

۱۴۱۶۶۲۹

۹۵,۵,۱۷

مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک
در ارتباط تصویری

طراحی گرافیک

متحرک

حمید صادقیان

www.ketab.ir



انتشارات فاطمی

طراحی جلد و یونیفرم داخلی: مسعود سپهر

نظارت بر چاپ: علی محمدپور

صفحه‌آرایی: همتا بیداریان

لیتوگرافی: نقش سبز

نمونه‌خوانی: فریبا معلمی

چاپ و صحافی: خاشع

مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک در ارتباط تصویری

طراحی گرافیک متحرک

مؤلف: حمید صادقیان

دبیر مجله: مسعود سپهر

ویراستار: صبری - زبانی: فرید مصلحی مصلح‌آبادی

ناشر: انتشارات فاطمی

چاپ اول، ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۹۰۰۰ تومان

شابک: ۹۶۴-۳۱۸-۸۵۴-۲

ISBN: 978-964-318-854-2

کلیه حقوق این اثر برای انتشارات فاطمی محفوظ است. تکثیر، انتشار و ذخیره‌سازی تمام یا بخشی از این اثر به هر شکل (چاپی، الکترونیکی و ...) و با هر هدف بدون مجوز از ناشر، غیرقانونی و قابل پیگرد است.

نشانی دفتر: میدان دکتر فاطمی، خیابان ویپار، خیابان میرهادی شرقی، شماره ۱۴.

کدپستی: ۱۴۱۵۸۸۴۷۴۱، تلفن: ۸۸۹۴۵۵۴۵ (۰۲۱)

www.fatemi.ir * info@fatemi.ir

نمابر: ۸۸۹۴۴۰۵۱

نشانی فروشگاه: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، تقاطع شهید زاهدی زاندارمیری

تلفن: ۶۶۹۷۳۳۰

تلفن: ۶۶۹۷۳۴۷۸



انتشارات فاطمی

صادقیان، حمید، ۱۳۵۳ -

طراحی گرافیک متحرک / حمید صادقیان - تهران، فاطمی، ۱۳۹۵.

۱۸۴ ص: مصور (رنگی).

ISBN: 978-964-318-854-2

فروست: مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک در ارتباط تصویری / دبیر مجموعه مسعود سپهر. فیفا.

۱. متحرک‌سازی: Animation (Cinematography). ۲. گرافیک (Graphic arts). ۳. ارتباط دیداری (Visual communication).

الف: سپهر، مسعود، ۱۳۲۵ - ، دبیر.

۰۰۶/۶۹۶

TR۸۹۷/۵

۱۳۹۵

۴۲۶۶۰۴

کتابخانه ملی ایران

به نام خدا

سخن دبیر مجموعه

مجموعه کتاب‌های مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک در ارتباط تصویری بر اساس مباحث آموزشی در سطح کارشناسی این رشته تهیه شده‌اند. در این کتاب‌ها برای استفاده بهتر دانشجویان و درک بهتر مطالب در پایان بخش‌ها تمرین‌هایی آورده شده است و تألیف آن‌ها به گونه‌ای است که برای عموم علاقه‌مندان، دانشجویان و مدرسان این رشته به صورت کتابی راهنما مفید باشد.

تفاوت بنیادی کتاب‌های این مجموعه با سایر کتاب‌های این رشته در این است که، مباحث و دیدگاه‌های معمول یا سنتی آموزش طراحی گرافیک به صورت بازنگری شده و با توجه به نیازهای روز تألیف و تدوین شده‌اند، و عنوان‌های جدید و برخاسته از گرایش‌ها نو در تخصص و حرفه طراحی گرافیک نیز به آن‌ها افزوده شده است، و نیز هر یک از آن‌ها بر اساس شیوه‌های تدریس امروزی و به وسیله نویسندگانی تألیف شده‌اند که بسیار علاوه بر سابقه اشتغال موفق حرفه‌ای در طراحی گرافیک، به طور تخصصی مدرس همان موضوع در مراکز آموزشی نیز هستند.

هدف از انتشار این مجموعه، افزودن دانش نظری و مهارت‌های کاربردی به دانشجویان طراحی گرافیک و علاقه‌مندان به این رشته است. به این منظور در نظر داریم به طرح اولیاد مدرس‌های پایه برای رشته طراحی گرافیک در ارتباط تصویری بپردازیم، که مهم‌ترین آن‌ها با توجه به نیازهای امروز جامعه و تخصص‌های در حال گسترش این رشته عبارت‌اند از: طراحی خط، نوشته و فونت طراحی، صفحه‌آرایی و کتاب‌آرایی، تجزیه و تحلیل آثار گرافیک، رنگ و ترکیب‌بندی رنگ، طراحی نشانه، طراحی هویت جامع بصری، طراحی پوستر، بسته‌بندی، گرافیک محیطی، طراحی گرافیک برای تبلیغات، طراحی گرافیک در فضای مجازی، تاریخ گرافیک ایران و جهان. با توجه به زیرگروه‌های هر یک از این مباحث، ممکن است در این مجموعه هر مبحث دو یا سه کتاب را به خود اختصاص دهد.

فهرست

مقدمه | ۱۱

فصل اول: تاریخچه مختصر

گرافیک متحرک | ۱۵

پیشینه طراحی گرافیک

متحرک و انیمیشن | ۱۵

اختراعات‌های اولیه سینمایی | ۲۰

نوه اروپ | ۲۱

ژانرهای مختلف و پراکسینوسکوپ | ۲۳

سینما در ایران | ۳۲

پیشگامان طراحی گرافیک

متحرک و انیمیشن | ۳۲

آغاز متحرک‌سازی دیجیتال

و انیمیشن رایانه‌ای | ۴۱

تمرین | ۴۸

فصل دوم: شناخت حرکت | ۴۹

حرکت بصری | ۴۹

- حرکت در آثار فوتوریست‌ها | ۵۰
هنر دیدگانی | ۵۴
تصویرهای دنباله‌دار | ۵۶
تصویرسازی، کمیک استریپ و
استوری بورد | ۶۲
انیمیشن | ۶۴
تجربه‌ها و روش‌های گوناگون
تولید انیمیشن | ۶۷
انیمیشن زیر دوربین | ۷۱
کات‌اوت و کلاژ | ۷۵
کلاژ | ۸۱
انیمیشن بدون دوربین | ۸۲
انیمیشن سه بُعدی (3D) | ۸۳
انیمیشن با عکس | ۸۸
پیکسلیشن | ۹۰
پین‌اسکرین | ۹۱
روتوسکپی | ۹۳
روش‌های روتوسکپی دیجیتال | ۹۴
موانع کچر، پرفورمنس کیچر | ۹۵
تاریخ انیمیشن با فیلم زنده | ۹۸
انیمیشن زنده | ۹۹
مکتب‌های سه‌بعدی متحرک‌سازی | ۱۰۲
مکتب یونیورسیتی | ۱۰۳
مکتب زاگرب | ۱۰۴
مکتب مانگا | ۱۱۲
تمرین | ۱۱۴

فصل سوم: گرافیک متحرک محیطی | ۱۱۵

حرکت و فناوری جدید | ۱۱۵

محیط‌های فراگیر | ۱۱۶

محیط‌های واقعیت مجازی

و واقعیت افزوده | ۱۲۰

تبلیغات محیطی | ۱۲۴

علائم | ۱۲۴

طراحی داخلی | ۱۲۵

فضاهای خارجی | ۱۲۶

نگاشت نور (پروجکشن مپینگ) | ۱۲۷

تصویرهای سه‌بعدی | ۱۲۸

طراحی نمایشگاه | ۱۳۰

صحنه‌های اجرا | ۱۳۱

کنفرانس‌ها و سمینارهای

آموزشی- پژوهشی | ۱۳۱

مربین | ۱۳۲

فصل چهارم: گرافیک متحرک در سینما

و تلویزیون | ۱۳۳

گرافیک متحرک در و ان‌بندی

فیلم‌های سینمایی | ۱۳۴

گرافیک در تلویزیون | ۱۴۲

گرافیک متحرک تلویزیونی | ۱۴۱

ویژگی‌های گرافیک تلویزیونی | ۱۴۵

عنوان‌بندی و نکته‌های مهم

در طراحی آن | ۱۴۵

معیارهای ارزیابی عنوان‌بندی برنامه‌ها | ۱۴۷

ویدئو گرافیک و گرافیک تلویزیونی | ۱۴۹

اینفوگرافی و حرکت | ۱۵۰

تمرین | ۱۵۲

فصل پنجم: گرافیک متحرک در

رسانه‌های جدید | ۱۵۳

فناوری دیجیتال به‌عنوان یک مدیوم | ۱۵۴

هنر اینترنت | ۱۵۵

نخستین حرکت‌ها | ۱۵۷

بترهای تبلیغاتی | ۱۵۸

نخستین حرکت‌های تعاملی | ۱۶۱

تمرین | ۱۶۲

فرهنگ وازگان | ۱۶۳

کتاب‌شناسی | ۱۸۱

مقدمه

تصویر مانند تجربه‌ای بصری نمی‌تواند به مدت طولانی در ساختاری منجمد باقی بماند. برای آن‌که تصویر ارگانیزم دیده باشد، باید مناسبات درونی آن مدام تغییر کند. با مناسبات بصری پرتحرک باید به چشم و ذهن خوراک رساند. تنها این تنوع می‌تواند انگیزه لازم برای تمرکز دقت بر سطح تصویر را در بیننده ایجاد کند. تغییر، تحرک می‌آفریند. این حرکت در بسیاری از موارد به صورت حرکت‌های حیزیدکی نیست؛ اما وجود آن به شیوه‌های مختلف قابل درک و رؤیت است.

حرکت به‌عنوان یک جزء و عنصر بصری، افسون و جادوهای خاص دارد. انسان با ایجاد تصویرها، هدف‌های بسیاری را دنبال کرده است که مهم‌ترین آن‌ها ایجاد انعکاسی عینی از چهره خود بوده است و تحقق این منظور در هیچ فن‌ی بهتر از فن تلوویزیون متحرک یا سینما صورت نگرفته است.

طراحی گرافیک متحرک [Motion graphic design]، هنری برای زندگی بخشیدن به گرافیک ثابت به وسیله قابلیت‌های انیمیشن [Animation] است. اگر یک تلویزیون در مکانی روشن باشد، اجتناب از نگاه کردن به عناصر در حال حرکت روی صفحه‌نمایش

غیرممکن است. حرکت، عاملی پرشور و افسون‌کننده و نیاز انسان امروزی است. حروف، عددها و علائم پس از متحرک‌سازی وارد دنیای طراحی گرافیک متحرک می‌شوند. از تصویرهای ثابت، عکس‌ها و حتی فیلم به‌عنوان پشتیبان برای گرافیک متحرک استفاده می‌شود. تنوع تصویرهای ثابت و متحرک در چیدمان و مونتاژ، حرکت ایجاد می‌کند. با متحرک‌سازی می‌توان دنیایی جدید، حتی دنیایی کاملاً سه‌بعدی از تصویرها ایجاد کرد. گرافیک متحرک با استفاده از فناوری ویدئو یا انیمیشن و با ایجاد توهم حرکت یا تغییر در ظاهر بصری ایجاد می‌شود.

طراحی گرافیک از اواخر دهه ۱۹۲۰ از یک چاپ و نشر منظم، به طیف گسترده‌ای از فناوری‌های ارتباطی شامل فیلم، انیمیشن، رسانه‌های تعاملی و زیست‌محیطی طراحی، تکامل یافته است. گرید متحرک در قرن بیست و یکم تخیل طراحان گرافیک و بینندگان را تسخیر و حرکت را به همراه خانه‌های نوین به بخش اصلی چشم‌انداز بصری عصر ما تبدیل کرده است. تکامل از ایجاد گرافیک متحرک در روزگار ما که عصر ارتباطات نامیده می‌شود، موجب افزایش تفصیلات تعاملی طراحان گرافیک متحرک در زمینه فیلم، تلویزیون، طراحی صفحه‌های وب و انواع شکل‌های سرگرمی تعاملی شده است. طراحی گرافیک در سیستم ارتباطی نوین به راهکارهای خلاقانه‌ای برای ترکیب دو سیستم ناهمگون ارتباطات، شامل زبان بصری سنتی طراحی گرافیک (ایستا [Static Graphic]) و زبان بصری پویای نوین (گرافیک متحرک) نیاز دارد. مبنای طراحی گرافیک متحرک، بررسی اصول تصویری به منظور طراحی حرکت و تصویر و چگونگی ادغام این دو عامل برای ارائه یک پیام بصری است.

در دهه ۱۹۴۰ اولین کارهای گرافیکی متحرک در آثار تجربی هنرمندانی چون نورمن مک‌لارن و اسکار فیشینگر ارائه شد و تا دهه ۱۹۵۰ به‌وسیله هنرمندانی چون سائول باس [Saul Bass] و موریس بایندر [Maurice Binder] توسعه یافت. این زمانی بود که شبکه‌های

تلویزیونی شروع به متحرک‌سازی نشانه‌ها و عنوان‌های خود کردند. این رویه تا اواخر قرن بیستم ادامه یافت. در این مدت هر روز تجربه‌های تازه‌ای به تجربه‌های قبل افزوده می‌شد تا این‌که در ابتدای هزاره سوم میلادی و پیشرفت‌های پی‌درپی در انقلاب فناوری و دنیای دیجیتال، این هنر به اوج خود رسید.

اصطلاح گرافیک متحرک اولین بار در سال ۱۹۶۰ به وسیله جان ویتنی [John Withney] که از معروف‌ترین انیماتورهای دنیای انیمیشن است به کار برده شد. او نام شرکت خود را «Motiongraphics Inc.» نامید؛ البته به طور برجسته، سائول باس اولین کسی است که در آثارش طراحی گرافیک متحرک، به چشم می‌خورد. برای بسیاری از طراحان گرافیک متحرک دشوار است که تعریف دقیق و شفافی برای یک کار گرافیک متحرک ارائه یا تفاوت آن را با مرزهای مشترک انیمیشن بیان کنند.

در دهه اخیر با ظهور انواع رسانه‌های مختلف، مرز بین هنرها بسیار کم‌رنگ شده است. بعضی از این آثار از ترکیب گرافیک متحرک، انیمیشن و ویدئو آرت [Video Art] به وجود آمده‌اند و به راحتی نمی‌توان یک اثر را به شیوه سبک خاصی محدود کرد.

هنری که در آن گرافیک، کارگردانی، موسیقی و صداگذاری به وضوح قابل مشاهده است. ساخت تیتراژ و عنوان هنری فیلم‌ها، طراحی و هویت‌سازی شبکه‌ها، و اسلایدهای تلویزیونی، ساخت و طراحی سایت‌های تعاملی [Interactive Sites]، طراحی و ساخت تیزرها [teaser]ها و وله‌های تبلیغاتی، طراحی بلبوردهای حرکتی، ساخت موشن‌های جشنواره‌ای و فستیوال مانند Mapping و انواع موشن اینفوگرافیک [Motion Info Graphics]، از عنوان‌های مهم و نمونه فعالیت‌هایی است که در این زمینه هنری می‌توان به آن پرداخت. (تیزرها تبلیغات تجاری یک کالا یا فیلم هستند. در فرهنگ آکسفورد معادل «وله» واژه Interlued به معنای میان‌برده و زمان اندکی که قسمت‌های یک نمایش یا فیلم را از هم جدا می‌کند، آمده است.)