



An Analysis of the Visual Structure of Film Title Sequences in the Works of Tim Burton

Iman Tavakoli*

MSc. in Visual Communication, Department of
Art, Amin Institute of Higher Education,
Mashhad, Iran

Abstract

Film title design is one of the most significant components of a film's communicative structure. Beyond introducing the production crew and cast, it plays a vital role in conveying the narrative atmosphere, creating anticipation, and establishing the audience's initial engagement with the film. Despite the growing body of research on title sequence design, the communicative functions of title design in the works of auteur filmmakers, particularly Tim Burton, have received limited scholarly attention. Accordingly, the primary concern of this study is to investigate the communicative functions of film title design in Tim Burton's works and to examine the role of visual elements in establishing effective communication with the audience. The aim of this research is to analyze the communicative strategies employed in the title sequences of selected films by Tim Burton and to explain their role in preparing the audience for entering the narrative world of the film. The main research question is: What communicative functions do the title sequences in Tim Burton's films perform, and how do these functions contribute to conveying the film's atmosphere and establishing communication with the audience? This research is applied in purpose and adopts a descriptive-analytical approach within a qualitative research framework. Data were collected through library research, documentary sources, and the observation and analysis of selected title sequences from Tim Burton's films. The collected data were subsequently examined using qualitative content analysis. The findings indicate that the title sequences in Tim Burton's films function far beyond a means of presenting production credits. By integrating movement, music, typography, imagery, and stop-motion techniques, they contribute to constructing the film's atmosphere, conveying its tone, guiding audience perception, and reinforcing narrative coherence. Consequently, film title design can be regarded as one of the most influential communicative tools in cinema. In Tim Burton's works, purposefully designed and creatively structured title sequences significantly shape the audience's initial cinematic experience and strengthen the communicative relationship between the film and its viewers.

Keywords: film title design, communicative functions, graphic design, Tim Burton

Received: 28/April/2026

Accepted: 08/June/2026

eISSN: 3116-1626

ISSN: 3116-1618



تحلیل ساختار بصری عنوان‌بندی فیلم در آثار تیم برتون

ایمان توکلی*

کارشناسی ارشد، ارتباط تصویری، گروه هنر، مؤسسه آزاد عالی امین، مشهد، ایران

چکیده

عنوان‌بندی فیلم یکی از مهم‌ترین اجزای ساختار بصری و ارتباطی آثار سینمایی است که افزون بر معرفی عوامل تولید، نقش مؤثری در انتقال فضای روایی و برقراری نخستین ارتباط میان مخاطب و فیلم ایفا می‌کند. با وجود گسترش مطالعات مرتبط با طراحی عنوان‌بندی، بررسی ساختار بصری آن در آثار فیلم‌سازان صاحب‌سبک، به‌ویژه تیم برتون، کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. از این‌رو، مسئله‌ی اصلی پژوهش حاضر، بر هدف تبیین ویژگی‌های بصری عنوان‌بندی فیلم در آثار تیم برتون و بررسی نقش عناصر ارتباطی آن استوار است. پرسش اصلی پژوهش آن است که عنوان‌بندی آثار تیم برتون از چه عناصر تصویری برخوردار است و این عناصر چگونه در انتقال فضای فیلم و برقراری ارتباط با مخاطب نقش‌آفرینی می‌کنند. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی با رویکرد کیفی است. داده‌های پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، اسناد علمی و مشاهده و تحلیل نمونه‌های منتخب عنوان‌بندی آثار تیم برتون گردآوری شده و مورد بررسی قرار گرفته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که عنوان‌بندی در آثار تیم برتون، فراتر از یک ابزار اطلاع‌رسانی، به بخشی از روایت فیلم تبدیل شده و با بهره‌گیری از عناصری همچون حرکت، موسیقی، تایپوگرافی و تصویر در ایجاد فضای ذهنی، انتقال لحن اثر، هدایت ادراک مخاطب و تقویت انسجام روایی، نقش مؤثری ایفا می‌کند. در نتیجه، عنوان‌بندی را می‌توان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی در سینما دانست که در آثار تیم برتون، با برخورداری از ساختاری هدفمند و خلاقانه، تجربه‌ی اولیه‌ی مخاطب از فیلم را شکل داده و در ارتقای کیفیت ارتباط میان اثر و مخاطب تأثیرگذار است.

کلیدواژه‌ها: عنوان‌بندی فیلم، کارکردهای ارتباطی، طراحی گرافیک، تیم برتون

مقدمه

ارتباط میان اثر هنری و مخاطب همواره از مهم‌ترین دغدغه‌های هنرمندان و طراحان بوده است. در هنرهای دیداری، مخاطب پیش از آن‌که با محتوای اصلی اثر مواجه شود، نخست با نشانه‌ها، تصاویر و عناصر بصری اولیه ارتباط برقرار می‌کند و بر اساس آن‌ها برداشت اولیه‌ی خود را شکل می‌دهد. از این رو، «طراحی گرافیک»^۱ به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباط بصری، نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی داشته و در ایجاد ادراک، انتقال معنا و شکل‌گیری تجربه‌ی مخاطب سهمی اساسی ایفا می‌کند. طراح گرافیک با بهره‌گیری از زبان تصویر، در تمامی ابعاد زندگی اجتماعی حضور دارد و آثار او در شکل‌دهی فرهنگ بصری و هدایت سلیقه‌ی عمومی جامعه تأثیرگذار است (ممیز، ۱۳۸۲). کیفیت طراحی، علاوه بر کارکرد اطلاع‌رسانی، در ارتقای ذوق و ادراک زیبایی‌شناختی مخاطب نقش تعیین‌کننده‌ای دارد؛ چنانچه طراحی‌های سطحی و فاقد کیفیت، مانعی در مسیر رشد فرهنگ بصری جامعه محسوب می‌شوند.

در این میان، سینما از بدو شکل‌گیری تاکنون، همواره به عنوان رسانه‌ای چندوجهی، از تعامل میان تصویر، صدا، حرکت و روایت برای برقراری ارتباط با مخاطب بهره گرفته است. لذا هر یک از اجزای فیلم، علاوه بر ایفای نقش مستقل، در شکل‌گیری تجربه‌ی کلی مخاطب و انتقال معنا مشارکت دارند. یکی از مهم‌ترین جلوه‌های طراحی گرافیک در سینما، «عنوان‌بندی فیلم»^۲ است. عنوان‌بندی، نخستین بخش از ساختار روایی فیلم است که مخاطب با آن مواجه می‌شود و علاوه بر معرفی عوامل تولید، نقش مؤثری در انتقال فضای داستان، ایجاد انتظار، شکل‌دهی به لحن اثر و آماده‌سازی ذهن مخاطب برای ورود به روایت ایفا می‌کند. از این منظر، عنوان‌بندی را می‌توان آستانه‌ی ورود به جهان فیلم دانست؛ بخشی که کیفیت طراحی آن، تجربه‌ی اولیه‌ی مخاطب از اثر را تحت تأثیر قرار می‌دهد و می‌تواند پیوندی میان روایت، تصویر و فضای کلی فیلم ایجاد کند. بنابراین، عنوان‌بندی فیلم نخستین بخش از اثر است که مخاطب با آن مواجه می‌شود؛ از همین رو، نقش مهمی در ایجاد ارتباط اولیه میان فیلم و بیننده بر عهده دارد. این در حالی است که عنوان‌بندی نه تنها اطلاعات مربوط به اثر و عوامل تولید را ارائه می‌کند، بلکه از طریق سازمان‌دهی عناصر بصری، شنیداری و حرکتی، فضای ذهنی مخاطب را برای ورود به جهان داستان آماده می‌سازد.

در میان فیلم‌سازان معاصر، «تیم برتون»^۳ جایگاهی ویژه در بهره‌گیری از ظرفیت‌های ارتباطی عنوان‌بندی دارد. آثار او با برخورداری از جهان‌تصویری منحصر به فرد، فضا‌سازی خیال‌انگیز، عناصر فانتزی و استفاده‌ی خلاقانه از تکنیک‌ها، عنوان‌بندی را به بخشی از ساختار روایی فیلم تبدیل کرده است. در بسیاری از آثار برتون، عنوان‌بندی تنها مقدمه‌ای بر فیلم نیست، بلکه از طریق هماهنگی میان تصویر، حرکت، موسیقی و طراحی گرافیکی، مخاطب را پیش از آغاز روایت با فضای داستان، شخصیت‌ها و حال و هوای اثر آشنا می‌سازد و نخستین تجربه‌ی ارتباطی او با فیلم را شکل می‌دهد. بر همین اساس، پژوهش حاضر با هدف تحلیل عناصر تصویری عنوان‌بندی فیلم در آثار تیم برتون انجام شده است.

پیشینه پژوهش

به منظور تبیین جایگاه پژوهش حاضر و شناسایی خلأهای موجود در ادبیات پژوهش، منابع مرتبط با موضوع در دو محور اصلی مورد بررسی قرار گرفتند. محور نخست به پژوهش‌های مرتبط با طراحی عنوان‌بندی فیلم و عناصر تصویری آن اختصاص دارد و محور دوم، مطالعات مربوط به سبک هنری و آثار تیم برتون را در بر می‌گیرد. بررسی منابع نشان می‌دهد که اگرچه هر یک از این حوزه‌ها به صورت مستقل مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته‌اند، اما تحلیل عناصر

1. graphic design
2. film title design
3. Tim Burton

تصویری و ارتباطی عنوان‌بندی فیلم با تأکید بر آثار تیم برتون، تاکنون کمتر به‌صورت منسجم و تخصصی بررسی شده است.

در حوزه‌ی طراحی عنوان‌بندی، رخشان و رضوی (۱۳۹۳) در پژوهش «بررسی نقش تایپوگرافی در عنوان‌بندی فیلم سینمایی» به ظرفیت‌های بیانی تایپوگرافی در شکل‌دهی فضای عنوان‌بندی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که تایپوگرافی، علاوه بر معرفی اطلاعات اولیه، می‌تواند با فضای روایی فیلم هماهنگ شده و از طریق برانگیختن احساسات مخاطب، نخستین ارتباط میان اثر و بیننده را برقرار کند. با وجود اهمیت این پژوهش در تبیین نقش عناصر گرافیکی، تمرکز آن عمدتاً بر تایپوگرافی بوده و سایر مؤلفه‌های ارتباطی عنوان‌بندی کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

سعیدی‌پور (۱۳۹۶) نیز در «کتاب گرافیک در عنوان‌بندی فیلم»، عنوان‌بندی را بخشی جدایی‌ناپذیر از ساختار فیلم معرفی کرده و آن را فراتر از شناسنامه‌ی اثر می‌داند. وی با تفکیک عنوان‌بندی سنتی و مدرن، بیان می‌کند که عنوان‌بندی معاصر علاوه بر معرفی عوامل تولید، وظیفه‌ی ایجاد فضای ذهنی، انتقال لحن فیلم و آماده‌سازی مخاطب برای ورود به روایت را بر عهده دارد. این اثر از مهم‌ترین منابع نظری در حوزه‌ی طراحی عنوان‌بندی محسوب می‌شود، اما بیشتر بر مبانی و تاریخچه‌ی این حوزه متمرکز بوده و عناصر ارتباطی آن را در آثار فیلم‌سازان صاحب‌سبک به‌صورت موردی بررسی نکرده است.

به‌طور کلی، در حوزه‌ی مطالعات مرتبط با تیم برتون، پژوهش‌های انجام‌شده عمدتاً به تحلیل جهان روایی، ویژگی‌های بصری، مضامین فانتزی و سبک کارگردانی او اختصاص یافته‌اند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که آثار برتون از هویت بصری منسجم، فضا‌سازی منحصر به فرد و هماهنگی میان عناصر تصویری و روایی برخوردار هستند، اما نقش عنوان‌بندی در شکل‌گیری این نظام ارتباطی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در نتیجه، سهم عنوان‌بندی در انتقال فضای فیلم، هدایت ادراک مخاطب و ایجاد پیوند میان مخاطب و تصویر، همچنان نیازمند بررسی دقیق‌تر است که پژوهش حاضر در این راستا گام برداشته است.

روش

پژوهش حاضر از منظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی با رویکرد کیفی است. این پژوهش با بهره‌گیری از روش مطالعه‌ی موردی، عناصر بصری و ارتباطی، عنوان‌بندی فیلم را در آثار منتخب تیم برتون مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهد. گردآوری داده‌ها به شیوه‌ی کتابخانه‌ای و اسنادی انجام شده است. در این راستا، کتاب‌ها، مقالات علمی، پایان‌نامه‌ها و منابع معتبر مرتبط با طراحی عنوان‌بندی فیلم، ارتباط تصویری، طراحی گرافیک و عناصر بصری در آثار تیم برتون مطالعه شده است. علاوه بر آن، نمونه‌های منتخب عنوان‌بندی فیلم‌های این کارگردان از طریق مشاهده‌ی مستقیم و تحلیل محتوای تصویری مورد بررسی قرار گرفته‌اند. معیارهای انتخاب نمونه‌ها شامل برخورداری از عنوان‌بندی شاخص، نقش مؤثر آن در انتقال فضای فیلم، بهره‌گیری از شیوه‌های خلاقانه‌ی طراحی و قابلیت تحلیل کارکردهای ارتباطی بوده است.

۱- عنوان‌بندی در گذر از تاریخ

پیشینه‌ی عنوان‌بندی فیلم تقریباً هم‌پای خود سینما بوده و پیشرفت آن نیز از گونه‌های ابتدایی به گونه‌های رساتر رخ داده است. عنوان‌بندی در دوران سینمای صامت معمولاً حاوی یک قاب یا صفحه‌ی مشکی ساده، بدون ویژگی

خاصی، بود که نام و مشخصه‌ی اثر بر روی آن نوشته می‌شد. به مرور زمان حروفی نزدیک به نوع و مضمون فیلم مورد استفاده قرار گرفت. این روند سال‌ها ادامه داشت تا آن‌که دگرگونی و ابداعاتی باعث تغییر و تحول در آن شد.

نخستین تغییرات در حروف نوشته‌ها و انتخاب آن‌ها، متناسب با فضای کلی فیلم بود. ادامه‌ی این تحولات در دهه‌ی ۱۹۳۰ رخ داد. این بار، علاوه بر دقت در انتخاب حروف، زمینه نیز مورد توجه قرار گرفت؛ بدین گونه که زمینه‌ی نوشته‌های عنوان با فضای فیلم هماهنگ‌تر انتخاب می‌شدند. به تدریج ابتکاراتی مانند نوشتن عناوین بر روی کرکره‌های چوبی پنجره‌ی خانه (مخصوص فیلم‌های خانوادگی)، یا بر روی بافتی از نی و خیزران (مخصوص فیلم‌های پرماجرا در سرزمین‌های ناآشنا) و یا بر روی پارچه‌ی ساتن با رنگ‌های شاد (مخصوص فیلم‌های کمدی) به وجود آمدند.

عنصر حرکت نیز در عنوان‌بندی فیلم وارد شد که نمونه‌ی قدیمی و تکراری آن، استفاده از صفحات آلبوم و یا کتاب بود؛ به این شکل که مشخصات فیلم و اسامی افراد خاص بر روی صفحه‌های کتاب یا دفتری نقش می‌شد و دستی به صورت پیدا و یا ناپیدا به آرامی صفحه‌ها را ورق می‌زد. البته در بین فیلم‌های این دوره، چند مورد هم بوده که به هیچ وجه از عنوان‌بندی تصویری استفاده ننموده‌اند. یکی از بهترین نمونه‌های آن‌ها، فیلم «آمبرسون‌های باشکوه» (۱۹۴۲ م.) ساخته‌ی «اورسون ولز» بود که در آن، اسم افراد متصدی فیلم به صورت شفاهی خوانده می‌شدند. این همان ایده‌ای است که ۲۵ سال بعد، توسط «فرانسوا تروفو» در فیلم «فرانهایت ۱۹۱ تکرار شد (صفری صدیق، ۱۳۹۵).

در دهه‌ی ۹۰ م. پیشرفت‌های فراوانی در تاریخ سینما و طراحی عنوان‌بندی فیلم رخ داد. به دلیل رواج تلویزیون در این دهه، رقابتی جدی و خطرناک برای سینما به میدان آمد و سینما برای بقا ناچار به نوآوری فنی شد. یکی از این نوآوری‌ها تغییر اندازه در پرده‌های سینما بود. باز شدن ناگهانی پرده، فیلم‌سازان را در مسائل پیچیده در زمینه‌ی قاب تصویر روبه‌رو کرد؛ این مشکل غالباً در مورد عنوان‌بندی فیلم بود. اگرچه در بخش‌هایی از فیلم این امکان فراهم بود که با بهره‌گیری از عناصر محیطی و یا داشتن سیاهی لشر و نمونه‌های آن، خالی‌بودن فریم تصویر جبران شود، اما در مورد عنوان‌بندی، امکان استفاده از کلمات بیشتر و یا با سبک بسیار بزرگ وجود نداشت.

از سوی دیگر، صحنه‌ی بزرگ جدید دیگر نمی‌توانست صحنه‌ی مطلوبی برای طراحان قدیمی سنتی که صنعت فیلم برای بازه‌ای طولانی به آن‌ها جذب شده بود، باشد. پس از آن، پنجاه سال زمان لازم بود تا در پی تغییرات فنی و نیاز به پیشروی از حد چهارچوب‌های متداول و تطبیق با شرایط و نیازهای جدید، صنعت فیلم‌سازی بتواند به ویژگی‌های منحصربه‌فرد هنر گرافیک پی ببرد. آغاز این تغییر، ساخت عنوان‌بندی فیلم‌های «کارمن جونز» (۱۹۵۴ م.) و «مرد بازو طلایی» (۱۹۵۵ م.) توسط «سائول باس» بود. او روش بسیار جدید و جالبی را پیشنهاد داد که ترکیبی از حرکت‌های زنده و طرح‌های ذهنی گرافیکی بود؛ روشی که حتی همراهان را متوجه گرافیک در سینما کرد. از آنجا که سائول باس قبل از بررسی طراحی عنوان‌بندی، با ارائه‌ی یک رشته کارهای ابتدایی در عنوان‌بندی فیلم‌هایی از جمله دور دنیا در هشتاد روز، کارمن جون، نه ساعت به رامنا، اکسوداس، بازو طلایی، کشور بزرگ، سرگیجه، داستان وست‌ساید، فاتحین، دنیای دیوانه‌ی دیوانه، جایزه بزرگ و ... نشان داد که روش‌های جدید از جمله عکاسی، متحرک‌سازی و ... می‌توانند از طریق آمیخته شدن با هم، علاوه بر معرفی عنوان فیلم، برای فضای فیلم و ایجاد آمادگی ذهن مخاطب نیز مفید و قابل استفاده باشند. از آن هنگام به بعد، از طراحی عنوان‌بندی فیلم در غرب به گونه‌ای استقبال شد که به عنوان یک شغل باعث ایجاد سطوح رقابتی در شرکت‌های مختلف گردید (لاپتن، ۱۳۹۴).

بنابراین در گذر زمان، دور شدن از آراستگی و نزدیکی به ترکیب عنوان‌بندی در بافت فیلم اصلی، روشی در طراحی قلمداد گشت که عنوان‌بندی‌ها از حالت رسمی خارج شدند، از تصاویر با هدف دادن پیام به مخاطب بهره گرفته شد، عناوین ابتدایی جذاب‌تر شده و ارتباط نزدیکی بین برنامه و مخاطب برقرار گشت. این تغییرات ابتدا در تلویزیون با ترکیب کردن روش‌های گرافیکی آغاز و سپس با ظهور بازیگران حرفه‌ای و به وجود آمدن محبوبیت

بازیگران و سهم آن‌ها در فروش فیلم، عنوان‌بندی شاهد دگرگونی‌هایی شد؛ سبزه حروف نام بازیگران و اولویت دادن به آن‌ها نمونه‌ای از این تغییرات است (صادقیان، ۱۳۹۵).

ویژگی این کار به مرور تا آنجا رسید که در قراردادهای بین بازیگران و تهیه‌کنندگان فیلم، اصول و مقررات پیچیده‌ای گذاشته شد که مدل، سبزه و ترتیب اولویت نام بازیگران را در عنوان‌بندی فیلم به دقت شرح می‌داد. از همین‌رو، آن بخش از عنوان‌بندی که به اسامی افراد می‌پرداخت به «عنوان‌های اعتباری» معروف شد. بعد از بازیگران، نوبت به افراد گروه فنی تولید فیلم می‌رسد که اسامی آن‌ها در عنوان‌بندی آورده شود. عنوان‌های اعتباری امروزه اهمیت بیشتری پیدا کرده‌اند و در قراردادهای میان بازیگران و تهیه‌کنندگان فیلم، ترتیب نوشتار نام بازیگران اصلی و همچنین اندازه حروف نامشان در عنوان‌بندی، به دقت و با تمام جزئیات، مورد بحث و توافق قرار می‌گیرد (قنبری، ۱۳۸۵).

با این تفاسیر می‌توان کارگردانان را در سینمای امروز به چند گروه تقسیم کرد:

(۱) گروه نخست مانند گذشته عنوان‌بندی را به همان روش حروف موزون، مناسب و ساده انتخاب می‌کنند که قبل از شروع فیلم بر روی پرده نشان داده می‌شود و عملاً کاربرد خاصی جز معرفی ندارد؛ برای نمونه، السید و دکتر ژیاگو. (۲) گروه دوم از کارگردانان، از شیوه و سنت فیلم‌های وسترن استفاده می‌کنند. عنوان‌بندی، همان فصل فیلم است و جایی از آن نیست؛ برای نمونه، مردی از غرب، زندگی و دوران قاضی رویین و غربی. (۳) گروه سوم کارگردانان از روش سائول باس بهره می‌برند. بدین معنی که عنوان‌بندی در قالب یک فیلم بسیار کوتاه پیش از شروع فیلم اصلی (بدون تداخل در فیلم اصلی) به نمایش گذاشته می‌شود؛ برای نمونه، سرگیجه و دنیای دیوانه‌ی دیوانه‌ی دیوانه.

(۴) گروه چهارم تمایل دارند به تماشاگر شوک وارد کنند. به این صورت که فیلم بدون مقدمه از صحنه‌ای تکان‌دهنده و گیرا شروع می‌شود و پس از متأثر شدن تماشاگر، صحنه قطع می‌شود و حروف عنوان‌بندی به گونه‌ای ساده به نمایش در می‌آیند، سپس فیلم دوباره داستان خود را ادامه می‌دهد؛ برای نمونه، بیلاردباز، هری کثیف و جن‌گیر.

(۵) گروه پنجم شامل گروهی محدود از کارگردانان است که بر خلاف تمامی سنت‌های متداول در کار عنوان‌بندی تصویری، به عنوان‌بندی‌های گفتاری روی آورده‌اند؛ برای نمونه، بازها و گنجشک‌ها، آمبرسون‌های باشکوه (صادقیان، ۱۳۹۵).

۲- کارکرد بصری عنوان‌بندی فیلم

عنوان‌بندی فیلم یکی از اجزای اساسی ساختار اثر سینمایی است که علاوه بر معرفی عوامل تولید، نخستین ارتباط میان فیلم و مخاطب را برقرار می‌کند. از آنجا که تولید یک اثر سینمایی حاصل همکاری گروهی از هنرمندان و متخصصان در حوزه‌های مختلف است، ثبت نام عوامل سازنده، افزون بر جنبه‌ی حقوقی و حرفه‌ای، بخشی از هویت تاریخی اثر را نیز شکل می‌دهد. عنوان‌بندی فضایی است که این اطلاعات را در قالبی منسجم در اختیار مخاطب قرار می‌دهد و هم‌زمان زمینه‌ی ورود او به جهان فیلم را فراهم می‌سازد.

در مطالعات سینمایی، عنوان‌بندی صرفاً مجموعه‌ای از نوشته‌های آغازین یا پایانی فیلم تلقی نمی‌شود، بلکه بخشی از نظام ارتباطی اثر به شمار می‌آید که در شکل‌گیری تجربه‌ی اولیه‌ی مخاطب نقشی مؤثر ایفا می‌کند. هویت، عاملی است که فراتر از ویژگی‌های فردی، نمایانگر فرهنگ و ارزش‌های یک جامعه است. بر این اساس، عنوان‌بندی نیز می‌تواند بازتابی از هویت اثر و نگرش سازندگان آن باشد و از طریق زبان گرافیکی خود، مخاطب را با فضای فرهنگی

و روایی فیلم آشنا سازد (قنبری، ۱۳۸۵). هم‌زمان با شکل‌گیری صنعت سینما، عنوان‌بندی نیز به‌عنوان بخشی از فیلم پدید آمد. در سینمای صامت، عنوان‌بندی اغلب شامل قاب‌های ساده‌ای بود که تنها نام فیلم و مشخصات عوامل را نمایش می‌داد. با پیشرفت فناوری، تحول زبان گرافیکی و گسترش شیوه‌های روایت تصویری، عنوان‌بندی نیز از یک ابزار اطلاع‌رسانی صرف فاصله گرفت و به یکی از عناصر مؤثر در روایت فیلم تبدیل شد.

امروزه عنوان‌بندی علاوه بر انتقال اطلاعات، وظیفه‌ی ایجاد فضای ذهنی، معرفی لحن فیلم و برقراری ارتباط عاطفی با مخاطب را نیز بر عهده دارد. این ارتباط از دو شیوه‌ی اصلی شکل می‌گیرد: نخست، ارائه‌ی مستقیم اطلاعات از طریق نوشتار و دوم، بهره‌گیری از عناصر بصری مانند تصویر، رنگ، حرکت، صدا و ترکیب‌بندی برای انتقال مفاهیم و ایجاد فضای روایی. از این رو، عنوان‌بندی را می‌توان آستانه‌ی ورود مخاطب به جهان فیلم دانست؛ فضایی که میان طراحی گرافیک، روایت سینمایی و تجربه‌ی مخاطب پیوند برقرار می‌کند.

از نظر ساختار بصری، عنوان‌بندی معمولاً از سه بخش تشکیل می‌شود: بخش آغازین که نام فیلم را معرفی می‌کند، بخش اصلی که اطلاعات مربوط به عوامل اصلی تولید را ارائه می‌دهد و بخش پایانی که مشخصات کامل عوامل فیلم را نمایش می‌دهد. این ساختار، ضمن حفظ کارکرد اطلاع‌رسانی، می‌تواند به بستری برای بیان هنری و روایت تصویری نیز تبدیل شود (سعیدی‌پور، ۱۳۹۷).

۳- انواع عنوان‌بندی فیلم

عنوان‌بندی فیلم تقریباً عمری به اندازه‌ی خود سینما دارد و به مرور زمان به گونه‌های رَساتر و تکامل‌یافته‌تر تحول یافته است. در دنیای سینمای صامت، عنوان‌بندی غالباً عبارت بود از قالب یا صفحه‌ی سیاه ساده‌ای که نام و مشخصه‌های اثر به سادگی تمام و بدون هیچ‌گونه ویژگی منحصربه‌فردی بر آن نوشته می‌شد و برای فیلم‌ها با موضوعات مختلفی چون جنایی، عشقی، پلیسی، وسترن و ... غالباً حروفی مشابه به کار گرفته می‌شد.

این روند سال‌ها ادامه داشت تا آن‌که به تدریج عنوان‌بندی فیلم دستخوش دگرگونی و ابداعات ساده‌ای شد. گام نخست، دقت در حروف نوشته‌ها و انتخاب حروفی متناسب با فضای کلی فیلم بود. گام بعدی در دهه‌ی ۱۹۳۰ م. برداشته شد؛ در آن زمان علاوه بر دقت در انتخاب حروف نوشته‌ها، زمینه‌ای هم که حروف بر آن نوشته می‌شد، مورد توجه قرار گرفت. سپس عنصر حرکت در عنوان‌بندی فیلم وارد شد که نمونه‌ی قدیمی و تکراری آن استفاده از صفحات آلبوم یا کتاب بود (رخشان، ۱۳۹۳).

بنابراین، بررسی روند تحول عنوان‌بندی نشان می‌دهد که این بخش از فیلم را می‌توان به دو گونه‌ی کلی تقسیم کرد: «عنوان‌بندی سنتی» و «عنوان‌بندی مدرن». در عنوان‌بندی سنتی، تأکید اصلی بر معرفی مشخصات فیلم و عوامل تولید است. در این شیوه، اطلاعات به صورت نوشتاری و با کمترین استفاده از عناصر گرافیکی ارائه می‌شوند و نقش آن بیشتر اطلاع‌رسانی است. فرهنگ سینمایی لاروس^۱ عنوان‌بندی را بخشی از فیلم می‌داند که در آن نام فیلم، بازیگران، کارگردان، فیلم‌نامه‌نویس، تهیه‌کننده و سایر عوامل تولید معرفی می‌شوند (صادقیان، ۱۳۹۵).

در مقابل، عنوان‌بندی مدرن تنها به معرفی عوامل تولید محدود نمی‌شود، بلکه بخشی از روایت فیلم محسوب می‌شود که در ایجاد فضای ذهنی، انتقال لحن اثر و آماده‌سازی مخاطب برای ورود به داستان نقش ایفا می‌کند. بسیاری از پژوهشگران، آثار سائول باس^۲ در دهه‌ی ۱۹۵۰ را نقطه‌ی عطف تحول عنوان‌بندی مدرن می‌دانند؛ زیرا او با تلفیق

۱. دانشنامه بزرگ لاروس (Grand Larousse encyclopédique en dix volumes)، فرهنگ دانشنامه‌ای فرانسوی است که در یازده جلد و توسط لاروس طی سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۶۴ تألیف شده است.

۲. از نخستین طراحانی است که در حوزه‌های تیتراژ، پوستر سینما و کارگردانی فیلم فعال بوده و آثار فراوانی آفریده است. باس تأثیرات انکارناپذیری بر گرافیک سینمای جهان داشته است.

گرافیک، حرکت، موسیقی و روایت تصویری، عنوان‌بندی را به بخشی از بیان هنری فیلم تبدیل کرده است. در عنوان‌بندی مدرن، اطلاعات نوشتاری با عناصر بصری و شنیداری تلفیق می‌شود تا ضمن معرفی عوامل فیلم، فضایی متناسب با موضوع و حال و هوای اثر ایجاد شود. با این حال، این فضا سازی نباید مسیر روایت یا پایان داستان را آشکار سازد، بلکه باید حس کنجکاوی مخاطب را برانگیزد و او را برای دنبال کردن روایت ترغیب کند (صادقی، ۱۳۸۷).

۴- عنوان‌بندی در آثار تیم برتون

تیم برتون کارگردان و تهیه‌کننده‌ی مطرح آمریکایی در سال ۱۹۸۵ م، نخستین فیلم بلند خود را کارگردانی کرد. این فیلم که «ماجرای بزرگ پی وی» نام داشت، داستان کودکی را در قالب یک مرد بیان می‌کرد. قهرمان قصه «پی وی هرمن» نام داشت که در جست‌وجوی دوچرخه‌ی گم‌شده‌اش به همه جا می‌رود. این فیلم به‌طور کامل امضای برتون را بر خود دارد؛ فیلمی شبه کارتون‌ی دوباره‌ی دوران کودکی با نگاهی سوررئال.

برتون از جمله فیلم‌سازانی بود که به‌دلیل نبوغ خاصش به‌سرعت پیشرفت کرد و خیلی زود خود را در میان فیلم‌سازان مهم و قابل تأمل هالیوود قرار داد. او در تمامی فعالیت‌های هنری خود، عناصر بازتعریف شده را با ترکیب دوباره‌ای بر اساس دیدگاه معاصر خلق می‌کرد که می‌توانست چیزی را به زیبایی بیفزاید که در جایی دیگر و برای مصرفی دیگر نیز از آن استفاده شود (قنبری، ۱۳۸۵).

۴-۱- آلیس در سرزمین عجایب^۱

این فیلم در ژانر فانتزی و بر اساس رمان معروف «لوئیس کارول» به همین نام در سال ۲۰۱۰ م ساخته شد. آثار مختلفی بر اساس رمان فوق ساخته شده‌اند که هر یک از آن‌ها حال و هوایی یکسان دارند. اما در اثر برتون، شخصیت اصلی داستان فردی منزوی و درون‌گرا، اما گاه‌آسرکش معرفی می‌شود که دارای شخصیت چند وجهی و غیر قابل پیش‌بینی است.

آلیس در فضا سازی غیرواقع‌گرایانه قرار گرفته و به مخاطب این اجازه را می‌دهد که ذهن و تصورات خود را به پرواز درآورده و به دنیایی افزون بر فیلم بیندیشد. در عنوان‌بندی آغازین، شروع تصویر با فضای محو و نامشخصی از آسمان شروع می‌شود. سپس تصاویر و نوشتارهای بزرگی ظاهر می‌شوند که به مرکز تصویر حرکت کرده و محو می‌شوند؛ این گونه به نظر می‌رسد که دوربین در حال خارج شدن از زوم بوده و فضای گسترده‌تری را به مخاطب نشان می‌دهد. همچنین، با نمایش ساعت بیگ بن و موارد دیگر، اطلاعات اولیه‌ای از محیطی که داستان در آن در حال وقوع است، در اختیار مخاطبان قرار داده می‌شود. عنوان‌بندی آغازین با شروع داستان، چند مرد در حال گفت‌وگو پیرامون سفر به نقاط دور دست هستند که به یک‌باره صحبت آن‌ها با حضور دختری به نام آلیس قطع شده و مخاطب به بطن ماجرا وارد می‌شود (تصویر ۱).



تصویر ۱. عنوان‌بندی آغازین آلیس در سرزمین عجایب، ۲۰۱۰م.

اما عنوان‌بندی پایانی با حرکت پروانه‌ای آبی‌رنگ به سمت دوربین آغاز می‌شود؛ رنگی که در آثار دیگر او نیز دیده می‌شود. انگار دنیای متفاوتی دارد؛ تصویر آسمان را در داخل کادری که شبیه پرچین باغ است نمایش می‌دهد، نوشته‌ها در حال تغییر هستند و کادر نیز به مرور تغییر کرده و فضای متفاوتی را نمایش می‌دهد که بیان‌گر سرزمین عجایب است و عنوان‌بندی مخاطب را از دنیای داستان خارج می‌سازد (تصویر ۲).



تصویر ۲. عنوان‌بندی پایانی آلیس در سرزمین عجایب، ۲۰۱۰م.

۲-۴- خانه دوشیزه پرگرین برای بچه‌های عجیب^۱

فیلمی در سبک ماجراجویی و فانتزی از نوع برتون به نویسندگی «جین گولدمن» است؛ بر اساس رمانی از «رانسم ریگز» که در سال ۲۰۱۶ به اکران عمومی درآمد.

قهرمان داستان نوجوان ۱۶ ساله‌ای به نام «جیک پورتمن» است. او می‌خواهد پناهگاهی مخفی در یک جزیره را پیدا کند که در آنجا کودکان غیرعادی که دارای توانایی‌های خاصی هستند، توسط یک زن نگهداری می‌شوند. جیک قصد دارد با کودکان و افراد ساکن در این جزیره آشنا شود، ولی متوجه می‌شود که اتفاقاتی در حال وقوع است که ممکن است برای آن‌ها خطرناک باشد. شخصیت جیک کمی عجیب و غریب، دست‌وپا چلفتی اما باهوش در داستان نمایش داده می‌شود که دوست نزدیکی ندارد. از سوی دیگر، در طرف مقابل، قهرمانان برتون دلبسته‌ی بانوانی با موهای معمولاً موهای بلوند می‌شوند؛ این گونه به نظر می‌رسد که معیار زیبایی برای او رنگ مو و بلوند بودن است که آن را می‌توان ویژگی مشترک دیگر در آثار برتون دانست.

عنوان‌بندی آغازین (تصویر ۳) در این فیلم با صفحه‌ای سیاه‌رنگ شروع شده و عناوین با رنگ سفید و به صورت ساده و حروف نازک بر روی صفحه‌ی سمت چپ و پایان نمایش داده می‌شود. در ادامه با نمایش تصاویری مبهم از

1. Miss Peregrine's Home for Peculiar Children

افراد و نوشته‌هایی که در قسمت پایین سمت راست نمایان می‌شوند، عنوان‌بندی ادامه می‌یابد. زبان تصویری، برای ایجاد ارتباط دیداری جهت انتقال پیامی خاص، از نشانه‌های بصری بهره می‌برد. اساس یک اثر بصری را فرم و رنگ تشکیل می‌دهد؛ آن‌چنان که در سایر هنرهای تجسمی نیز فرم وظیفه‌ی اصلی و اساسی را در انتقال پیامی که اثر حامل آن خواهد بود، به عهده دارد (مختار معصومی، ۱۳۸۶).

در این عنوان‌بندی، فضای وهم‌آلود و گنگ را هم‌چون دیگر آثار برتون در مقابل مخاطب قرار می‌دهد و تصاویری چون ساعت، نقشه، چهره‌های افراد و جملاتی که با رنگ تیره پوشیده شده‌اند، داستان را تا اندازه‌ای شرح داده است. موسیقی خاص «متیو مارگسون» نیز بر پیچیدگی فضا می‌افزاید که با افزایش سرعت ریتم موسیقی، تصاویر و جلوه‌های ویژه نیز از آن تبعیت نموده و با نمایش تابلوی ساحل فلوریدا، راوی شروع به روایت داستان می‌نماید؛ تصاویر نقش‌بسته در ذهن مخاطبان با روایت راوی گره خورده و آن‌ها را با داستان همراه می‌سازد.



تصویر ۳. عنوان‌بندی آغازین خانه دوشیزه پرگرین برای بچه‌های عجیب، ۲۰۱۶م.

در عنوان‌بندی پایانی نیز برتون روند ابتدایی را حفظ نموده است. اما از سرعت حرکات و موسیقی کاسته است و نوشته‌ها به صورت ساده در مرکز چیدمان شده‌اند که از پایین به سمت بالا در حال حرکت هستند. همچنین، تصاویر در پس‌زمینه بر اساس محتوای فیلم در حال تغییر هستند. البته، لازم به ذکر است که وهم و توهم موجود در عنوان‌بندی ابتدایی در این قسمت نیز مشاهده می‌شود (تصویر ۴).

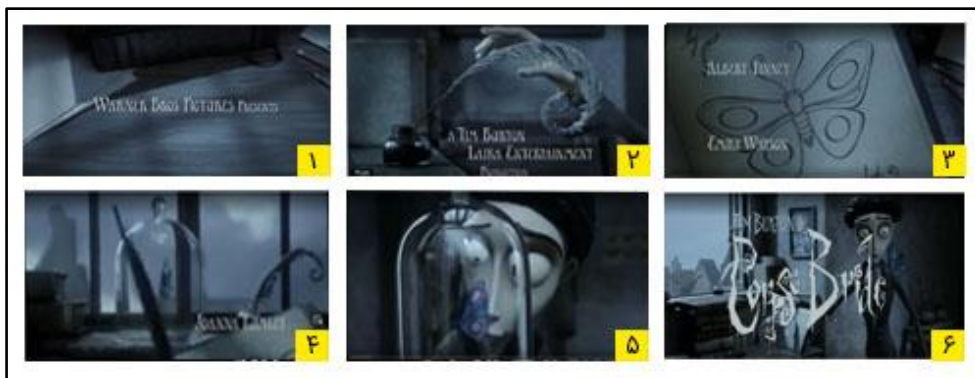


تصویر ۴. عنوان‌بندی پایانی خانه‌ی دوشیزه پرگرین برای بچه‌های عجیب، ۲۰۱۶م.

۴-۳- عروس مرده^۱

«عروس مرده»، فیلم انیمیشن با تکنیک استاپ‌موش عروسک مفصلی در سال ۲۰۰۵م توسط «برتون و مایک جانسون» و تهیه‌کنندگی شرکت «برادران وارنر» ساخته شد. فیلم روایتی میان دنیای زندگان و مردگان است. دنیای بی‌روح زندگان که در آن رنگ‌ها مرده و انسان‌ها بیمار و رنجور بوده و دچار روزمرگی و تزویر هستند. در مقابل، در دنیای

مردگان همه شاد و مهربان هستند، محیطی با رنگ‌های شاد دارند و بر خلاف زندگان در حال عشق ورزیدن هستند. علی‌رغم فضای تاریک و تلخ موجود در جهان داستان این پویانمایی، خلاقیت در به تصویر کشیدن نكوهش تزویر و شرارت از نقاط قوت آن به شمار می‌آید. تشخیص ضرورت‌ها در محتوا و مخاطب، عقلانی و منطقی است؛ یعنی به نوعی محاسبه‌پذیر است و با تفکر و بررسی می‌توان به آن رسید. پیدا کردن فکر و معادله‌های تصویری، امری شهودی در حیطه‌ی خلاقیت است (مثقالی، ۱۳۹۰).



تصویر ۵. عنوان‌بندی آغازین عروس مرده، ۲۰۰۵ م.

هم‌چون دیگر آثار برتون، عنوان‌بندی با فضایی خاص و گنگ شروع می‌شود؛ نوشتار و عنوان اصلی فیلم به صورت خاص طراحی شده است تا با حال‌وهوای فیلم هماهنگی بیشتری داشته باشد (تصویر ۵). در مواقعی برتون جهت ایجاد این هماهنگی نشانه‌های شرکت‌های سازنده را نیز به گونه‌ای که با دنیای او هم‌خوانی دارند بازآفرینی می‌نماید. تم رنگ آبی بر کل کار حاکم است و آغاز داستان با حرکت پروانه‌ای آبی‌رنگ آغاز می‌شود که نمونه‌ی آن را در آثار دیگر برتون، همچون دوشیزگان عجیب، هم می‌توان مشاهده نمود. فیگور و شخصیت‌پردازی هر یک از شخصیت‌های داستان عروس مرده دارای آناتومی خاصی هستند؛ صورت‌های کشیده و بی‌روح، افراد کشیده با پاهای بلند و لباس‌های بدن‌نما و طراحی خاص و همچنین مدل موهای غیر متعارف که هر یک از آن‌ها بیشتر نشأت گرفته از زمانی است که داستان در حال وقوع می‌باشد. این قبیل موارد را می‌توان ویژگی مشترک آثار برتون دانست که که آثار او را برای بیننده خاص و متفاوت می‌سازد. از این رو، عنوان‌بندی بخش جدایی‌ناپذیر از آثار برتون به شمار می‌رود که می‌بایست آن را همراه با داستان و موضوع فیلم دنبال نمایند. به صورت کلی، چنین می‌توان بیان نمود که عنوان‌بندی در آثار برتون دریچه‌ای برای ورود به داستان و فیلم می‌باشد.

نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که عنوان‌بندی فیلم در سینمای معاصر صرفاً بخشی برای معرفی عوامل تولید نیست، بلکه یکی از مهم‌ترین اجزای نظام ارتباطی فیلم به شمار می‌آید که در شکل‌دهی به نخستین تجربه‌ی مخاطب، انتقال فضای روایی و ایجاد پیوند میان مخاطب و اثر نقش اساسی ایفا می‌کند. بررسی آثار منتخب تیم برتون نشان داد که عنوان‌بندی در این آثار، بخشی مستقل از روایت نیست، بلکه در امتداد ساختار روایی فیلم عمل کرده و از همان لحظات آغازین، مخاطب را با جهان داستان، فضای احساسی و ویژگی‌های مضمونی اثر همراه می‌سازد.

یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که عناصر ارتباطی عنوان‌بندی در آثار تیم برتون از طریق تلفیق هوشمندانه‌ی تصویر، حرکت، موسیقی، تایپوگرافی و به‌ویژه بهره‌گیری از تکنیک استاپ‌موشن شکل می‌گیرد. استفاده از این عناصر موجب می‌شود عنوان‌بندی علاوه بر انتقال اطلاعات اولیه، زمینه‌ای برای ایجاد انتظار، برانگیختن کنجکاوی و

آماده‌سازی ذهن مخاطب جهت ورود به روایت فیلم فراهم آورد. در این آثار، استاپ‌موشن صرفاً یک شیوه‌ی اجرایی نیست، بلکه به‌عنوان زبانی ارتباطی عمل می‌کند که در انتقال فضای خیال‌انگیز، رمزآلود و گاه تاریک آثار تیم برتون نقشی تعیین‌کننده دارد.

همچنین، تحلیل نمونه‌های مورد مطالعه نشان دادند که هماهنگی میان عنوان‌بندی و ساختار کلی فیلم، موجب افزایش انسجام روایی و تقویت ارتباط میان مخاطب و اثر می‌شود. عنوان‌بندی در آثار تیم برتون با بهره‌گیری از بیان تصویری خلافتانه، پیش‌زمینه‌ای از جهان داستان را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد، بدون آنکه روند روایت یا پایان فیلم را آشکار سازد. این ویژگی سبب می‌شود مخاطب با ذهنی آماده‌تر و درکی عمیق‌تر وارد فضای فیلم شود و تجربه‌ای منسجم از آغاز تا پایان اثر داشته باشد. بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت که عنوان‌بندی فیلم، هنگامی که با رویکردی خلافتانه و متناسب با محتوای اثر طراحی شود، به رسانه‌ای مستقل برای برقراری ارتباط با مخاطب تبدیل می‌شود.

آثار تیم برتون نمونه‌ای موفق از این رویکرد هستند که در آن عنوان‌بندی نه تنها نقش اطلاع‌رسانی، بلکه کارکردهایی همچون فضا‌سازی، هدایت ادراک مخاطب، تقویت روایت و ایجاد انسجام مفهومی را نیز بر عهده دارد. از این رو، توجه به کارکردهای ارتباطی عنوان‌بندی می‌تواند افق‌های تازه‌ای را در طراحی گرافیک فیلم، موشن گرافیک و مطالعات سینمایی بگشاید و زمینه‌ی بهره‌گیری آگاهانه‌تر از این ظرفیت را در تولید آثار سینمایی معاصر فراهم سازد.

منابع

- رخشان، منوچهر و رضوی، نگار. (۱۳۹۳). بررسی نقش تایپوگرافی در عنوان‌بندی فیلم سینمایی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران.
- سعیدی‌پور، فرشته. (۱۳۹۶). گرافیک در عنوان‌بندی فیلم. تهران: انتشارات سروش.
- صادقی، مهدی. (۱۳۸۷). گرافیک و سینما. تهران: نشر رسم.
- صادقیان، حمید. (۱۳۹۵). طراحی گرافیک متحرک. تهران: انتشارات فاطمی.
- صادقیان، حمید، و نورالدین‌نژاد، گیتی. (۱۳۹۵). توسعه کاربردهای انیمیشن و موشن گرافیک در رسانه‌های جدید. فصلنامه چیدمان، ۵(۱۴)، ۹۰-۱۰۰.
- صفری صدیق، رزیتا، و صالحی، سودابه. (۱۳۹۵). تایپ‌نگاری در عنوان‌بندی فیلم. فصلنامه هنرهای زیبا، ۶(۶۷).
- قنبری، امید. (۱۳۸۵). غریزه گرافیک (چاپ اول). تهران: انتشارات آتا.
- لاپتن، آلن. (۱۳۹۴). تفکر طراحی گرافیک؛ آن‌سوی طوفان فکری (محمد قلی‌زاده، مترجم). تهران: فرهنگ‌سرای میردشتی.
- مثنالی، فرشید. (۱۳۹۰). مقدمه‌ای بر گرافیک دیزاین (چاپ دوم). تهران: نشر نظر.
- مختارمعصومی، بیتا. (۱۳۸۶). نقش دیروز، گرافیک امروز (چاپ اول). تهران: سازمان چاپ و انتشارات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ممیز، مرتضی. (۱۳۸۲). حرف‌های تجربه (چاپ اول). تهران: نشر دید.