

پودمان ۵

عنوان بندی (تیتراژ)



روش‌ها، الگوها و قواعد طراحی و اجرای عنوان بندی به منزله شناسنامه یک برنامه تلویزیونی است. عنوان بندی در آخرین قسمت یک برنامه ساخته می‌شود؛ اما نخستین قسمت برنامه نمایش داده می‌شود. از این رو از اهمیت قابل ملاحظه ای برخوردار است.

واحد یادگیری ۱

طراحی عنوان بندی

آیا تا به حال پی برده‌اید؟

■ حروف و عناوین چه نقشی در یک برنامه تلویزیونی دارد؟ و بر چه اساسی طراحی می‌شود؟

هدف از این واحد یادگیری

■ هنرجویان در این واحد یادگیری، قواعد طراحی و روش‌های مختلف عنوان بندی را فرا می‌گیرند.

استاندارد عملکرد

■ طراحی عنوان بندی برنامه با توجه به محتوا و عوامل اجرایی برنامه بر اساس ضوابط زمان بندی عنوان بندی در فیلم

گرافیک عنوان بندی

اطراف ما سرشار از نوشته‌هایی است که پیامی را برایمان روشن می‌کنند و آن را به ما انتقال می‌دهند. اگر یک روز از خانه تا مدرسه چشم‌هایتان را به در و دیوار شهر بیندازید، آنها را خواهید دید. چه چیزی باعث جلب توجه شما می‌شود؟ آیا می‌توانید چندین متن را که در مسیرتان به چشم می‌خورد، یادداشت نمایید و ویژگی‌های آن را بیان کنید؟ این نوشته‌ها چه اهمیتی دارند و باید گویای چه چیزی باشند؟ آیا نوشته‌ها همراه با تصاویر هستند؟ تصاویر چه کمکی به وضوح معنای نوشته‌ها می‌کند؟ آیا این ترکیب تصاویر و نوشته‌ها به نوعی معرف محتوای مورد نظر هستند؟ در یک برنامه تلویزیونی، به طور عمومی از گرافیک استفاده می‌شود. گرافیک، هنری است که به صورت نوشتاری، چاپی، تصویری، نموداری و طراحی خود را نشان می‌دهد. شکل‌های متنوع این هنر در تلویزیون و فیلمسازی عبارت اند از:

۱. طرح عناوین برنامه

۲. تصاویر تزئینی

۳. جدول‌های توضیحی

۴. نقشه و نمودار

هرکدام از این شکل‌ها، با توجه به ساختار برنامه، کارکردهای زیادی را به عهده دارند که مهم‌ترین آنها عنوان بندی برنامه است. عنوان بندی یک برنامه به طور کلی به سه قسمت تقسیم می‌شود:

■ عنوان بندی افتتاحیه

■ متن‌های در طول برنامه

■ عنوان بندی پایانی

هر کدام از سه قسمت فوق، متشکل از اجزایی هستند که آن اجزا از اصول فرمی حاکم بر هنرهای تجسمی و سواد بصری تبعیت می‌کنند.

تیتراژ واژه‌ای فرانسوی است و به فرم نمایشی تجسمی گفته می‌شود که در آغاز و پایان فیلم‌ها قرار می‌گیرد. حضور ۳ عنصر گرافیک، حرکت و صدا با محوریت موضوع خاص برای تیتراژ لازم و ضروری است. حرکت و صدا به جنبه‌های نمایشی تیتراژ مربوط می‌شود و طراحی گرافیک، شرط لازم تجسمی بودن آن است. دیدگاه‌های متفاوتی درباره تیتراژ وجود دارد؛ در **دیدگاه اول** تیتراژ فقط شناسنامه فیلم یا برنامه است. **دیدگاه دوم**، تیتراژ را زنگ اعلام شروع فیلم در نظر می‌گیرد. و **دیدگاه سوم**، تیتراژ را فرصتی برای فضاسازی ذهنی تماشاگر تلقی می‌کند. این سه دیدگاه به مرور زمان و با معرفی قابلیت‌های جدید تیتراژ، مطرح شده است. از نظر دیدگاه اول، فیلم نیز مانند هر اثر دیگر، شناسنامه‌ای دارد که دست اندرکاران و عوامل تولید را معرفی می‌کند و این اطلاع‌رسانی بر عهده تیتراژ است.



تصویر ۱

در دیدگاه دوم، با تأکید بر اینکه تیتراژ، زنگ اعلام شروع فیلم است، می‌خواهد فرصتی را در اختیار تماشاگر و بیننده قرار دهد تا آماده دیدن فیلم شود. مطابق این دیدگاه، دیگر نیاز نیست تیتراژ تلاش کند تا تماشاگر را جلب و جذب کند، زیرا این‌طور فرض شده که مخاطب، فیلم را انتخاب کرده و فقط نیازمند فرصتی است تا خود را در موقعیت تماشاگر قرار دهد.

دیدگاه سوم نیز با در نظر داشتن اینکه یک فرم نمایشی است، بنابراین فضاسازی نمایشی داستان و پرداخت سینمایی یا تلویزیونی آن را هدف قرار می‌دهد.

بدین معنا، تماشاگر فیلم می‌خواهد بداند با چه ژانری از سینما روبه‌روست؟

آیا یک فیلم ملودرام خانوادگی را خواهد دید یا یک فیلم پلیسی یا یک فیلم کاملاً هنری؟

این فضاسازی هم به لحاظ فرم و هم از نظر محتوا، برای مخاطب و تماشاگر دارای اهمیت خاصی است. البته باید در نظر داشت که این سه دیدگاه، سه کاربرد تیتراژ را شامل می‌شود و هر کدام، بسته به کارکردی که از تیتراژ انتظار دارد، آن را مهم‌تر می‌داند.

کارکرد تیتراژ تا حدودی شبیه جلد کتاب است. آنگونه که در جلد کتاب با انتخاب عناصر، فرم‌ها و چینش آنها تلاش می‌شود مخاطب کتاب در جریان موضوع آن قرار گیرد و در کوتاه‌ترین زمان ممکن بتواند کتاب مورد نظرش را بیابد. معمولاً با تمرکز در مقابل ویتترین کتاب‌فروشی و در یک نگاه کلی و گذرا، از شکل و فضای طراحی جلد، موضوع کتاب را به راحتی می‌توان حدس زد. علاوه بر اطلاع‌رسانی، تیتراژ نیز مانند کتاب، فضاسازی می‌کند تا مخاطب بتواند به راحتی مضمون کلی فیلم یا کتاب را بداند.

حال با توجه به مطالب فوق، هدف از عنوان بندی چه چیزی باید باشد؟

عناوین آغاز برنامه، نمایشگر سبک و حالت آن است. نوع زمینه، اندازه و رنگ آن و نوع حروف عناوین پیش درآمدی برای برنامه است. مهم‌تر از همه اینکه، عنوان بندی باید با محتوای برنامه متناسب باشد.

عنوان بندی خوب، عاملی مؤثر در جلب توجه بیننده، مطلع کردن و تحریک احساسات اوست. عناوین برنامه نباید بیش از حد گرافیکی باشند که صرفاً جنبه‌های تزئینی پیدا کنند و بسیار پیچیده و گنگ شوند. این موضوع از طرفی نباید زیاد ساده باشد که سبک و مبهم برداشت شود. عنوان بندی باید بدون آشفتگی باشد و انسجام و یکدستی خود را حفظ کند؛ پراکنده نباشد و در اطراف قاب تصویر محو نشود.

مهم‌ترین خصیصه یک عنوان بندی، قابل فهم بودن آن است. حروف برای انتقال اطلاعات به بیننده است، و اگر نتوان آن را به سرعت و راحت خواند، در این فرایند ارتباطی شکست خورده است. خوانایی هر جزء گرافیکی به نحوه پرداخت، اندازه و تضاد با زمینه آن بستگی دارد.

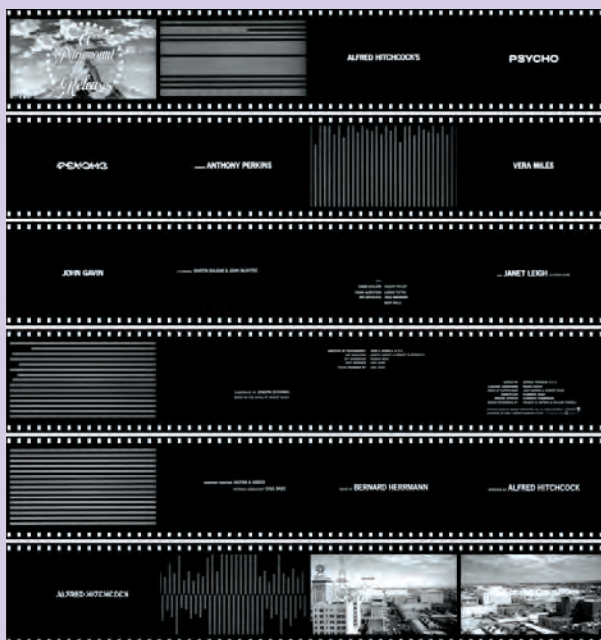


در سه تصویر ارائه شده، سه عنوان بندی مختلف داده شده است. با توجه به دیدگاه های موجود در عنوان بندی، در مورد هر کدام در کلاس بحث کنید و نتایج را مورد ارزیابی قرار دهید.

تصویر ۲



تصویر ۳



تصویر ۴





دو برنامه تلویزیونی را انتخاب کنید و در مورد عنوان بندی آنها و نوع دیدگاه حاکم در ساختشان در کلاس گزارشی را ارائه دهید. آیا اهداف عنوان بندی توسط گروه سازنده برآورده شده است؟

انتخاب موسیقی عنوان بندی



تصویر ۵

از موسیقی در دو قسمت عنوان بندی، (عنوان بندی افتتاحیه و عنوان بندی پایانی) استفاده می شود. موسیقی در کنار اجرای گرافیکی عنوان بندی برنامه نقش بسیار مهمی در ساخت حال و هوا و اتمسفر برنامه دارد.

هر کدام از دو اجرای موسیقی که در عنوان بندی آغازین و پایانی یک برنامه استفاده می شود، می تواند به صورت مجزا از برنامه باشد، اما نکته مهم آن است که از نظر محتوایی و درون مایه ای با کلیت برنامه سازگاری داشته باشد.

اجراهای موسیقی استفاده شده در عنوان بندی ها به نوعی هویت احساسی برنامه را تشکیل می دهند که بر روح و روان مخاطب نقش می بندد و حتی بعد از پایان پخش برنامه به زندگی خود در قلب مخاطب ادامه می دهند. از نمونه های موفق این نوع موسیقی ها می توان به عنوان بندی افتتاحیه و پایانی برنامه «ماه عسل» اشاره کرد که تأثیر بسزایی را بر موفقیت برنامه و رشد آن از نظر مخاطب داشته است.



تصویر ۶

سه برنامه تلویزیونی را انتخاب کنید و در مورد موسیقی عنوان بندی استفاده شده در آن، گزارشی را در کلاس به سه صورت ارائه دهید:

- * به موسیقی گوش دهید و عنوان بندی آن را بنویسید.
 - * عنوان بندی را بدون موسیقی ببینید و موسیقی آن را نشنوید.
 - * عنوان بندی را به طور کامل ببینید و بشنوید و گزارشی را بنویسید.
- در هر سه این موارد چه تأثیرات حسی دریافت کرده اید؟



آماده سازی عناوین و اسامی

مهم ترین اجزای گرافیکی سازنده در عنوان بندی عبارت اند از زمینه عناوین و حروف بندی آن.

زمینه عناوین

زمینه انتخابی برای قرارگرفتن عناوین به روی آنها کاملاً به موقعیت و شرایط بستگی دارد. آیا می توانید بگویید زمینه های ساده بر عنوان بندی تأثیر مثبت دارد یا آن را مرده و بی حالت جلوه می دهد؟ آیا می توان گفت زمینه های تزئینی (دارای بافت خاص یا طرح های انتزاعی) جاذبه بصری را مبهم می کنند؟ هیچگاه نمی شود به این پرسش ها پاسخ قطعی داد. پس چگونه می توان زمینه را انتخاب کرد؟ مسئله مهم در جنس انتخاب هایی است که به صورت مجزا در مورد اجزا و عناصری گرافیکی انجام می شود. به طور کلی چند نوع زمینه برای عناوین وجود دارد: زمینه های تک رنگ یا چندرنگ. با توجه به شرایط زیر می توان این زمینه ها را با حروف ترکیب کرد:

(۱) حروف بندی روی زمینه های چندرنگ خواندن آنها را تا حدودی مشکل می کند. اگر عناوین را روی نماهای گرفته شده در خارج از استودیو قرار دهید (به عنوان مثال صحنه خیابان)، ممکن است چشم برای دریافت اطلاعات دچار مشکل شود و یا توجهش به زمینه حروف بندی جلب گردد.

(۲) در اکثر موارد، به کمک حروف بزرگ تر روی رنگ مایه های روشن (سفید یا زرد) و یا حاشیه مشخص (سیاه) خوانایی کلمات بهتر می شود. اما حتی عنوان بندی ساده در رابطه با بعضی رنگ ها، ظاهری مبهم خواهد داشت (قرمز روی سبز یا قرمز روی خاکستری).

در تلویزیون های تک فام نیز هنگامی که درجات خاکستری حروف بندی با زمینه شان یکسان باشد، حروف بندی مبهم خواهد بود.

(۳) از ارائه حروف بر زمینه های با رنگ مایه مشابه یا مواد چاپی خودداری کنید. به طور مثال عنوان بندی روی صفحه روزنامه.

(۴) حروف بندی با رنگ های روشن ساده تر از رنگ های تیره خوانده می شود.

(۵) زمینه های با رنگ رقیق یا خنثی از رنگ های اشباع شده بهتر هستند.



تصویر ۸



تصویر ۷

انواع حروف بندی

اگرچه معمولاً حروف بندی در عناوین برنامه جدی گرفته نمی شود، اما باید توجه داشت که عنوان بندی بدون تناسب و غیر حرفه ای از موفقیت برنامه خواهد کاست.

امروزه با قابلیت هایی که برنامه های مختلف گرافیکی در اختیار طراحان قرار می دهند حروف متنوعی ابداع شده اند که کارکردهای زیادی دارند. حروف می توانند به دو صورت توپر (Solid) یا توخالی (Outline) استفاده شوند. همچنین می توان برای آنها سایه در نظر گرفت یا لب های حروف را به واسطه رنگ دیگری متمایز کرد (اصطلاحاً به حروف لبه داد).

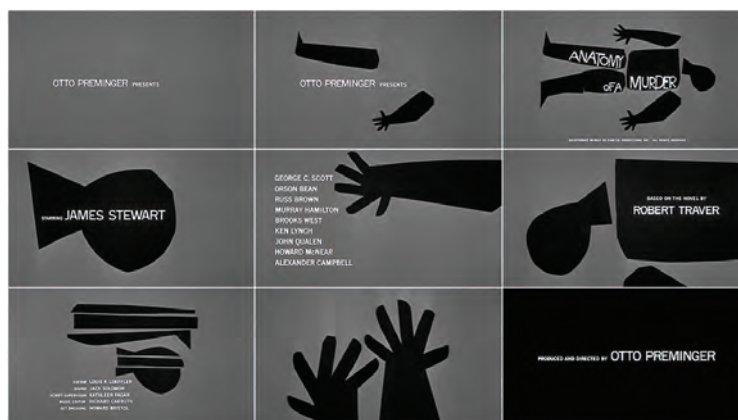
یکی از ابزارهای مرتبط برای تنظیم و طراحی حروف بندی برنامه های تلویزیونی CG (Generator Character) نام دارد. با این دستگاه می توان نوع خط Font، شکل، اندازه، رنگ و طراحی حروف را تغییر داد. همچنین می توان نحوه انتقال مابین حروف را نیز تعیین کرد، مانند چشمک زن (Flash)، دروازه ای (Flip)، حرکت دادن (چپ به راست Crawl یا پایین به بالا Roll) و متحرک سازی (Animate) حروف.

گرافیک درون برنامه

گرافیک تصویری و نموداری از کاربردی ترین عوامل تصویری در برنامه های تلویزیونی هستند، زیرا این عوامل اطلاعات لازم را به طور فشرده و روشن در چند لحظه به بیننده نشان می دهند.

به کمک این عوامل می توان پیشرفت و گسترش موضوع، ابعاد و روابط میان موضوعات را نشان داد؛ آمار و ارقام را قابل فهم، جالب و مطالب پیچیده را ساده کرد. فرم های گرافیک درون برنامه می توانند به دو صورت متحرک و سه بعدی باشند. گرافیک متحرک می تواند به متن جان بخشی کند و آن را از حالت تخت و یک بعدی خارج سازد.

این نوع گرافیک برای زمانی استفاده می شود که قرار است حجم گسترده ای از اطلاعات خود را نشان دهد. گرافیک های سه بعدی جلوه های نمایشی بیشتری دارند و می توانند توجه بیننده را متمرکز و موقعیت را برای وی قابل فهم تر کنند. این قبیل گرافیک ها غالباً در برنامه های ورزشی و پرتحرک استفاده می شود یا به عبارت دیگر زمانی که لایه های مختلفی در گرافیک وجود داشته باشد، مناسب است.

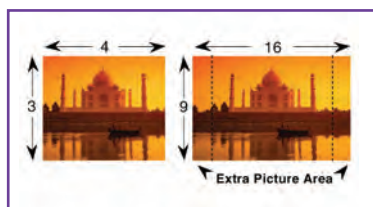


تصویر ۹

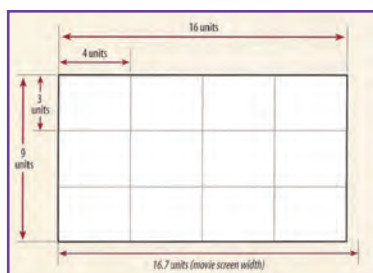


نام خود و چندین نفر از دوستان تان را به روی تصاویرشان بنویسید. سعی کنید در انتخاب زمینه و حروف، نکات لازم را رعایت کنید. تجربه‌هایتان را در کلاس گزارش دهید.

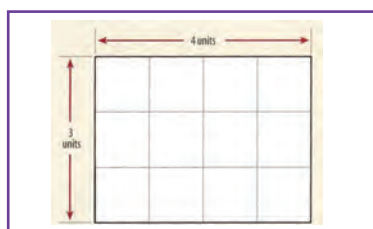
طراحی عنوان بندی



تصویر ۱۰



تصویر ۱۱



تصویر ۱۲

تولیدات تلویزیونی به طور معمول از دو فرمت نمایشی استفاده می‌کنند:

* فرمت با کیفیت استاندارد (SDTV) با نسبت ۴:۳

* فرمت با کیفیت بالا (HDTV) با نسبت ۱۶:۹

برای طراحی عنوان بندی اطلاع از فرمت نمایشی تولید بسیار حائز اهمیت است. به طور عمومی همواره از فرمت استاندارد استفاده می‌شود. نکات مهم و ضروری در طراحی عنوان بندی یک برنامه به قرار زیر است که توصیه می‌شود در طراحی لحاظ گردد:

(۱) حاشیه مناسب و امن (Area Safe) تصویر رعایت شود که تمام بخش‌های عنوان بندی دیده شود.

(۲) همواره از مواد مات استفاده کنید. از بازتاب‌های نامناسب ناشی از حروف بندی درخشان و براق اجتناب کنید.

(۳) بهتر است حروف ساده و ضخیم باشند. ممکن است نازک‌نویسی در فرمت با کیفیت بالا دیده شود، اما در فرمت استاندارد بخش‌های قابل توجهی از حروف احساس نخواهد شد.

(۴) از چین خوردگی و پستی و بلندی در سطح تصاویر اجتناب کنید.

(۵) تصاویر گرافیکی بزرگ بر تلویزیون مانند تصاویر کوچک دیده می‌شود؛ از این رو، از اندازه متناسب استفاده کنید.

کاهش بی تناسب، ابعاد خطوط نازک را ضعیف می‌کند. در نظر داشته باشید برعکس گفته فوق نیز صادق است. بزرگ کردن تصاویر گرافیکی کوچک، جزئیات آن را خشن نشان می‌دهد.

(۶) مراقب باشید که تصاویر گرافیکی به طور یکنواخت نورپردازی شوند و سایه‌ها اشکال ایجاد نکنند.

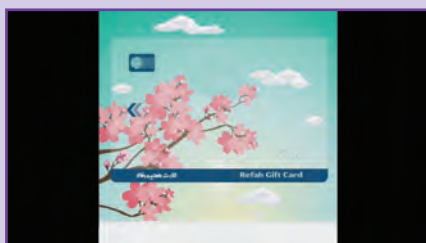
(۷) به کیفیت رنگ در عنوان بندی دقت کنید. رنگ‌ها احساس حروف را انتقال می‌دهند. رنگ‌های شاد ممکن است جذاب و قوی باشد و یا بی معنا و ناخوشایند جلوه کند.

(۸) به منظور تسریع القای اطلاعات، ارائه اطلاعات جزئی را به حداقل برسانید.

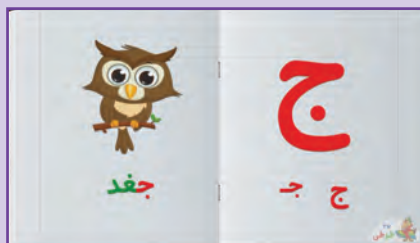
(۹) تضاد مابین حروف عنوان و پیش زمینه را متناسب نگه دارید. معمولاً حروف روشن تر از پیش زمینه هستند.



در مورد طراحی‌های زیر در کلاس بحث کنید و نقاط قوت یا ضعف هر کدام را بنویسید.



تصویر ۱۴



تصویر ۱۳



تصویر ۱۶



تصویر ۱۵



- جملات و کلمات زیر را به روی تصاویری متناسب با محتوای جملات طراحی کنید.
- * هوای امروز تهران در کمترین و در بیشترین به ترتیب ۱۲ و ۳۴ درجه سانتیگراد است.
 - * پرسپولیس ۲ - استقلال تهران صفر
 - * جناب آقای دکتر رضانی
 - (کارشناس تغذیه و خانواده / استاد دانشگاه)
 - * مهمان برنامه
 - * نیروهای اشغالگر قدس، چند تن از مردم فلسطین را به قتل رساندند.

ارزشیابی واحد یادگیری طراحی عنوان بندی

شرح کار:

گرافیک عنوان بندی، انتخاب موسیقی عنوان بندی، آماده سازی عناوین و اسامی، طراحی عنوان بندی

استاندارد عملکرد:

طراحی عنوان بندی برنامه با توجه به محتوا و عوامل اجرایی برنامه بر اساس ضوابط زمان بندی عنوان بندی در فیلم

شاخص ها:

۱- شناخت مبانی هنرهای تجسمی

۲- توانایی فنی در اجرای مبانی گرافیک

شرایط انجام کار:

مکان: استودیو تدوین یا سایت رایانه

ابزار و تجهیزات: ابزار و تجهیزات رایانه ای مناسب برای کار طراحی

معیار شایستگی:

ردیف	مراحل کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	گرافیک عنوان بندی	۲	
۲	انتخاب موسیقی عنوان بندی	۱	
۳	آماده سازی عناوین و اسامی	۲	
۴	طراحی عنوان بندی	۲	
شایستگی های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرشی: تفکر خلاق (N۱۵)، رعایت بهداشت محیط کار، روحیه کار جمعی			
میانگین نمرات			*

حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی ۲ است.

۲ واحد یادگیری

اجرای عنوان بندی

آیا تا به حال پی برده‌اید؟

■ عناوین طراحی شده، چگونه در طول برنامه به کار گرفته می شود؟

هدف از این واحد یادگیری

■ هنرجویان در این واحد یادگیری، مهارت اجرای عنوان بندی را کسب می کنند.

استاندارد عملکرد

■ اجرای عنوان بندی با توجه به طراحی آن و اصول زیبایی شناسی عنوان بندی

انتخاب شیوه

عناوین عنوان بندی به دو صورت در یک برنامه تلویزیونی استفاده می شود:

(۱) از طریق دستگاه های CG که در استودیوهای تلویزیونی وجود دارد.

(۲) به صورت مجزا در قالب یک فایل صوتی و تصویری به برنامه اضافه می شوند.

عناوین افتتاحیه و پایانی برنامه غالباً به صورت دوم و عناوین درون برنامه به صورت اول استفاده می شوند. نکته مهم در اینجا، انتخاب شیوه عملکرد و نحوه اجرای عنوان بندی است که بسیار تحت تأثیر دیدگاه های سازندگان برنامه تلویزیونی قرار دارد. سازندگان برنامه با توجه به نوع برنامه، سلیق شخصی و ذوقی خود، می توانند شکل های جدیدی در عنوان بندی به وجود بیاورند یا آنها را ابداع نمایند.

برای شناخت شیوه عنوان بندی لازم است که انواع آن شناخته شود تا با شناخت قابلیت ها و کارکردهای هر کدام، شیوه مؤثر برای اجرای آن انتخاب و عملی شود. از انواع عنوان بندی معمولاً برای عنوان بندی آغازین و افتتاحیه استفاده می شود. عنوان بندی پایانی اصطلاحاً به صورت «رولی» (حرکت نوشته از پایین کادر به سمت بالا) استفاده می شود یا به صورت نوشتن عناوین در یک صفحه و قطع به صفحه بعد به کار می رود.

انواع عنوان بندی

۱) عنوان بندی با حروف بر روی زمینه سیاه

ابتدایی ترین نوع عنوان بندی در فیلم، استفاده از حروف برای معرفی عنوان و عوامل ساخت فیلم است. فیلم های اولیه تاریخ سینما با نوشتن این حروف به رنگ سفید بر روی زمینه سیاه به معرفی عنوان فیلم و عوامل ساخت آن می پرداختند؛ اما بعدها حساسیتی در انتخاب فونت های حروف



تصویر ۱۷

ایجاد شد. اهمیت اسامی و سبک فیلم، در انتخاب حروف تأثیر بسزایی دارد. عنوان فیلم که از مهم ترین عناوین یک عنوان بندی است، باعث شد که اندازه فونت آن با دیگر عناوین متفاوت باشد. نام عوامل با اهمیت، از جمله کارگردان و بازیگران ستاره و قهرمان اصلی نیز با فونت های متفاوت دیگری نوشته می شد. این تغییرات، فضای تازه ای به عنوان بندی داد. سبک فیلم نیز در شکل حروف تغییراتی ایجاد می کرد. حروف مرتفع سریف دار برای فیلم های وسترن استفاده می شد تا تداعی گر برخی ویژگی های بصری این ژانر سینمایی باشد (گانگسترهای بلند قد، کاکتوس های دراز و کشیده). برای دیگر سبک ها نیز، حروف متناسب با آن فیلم در نظر گرفته یا طراحی می شدند.

برای فیلم های کمدی از فونت های فانتری و برای فیلم های وحشت از فونت های تیز و اکسپرسیو استفاده می شد. بعد از حساسیت در انتخاب فونت ها از طریق رنگ و فرم، سازندگان این نوع عنوان بندی به مسئله ترکیب بندی حروف بر روی صفحه دقت کردند و سعی کردند با حروف فضای بصری خلق کنند. این نوع از عنوان بندی، با کات های هر پلان به پلان بعدی در اول فیلم نمایان می شده اند. اما بعدها با امکانات سینمایی همچون (فید اوت- فید این دیزالو) از فضای متنوع تری برخوردار شدند. در حال حاضر این شکل عنوان بندی در میان اکثر فیلمسازها به عنوان یک عنوان بندی ساده رواج دارد.

۲) عنوان‌بندی فونت بر روی پلان

با پیشرفت تکنولوژی امکان حک نوشته بر روی فیلم فراهم شد. نوشتن عناوین بازیگران در چهره‌هایشان با استفاده از Fix frame (ثابت نمودن تصاویر و قرار گرفتن نوشته‌ها) تصاویر فضای گرافیکی عنوان‌بندی را ارتقا بخشید و به معرفی دقیق‌تر از عوامل ساخت فیلم پرداخت.

این گونه از عنوان‌بندی، شناسنامه فیلم را در دل اثر قرار می‌دهد و همراه با معرفی شناسنامه، مخاطب را با فضا و سبک فیلم آشنا می‌کند. استفاده از فیکس فریم، تصاویر و حروف ترکیب بندی عناوین را متنوع‌تر می‌سازد.



تصویر ۱۸

لیلی بی‌عیسی COSTUME POUR UN MARIAGE	رنگ‌ها	در دل برای یک مسئله	میشوم
فیلمنامه: عباس کیارستمی تألیف: پرویز دلی	ساخته عباس کیارستمی	در دل برای یک مسئله ساخته عباس کیارستمی	تألیف: میکس ویدیو فیلمبرداری: میکس ویدیو تدوین: میکس ویدیو تدوین: میکس ویدیو
آرژان: عباس کیارستمی Sohaili ABBAS KIROSTAMI et PARVIS DANAJI	بازی: شاهین فیلمبردار: حسن حاجی صبا مهرزادی	فیلمبردار: میکس ویدیو تدوین: میکس ویدیو تدوین: میکس ویدیو تدوین: میکس ویدیو	فیلمبردار: میکس ویدیو تدوین: میکس ویدیو تدوین: میکس ویدیو تدوین: میکس ویدیو

تصویر ۱۹

۳) عنوان بندی با حروف متحرک

ایجاد حرکت در عناصر گرافیکی و به وجود آمدن گرافیک متحرک در عنوان بندی، عامل اساسی پیوند عنوان بندی با خود فیلم می گردد. همان طور که سینما اصل اساسی خود را از حرکت و تداوم حرکت گرفته است، گرافیک متحرک توانست عنوان بندی را با خود سینما هماهنگ سازد. حرکت باعث به وجود آمدن میزانشن در کادر، برای عناصر گرافیکی می شود. این امکان به حروف شخصیت می بخشد تا بتوانند از ورود و خروج به کادر استفاده کنند. گرافیک متحرک، امکانات بسیاری به ساختن عنوان بندی می بخشد و آن را به عنوان گونه ای از گرافیک نوین معرفی می نماید.

۴) عنوان بندی با عکس، نقاشی، حروف

عکس می تواند تصاویر دقیقی از پیرامون ما، محیط اطراف و آدم ها را به کامل ترین شکل به مخاطب انتقال دهد. ورود عکس به فیلم و مخصوصاً در عنوان بندی، به مثابه سندی حاوی اطلاعات از درون فیلم است. ترکیب عکس، حروف و نقاشی در عنوان بندی با توجه به محتوای فیلم توجه فیلمسازان را برانگیخت. پاشیدن رنگ بر صفحه؛ طراحی با دست و ضربه های قلم مو برای نوشتن عناوین شکل تازه ای در عنوان بندی فیلم بود.



تصویر ۲۱



تصویر ۲۰



تصویر ۲۲

۵) عنوان‌بندی با افکت‌های سینمایی و امکانات دوربین

استفاده از امکانات دوربین و افکت‌های لایبراتور و استودیو برای ساخت عنوان‌بندی، ایده‌های تازه‌ای را مطرح کرد. امکانات زوم-فلو و فوکوس کردن دوربین پن، تیلت، سوئیچ پن و... بر روی عکس یا پلان فیلم و بازیگران نوعی عنوان‌بندی را ساخت که باید طراح عنوان‌بندی بسیاری از ایده‌ها را با دوربین عملی سازد. ساختن این جنس از عنوان‌بندی به شناخت طراحان از امکانات دوربین و افکت‌های خاص سینمایی وابسته است.



تصویر ۲۳

۶) عنوان بندی روایی

منظور از عنوان بندی روایی، استفاده از عنصر روایت در عنوان بندی است. طراح باید با استفاده از روایت سینمایی، شناسنامه فیلم را به مخاطبان ارائه دهد. در این گونه از عنوان بندی داشتن ایده و طرح داستان بسیار مهم است.

اینکه عنوان بندی چگونه آغاز شود و چگونه به پایان برسد. امکانات این عنوان بندی می تواند لوکیشن فیلم، بازیگران و سکانس افتتاحیه یک فیلم و عناصر گرافیکی به صورت ترکیبی باشند. توجه به تعلیق و حادثه می تواند عنوان بندی جذابی برای فیلم باشد.



تصویر ۲۴

۷) عنوان بندی انیمیشنی

استفاده از انیمیشن در عنوان بندی بیشتر در فیلم هایی که برای کودکان و نوجوانان ساخته می شود، کاربرد دارد. این نوع عنوان بندی رفته رفته به فیلم های کمدی هم راه پیدا کردند. عنوان بندی با طراحی کارتون شخصیت های فیلم آغاز و عوامل فیلم نیز با طنزهایی که دارند، در عنوان بندی به صورت انیمیشن نشان داده می شوند. برای مثال، برای معرفی فیلمبردار فیلم دوربینی با پایه هایش نشان داده می شود که در حال فرار از دست فیلمبردار است؛ یا مسئول تدوین فیلم با قیچی ای در دست در پی برش دادن نگاتیوهای فیلم دیده می شود. کارگردان فیلم با صندلی مخصوص و بلندگوی خود فریاد زنان از گوشه کادر وارد می شود و از جایی دیگر خارج می شود. بعدها این گونه از عنوان بندی در فیلم های پلیسی و ملودرام های خانوادگی نیز کارکرد فراوانی پیدا کرد. از این نوع عنوان بندی در عرصه تلویزیون بیشتر استفاده می شود.

۸) عنوان بندی سه بعدی و افکت های رایانه ای

با پیشرفت امکانات سینمایی و ترکیب تصاویر رایانه‌ای با سینما، عنوان بندی نیز قابلیت های اجرایی زیادی پیدا کرد. استفاده از پویانمایی های سه بعدی و یا گرافیک های متحرک سه بعدی، راه را برای دستیابی به این گونه عنوان بندی هموار نموده است.

از میان انواع عنوان بندی یک نوع را گزینش کنید و اسامی هنرآموز و هنرجویان کلاس تان را در آن طراحی و اجرا کنید.
نسخه ای از عنوان بندی را در کلاس نمایش دهید.

فعالیت
کلاسی



زمان بندی عناوین

به طور کلی ویژگی های زیر به عنوان نکات قابل توجه در عنوان بندی باید رعایت شود:

الف) ریتم عناوین:

- ترکیب بندی حروف باید محکم و قوی باشد، از خطوط باریک و نازک در بالا و پایین حروف و سایه زنی اجتناب شود. به ویژه اگر عناوین در زمینه تصویری استفاده شده باشد. این گونه جلوه های گرافیکی یا در تصویر محو می شود و یا به گونه ناخوشایندی در تصویر لرزش ایجاد می کند.
- اطلاعات موجود در عنوان بندی باید در حداقل خود حفظ شود. به ویژه اگر با زمینه متنوع همراه هستند. تصویری که از «اطلاعات نوشتاری» پر شده باشد، برای اکثر بینندگان خسته کننده و ملال آور است.
- اندازه های حروف بندی کوچک تر از ۱/۰۱ تا ۱/۵۲ ارتفاع (عرض) تصویر فاقد جاذبه بصری است.

ب) فاصله عناوین:

- فاصله بین حروف را به نسبت ۱/۲ تا ۲/۳ ارتفاع حروف بزرگ خط در نظر بگیرید.
- سعی کنید هر یک از عوامل در گروه های حرفه ای خود قرار داشته باشند. پراکندگی عوامل، موجب سردرگمی مخاطب می شود برای مثال، عوامل تولید نظیر مدیر تولید، جانشین تولید، تدارکات و دستیاران آنها در یک بخش قرار گیرند. فواصل میان گروه ها را به صورت متناسب با عوامل فعال در آن گروه تعریف کنید؛ به طوری که یک ریتم ثابت تا انتها حفظ شود و تغییر پیدا نکند.

ج) زمان بندی عناوین:

- افراد از خواندن عناوین سریع به سادگی دلزده می شوند. اطلاعات نوشتاری را تا زمانی بر صفحه تلویزیون نگاه دارید که دوبار خوانده شوند تا کندترین خوانندگان بتوانند این اطلاعات را دنبال کنند.
- اگر گوینده برنامه، متنی را که بر صفحه تلویزیون ظاهر شده است، می خواند، از درستی آن اطمینان حاصل کنید.



نام پنج نفر از دوستان خود را در کلاس به عنوان عناوین یک برنامه تلویزیونی در نظر بگیرید و در مشاغل فرضی زیر به عنوان عوامل سازنده یک برنامه تلویزیونی فرض کنید. سعی کنید عنوان بندی پایانی برای برنامه مورد نظر را زمان بندی کنید. تدوینگر / دستیار تدوین / صداگذاری / تهیه کننده / کارگردان

اجرای عنوان بندی

اکنون به مرحله ای رسیده ایم که عناوین طراحی شده اند و باید در برنامه استفاده شوند. آیا چیدمان خاصی در اجرای اسامی وجود دارد یا می توان آنها را به دلخواه استفاده کرد؟

اسامی در عنوان بندی آغازین به صورت زیر می آیند:

- | | |
|--------------------|---------------------------------|
| ■ کمپانی پخش کننده | ■ کمپانی تولیدکننده |
| ■ سازنده اثر | ■ عنوان فیلم یا برنامه |
| ■ نقش های اصلی | ■ نقش های مکمل (سه یا چهار نقش) |
| ■ انتخاب نقش ها | ■ موسیقی |
| ■ طراح لباس | ■ دستیاران تولید |
| ■ تدوینگر | ■ طراح تولید |
| ■ مدیر تصویربرداری | ■ مدیر تولید |
| ■ تهیه کننده | ■ نویسنده |
| ■ کارگردان | |

علاوه بر اینها ممکن است پیش از درج عناوین، کپشن تقدیم، تشکر یا توضیح فیلم نمایش داده شود. معمولاً زمان تیتراژ آغازین فیلم های سینمایی را حدود سه تا پنج درصد زمان کل فیلم در نظر می گیرند. اما حداکثر زمان تحمل تماشاگر، تا سه دقیقه است و بیش از این ملال آور می شود. تیتراژ آغازین برنامه های نمایشی تلویزیون، بسته به مدت زمان نمایش هر قسمت، از سی تا نود ثانیه است. زمان اضافه بر یک دقیقه، تقریباً دیده و درک نمی شود به ویژه در مجموعه های تلویزیونی بیش از ۶۲ قسمت این نکته قابل توجه است.

نمایش اسامی بازیگران هم ترتیب های متفاوتی دارد که براساس عوامل زیر الویت بندی می شود:

- اهمیت نقش:** نام بازیگرانی که نقش مهم تری در فیلم یا برنامه دارند، زودتر نمایش داده می شود.
- اولویت هنرمند:** بسته به جایگاه هنری، شهرت و سن و سال هنرمند، نام بازیگران ترتیب می شود.
- قراردادی:** بعضاً در قرارداد بازیگر قید می شود که نامش چه موقع در تیتراژ نمایش یابد.

ایفای نقش: براساس تقدم و تأخر ورود به داستان یا صحنه، نام بازیگران، ترتیب و درج می‌شود. البته این ترتیب‌گذاری بیشتر در تئاتر و تله‌تئاتر رایج است.

الفبایی: تقدم و تأخر نمایش نام بازیگران براساس الفبایی نام خانوادگی آنها انجام می‌شود.

اسامی‌ای که در تیتراژ آغازین نمایش می‌یابند، نقش و وظیفه‌شان در تولید فیلم و روایت داستان کلیدی است و آوردن نام آنها در تیتراژ، علاوه بر اطلاع‌رسانی، به فضا سازی فیلم در ذهن مخاطب و تماشاگر کمک می‌کند. برای نمونه نمایش نام برخی بازیگران خاص، این فکر را در ذهن تماشاگر تداعی می‌کند که احتمالاً به دلیل حضور آن بازیگر، با سبک خاصی روبه‌روست. در مجموع هدف اصلی تیتراژ آغازین فضا سازی و تحریک تماشاگر برای تماشای فیلم یا برنامه است؛ با این حال برخی اطلاعات شناسنامه‌ای اثر هم نمایش داده می‌شود. البته نمی‌توان جنبه‌های تبلیغی این اسامی و عناوین را در نظر نگرفت.

در عنوان‌بندی پایانی عوامل باید براساس استاندارد زیر قرار داده شوند. در تهیه عنوان‌بندی پایانی باید کلیه اسامی از دستیار کارگردان یا مدیر تولید گرفته شوند و بعد از تأیید به ترتیب زیر آورده شوند:

* هر بازیگر به همراه نقشی که ایفا کرده است، به صورت مجزا در یک پلان قرار داده می‌شود. سپس سایر اسامی به ترتیب گروه‌های زیر به صورت رول اجرا می‌شود:

- گروه کارگردانی
- گروه نویسندگی
- تهیه‌کننده سازمانی
- گروه تولید
- بازیگران اصلی، مکمل و سایر بازیگران
- گروه فیلمبرداری و تصویربرداری
- کارگردان هنری
- گروه صحنه و لباس
- گروه صدا
- گروه گریم
- گروه‌های فنی نور
- گروه‌های سازمانی فنی استودیو
- گروه تدوین و صداگذاری
- گروه موسیقی
- گروه اصلاح رنگ و نور
- گروه جلوه‌های ویژه
- ساخت عنوان‌بندی
- گروه حمل و نقل
- قدردانی‌ها

ارزشیابی واحد یادگیری اجرای عنوان بندی

شرح کار:

انتخاب شیوه زمان بندی عناوین، اجرای عنوان بندی

استاندارد عملکرد:

اجرای عنوان بندی با توجه به طراحی عنوان بندی و اصول زیبایی شناسی عنوان بندی

شاخص ها:

توانایی فنی در اجرای شیوه های مختلف عنوان بندی در برنامه تلویزیونی

شرایط انجام کار:

مکان: استودیو تدوین یا سایت رایانه

ابزار و تجهیزات: ابزار و تجهیزات تدوین، نرم افزارهای تدوین

معیار شایستگی:

ردیف	مراحل کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	انتخاب شیوه	۱	
۲	عناوین زمان بندی	۲	
۳	اجرای عنوان بندی	۳	
	شایستگی های غیر فنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست محیطی و نگرشی: تفکر منطقی (N۱۱)، روحیه کار جمعی	۲	
	میانگین نمرات		*

حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی ۲ است.



هنرآموزان محترم، هنرجویان عزیز و اولیای آنان می‌توانند نظرهای اصلاحی خود را درباره مطالب این کتاب از طریق نامه
برنشانی تهران - صندوق پستی ۴۸۷۴ / ۱۵۸۷۵ - گروه درسی مربوط و یا پیام نگار tvoccd@roshd.ir ارسال نمایند.

وبگاه: tvoccd.oerp.ir

دفترتالیف کتاب‌های درسی فنی و حرفه‌ای و کار دانش