهی در یکدیگر ادغام می‌شوند. عنوان‌بندی فیلم «آقای هالو» (داریوش مهرجویی، ۱۳۴۹) نیز با طراحی فرشید مثقالی ساخته شد که با توجه به موضوع فیلم لباس‌های شخصیت اصلی به تدریج از تن او کم می‌شود و در انتها فقط کلاهش باقی می‌ماند.

با گذشت زمان عنوان‌بندی در سینمای ایران جای خود را باز کرد: عنوان‌بندی فیلم «ستارخان» اثر علی حاتمی در سال ۱۳۵۱، توسط مرحوم مرتضی ممیز طراحی شد (تصویر شماره ۵) و در آن متناسب با فضای داستان از کاغذهای بریده و نقش‌هایی مرتبط با قصه استفاده شد.

۱- فردریک تالبرگ از پیشگامان طراحی گرافیک نوین ایران است. او اصالتاً سوئدی است و درباره تاریخ تولد و علت مهاجرتش به ایران اطلاع موثقی در دست نیست.

در دهه ۱۹۸۰ با ظهور پست‌مدرنیسم و شیوه‌های دیگر به همین روش، این نوع عنوان‌بندی بیش تر مواقع به طریقی بی‌نظم مورد استفاده قرار گرفت. نمونه‌های از جمله «آرنولد گودوین» (Arnold Goodwin) طراحی که عنوان‌بندی «دزد» (Thief) (مایکل مان، ۱۹۸۱) را ساخت، چندین بار این روش را به کار برده است. قرار دادن عناوین روی بافت‌ها برای طراحان کار چندان سختی نیست. مشروط به این است که به دورنمای معنای نهفته و محتوای مدنظر کارگردان به‌طور دقیق پی‌برده باشد (سولانا، ۲۰۰۷، ۱۰۹، ۱۰۲).

حروف‌نگاری در آثار عنوان‌بندی به وضوح دیده می‌شود و مهم‌ترین بخش آن محسوب می‌شود. زیرا که می‌توان به تنهایی و بدون کمک تصویر و عوامل دیگر بصری در انتقال مفهوم فیلم مؤثر باشد. در بعضی از فیلم‌ها نوشته‌ها تغییر شکل می‌یابند و با نام بعدی ظاهر می‌شوند یا به شکلی خاص وارد کادر شده و از آن خارج می‌شوند مانند فیلم «پرنندگان» (آلفرد هیچکاک) (تصویر شماره ۶).

تنها در چند اثر معدود عنوان‌بندی نوشتاری وجود ندارد و اسامی توسط گوینده‌ای خوانده می‌شود. از جمله فیلم‌های «میرسون‌های باشکوه» (اورسن ولز، ۱۹۴۲)، «فارنهایت ۴۵۱» (فرانسوا تروفو) و «تحقیر» (ژان لوک گدار) (سعید مستغاثی، ۱۳۸۷، ۱۲).

البته کارگردانانی هستند که از درک عنوان‌بندی فیلم عاجزند. استدلال آن‌ها این است که فیلم از ابتدای تولدش بدون عنوان‌بندی به وجود آمد. پس اکنون هم نیازی به وجودشان نیست. حالت روایی فیلم آن‌ها بر این امر استوار است که اطلاعات مورد نیاز برای توضیح آن چیزی که فقط به مخاطب مربوط می‌شود در فیلم جا گرفته است و دیدن عنوان‌بندی چیز زائدی است. برخی عنوان‌بندی را از روی تنبلی به‌طور اشتباه در انتهای فیلم می‌گذارند ولی در واقع، این قضیه به‌طور کامل معکوس است. در این میان نباید یک نکته را فراموش کرد و آن این است که سینما بدون مضامین فیلم‌ها معنی ندارد، از سفید روی سیاه یا حتی نبود کامل عنوان‌بندی سرآغاز دست برنمی‌دارند. فدریکو فلینی (Fellini)، بیلی وایلد (Wilder)، فرانسیس فورد کاپولا (Coppola) و وودی آلن (Allen) از عنوان‌بندی به شکل یک بسته جمع و جور و ساده استفاده می‌کنند. فقط اطلاعات ضروری، نه چیزی بیش تر.

امروزه استفاده از حروف چاپی سفید بدون هیچ چیز اضافه‌ای روی پس‌زمینه‌ای سیاه شاید مثل یک کمبود بودجه تلقی شود، ولی این مسئله فقط در مورد فیلم‌هایی صدق می‌کند که ارزش بحث ندارند. در حال حاضر انتخاب عنوان‌بندی سفیدرنگ روی سیاه تصمیمی به مراتب سخت‌تر و مفهومی‌تر از در نظر گرفتن صرفه اقتصادی است. در فیلم‌های چند دهه اخیر، با وجود تعدد زیاد



تصویر ۷- پرنندگان، اثر آلفرد هیچکاک، محصول شرکت آلفرد هیچکاک و یونیور سال، ۱۹۶۳، طراح عنوان‌بندی جیمز اس پلاک از کتاب Unredited

مفهومی می‌انجامید.

عنوان‌بندی با سبک و شیوه حروف‌چینی و پس‌زمینه‌ای بافت‌گونه چندین سال با موفقیت‌های نسبی اجرا شده است. «جیمز پُلاک» (James Pollack) در «پرنندگان» (The Birds) (آلفرد هیچکاک، ۱۹۶۳)، یک سکانس عنوان‌بندی آغازین به یادماندنی با استفاده از پس‌زمینه‌ای غیر واضح از کلاغ‌های در حال پرواز به عنوان بافت و عناوینی مجزا، ساخته است.



شیوه‌های عنوان‌بندی تصمیم برای از قلم انداختن آن از فیلم می‌تواند فقط به مسائل سبکی برگردد، گزینه حروف چاپی، به شکل ترکیب و توده، قابلیت خلق مفهومی را دارد که به مراتب ساختگی‌تر از هرج و مرج تصاویر و رنگ‌های به دست آمده از مضمون است.

نتیجه

امروزه نقش و اهمیت عنوان‌بندی به عنوان هنری مستقل به اثبات رسیده و حضور و کاربرد مناسب آن لازم و ضروری می‌باشد. عنوان‌بندی هنری است که باید همگام با فیلم و اندیشمند که در جهت ارتقای کیفیت آن، باشد و معرف اثر از دیدگاه‌های گوناگون از جمله نوع فیلم و درجه آن، جنبه ساختاری و محتوایی و غیره باشد. و این مقوله به انجام نمی‌رسد جز به کمک ارتباط تصویری و جنبه‌های مختلف و کاربردی آن. نتایج حاصل از این پژوهش، نشان می‌دهد که برای ارتقای وضعیت عنوان‌بندی‌های فیلم‌های ایرانی باید طراحی عنوان‌بندی توسط هنرمندان و متخصصین این رشته صورت پذیرد. تجربه سینمای کشورهای پیشرفته در این زمینه الگوی مناسب و قابل توجهی است که سینماگران ایرانی را هر چه بیش تر با اهمیت و نقش عنوان‌بندی آشنا می‌سازد.

منابع و مآخذ

- پاکباز، روئین، «دایره المعارف هنر»، چاپ دوم، فرهنگ معاصر، تهران، ۱۳۷۹.
- سعیدی پور، فرشته، «گرافیک در عنوان‌بندی فیلم»، چاپ اول، سروش، تهران، ۱۳۷۶.
- کینگزبرگ، آیرا، «فرهنگ کامل فیلم»، رحیم قاسمیان، چاپ اول، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، تهران، ۱۳۷۹.
- مستغاثی، سعید، (۱۳۸۷)، «برخورد نزدیک از نوع اول»، هفته‌نامه سینما، سال ۸، شماره‌ی ۳۹۱.
- ملکیان، فرشید، (۱۳۷۴)، «بحثی پیرامون تیتراژ در سینما»، ماهنامه‌ی دنیای تصویر، شماره‌ی ۲۶.
- Solana. Gemma, Boneu. Antonio, (2007), Uncredited, Index Book, Spanish.