

حرکت در ارتباط بصوری
موشن گرافیک

ترجمه و تالیف:

نازمریم شیخا، رشید رحمانا

سرشناسه، شیخها، نازمریم، ۱۳۶۱ - ، گردآورنده، مترجم
عنوان و نام پدیدآور، حرکت در ارتباط تصویری، موشن گرافیک
ترجمه و تألیف (صحیح، گردآورنده) نازمریم شیخها، رشید رهنما
مشخصات نشر، تهران، آبان، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری، ۱۲۸ ص، مصور
شابک، ۶۰۰-۶۴۱۳-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی، فیبا
یادداشت، کتاب حاضر از منابع مختلف گردآوری و ترجمه شده است.
عنوان دیگر، موشن گرافیک
موضوع، ارتباط دیداری
شناسه افزوده، رهنما، رشید، ۱۳۶۱ - ، گردآورنده، مترجم
رده بندی کنگره، ۱۳۹۲ ح۸ش/۵/۴۹۲
رده بندی دیویی، ۲۰۲/۲۳
شماره کتابشناسی ملی، ۲۰۹۷۱۸۹



حرکت در ارتباط تصویری | موشن گرافیک

ترجمه و تألیف، نازمریم شیخها، رشید رهنما

طراحی جلد و صفحه آرایی، رشید رهنما

لیتوگرافی، جامع هنر

چاپ: آرتا

صحافی: راد

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۲

شمارگان: ۲۰۰۰ جلد

شابک: ۶۰۰-۶۴۱۳-۶۰۰-۹۷۸

انتشارات کتاب آبان

تهران، خیابان انقلاب، خیالان فخررازی، گوی داریان، مجتمع ناشران، طبقه همکف، واحد ۱۰

تلفن: (۶ خط ویژه) ۶۶۹۵۵۰۱۲

نمابر: ۶۶۴۰۱۶۴۳

www.abanbook.com

info@abanbook.com

فهرست

مقدمه، ۹

فصل اول: حرکت در فضا

- ۱۳ حرکت چیست؟
۱۳ حرکت در فیزیک
۱۴ زمان
۱۴ نور و بازتابش نور
۱۵ چگونگی درک حرکت
۱۶ حرکت در فلسفه
۱۶ حرکت نزد ارسطو
۱۶ حرکت نزد ملاصدرا
۱۸ حرکت در اسطوره
۱۸ سیمرخ

فصل دوم: حرکت در زمان

- ۲۵ حرکت در دوران پیش از تاریخ
۲۷ روح حرکت در خوشنویسی ایرانی
۲۹ رنسانس حرکت
۲۷ اختراعات در صنعت تصویر متحرک
۴۲ قرن نوزدهم و چشم اندازه‌های جدید...
۴۲ تداوم دید
۴۲ پدیده‌های
۴۳ عکاسی
۵۳ دنیای پویانمایی (انیمیشن)

فصل سوم: موشن گرافیک، ذرات خفیه و نور

- ۵۹ انیمیشن تجربی
۵۹ پیشگامان «سینمای اصیل»
۷۱ تکنیک‌های تولید تصویر متحرک
۷۱ انیمیشن فریم به فریم

۷۲	انیمیشن کلاسیک «مدرسه قدیمی»
۷۲	سل انیمیشن
۷۳	مستقیم بر روی فیلم
۷۴	انیمیشن دست آزاد
۷۵	استاپ موشن
۷۵	روتوسکوپی
۷۷	ضبط فیلم
۷۸	ضبط دیجیتال
۷۹	پیشگامان انیمیشن کامپیوتری
۸۳	گرافیک متحرک در عنوان بندی‌های فیلم
۹۰	طراحی گرافیک در تلویزیون

۹۲	فصل چهارم، موشن گرافیک و دنیای امروز
۹۵	عنوان بندی فیلم
۱۰۱	هویت شبکه ای
۱۰۱	برندسازی برای شبکه
۱۰۳	آغازگر نمایش
۱۰۴	میان نهاده - بینابینی ها
۱۰۵	بامپر
۱۰۶	زیرنویس
۱۰۷	مورتیس ها
۱۰۹	فهرست برنامه تلویزیونی
۱۱۰	تگ
۱۱۱	بسته شبکه
۱۱۴	کمپین های تبلیغاتی
۱۱۵	گرافیک متحرک و تبلیغات
۱۱۸	شبکه سرویس عمومی خبر
۱۲۰	گرافیک متحرک در فضای وب
۱۲۴	تکنولوژی های مدرن

ارتباط تصویری برقراری ارتباط از طریق تصویر است که اطلاعات و پیام را به صورتی که بتوان دید یا خواند منتقل می‌کند. معمول ترین نوع ارتباط تصویری به صورت دو بعدی نمایش داده می‌شود و شامل رشته‌هایی چون: تایپوگرافی، تصویر سازی، طراحی گرافیک، طراحی نشانه و... است. همچنین ارتباط تصویری بر این عقیده است که تصویری که با متن همراه باشد در رساندن پیام بهتر می‌تواند با مخاطب ارتباط برقرار کند. ارتباط تصویری در تماس و ارتباط با مخاطب معنی می‌یابد. شاید بتوان گرافیک را یکی از زیرشاخه‌های هنر در نظر گرفت، اما با این تفاوت که در بحث هنر برای هنر و یا حتی هنر برای مردم، درک پیام از طرف کل مخاطبین یک اثر هیچگاه مطرح نیست، اما در طراحی گرافیک تمام مخاطبین باید در نظر گرفته شوند. یک طراح گرافیک محیط، مخاطب، شرایط، زمان و... را می‌سنجد و سپس تصویرش را برای انتقال پیام طراحی می‌کند. ارتباط تصویری بدون ارتباط، فقط تصویر است و وظیفه اصلی خود را انجام نداده است. پس هدف در طراحی گرافیک خلق یک اثر به گونه‌ای است که پیامی را به مخاطب به بهترین نحو منتقل کند. در گرافیک صرف زیبایی اثر مطرح نیست، در کنار زیبایی شناسی اثر خلق شده، رساندن مفهوم مهمترین هدف است.

برای رساندن پیام به مخاطب قالب‌های بسیاری وجود دارد، از طریق آگهی در مطبوعات و نشریات، بیلبوردهای شهری، نصب یک پوستر بر روی دیوار خیابان‌ها و مکان‌های عمومی و یا حتی جلد یک کتاب، کاور یک آلبوم موسیقی، بسته بندی یک محصول و غیره.

دنیا هرروزه در حال پیشرفت و حرکت است، طراحی گرافیک نیز با توجه به این که هر روزه با رساندن پیام به مخاطب، که هر لحظه در حال استفاده و درگیر این پیشرفت‌ها و تکنولوژی‌های جدید است، سروکار دارد، نمی‌تواند از این پیشرفت‌ها عقب بماند. در طول تاریخ همواره ابداعاتی چون دوربین عکاسی و فیلمبرداری، تلویزیون، کامپیوتر و اینترنت فضاهای و امکاناتی جدید برای طراحان گرافیک فراهم کردند. در دنیای امروزی و تغییر در رسانه‌های جمعی نیاز تغییر

گرافیک از رسانه های چاپی به رسانه های جدید و دیداری بیشتر حس شد. در روزگاری که تمامی کارها با نشستن پشت کامپیوتر شخصی و ورود به دنیای مجازی اینترنت انجام می شود، برای دیده شدن و متفاوت بودن باید وارد این دنیای مجازی شد. توجه هر چه بیشتر مردم به این گونه رسانه ها، گونه ای جدید از گرافیک را طلب می کرد که مانند ماهیت جدید این رسانه ها برخوردی پویا و متحرک داشته باشد. طراحان گرافیک خود را وارد دنیای جدیدی کردند که نامش را موشن گرافیک (گرافیک متحرک) نهادند.

ورود طراحان گرافیک به دنیای متحرک با اولین عنوان بندی های فیلم های سینمایی آغاز شده بود. اما کم کم در طی سال ها شاخه های مختلف گرافیک جای خود را به دنیای گرافیک متحرک پیدا کردند که امروزه شما به راحتی در طول یک روز شاهد چندین تصویر متحرک، تبلیغات موشن گرافیکی، لوگوهای متحرک و حتی کتب متحرک و ... هستید.

موشن گرافیک دریچه ای است به دنیای جدید طراحی گرافیک در دنیا.

این کتاب سعی می کند تا قدم به قدم ورود گرافیک به دنیای متحرک را دنبال کرده، مفهوم حرکت را بررسی کند، مسیر انسان را در رسیدن به گرافیک متحرک را از غارهای انسان های اولیه شروع کند تا برسد به انسان اینترنتی امروز و شما را با یکی از جذاب ترین حوزه های گرافیک، یعنی موشن گرافیک آشنا کند.

ناز مریم شیخخواه - رشید ره‌نما
