

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۰۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱

تاریخ چاپ مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۱۰

## برهم‌کنش دو وجه خوانداری و دیداری «عناوین تایپوگرافیک» در تیتراژ و پوستر هفت فیلم کودک و نوجوان: بر اساس نظریه‌ی اسکات- نیکولایوا

### چکیده

تیتراژها و پوسترهای سینمایی علاوه بر کارکرد معرفی فیلم دارای کارکرد تبلیغی - هنری هستند. امروزه در تیتراژ فیلم‌ها و پوسترهای سینمایی از تایپوگرافی به منظور برجسته‌سازی هنری - تجاری عنوان استفاده می‌شود. تایپوگرافی، کارکرد بصری - هنری مازادی به متن خوانداری می‌دهد. عناوین تایپوگرافیک در فیلم‌ها و پوسترها از دو طریق در تشکیل معنا مشارکت می‌کنند: یکی برهم‌کنش برون‌نوشتاری و دیگری برهم‌کنش درون‌نوشتاری. برهم‌کنش برون‌نوشتاری عبارت است از تعامل عنوان با همسایگانش (با موسیقی، تصاویر مجاور عنوان و پلان‌های تصویری متحرک در پس‌زمینه‌ی عنوان) و برهم‌کنش درون‌نوشتاری عبارت است از تعامل وجه خوانداری با وجه دیداری عنوان (وجه تایپوگرافیک آن). موضوع مطالعه‌ی این مقاله به برهم‌کنش درون‌نوشتاری عناوین فیلم‌های کودک و نوجوان محدود شده است. در همین راستا، پژوهش حاضر با روش تحلیلی توصیفی در پی پاسخ به چگونگی برهم‌کنش معنایی دو وجه خوانداری و دیداری تایپوگرافی‌های عناوین مندرج در تیتراژ آغازین فیلم‌ها و پوسترهای سینمایی است. رهیافت این مقاله مبتنی بر نظریه‌ی برهم‌کنش پنج‌گانه‌ی متن و تصویر است که اسکات و نیکولایوا آن را در خصوص تعامل نوشتار و ایزه‌ی فرانوشتاری تصویر (برهم‌کنش برون‌نوشتاری) ارائه داده‌اند، لیکن نوآوری مقاله‌ی پیش‌رو در این است که با تسری روش دسته‌بندی ایشان، برهم‌کنش درون‌نوشتاری (برهم‌کنش دو وجه دیداری و خوانداری نوشتار) را مورد توجه قرار می‌دهد. نمونه‌های مورد مطالعه‌ی این مقاله به روش هدفمند انتخاب شده‌اند و شامل عنوان‌بندی‌های هفت فیلم و پوستر سینمایی و انیمیشن کودک و نوجوان به نام‌های «شهر گربه‌ها»، «دختر قذبلند»، «فیل شاه»، «زندگی خصوصی حیوانات خانگی»، «پرواز ممنوع»، «پسر دلفینی»، و «بالا» است. علت انتخاب آن‌ها به نوآوری و جایگاه هنریشان بستگی ندارد؛ بلکه دلیلش آن است که نمونه‌های یادشده تمام انواع پنج‌گانه‌ی دسته‌بندی اسکات- نیکولایوا را پوشش می‌دهند. از یک سو بسامد بالای بازی‌های تایپوگرافیک در عنوان‌بندی فیلم‌ها و پوسترهای سینمایی کودک و نوجوان و از سوی دیگر خلأ پژوهش در این حوزه، ضرورت تحقیق را مسجل می‌کند. نتیجه‌ی پژوهش پیش‌رو، نشان می‌دهد که در تیتراژ آغازین فیلم‌ها و نیز در پوسترهای سینمایی، عنوان فیلم نه تنها از طریق برهم‌کنش بیرونی با همسایگانی نظیر موسیقی و پلان‌های تصویری پس‌زمینه، بلکه از طریق برهم‌کنش درونی به پنج سبک گوناگون در معناسازی ایفای نقش می‌کند: تقارنی، تکمیلی، توسیعی، ترکیبی و تناقضی.

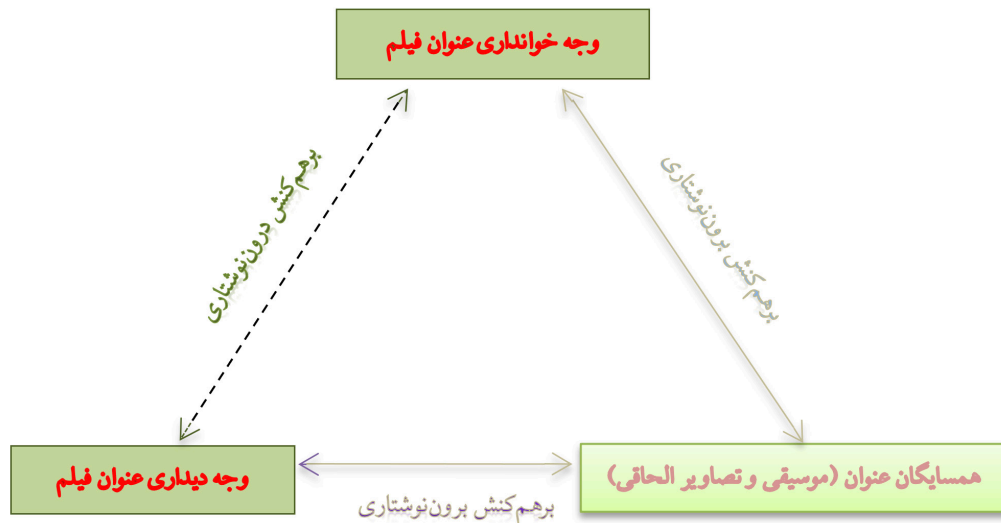
**واژگان کلیدی:** فیلم کودک و نوجوان، پوستر فیلم، تیتراژ، تایپوگرافی، نیکولایوا.

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد، ادبیات کودک و نوجوان، پیام‌نور، تهران، ایران.

Email: mosafere\_barfi@yahoo.com

## مقدمه

اشتراک تیتراژ<sup>۱</sup> و پوستر سینمایی<sup>۲</sup> در این است که هر دو رسانه‌هایی مرکب از تصویر و نوشتارند که برای معرفی فیلم و جذب مخاطب طراحی می‌شوند. تیتراژ مشابه جلد کتاب علاوه بر کارکرد شناسنامه‌ای کارکرد تبلیغی دارد و نیز فتح بابی به فضای متن اصلی است. یکی از مهم‌ترین سازه‌های هر پوستر سینمایی و سکانس عنوان‌بندی فیلم<sup>۳</sup>، تایپوگرافی<sup>۴</sup> عنوان است. در رشته‌ی ارتباط تصویری، اصطلاح تایپوگرافی به تصویری کردن نوشتار اطلاق می‌شود. تایپوگرافهای<sup>۵</sup> رسانه‌های دیداری کودک و نوجوان در کنار دلالت‌های ذاتی زبان شناختی، دلالت‌های بصری مازادی را برای واژگان می‌آفرینند. موسیقی و تصاویری که به‌عنوان‌بندی فیلم پیوست می‌شوند، سازه‌هایی برون‌نوشتاری به‌شمار می‌آیند و ازهمین‌رو، رابطه‌ی بخش نوشتاری عنوان با همسایگانش (با موسیقی، تصاویر مجاور عنوان و پلان‌های تصویری پیوست‌شده به‌عنوان)، رابطه‌ی نوشتار با ابژه‌ای بیرون از خودش است؛ اما رابطه‌ی وجه دیداری<sup>۶</sup> با وجه خواننداری<sup>۷</sup> یک عنوان تایپوگرافیک، رابطه‌ای درون‌نوشتاری است.



نمودار ۱

اسکات<sup>۸</sup> و نیکولایوا<sup>۹</sup> برهم‌کنش نوشتار و ابژه‌ی برون‌نوشتاری تصویر را مطرح نظر قرار داده‌اند، لیکن پژوهش حاضر برهم‌کنشی درون‌نوشتاری را بررسی می‌کند. بستر تحقیق اسکات و نیکولایوا کتاب‌ها بوده‌اند؛ ولی بستر تحقیق پیش‌رو فیلم‌ها، سریال‌ها و پوستره‌ای تبلیغاتی‌شان است. این پژوهش به روش تحلیلی توصیفی انجام شده است. نمونه‌ی مورد مطالعه‌ی مقاله‌ی حاضر شامل عنوان‌بندی‌های هفت فیلم و پوستر سینمایی و انیمیشن‌های آن‌ها در حوزه‌ی کودک و نوجوان به نام‌های «شهر گربه‌ها»، «دختر ق‌دبلند»، «فیل‌شاه»، «زندگی خصوصی حیوانات خانگی»، «پرواز ممنوع»، «پسر دلفینی»، و «بالا» است. این مقاله بر آن است که دسته‌بندی برهم‌کنش برون‌نوشتاری اسکات-نیکولایوا را به برهم‌کنش درون‌نوشتاری تایپوگرافی‌ها تسری دهد. درهمین‌راستا، پژوهش پیش‌رو به دو پرسش پاسخ می‌دهد: ۱- با توجه به پوسترها و تیتراژهای فیلم‌های مذکور، برهم‌کنش وجه دیداری یک تایپوگرافی با وجه خواننداری آن در پوستره‌ای سینمایی و سکانس‌های عنوان‌بندی فیلم‌ها و انیمیشن‌های کودک و نوجوان چگونه است؟ ۲- چگونه می‌توان

روش دسته‌بندی اسکات-نیکولایوا را از برهم‌کنش برون‌نوشتاری به برهم‌کنشی درون‌نوشتاری تسری داد؟

### پیشینه پژوهش

در دوران سینمای صامت (۱۸۹۵-۱۹۲۶)، تیتراژ چیزی نبود جز قاب‌ها یا صحنه‌های سیاه ساده‌ای که نام و مشخصه‌های اثر به‌سادگی تمام و بدون هیچ‌گونه ویژگی بر آن نوشته می‌شد. تا سال ۱۹۱۴ در ابتدای فیلم فقط عنوان دیده می‌شد و خبری از نام بازیگران نبود. بعد از این دوره، کارگردان‌ها به انتخاب حروفی که متناسب با فضای کلی فیلم باشد، توجه نشان دادند. در دهه‌ی ۱۹۳۰، هم‌زمان با انقلاب فیلم‌های ناطق علاوه بر تناسب سیمای حروف با فضای داستان فیلم، پس‌زمینه‌ای که حروف بر آن نوشته می‌شد نیز مورد التفات قرار گرفت، مثلاً کرکره‌های چوبی پنجره‌ی خانه به‌مثابه‌ی پس‌زمینه برای سکانس عنوان‌بندی فیلم خانوادگی اختیار می‌شد. طول سکانس‌های عنوان در دهه‌ی ۱۹۳۰ به‌خاطر محتوای کم، به یک دقیقه نمی‌رسید. پس از چندی مؤلفه‌ی حرکت نیز به عرصه‌ی تیتراژ اضافه شد. برای مثال در فیلم‌های هالیوود به‌طور معمول بافت اسامی را صفحات آلبوم یا دفتری تشکیل می‌داد که مشخصات فیلم و بازیگران روی صفحات آن درج شده بود و دستی مرئی یا نامرئی صفحات را یکی‌یکی ورق می‌زد. البته در این دوره بودند کارگردان‌هایی مانند اورسون ولز<sup>۱۱</sup> در فیلم «آمبرسون‌های باشکوه»<sup>۱۱</sup> (۱۹۴۲) و بیست و پنج سال بعد، فرانسوا تروفو<sup>۱۲</sup> در فیلم «فارنهایت ۴۵۱»<sup>۱۳</sup> که خرق عادت می‌کردند و نام عوامل فیلم را شفاهی بیان می‌کردند. جولیا می<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۰) در «بررسی تاریخ عنوان‌بندی فیلم» تاریخ سکانس متحرک‌سازی عنوان را پیش از سینمای متحرک می‌داند و از تیتراژ انیمیشن کوتاه «مراحل مضحک چهره‌های مسخره»<sup>۱۵</sup> (۱۹۰۶) به کارگردانی جی استورات بلکتون<sup>۱۶</sup> به‌عنوان نخستین سکانس عنوان‌بندی متحرک یاد می‌کند. تنها کارت آگهی این انیمیشن متشکل از نام فیلم و نام سازنده‌ی آن بوده است که در قالبی روایی به‌تدریج نمایان می‌شده است. از جنگ جهانی دوم، از یک‌طرف تأثیر مکتب باهوس<sup>۱۷</sup> در تایپوگرافی هنرمندان و از طرفی دیگر اعتصاب هالیوود در ۱۹۴۶، به تأسیس اتحادیه‌ی «هنرمند تجسمی، ساخت تیتراژ و گرافیک»<sup>۱۸</sup> انجامید. اعضای این بنیاد را گرافیست‌های صنعت فیلم و طراحان نشانه‌های تجاری و تبلیغی تشکیل می‌دادند. در این دوره عنوان‌بندی فیلم تبدیل به هنری تخصصی و سکانس‌های عنوان‌بندی هنری‌تر شد و «بار دیگر سرمایه‌ها و درآمدها صرف ساخت سکانس‌های دست‌اولی شدند که بهتر موضوع اصلی و ژانر فیلم را کامل می‌کردند» (Braha & Byrne 2011: 48). در دهه‌ی ۱۹۵۰ فراگیر شدن پدیده‌ی تلویزیون در اروپا و آمریکا، سینما را از یک‌تازی بیرون راند. از همین‌رو سینما برای بقا و رقابت مجبور به نوآوری در تمام لایه‌ها از جمله در عنوان‌بندی شد. سرآغاز این تحولات عنوان‌بندی‌های سائول باس<sup>۱۹</sup> برای فیلم‌های «کارمن جونز»<sup>۲۰</sup> (۱۹۵۴) و «مرد بازوطلایی»<sup>۲۱</sup> (۱۹۵۵) بود (صادقی، ۱۳۸۷: ۸۹-۹۰). کاری که در ۱۹۲۰ گروپیوس<sup>۲۲</sup> با احداث مدرسه‌ی معماری و هنرهای کاربردی باهوس بر روی ورق‌های کاغذ سفید کرد، سائول باس در دهه‌ی ۱۹۵۰ بر روی پرده‌های سینما انجام داد. باس تیتراژ را به‌مثابه‌ی فیلمچه‌ای مجزا، بدون دخالت در فیلم اصلی، به ابتدای فیلم پیوست می‌کرد و شگردهای نوینی مانند عکاسی، پرده‌ی دوبخشی<sup>۲۳</sup>، روبش (جارو زدن)، متحرک‌سازی را در خدمت فضا‌سازی ذهنی مخاطب قرار می‌داد. در واقع توجه به فضا‌سازی ذهنی مخاطب در خصوص فیلم رویکردی بود که باس وارد عنوان‌بندی سینما کرد. با تأخیری حدود ده‌ساله شگردهای تیتراژ‌سازی سینما به فیلم‌های تلویزیونی منتقل شد. «در سال‌های اخیر روند طراحی عنوان‌بندی

در جهت دور شدن از آراستگی صرف و نزدیک شدن به شیوه‌ی ترکیب فصل‌ عنوان‌بندی در بافت فیلم اصلی پیش می‌رود» (صادقی، ۱۳۸۷: ۹۲).

از آنجا که سینما هنری وارداتی به‌شمار می‌آید، طبیعی است که سیر تکوین تیتراژ سینمایی ایران با کمی تأخیر همان سیر تکوین اروپایی را طی کند. در سال‌های ۱۳۳۰-۱۳۳۱ نخستین عنوان‌بندی‌های متحرک با تقلید از عنوان‌بندی‌های هالیوود ساخته شد. یعنی عناوین و اسامی بازیگران روی صفحات دفتر و دستی ورق‌زن به نمایش درمی‌آمد. تا پیش از آن، تنها کارکرد تیتراژ معرفی نام دست‌اندرکاران و مشخصات فنی فیلم بود. در سال ۱۳۳۶، حمید خواجه‌نصیری برای ساخت عنوان‌بندی فیلم «شب‌نشینی در جهنم» به کارگردانی موشق سروری از فضای فیلم اصلی بهره‌گرفت و عناصر تصویری را به تیتراژ افزود. در فیلم مذکور زنی مشعلی را برمی‌دارد و به دیوار می‌کوبد. با این ضربه عنوان «شب‌نشینی در جهنم» با کلمه‌هایی شعله‌ور بر دیوار نقش می‌بندد. استفاده از طراحان حرفه‌ای برای ساخت تیتراژ و عنوان‌بندی و سفارش آن به کارگاه گرافیک با فیلم‌قیصر (۱۳۴۸) ساخته‌ی مسعود کیمیایی آغاز شد. در سال ۱۳۵۰ فرشید مثقالی طراحی پوستر فیلم «پسر، ساز و پرنده» (محصول کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان) وارد گرافیک سینمای کودک شد. پس از او نیز گرافیست‌های دیگر مانند ابراهیم حقیقی با طراحی مجموعه‌ی استاپ‌موشن «علی کوچولو» (۱۳۶۴) به طراحان گرافیک سینمای کودک افزوده شدند (سعیدی‌پور، ۱۳۷۶: ۹۹-۱۰۳).

از کتاب‌های انگلیسی در زمینه‌ی عنوان‌بندی فیلم می‌توان به ساخت گرافیک پویا برای فیلم، ویدئو و وب (Braha & Byrne 2011) اشاره کرد. تمرکز کتاب مذکور بر تبیین و آموزش عنوان‌بندی‌هایی است که با شگرد گرافیک پویا ساخته می‌شوند. «تایپوگرافی در طراحی عنوان‌بندی فیلم» (Yu 2008)، «عنوان‌بندی آغازین» (Matamala 2011) و «تحلیل تیتراژ آغازین در فیلم» (Inceer 2007) نیز مقالاتی در این حوزه‌اند. پژوهش‌های دانشگاهی ایران در حوزه‌ی عنوان‌بندی فیلم، سریال و پوسترهای سینمایی، کمتر در قالب مقاله و بیشتر به شکل پایان‌نامه‌های رشته‌ی ارتباط تصویری منتشر شده است. پایان‌نامه‌ی صفری صدیق (۱۳۹۰) «تایپوگرافی عناوین فیلم‌های فارسی» را، مال میر (۱۳۹۱) «نقش زبان در تایپوگرافی تیتراژ فیلم‌ها» را، مقاله‌ی لامعی و امامی‌فر (۱۳۹۲)، «شگردهای گرافیک پویا در عنوان‌بندی سریال‌های ایرانی» را، پایان‌نامه‌ی سلیمانی (۱۳۹۳) «طراحی عناوین فیلم‌های برگزیده‌ی جشنواره‌ی فجر» را، داودی مسیحی (۱۳۹۴) «سازهای تصویری طراحی عنوان‌بندی فیلم‌ها» را، صالحی (۱۳۹۴) «جلوه‌ی بصری خط عنوان فیلم‌های سینمایی ایران» را، لک‌هایی (۱۳۹۶) «شگردهای روایی تیتراژ یک دهه از فیلم‌های سینمایی ایران» را و تاج‌بیکر (۱۳۹۹) «رابطه‌ی تصویر و نوشتار در عنوان‌بندی فیلم‌های ایرانی» را بررسی کرده‌اند. موضوع مقاله‌ی پرمهر و همکاران (۱۴۰۱) نیز «تایپوگرافی در خصوص عنوان‌بندی چند سریال نمایش خانگی» است.

## مبانی نظری

### ۱. تیتراژ (عنوان‌بندی)

«تیتراژ» در اصطلاح فرمی نمایشی - تجسمی، متشکل از سه عنصر گرافیک، حرکت و صدا است که در آغاز و پایان فیلم‌های سینمایی، تلویزیونی و برنامه‌های غیرنمایشی می‌آید. حرکت و صدا به جنبه‌های نمایشی آن مربوط می‌شود و طراحی گرافیک شرط لازم تجسمی بودن آن است (صادقی، ۱۳۸۷: ۱۰). سعیدی‌پور با ترجیح اصطلاح «عنوان‌بندی» به واژه‌ی فرانسوی «تیتراژ»، آن را به سه بخش اصلی، فرعی و پایانی تقسیم

می‌کند. بخشی را که در آن نام فیلم نوشته می‌شود عنوان‌بندی اصلی می‌خواند؛ بخشی را که به معرفی عناوین اصلی می‌پردازد، عنوان‌بندی فرعی (یا عنوان‌بندی معرفی) و بخشی را که در پایان فیلم می‌آید و شامل معرفی سایر دست‌اندرکاران ساخت فیلم است، عنوان‌بندی پایانی می‌نامند (سعیدی‌پور، ۱۳۷۶: ۸۶). اگر تیتراژ را به دو بخش آغازین و پایانی تقسیم کنیم، اصطلاح عام «تیتراژ» در معنای خاص «تیتراژ آغازین» نیز به کار می‌رود (صادقی، ۱۳۸۷: ۲۱). در مقاله‌ی حاضر نیز منظور از تیتراژ همین معنای تحدید یافته است؛ چراکه برخلاف تیتراژ آغازین که مانند جلد آغازین کتاب می‌تواند کارکردی هنری داشته باشد، تیتراژ پایانی در ماهیت قابلیت چنین کارکردی ندارد (صادقی، ۱۳۸۷: ۲۳). سه دیدگاه عمده در خصوص تعریف تیتراژ آغازین وجود دارد: ۱- تیتراژ به‌مثابه‌ی معرفی‌نامه‌ی فیلم، ۲- تیتراژ به‌مثابه‌ی زنگ آغاز فیلم، ۳- تیتراژ به‌مثابه‌ی فضا‌ساز ذهن مخاطب (صادقی، ۱۳۸۷: ۱۰). گرافیک سینمایی و به‌طور خاص تاپوگرافی عنوان در چهارچوب سومین دیدگاه معنا می‌یابد.

## ۲. پوستر سینمایی

«دیوارکوب» و «اعلان دیواری» می‌توانند معادل‌های فارسی برای اصطلاح پوستر باشند. پوستر به‌خاطر انباشت داده‌های بصری از مهم‌ترین جلوه‌گاه‌های هنر گرافیک است. پوسترهای اولیه در ایران، فاقد تصویر و عناصر بصری بودند و به آن‌ها «آفیش<sup>۲۴</sup>» می‌گفتند. با ورود کاریکاتوریست‌ها و تصویرگرانی که آشنا به زبان آلمانی بودند، اصطلاح آلمانی «پلاکارد» جای اصطلاح فرانسوی «آفیش» را گرفت. پس از رویدادهای ۱۳۳۲ با رواج فرهنگ آمریکایی، اصطلاح «پوستر» جای خود را باز کرد (صادقی، ۱۳۸۷: ۷۸). پوستر برحسب کارکرد انوعی دارد که می‌توان اشاره کرد به: پوستر سینمایی، تجاری-تبلیغی، سیاسی، شخصیت، سلف‌پوستر، و فرهنگی.

بر اساس شیوه‌ی عملکرد و انتظار مخاطب، پوسترهای سینمایی به سه سبک تقسیم می‌شوند: آمریکایی، لهستانی و فرانسوی-ایتالیایی. پوسترهای سبک آمریکایی بازیگرمحورند؛ یعنی پلان اصلی پوستر بر چهره‌ی درشت‌شده‌ی بازیگران سرشناس تمرکز دارد. مخاطب با توجه به سابقه‌ی ذهنی خود از بازی‌های قبلی بازیگر می‌تواند ژانر فیلم را حدس بزند. پوسترهای سبک لهستانی موضوع‌محورند. پوسترهای سبک فرانسوی-ایتالیایی صحنه‌محورند. یعنی طراحان این سبک یکی از صحنه‌هایی که قابلیت پوستر شدن را داشت شکار می‌کردند. در این سبک، هارمونی بین فرم اشیای داخل صحنه‌ی شکارشده با وضعیت فرمی شخصیت‌ها حائز اهمیت بود. مثلاً امکان داشت که در کادربندی پوستر، فرم مستطیل و کشیده‌ی یک بازیگر در نمای فول‌شات (تمام‌قد) با فرم مستطیل و کشیده‌ی یک درخت سرو هماهنگی پیدا کند (صادقی، ۱۳۸۷: ۸۰-۸۱).

## ۳. تاپوگرافی (حروف‌نگاری)

تاپوگرافی از دو عبارت «تایپ<sup>۲۵</sup>» به‌معنای حروف چاپی و «گرافی<sup>۲۶</sup>» به‌معنای نگاری تشکیل شده است. «می‌توان تاپوگرافی را تطوری در نماد و نشانه دانست که با تغییر کارکرد از شناخت پیرامون به ایجاد ارتباط اجتماعی تغییر جهت داده است» (شهیدی کسمایی و عارف، ۱۴۰۲: ۱۲۱). درواقع تاپوگرافی ابزاری است که توسط آن به یک ایده‌ی نوشتاری، فرم تصویری داده می‌شود (امروز و هریس، ۱۳۹۶: ۳۸). در

بیشتر متون، به‌ویژه متون علمی، وجه تصویری نوشتار نامرئی است و تمام بار معنای نوشتار را وجه زبانی متن به دوش می‌کشد. تایپوگرافی با شگردهای آشنایی‌زدایانه، وجه تصویری نوشتار را رؤیت‌پذیر می‌کند و بخشی از کارکرد خوانداری واژگان را به کارکرد دیداری تبدیل می‌کند. آشنایی‌زدایی<sup>۲۷</sup> در تایپوگرافی از طریق تغییر اندازه، فاصله و شکل حروف، چینش و ترکیب حروف، فاصله‌ی بین خطوط، زاویه‌ی خط زمینه، پاراگراف‌بندی و سازه‌های صوری دیگر تحقق می‌یابد.

#### ۴. برهم‌کنش نوشتار و تصویر

وفق نظر اسکات و نیکولایوا، تصاویری که در لابه‌لای متن نوشتاری کتاب‌های کودک و نوجوان قرار دارد و متن نوشتاری داستان می‌توانند پنج نوع برهم‌کنش داشته باشند:

**الف) برهم‌کنش برون‌نوشتاری تقارنی<sup>۲۸</sup>:** تصویر همان اطلاعاتی را بازنمایی می‌کند که در متن نوشتاری بیان شده است (نیکولایوا، ۱۳۹۸: ۳۶۷).

**ب) برهم‌کنش برون‌نوشتاری تکمیلی<sup>۲۹</sup>:** واژه‌ها و تصویرها مکمل یکدیگرند (نیکولایوا، ۱۳۹۸: ۳۶۸). تصویر به همان اندازه شکاف‌های متن را پر می‌کند که متن شکاف‌های تصویر را.

**پ) برهم‌کنش برون‌نوشتاری توسیعی<sup>۳۰</sup>:** «تصویرها چشمگیرانه داستان کلامی را گسترش می‌دهند؛ یا گاهی واژه‌ها، تصویرها را به‌گونه‌ای گسترش می‌دهند که داده‌های گوناگون هر دو روش ارتباطی، معنای پیچیده‌تری تولید می‌کنند» (نیکولایوا، ۱۳۹۸: ۳۶۸). در این نوع برهم‌کنش، تصویر هم لایه‌های پیچیده‌ای از معنا را به متن می‌افزاید و هم اینکه آن لایه‌های پیچیده‌ی معنایی را رمزگشایی می‌کند (زنجانبر، ۱۴۰۱: ۸۹).

**ت) برهم‌کنش برون‌نوشتاری ترکیبی<sup>۳۱</sup>:** «واژه‌ها و تصویرها هر یک داستانی متفاوت را نقل می‌کنند و برای آفرینش معنایی تازه همکار یکدیگرند؛ هر دو برای رمزگشایی پیام ضروری‌اند» (نیکولایوا، ۱۳۹۸: ۳۶۸).

**ث) برهم‌کنش برون‌نوشتاری تناقضی<sup>۳۲</sup>:** «تنش میان واژه‌ها و تصویرها بسیار شدید می‌شود و هر یک داستان را به‌سویی می‌کشند» (نیکولایوا، ۱۳۹۸: ۳۶۸).

#### بحث و تحلیل

در این بخش تقسیم‌بندی پنج‌گانه‌ی اسکات - نیکولایوا در خصوص رابطه‌ی تصویر با متن نوشتاری، به تایپوگرافی تعمیم می‌یابد.

#### ۱. برهم‌کنش درون‌نوشتاری تقارنی

در این حالت، وجه بصری عبارت تایپوگرافیک تکرار وجه خوانداری آن است. به‌عبارتی دیگر، آنچه معنای زبانی کلمات بیان می‌کند، همان چیزی است که شیوه‌ی نگارش کلمات به نمایش می‌گذارند. برهم‌کنش درون‌نوشتاری تقارنی معادل تعریفی است که چارثی از اصطلاح «لوگومیکسیت<sup>۳۳</sup>» دارد. «در لوگومیکسیت، نوشتار نوعی تفسیر یا معنای لغوی تصویر است و برعکس، تصویر ترجمه‌ی نوشتار» (چارثی، ۱۳۹۸: ۵۸). پوستر رسمی و تیزر فیلم نوجوان «شهر گربه‌ها» (۱۴۰۱) به کارگردانی و نویسندگی سیدجواد هاشمی، تصویر گربه را در تایپوگرافی عنوان گنجانیده است. یعنی وجه دیداری و خوانداری عنوان فیلم با یکدیگر در تقارنی آینه‌وار هستند.



تصویر ۱. پوستر فیلم «شهر گربه‌ها» (۱۴۰۱)

فیلم آمریکایی نوجوان به کارگردانی نزینگه استورات<sup>۳۴</sup> است که از سپتامبر ۲۰۱۹ تا اکتبر بیش از چهل و یک میلیون بیننده داشته است. در پوستر رسمی این فیلم حرف T را بلندتر از سایر حروف نوشته شده است و علاوه بر این، هم در پوستر مذکور و هم در تیتراژ آغازین فیلم به مانند عنوان نویسی های فیلم های وسترن از تایپ فیس سریف دار و حروف قد بلند و دارای ارتفاعی کشیده تر از حد معمول استفاده شده است. در پوستر دوبله‌ی فارسی آن نیز، علاوه بر وفاداری به تایپوگرافی انگلیسی آن (حفظ بلندی ارتفاع حرف T)، در ترجمه‌ی فارسی آن نیز با افزایش ارتفاع حرف «ل» وجه خواننداری کلمه‌ی «بلند» را به وجهی بصری بدل کرده است و مانند تایپ فیس انگلیسی نسخه‌ی اصلی اش، تایپ فیس فارسی حروف نیز بلندتر و درازتر از حد معمول است، به طوری که شیب حرف «خ» در واژه‌ی «دختر» بسیار تند و نزدیک به زاویه‌ی قائمه است و یا پیچ دهانه‌ی حرف «د» به اندازه‌ی یک حرف «الف» ارتفاع پیدا کرده است. در برهم‌کنش تقارنی بین وجه بصری عبارت تایپوگرافی شده با وجه خواننداری آن رابطه‌ی ترداف برقرار است.



تصویر ۲. پوستر از فیلم «دختر قد بلند» (۲۰۱۹)

## ۲. برهم‌کنش درون‌نوشتاری تکمیلی

در برهم‌کنش تکمیلی، هیچ‌یک از وجوه دیداری و خوانداری واژه‌ی تایپوگرافی شده به‌تنهایی نمی‌تواند مدلولی قطعی را بازنمایی کند؛ بلکه معنا محصول برهم‌کنش هر دو وجه است. به‌عبارتی دیگر، هریک از دو وجه خوانداری و دیداری عنوان بر مدلولی متفاوت دلالت دارد و فقط تعدیل سیالیت معنا از طریق تباری هر دو وجه دیداری و خوانداری امکان‌پذیر می‌شود.

«فیل‌شاه» (۱۳۹۶) فیلم انیمیشنی به کارگردانی هادی محمدیان است. در پوستر فارسی فیلم مذکور و نیز در تیتراژ آغازین آن، به‌جای نقطه‌های حرف «ش» در واژه‌ی «شاه» از یک تاج شاهی استفاده شده است. اگر وجه خوانداری واژه‌ی «شاه» در ذیل دالِ آیکنیکِ تاج قرار نمی‌گرفت، این شیء زردرنگ به‌عنوان تاج شاهنشاهی دریافت نمی‌شد. بنابراین وجه خوانداری عبارت مذکور بازنمایی تصویر تاج را تکمیل می‌کند. اگر تعداد دندان‌های دور تاج، دقیقاً سه تا نبود، تصویر مذکور نمی‌توانست جانشین سه تا نقطه‌ی حرف «ش» شود؛ بنابراین وجه دیداری عبارت مذکور نیز متقابلاً مکمل وجه خوانداری آن است. همان رابطه‌ی جانشینی که در پوستر ایرانی فیلم، بین تصویر تاج طلا و نقطه‌های حرف «ش» وجود دارد؛ در پوستر انگلیسی فیلم نیز بین تصویر تاج طلایی با نقطه‌ی حرف i وجود دارد. یعنی هم در پوستر ایرانی و هم در پوستر خارجی فیلم، وجه بصری عبارت تایپوگرافیک با وجه خوانداری آن مکمل یکدیگرند.



تصویر ۳. دو پوستر ایرانی و انگلیسی از فیلم «فیل‌شاه» (۱۳۹۶)

در اغلب تایپوگرافی‌های مبتنی بر برهم‌کنش تکمیلی، وجه بصری با وجه خوانداری رابطه‌ی مجاز مرسلی (جانشینی جز به‌جای کل) دارد. برای مثال با توجه به اینکه نسبت تاج با شاه رابطه‌ی جز به کل است، در تایپوگرافی عنوان فیلم «فیل‌شاه»، جانشینی ابژه‌ی تاج (وجه بصری تایپوگرافی) به‌جای نقطه‌های کلمه‌ی شاه (وجه خوانداری تایپوگرافی) مبتنی بر رابطه‌ی مجاز مرسلی است.

## ۳. برهم‌کنش درون‌نوشتاری توسیعی

برخلاف برهم‌کنش تقارنی، در حالت توسیعی، وجه خوانداری و وجه دیداری عبارت تایپوگرافی شده مستقیم به‌همدیگر ارجاع نمی‌دهند؛ بلکه شکاف‌های معنایی همدیگر را پر می‌کنند. برخلاف برهم‌کنش تکمیلی که به‌صورت خودکار در همان نگاه اول قابل رمزگشایی است؛ رمزگشایی از برهم‌کنش توسیعی نیاز به تأملی آگاهانه و تفسیر دارد.

عنوان انیمیشن "The SECRET LIFE of PETS" 1, 2 (2016, 2019) (به کارگردانی کریس روناد<sup>۳۵</sup>)



به معنای «زندگی خصوصی حیوانات خانگی» است. پوستر و جلد دی‌وی‌های این مجموعه، برای تایپوگرافی عنوان از شگرد تصویر- پیوست استفاده کرده است. یعنی تصویری را در لابه‌لای نوشتار قرار داده است. تصویر سگ در میان فضای منفی حرف E نماینده‌ی حیوانات خانگی است. در تایپوگرافی کلمه‌ی PeTs تلفیقی از حروف کوچک و بزرگ انگلیسی، با ارتفاع‌هایی متفاوت به چشم می‌خورد. حرف بزرگ T شباهت به آپارتمانی بلند دارد. نه تنها حرف مذکور بلکه استفاده از تایپ‌فیس کامپیوتری حروف به‌گونه‌ای است که گویی هر حرف یک واحد آپارتمانی شهری است و فضای منفی داخل حرف e یک پنجره از یک واحد آپارتمانی را بازنمایی می‌کند. از توی این پنجره یک سگ از نمای لانگ‌شات و فاصله‌ای دور دیده می‌شود. در واقع تصویر مذکور سگی تک‌وتنها را از توی پنجره‌ی حرف e نشان می‌دهد که توی اتاق کوچک واحد آپارتمانی‌اش نشسته است. این تصویر، محدوده‌ی بسته‌ی کله‌ی حرف e را به‌عنوان حریم خصوصی سگ بازنمایی کرده است. از پنجره مشخص است که برای ورود به زندگی خصوصی سگ (به‌عنوان نماینده‌ی زندگی تمام حیوانات خانگی) راهی وجود ندارد. تابلویی قرمز بالای سر کلمه‌ی PeTs قرار دارد. داخل تابلو نوشته شده است: «زندگی خصوصی». تابلوی قرمز مذکور با پاره‌خطی نازک به پنجره‌ی حرف e (که نماد فضای خصوصی یک حیوان خانگی شده است) متصل شده است. بنابراین به‌لحاظ نشانه‌شناختی، اتصال تصویر سگی که در اتاق خوابش تنها نشسته است به تابلوی «زندگی خصوصی» چیزی جز صدور حکم ترادف این دو نیست. یعنی خط واصل مذکور، مبین مترادف بودن زندگی خصوصی با تصویر سگ تنهای داخل اتاق است. از طرفی رنگ قرمز تابلوی «زندگی خصوصی» بیان‌گر خطر، دورباش و هشدار دارد. بنابراین تایپوگرافی مذکور برای کسی که بخواهد به حریم خصوصی این حیوان خانگی نزدیک شود پیام تحذیر و دورباش صادر می‌کند. از آنجا که موضع کله‌ی سگ در پنجره‌ی حرف e، در موضع مرکزی (وسط طرح روی جلد) قرار دارد و نیز دارای کنتراست رنگ زرد است، بنابراین کانون توجه مخاطب را سریع به خود جلب می‌کند؛ اما بلافاصله پیام تایپوگرافیک تابلوی قرمز به مخاطب هشدار و دورباش از حریم خصوصی سگ را می‌دهد.



تصویر ۴. پوستر فیلم «The SECRET LIFE of PETS» (2016, 2019)

#### ۴. برهم کنش درون نوشتاری ترکیبی

در این نوع برهم کنش، از ترکیب دلالتِ برخاسته از وجه خوانداری و دلالتِ برخاسته از وجه دیداری، دو یا چند روایت متفاوت حاصل می‌آید. در واقع، در عمل، برهم کنش ترکیبی گاهی در ذیل برهم کنش توسیعی قرار می‌گیرد و گاهی در ذیل برهم کنش تناقضی. از همین رو، به نظر نگارنده می‌توان با حذف این نوع برهم کنش، دسته‌بندی پنج‌گانه‌ی اسکات- نیکولایوا را به چهار دسته‌ی اصلی کاهش داد. این مقاله با وجود اعتقاد به ناضروری بودن بحث برهم کنش ترکیبی، همچنان از الگوی پنج‌گانه‌ی اسکات- نیکولایوا تبعیت می‌کند.

در یکی از پوستره‌های معرفی فیلم «پسر دلفینی»، با استفاده از تکنیک تصویر- پیوست (با استفاده از الحاق تصویر به عبارت نوشتاری)، تصویر پسری داخل کلمه‌ی DOLPHIN گنجانده شده است (نه در داخل کلمه‌ی BOY) و تصویر دلفینی در داخل کلمه‌ی BOY (نه در داخل کلمه‌ی DOLPHIN). یعنی قاعده‌ی همخوانی وجه دیداری (تصویر پیوست‌شده) با وجه خوانداری (معنای عبارت نوشته‌شده) درهم شکسته است. این ناهمخوانی دلالت‌های خوانداری و دیداری در تایپوگرافی هریک از کلمات DOLPHIN و BOY به خوانش دوگانه‌ی عنوان می‌انجامد. چراکه اگر مخاطب از دلالت وجه خوانداری به دلالت دیداری (از کلمه به تصویر) حرکت کند، کلمه‌ی DOLPHIN به لحاظ نحوی، در جایگاه هسته‌ی عنوان قرار می‌گیرد و تصویر پسری که داخل همین کلمه‌ی DOLPHIN دیده می‌شود، به عنوان وابسته‌ی این هسته. بنابراین عنوان به صورت «دلفینِ پسری» (هسته+ وابسته) بازنمایی می‌شود. اگر جهت حرکت از دلالت وجه دیداری به وجه خوانداری باشد، پسر در جایگاه هسته قرار می‌گیرد و دلفین در جایگاه وابسته. یعنی در این حالت، عنوان به صورت «پسری دلفینی» بازنمایی می‌شود. به طور مشابه تصویر یک دلفین با واژه‌ی BOY ادغام شده است. بنابراین بسته به جهت خوانش، این کلمه را نیز می‌توان هم به عنوان «پسری دلفینی» و هم به عنوان «دلفینی پسری» بازخوانی کرد. به لحاظ نشانه‌شناختی، این که هر دو کلمه را می‌توان به هر دو صورت بازنمایی کرد و این که دلفین در دل کلمه‌ی پسر جای دارد و پسر در دل کلمه‌ی دلفین، حاکی از پیوندی ناگسستنی بین پسرک و دلفین است.

تصویر دلفین و پسرک هر دو در یک حرف مشترک (در حرف همگن O) گنجانده شده‌اند. یعنی حرف O مکان مشترکی (استعاره از دریایی) است که هر دوی آن‌ها را محصور کرده است. از سویی دیگر، با توجه به وجه دیداری تایپوگرافی پوستر، موضع مکانی پسرک نسبت به دلفین بالاتر است؛ اما با توجه به وجه نمادین آن، کلمه‌ی DOLPHIN به لحاظ مکانی به کلمه‌ی BOY تفوق دارد. حال سؤال این است که کدام یک در موضع برتری نسبت به دیگری قرار دارند. بنا به متن فیلم، هریک از آن دو، هرگاه در موضع ضعف قرار می‌گیرد، دیگری از موضع قوی‌تر فرامی‌رسد و او را یاری می‌دهد. بنابراین هر بار جای تفوق آن‌ها در طول فیلم با یکدیگر عوض می‌شود.

بنا به وجه دیداری تایپوگرافی مذکور (یعنی با توجه به تصویر دلفین و پسری که در داخل کلمه‌های BOY و DOLPHIN گنجانده شده‌اند)، زبان بدن دلفین و پسرک حرکتی عاشقانه به سوی همدیگر را بازنمایی می‌کند؛ چراکه جهت پاهای تصویر پسرک که در حرف O محصور است رو به سوی دلفینی دارد که توی یک حرف O بی دیگر قرار دارد؛ اما هیچ کدام از این دو، قابلیت خروج از محفظه‌ی بسته‌ی O را ندارند. با تفسیری نشانه‌شناختی، اگرچه هر دو در فضای مشترکی به نام دریا زندگی می‌کنند؛ پسرک از دنیای خشکی است و دلفین از دنیای آب. بنابراین اگرچه بین آن‌ها پیوندی ناگسستنی وجود دارد و هر دو رو به یکدیگر

در حرکت‌اند و هر دو محصور در دنیای مشترک دریا (حرف مشترک O) هستند؛ اما دنیای آن‌ها فقط باهم اشتراکی ظاهری دارد. بنابراین بازهم پرسشی دوگانه به وجود می‌آید که: این تایپوگرافی قصد بازنمایی اشتراک دنیای آن‌ها را دارد یا اختلافشان؟



تصویر ۵: پوستر انگلیسی (۱۳۹۹) «DOLPHIN BOY»

### ۵. برهم‌کنش درون‌نوشتاری تناقضی

برخلاف برهم‌کنش تقارنی که وجه دیداری و خواننداری آن بر مدلول یکسانی دلالت دارند، در برهم‌کنش تناقضی مدلول دال خواننداری و دال دیداری با یکدیگر در تنش هستند. به عبارتی دیگر آنچه را که عبارت تایپوگرافیک به تصویر می‌کشد، ناقض چیزی است که با زبان نوشتار بیان می‌کند. سریال نوجوان «منطقه‌ی پرواز ممنوع» (۱۳۹۸) به کارگردانی امیر داسارگر پرفروش‌ترین فیلم سال شد. در تایپوگرافی پوستر و تیتراژ آغازین فیلم، تصویر یک هواپیما دیده می‌شود که خط سفید دود هواپیما در ادامه‌ی حرف «ع» قرار گرفته است. با توجه به هم‌رنگی فونت نوشتار عنوان با امتداد دود سفید هواپیما، گویی کل عبارت نوشتاری مذکور چیزی جز خط دود سفید هواپیما نیست. پرواز هواپیما در دور عبارت «منطقه‌ی پرواز ممنوع»، نمایش تناقض وجه بصری تایپوگرافی با وجه زبان‌شناختی آن است. یعنی دلالتی که منبعث از وجه دیداری عبارت تایپوگرافیک است، با دلالتی که منبعث از وجه خواننداری آن است، همدیگر را نقض می‌کنند. چراکه وجه خواننداری عبارت مذکور حکم به ممنوعیت پرواز پیرامون منطقه‌ی ممنوعه را می‌دهد، در حالی که وفق وجه دیداری عبارت مذکور، یک هواپیما با نقض وجه خواننداری، در حال گردش پیرامون همین واژه‌ی منطقه‌ی پرواز ممنوعه است.



تصویر ۶. پوستر سریال نوجوان «منطقه‌ی پرواز ممنوع» (۱۳۹۸)

فیلم انیمیشن (2005) "up"، به کارگردانی پیت داکتر<sup>۳۶</sup> و باب پترسون<sup>۳۷</sup> در سال ۲۰۰۵ تولید شده است. عنوان فیلم «بالا» است؛ اما تایپوگرافی عنوان به خاطر جبر رسم‌الخط انگلیسی جهت فرود و سرپایین را بازنمایی کرده است. این در حالی است که تایپوگرافی عنوان در جلد دی‌وی‌دی فارسی، جهتی رو به بالا را به نمایش گذاشته است. بنابراین تایپوگرافی عنوان در پوستر انگلیسی مبتنی بر تضاد وجه دیداری با وجه خوانداری آن است و در جلد فارسی فیلم، مبتنی بر ترادف آن‌ها. به‌طورکلی برهم‌کنش تناقضی همواره نقطه‌ی مقابل برهم‌کنش تقارنی است. از همین رو برهم‌کنش درونی عنوانی که از نوع تناقضی است (در پوستر انگلیسی)، با چرخش صد و هشتاد درجه‌ای خط کرسی عنوان می‌تواند به برهم‌کنشی تقارنی (در پوستر فارسی) تبدیل شود.



تصویر ۷. پوستر انگلیسی و فارسی فیلم (2005) "up"

## نتیجه‌گیری

یک واژه یا یک نوشتار علاوه بر این‌که به نظام زبان‌شناختی (نظام خوانداری) تعلق دارد، به نظام تصویری (نظام دیداری) نیز تعلق دارد. زبان علم، وجه تصویری واژه‌ها را نامرئی‌سازی می‌کند؛ اما پوستره‌های تبلیغاتی و عناوین مندرج در تیتراژ فیلم‌ها، به‌ویژه فیلم‌های کودک و نوجوان سعی می‌کنند با استفاده از شگردهای تایپوگرافیک امکان رؤیت‌پذیری دلالت تصویری کلمات و عبارات نوشتاری را فراهم کنند و از این طریق درون‌مایه‌ی فیلم را در پیرامتنِ عنوان به نمایش بگذارند. این پژوهش نشان داد که در تیتراژ آغازین فیلم‌ها و نیز در پوستره‌های سینمایی، عنوان فیلم نه‌تنها از طریق برهم‌کنش بیرونی با همسایگانی نظیر موسیقی و پلان‌های تصویری پس‌زمینه، بلکه از طریق برهم‌کنش درونی به پنج سبک گوناگون در معناسازی ایفای نقش می‌کند. یعنی برهم‌کنش وجه خوانداری و وجه دیداری یک عبارت تایپوگرافیک پنج نوع است: تقارنی، تکمیلی، توسیعی، ترکیبی و تناقضی.

## پی‌نوشت‌ها

1. title sequence
2. movie poster
3. opening title
4. typography
5. typographers
6. visual aspect
7. reading aspect
8. C. Scott
9. M. Nikolajeva
10. Orson Welles
11. The Magnificent Ambersons
12. Francois Truffaut
13. Fahrenheit 451
14. Julia May
15. Humorous Phases of Funny Faces
16. J. Stuart Blackton
17. Bauhaus
18. Scenic, Title and Graphic Artist 816
19. Saul Bass
20. Carmen Jones
21. The Man with the Golden Arms
22. w. A. G. Gropius
23. split screen
24. afish
25. type
26. graphy
27. defamiliarization
28. symmetrical interaction

29. complementary interaction
30. expanding interaction
31. combined interaction
32. contradictory interaction
33. Logomixete
34. Nzingha Stewart
35. Chris Renaud
36. Pete Docter
37. Bob Peterson

## فهرست منابع

- امبروز، گوین و هریس، پل (۱۳۹۶). اصول پایه‌ی طراحی گرافیک. ترجمه‌ی شروین شهامی‌پور. تهران: نظر.
- پرمهر یابنده، امیرحسین؛ عابد دوست، حسین و کاظم‌پور، زیبا (۱۴۰۱). «تحلیل حروف‌نگاری (تایپوگرافی) عنوان سریال‌های نمایش خانگی معاصر ایران با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردان». رسانه‌های دیداری و شنیداری. ۱۶(۴). صفحه‌های ۵-۲۸.
- <https://doi.org/10.22085/javm.2023.364975.1984>
- تاج‌پیکر، زهره (۱۳۹۹). «بررسی رابطه‌ی تصویر و نوشتار در عنوان‌بندی (تیتراژ) فیلم‌های ایرانی سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۸». پایان‌نامه‌ی مقطع کارشناسی ارشد. مؤسسه‌ی آموزش عالی هنر شیراز. رشته‌ی ارتباط تصویری.
- چارنی، عبدالرضا (۱۳۹۸). خلاقیت در تایپوگرافی. تهران: فرهنگسرای میردشتی.
- داودی مسیحی، سرینه (۱۳۹۴). «حضور عناصر تصویری در تیتراژ فیلم». پایان‌نامه. مقطع کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز. دانشکده هنر و معماری. گروه ارتباط تصویری.
- زنجانبر، امیرحسین (۱۴۰۱). «کارکرد بلاغی‌روایی تصویر در ادبیات کودک». مبانی نظری هنرهای تجسمی. ۷(۲). صفحه‌های ۸۶-۱۰۸.
- <https://doi.org/10.22051/jtpva.2022.37251.1332>
- سعیدی‌پور، فرشته (۱۳۷۶). گرافیک در عنوان‌بندی فیلم. تهران: سروش
- سلیمانی، بهزاد (۱۳۹۳). «بررسی ویژگی‌های طراحی عنوان فیلم‌های برگزیده‌ی جشنواره‌ی فیلم فجر از سال ۶۰ تا ۹۰». پایان‌نامه‌ی مقطع کارشناسی ارشد، رشته ارتباط تصویری. دانشگاه سمنان.
- شهیدی کسمایی، محمد و عارف، محمد (۱۴۰۲). «تحلیل خاستگاه شناختی تأثیر عناصر بومی در تایپوگرافی ایرانی: با رویکرد انسان‌شناسی نمادین». مطالعات هنرهای تجسمی، ۱(۲). صفحه‌های ۱۱۷-۱۲۸.
- <https://doi.org/10.22111/JART.2023.45453.1035>
- صادقی، مهدی (۱۳۸۷). گرافیک و سینما. تهران: رسم.
- صالحی، حسین (۱۳۹۴). «بررسی بصری خط عنوان تیتراژ فیلم‌های سینمایی ایران از آغاز تاکنون». پایان‌نامه‌ی مقطع کارشناسی ارشد، پردیس بین‌المللی فارابی. رشته‌ی ارتباط تصویری.
- صفری صدیق، رزیتا (۱۳۹۰). «بررسی قابلیت‌ها و توانمندی‌های تایپوگرافی فارسی در طراحی عنوان‌بندی فیلم». پایان‌نامه‌ی مقطع کارشناسی ارشد. رشته‌ی ارتباط تصویری. دانشگاه هنر. دانشکده‌ی هنرهای تجسمی.
- لک‌هایی ریزی، محبوبه. (۱۳۹۶). «کارکرد انواع شگردهای روایی در تیتراژ فیلم‌های سینمایی ایران». پایان‌نامه‌ی مقطع کارشناسی ارشد. رشته‌ی سینما. دانشگاه سوره.
- لامعی، یاسر و امامی‌فر، سید نظام‌الدین (۱۳۹۲). «تأثیر گرافیک متحرک در عنوان‌بندی فیلم‌های ایرانی ۱۳۸۰-۱۳۹۰». کتاب ماه هنر. صفحه‌های ۵۸-۶۳.

- مالمیر، آناهیتا (۱۳۹۲). «نقش زبان و بیان تایپوگرافی در طراحی تیتراژ فیلم». پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهرا. رشته ارتباط تصویری.
- نیکولایوا، ماریا. (۱۳۹۸). درآمدی بر رویکردهای زیبایی‌شناختی به ادبیات کودک. ترجمه‌ی مهدی حجوانی و فاطمه زمانی. تهران: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2017). *The Fundamentals of Graphic Design (Osūl-e Pāye-ye Tarrāhi-ye Gerāfik)*. (Shervin. Shahamipour, Trans.). Tehran: Nazar. [in Persian].
- Braha, Yael & Byrne, Bill. (2011). *Creative Motion Graphic Titling For Film, Video, And The Web*. Independensce: CRC Press. Braha, Yael & Byrne, Bill. (2011). *Creative Motion Graphic Titling For Film, Video, And The Web*. Independensce: CRC Press.
- Chareyi, A. R. (2019). *Khallāqiyyat dar Tāypografi*. Tehran: Farhang-sarā-ye Mirdashti. [in Persian].
- Davoudi Masihi, S. (2015). *The Presence of Visual Elements in Film Title Sequence Design*. faculty of Arts and Artichecter. in Visual Communication. Islamic Azad University. Central Tehran Branch. [in Persian].
- Inceer, M. (2007). "An Analysis of The Opening Credit Sequence in Film". *University of Pennsylvania*.
- College Undergraduate Research Electronic Journal, *University of Pennsylvania*, <http://repository.upenn.edu/curej/65>. brought to you by CORE View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk provided by Scholarly Commons @ Penn.
- Lak'haee Rizi, M. (2017). *Functionality of various narrative devices in the titles of Iranian cinematic films (Elected at Fajr Film Festival 2015-2005)*. M.A thesis. Art faculty. in Cinema. Sooreh University. [in Persian].
- Lameyi, Y. & Emamifar, S. N. (2013). *The Effect of Motion Graphics in Titling Iranian Films 2001-2011*. Ketāb-e Mā-e Honar. Pp58-63. [in Persian].
- Malmir, A. (2013). *The role of language and typography expression in the design of Titlre Sequence of Films*. M.A thesis. Faculty of arts. in Visual Communication. Al-Zahra University. [in Persian].
- Matamala, A. (2011). "Opening Credit Sequenses". *Autnoma de Barcelona University*.
- May, Julia (2010). "The Art Of Film Title Design Throughout Cinema History". *Smashing Magazine*. Smashing Media AG. Published 4 October, 2010 from <https://www.smashingmagazine.com/2010/10/the-art-of-the-film-title-throughout-cinema-history/>
- Nikolajeva, Maria. & Scott, Carole (2019). *Aesthetic Approaches to Children's Literature: An Introduction*. (Mehdi. Hejvani & Fatemeh. Zamani, Trans.). Tehran: Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults. [in Persian].
- Pormeher yabandeh, A. H.; Abeddoust, H. & Kazempour, Z. (2023). "Typographic Analysis of the Titles of Iranian Contemporary Home Video Series with Emphasis on Referential and Non-Referential Signs (Case Study of The Monster, Dracula, Frog, Rhino, Yaghi, Mortal Wound)". *Audio- Visual Media*. 16(44). Pp5-28. [in Persian].
- Rastgou, M. (1997). *Honar-e Sokhan-ārāyi, Fan-ne Bad'i*. Kashan: Morsal. [in Persian].
- Safavi, K. (2004). *Dar-āmadi bar M'ani-Shenāsi*. Tehran: Soureh Mehr.

- Salehi, H. (2015). *Visual Study f Movie's Title Font in Iranian Cinema: Before Revolution until Now*. M.A thesis. Faculty of Art. in Visual Communication. University of Art. Farabi International Pardis. [in Persian].
- Shahidi Kasmaii, M. & Aref, M. (2023). "Analyzing the Cognitive Origin of the Influence of Local Elements in Iranian Typography: Symbolic Anthropology Productivity". *J. Vis. Art. Stud.* 1(1). Pp99-108. [in Persian]. <https://doi.org/10.22111/JART.2023.45453.1035>
- Soleimani, B. (2015). *Study of features the logotype of Fajr Festival Movies between years 1360- 1390*. M.A thesis. Faculty of arts. in Art Studies. Semnan University. [in Persian].
- Tajpeykar, Z. (2020). *Investigating the Relationship between Image and Text in the Title Sequence (Titration) of Iranian Films in 2001-2019*. in Visual Communication. Shiraz Art Institute of High. [in Persian].
- Yu, L. (2008). "Typography in film title sequence design". *Iowa State University*. <https://doi.org/10.31274/etd-180810-842>.
- Zanzanbar, A. H. (2023). The Rhetorical-narrative Function of "Image" in Children's Literature. *Theoretical Principles of Visual Arts*. V(7). N(1). Pp86-108. [In Persian].



Received: 2023/12/28  
Accepted: 2024/02/20  
Published: 2024/02/29

## Interaction of Reading and Visualizing “Typographic Titles” in the Opening Sequence and Posters of Seven Children and Youth Films: Based on the Scott–Nikolajeva Theory

Amir Hossein Zanjanbar, Children’s and Young Adults’ Literature, Payame Noor University, Tehran, Iran.

### Abstract

Cinematic opening sequences and posters serve as advertising–artistic tools, in addition to their role in introducing films. Nowadays, typography is utilized in film opening sequences and posters to enhance the artistic and commercial prominence of the title. Typography adds a visual–artistic dimension to the text. Typographic titles in films and posters contribute to the formation of meaning in two ways: extratextual interaction and intratextual interaction. Extratextual interaction refers to how the title interacts with its surroundings, including music, adjacent images, and moving visual plans in the background. Intratextual interaction, on the other hand, involves the interaction between the reading aspect and the visual aspect of the title or its typographic form. This article specifically focuses on intratextual interaction in the titles of children and youth films. This analytical–descriptive study aims to explore the interaction of meaning between the two reading and visual aspects of typographic titles in the opening sequences of films and cinematic posters. The approach of this article is based on the Scott–Nikolajeva theory of the five–fold interaction of text and image, which addresses the interaction of writing and the intertextual reference of the image (extratextual interaction). However, this article innovatively focuses on intratextual interaction (the dual visual and reading aspects of the text) by employing their classification method. The examples chosen for this article have been purposefully selected and include the titles of seven films and cinematic posters for children and the youth: “City of Cats,” “Tall Girl,” “The Elephant King,” “The Secret Life of Pets,” “No Fly Zone,” “Dolphin Boy,” and “Up.” These examples were chosen not only for their innovation and artistic significance but also because they cover all types of the Scott–Nikolajeva classification. The prevalence of typographic play in the titles of children and youth films and posters, along with the existing research gap in this area, necessitates this investigation. Based on the findings of this study, in the opening sequences of films and cinematic posters, the film title plays a role not only through external interaction with neighbors such as music and background visual plans but also through internal interaction in five diverse styles of meaning–making: symmetrical, complementary, expanding, combined, and contradictory.

**Keywords:** Children and Youth Film, Cinematic Poster, the Opening Sequences of the Film, Typography, Nikolajeva.