

Recognition and analysis of moving graphics in cyberspace posters (Case study: motion posters of Iranian movies)

10.22034/JIVSA.2023.378415.1038

ISSN (P): 2980-7956

ISSN (E): 2821-2452

Saleheh Hedayati^{1*} Sedighe Ghariyan² Behnam Zangi³

*Corresponding Author: Saleheh Hedayati Email: Saleheh_hedayati@yahoo.com

Address: Master's degree, Visual Communication Department, Faculty of Art, Rasam Institute of Higher Education, Karaj, Iran.

Citation: Hedayati, S. & Ghariyan, S. & Zangi, B. (2023), Recognition and analysis of moving graphics in cyberspace posters (Case study: motion posters of Iranian movies), *Journal of Interdisciplinary Studies of Visual Arts*, 2 (3) P 68 - 80

Received: 27 December 2022

Revised: 25 June 2023

Accepted: 19 September 2023

Published: 22 September 2023

Abstract

The moving images that convey the message and content to the audience are motion graphics. Presenting the content in the form of motion graphics, due to the presence of movement and sound, creates a double attraction in the audience. Motion graphics is more about the image of proportions and visual harmony, including light and color, sound, movement, writing, and has many uses in symbolic aspects and in advertisements. The purpose of this research is to identify and analyze the use and characteristics of motion graphic elements in a number of cinema advertising posters and to evaluate the effective factors on attracting audiences and their satisfaction with visual quality and appropriate information. The art of poster design requires targeted efforts to attract the audience more than any other art. The purpose of the current research is to use advertising posters in virtual space using motion graphics and scientific research and to present the ability of motion posters to attract audiences. Considering that the present research has used descriptive-analytical sources and reliable and library documents, the information is collected in the form of flash and then the obtained items are collected through comparison and investigation based on reason, logic and reasoning, and analysis. As a result, the poster can start with the designer's imagination and continue with the combination of various visual elements and reach various meanings with this combination. One of these effective elements in preparing a successful motion is the use of color. According to the research, the three main factors of sense, culture and physical and psychological structure have a great impact on the success of the work. How to convey these messages through visual elements and by the graphic designer is important.

Keywords: Motion graphics, posters, virtual space, visual elements, animated graphics.

¹Master's degree, Visual Communication Department, Faculty of Art, Rasam Institute of Higher Education, Karaj, Iran.

² Master's degree, Visual Communication Department, Faculty of Art and Architecture, Science and Research Unit, Azad University, Tehran, Iran

³ Ph.D in Art Research, Faculty of Arts, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

1. Introduction

In today's world, mass communication media, newspaper, radio, television and cinema, by transmitting information and new information and exchanging public thoughts and opinions, have taken a big role in the progress of human culture and civilization, so that many scientists have called the current time "Era of Communication". The abundance of population, the concentration of large human groups in big cities, the special conditions of industrial civilization and the complexity of social life, national and international dependencies and solidarity, insecurity and crises, the transformation of political and social systems, the transformation of cultural foundations, the abandonment of old traditions, and especially the awakening of social conscience are among the factors that increase day by day the human need to be aware of all current events in the living environment. In these societies, people always try to be aware of all social affairs and issues so that they can directly or indirectly play their special role in group life. For this reason, social awareness is one of the most important features of contemporary times.

2. Research Review

By looking at the conditions of today's societies and the effects of modern media on the formation of culture and customs of a society, we realize that the use of tools plays a significant role in conveying a message. With the advancement of technology in the graphic art industry, we are witnessing huge changes in digital information techniques. Graphic design and digital media are both the offspring of a ruling thought in modern and contemporary societies. These communication media have always been considered as inseparable components of human life. But what is considered important is the scrutinizing of the aesthetics in the moving image, how to extract the aesthetic capabilities from within this "moving graphic" which is in a way the same as the "moving image", and present it to convey the right and correct message to the audience. Considering that posters are used to inform about certain events or topics, the necessity of this research is on how to convey the message and arrange the visual elements using the motion graphic method in the virtual space and create attraction for the audience. In this research, the question is: what effect does the use of movement in typography, poster design have on the audience of this century? The text that is designed with animation can be effective in designing and attracting the audience. This text can be entered on the page or outside the page and sometimes two-dimensional texts are used. When using text

that is accompanied by animation, the viewer does not get tired of the video, and a clear and complete impression of the main message is left. The role of advertising posters in advertising is undeniable, and almost all advertising agencies allocate at least a small portion of their budget to posters.

3. Research Methodology

The research implementation method is actually a set of activities with the help of which we determine where, how, and with what tools to collect the desired information (Khaki, 2012: 28). Rosh is the Persian equivalent of the word method, which means "length" and odos, which means "way", which means determining the steps that must be taken in a certain order to reach a goal. From this point of view, the research method is a set of valid, reliable and systematic rules, tools and ways to investigate facts, discover unknowns and achieve solutions to problems (Khaki, 2012: 50). The present research method is descriptive-analytical. The available data has been analyzed and tested with the theoretical foundations of the research. The method of collecting information in a documentary way was based on a library study, such as scanning Iranian and foreign books and articles related to the subject of the research.

4. Research Findings

In this research, an attempt was made to investigate by collecting 5 cases of advertising works in the motion graphics of Iranian movies. Considering the fact that the media and the press have always aimed for conceptual and meaningful communication based on the image to the audience and have tried to maintain their relationship with the audience in a wide range of places with a solution and make it stronger and wider day by day, motion graphics in addition to The technique and movement are influenced by various factors such as culture, environment, technology, global and cross-border communication, artist's personality, social communication and evolution of visual language, etc. Motion graphics can be created in a two-dimensional space, consisting of vector shapes, and can be made by adding moving graphic elements to a poster. The combination of visual elements in this motion graphic has led to the creation of a positive atmosphere that has well instilled the concept of the intended films to the audience. The variety and distances created between the respective units have added to the attractiveness of the frame. The colors used, the types of colors, which include cold, warm and neutral colors, help

the audience to see the different range of colors and create more attractiveness for them. In the majority of movie posters, it was observed that the main topics were centered around the main characters of the story, and more than the pictorial images of the actors were used, and typography is an integral part of this collection. The colors are generally from the warm series and are more prominent when combined with the cool color group in the second degree of importance. The movement, which requires comprehensible contrast and the rhythm of the images, in a regular homogeneity, with the will of the graphic designer, has been able to turn the course of the story into a challenge of a few seconds by designing a puzzle and encourage the viewer to see the continuation of the story, because in the virtual space, where there is little space it is effective and attractive for your advertisement plan. Text in motion graphics should be clear and legible. According to the presented materials, comparing the selected posters, it can be seen that the graphic designer's message, on its way to reach the audience, is usually influenced by three elements, cultural, physical-psychological structure, and sense, each of which in a way affects the way the message is received are influenced by the audience. On the other hand, we can divide the advertising message of the film into two parts in the first place: one part contains the data that is transmitted by the message and the other part contains the elements of visual transmission. These visual elements include a set of elements that make the message visible. According to the selected samples, it was found that when diagonal lines, many elements, strong colors and clear and high-contrast images are used in a work, the output will be an active and aggressive composition that will inevitably attract the attention of the audience. But if horizontal parallel lines, soft and harmonious colors, few elements and suitable empty spaces are used, a calm and static composition will be formed, which will create a kind of peace and confidence in

the audience compared to the advertisement. Color is one of the visual elements that is known as the main and most content dimension of art.

5. Conclusion

According to the mentioned materials, the three main factors of feeling, culture and physical and psychological structure have a great impact on the success of the work. How these messages are conveyed by visual elements and by the graphic designer is also important, which is very effective in capturing the ad and convincing the audience with the correct methods of recognizing the use of color in different subjects and matching the visual elements with the spectrum of the advertised stream. This technique of success in advertising, apart from the sense of aesthetics, requires the graphic designer to have sufficient knowledge about psychological evaluation based on experience, which is different according to each culture and nationality, because visual elements, including colors, lines, etc., have different meanings in each culture.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved of the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the persons for their scientific consulting in this paper.

شناخت و تحلیل گرافیک متحرک در پوستره‌های فضای مجازی (مطالعه موردی: پوستر موشن فیلم‌های سینمایی ایرانی)

10.22034/JIVSA.2023.378415.1038

صالحه السادات هدایتی^۱، صدیقه قاریان^۲، بهنام زنگی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۱/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۳۱

چکیده

تصاویر متحرکی که پیام و محتوا را به مخاطب انتقال می‌دهند موشن گرافیک هستند. ارائه محتوا به صورت موشن گرافیک، به دلیل وجود حرکت و صدا، جذابیت مضاعفی را در مخاطب ایجاد می‌نماید. موشن گرافیک بیشتر بر تصویر تناسب و هماهنگی بصری از جمله نور و رنگ، صدا، حرکت، نوشتار و به جنبه‌های نمادین و در تبلیغات کاربرد بسیاری دارد. پژوهش حاضر به منظور شناخت و تحلیل کاربرد ویژگی‌های عناصر موشن گرافیک در تعدادی از پوستره‌های تبلیغاتی سینما و ارزیابی عوامل مؤثر بر جلب مخاطبین و رضایت‌مندی آن‌ها از کیفیت بصری و اطلاع‌رسانی مناسب است. هنر طراحی پوستر بیش از سایر هنرهای دیگر نیازمند تلاش‌های هدفمند برای جذب مخاطب است. هدف از پژوهش حاضر، کاربرد پوستره‌های تبلیغاتی در فضای مجازی به روش موشن گرافیک و بررسی علمی و ارائه توانایی هنر پوستره‌های حرکتی در جذب مخاطبان است. نظر به این‌که تحقیق پیش‌رو به روش توصیفی تحلیلی از منابع و اسناد معتبر و کتابخانه‌ای بهره‌برداری نموده است، اطلاعات به شیوه فیش‌برداری و سپس موارد به دست آمده جمع‌آوری شده از طریق مقایسه و بررسی مبتنی بر عقل، منطق و استدلال، تجزیه و تحلیل می‌شود. در نتیجه، این پژوهش پوستر می‌تواند با تخیل طراح آغاز و با ترکیب عناصر بصری گوناگون ادامه یافته و با این ترکیب به معانی گوناگونی رسید. یکی از این عناصر مؤثر در تهیه یک موشن موفق استفاده از رنگ است. با توجه به پژوهش انجام شده، سه عامل اصلی حس، فرهنگ و ساختار فیزیکی و روانی تأثیر بسیاری در موفقیت اثر دارد. چگونگی انتقال این پیام‌ها نیز توسط عناصر بصری و طراح گرافیک حائز اهمیت است.

کلیدواژه‌ها: موشن گرافیک، پوستر، فضای مجازی، عناصر بصری، گرافیک متحرک.

^۱ نویسنده مسئول مکاتبات: کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، مدرس گروه هنر، موسسه آموزش عالی رسام، کرج، ایران.

Email: Saleheh_hedayati@yahoo.com

^۲ کارشناسی ارشد، گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر و معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد، تهران، ایران

^۳ دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

در جهان امروز وسایل ارتباط جمعی، روزنامه، رادیو، تلویزیون و سینما با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی، در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی را بر عهده گرفته‌اند؛ به طوری که بسیاری از دانشمندان، عصر کنونی را «عصر ارتباطات» نامیده‌اند. فراوانی جمعیت، تمرکز گروه‌های وسیع انسانی در شهرهای بزرگ، شرایط خاص تمدن صنعتی و پیچیدگی وضع زندگی اجتماعی، وابستگی‌ها و همبستگی‌های ملی و بین‌المللی، ناامنی و بحران‌ها، تحوّل نظام‌های سیاسی و اجتماعی، دگرگونی مبانی فرهنگی، ترک سنت‌های قدیمی و مخصوصاً بیداری وجدان اجتماعی همه از جمله عواملی هستند که روزه روز نیاز انسان را به آگاهی از تمام حوادث و وقایع جاری محیط زندگی بیشتر می‌کند. در این جوامع افراد کوشش می‌کنند همیشه در جریان همه امور و مسائل اجتماعی قرار داشته باشند تا بتوانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم نقش خاص خویش را در زندگی گروهی ایفا کنند. به همین جهت آگاهی اجتماعی از مهم‌ترین ویژگی‌های زمان معاصر به شمار می‌رود.

با نگاهی به اوضاع و احوال جوامع امروزی و تأثیراتی که رسانه‌های نوین در شکل‌گیری فرهنگ و آداب یک جامعه دارند به این مسئله پی خواهیم برد که استفاده از ابزار در رساندن یک پیام نقش به‌سزایی را ایفا می‌کند. با پیشرفت تکنولوژی در صنعت هنر گرافیک شاهد تحولات عظیم در تکنیک‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال هستیم. طراحی گرافیک و رسانه‌های دیجیتال هر دو زاده یک تفکر حاکم در جوامع مدرن و امروزی می‌باشند. این رسانه‌های ارتباطی همواره به عنوان مؤلفه‌های جدانشدنی زندگی بشری مطرح بوده و هستند؛ اما آنچه مهم تلقی می‌شود، بررسی موشکافانه زیبایی‌شناسی در تصویر متحرک است؛ این‌که چطور می‌توان قابلیت‌های زیبایی‌شناختی را از درون این «گرافیک متحرک» که به نوعی همان «تصویر متحرک» محسوب می‌شود بیرون آورد و برای انتقال پیام درست و صحیح به مخاطب عرضه داشت. با توجه به اینکه پوسترها برای اطلاع‌رسانی رویدادها یا موضوعات خاصی به کار برده می‌شوند، ضرورت این پژوهش بر روی چگونگی انتقال پیام و چیدمان عناصر بصری به روش موشن‌گرافیک در فضای مجازی و ایجاد جذابیت برای مخاطبان است. در این پژوهش سؤال این است که استفاده از حرکت در تایپوگرافی، طراحی پوستر چه تأثیری بر میزان تأثیرگذاری بر مخاطب قرن حاضر دارد؟ متنی که همراه با پویانمایی طراحی می‌شود، می‌تواند مؤثر بر طراحی و جذب مخاطبین باشد. این متن می‌تواند وارد صفحه و یا خارج از صفحه و گاهی از متن‌های دوبعدی استفاده شود. بیننده هنگام استفاده از متنی که با پویانمایی همراه باشد، از ویدئو خسته نمی‌شوند و تصوّر واضح و کاملی را از پیام اصلی می‌گیرد. نقش پوستر تبلیغاتی در تبلیغات غیرقابل انکار است و تقریباً همه کارگروه‌های تبلیغاتی حداقل بخش کوچکی از بودجه خود را به پوسترها اختصاص می‌دهند.

۱-۱. پیشینه تحقیق

تاکنون پایان‌نامه‌ای «موشن‌گرافیک» و کاربرد آن را در پوسترهای تبلیغاتی فضای مجازی با محوریت زیبایی‌شناسی و عناصر بصری، مورد بررسی قرار نداده است. پژوهش‌های انجام‌شده در ایران، بیشتر پیرامون پوسترهای کاغذی و صرفاً رسانه بوده است. عفت‌السادات افضل‌طوسی مقاله‌ای با عنوان «بررسی تغییرات نوشته (حروف گذاری) در پوستر» (۱۳۸۵)، به بررسی اهمیت نوشته در پوستر در یکصد سال اخیر می‌پردازد و معتقد است: در طی این سال‌ها با وجود تغییرات زیادی در کاربرد نوشته‌ها در اثر گرافیکی، محور عمده این تغییرات بر خوانایی و وضوح و یا عدم خوانایی و

روشنی نوشته است. از این باب که در این مقاله کوشش شده تا تغییرات نوشته و تایپوگرافی را با توجه به گرایش‌های متنوع آن از «فوتوریسم» و «دادائیسم» تا «پست‌مدرنیسم»^۱ بررسی نماید، منبع مناسبی برای تکمیل اطلاعات این پژوهش محسوب می‌شود. ندا ساداتی در پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد خود با عنوان «موشن‌گرافیک و کاربرد آن در تبلیغات» (۱۳۸۹)، به تاریخچه موشن‌گرافیک در عنوان‌بندی فیلم‌ها می‌پردازد. در مورد حرکت توضیحاتی بسطی را عرضه می‌دارد. ولی از این حیث که نمونه‌ای از آثار ایرانی را بررسی و تحلیل نمی‌کند، چندان برای پژوهش پیش رو مثمر نبوده و فقط جهت افزایش اطلاعات در زمینه موشن‌گرافیک در جهان به کار گرفته شد.

یاسر لامعی در مقاله «تأثیر گرافیک متحرک در عنوان‌بندی فیلم‌های ایرانی ۱۳۹۰-۱۳۸۰» (۱۳۹۲)، به بررسی اینکه گرافیک متحرک در دهه اخیر چه تأثیراتی در عنوان‌بندی فیلم‌های ایرانی گذاشته، می‌پردازد و اینکه آیا در عنوان‌بندی‌های ایرانی شاهد خلّاقیت و ایده‌های نو در شیوه‌های اجرایی هستیم یا خیر؟ وی در مورد دو عنوان‌بندی فیلم خارجی و تنها یکی از عنوان‌بندی فیلم‌های ایرانی توضیحی به تفصیل بیان می‌نماید و نمونه‌های دیگر جامعه آماری خویش را به صورت جدولی خلاصه پردازش می‌نماید.

هدی ابراهیم نژاد، در پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد خود با عنوان «بررسی عوامل تأثیرگذار بر موشن‌گرافیک و مفهوم آن» (۱۳۹۲) بیان می‌دارد که: مسئله موشن‌گرافیک علاوه بر تکنیک و حرکت متأثر از عوامل مختلفی مثل فرهنگ، محیط، تکنولوژی، ارتباطات جهانی و فرامرزی، شخصیت هنرمند، ارتباطات اجتماعی و تحوّل زبان بصری و... است. تحقیق و بررسی این عوامل و شدت تأثیرگذاری آن‌ها بر حرکت و مفهوم موشن‌گرافیک است. ارتباطات فرامرزی بر موشن‌گرافیک هر منطقه تأثیر می‌گذارد و دیدگاه عموم را نسبت به موشن آن منطقه تعریف می‌کند و تفاوت‌ها را شکل می‌دهد.

مهدی جلیلی‌کیا، در پایان‌نامه خود با عنوان «موشن‌گرافیک و کاربرد آن در تیزرهای تبلیغاتی» (۱۳۹۳)، که با هدف بررسی موشن‌گرافیک و کاربرد آن در تیزرهای تبلیغاتی انجام شده است؛ و به بررسی تأثیر کنترل ابزارهای زمان و تحرک توسط طراحان گرافیک بر مخاطب در حیطه تبلیغات پرداخته است. صنعت تبلیغات و تیزر که آن نیز در ذات خود، تلاش برای ارتباط هرچه بهتر با مخاطب و انتقال پیام را دارد، دارای یک نقطه مشترک با گرافیک است که می‌تواند در پیوند با هم نوع جدید، جذاب‌تر و تأثیرگذارتر از تیزر، بر پایه‌ی گرافیک به وجود آورد.

نازمیرم شیخ‌ها و رشید رهنما در کتاب حرکت در ارتباط تصویری موشن‌گرافیک، در مورد عکاسی متحرک و حرکت در تصویر و تصویر متحرک فریم به فریم بحث می‌کنند. همچنین در این کتاب، در مورد گرافیک متحرک و اولین استفاده‌ها از گرافیک کامپیوتری برای تولید تصاویر متحرک نیز صحبت به میان آمده است. نویسنده ابتدا تعریفی از حرکت آورده و یک فصل را به مفهوم حرکت و چگونگی درک آن اختصاص داده است. وی در بیان تفاوت حرکت در هنر و معنای آن در فیزیک، حرکت در هنر را وسیله‌ای معرفی می‌کند برای درک فضا؛ همان‌طور که تمامی هنرها وجود خود را از طریق خلق فضا به دست می‌آورند؛ اما حرکت در فیزیک، جابه‌جایی یک جسم در یک محیط کاملاً مادی است، جسمی مادی در محیطی مادی از نقطه‌ای مادی به نقطه دیگر انتقال می‌یابد، اما حرکت در هنر به معنای پرواز روح و خروج از دنیای ماده و سفر به خیال است که قدیمی‌ترین نمونه‌های تلاش برای به دست آوردن توهم حرکت در طراحی ایستا یا دوبعدی را می‌توان در نقاشی‌های دوران نوسنگی غارها پیدا کرد. در ایران نیز در یک ظرف سفالی که مربوط به حدود ۵۰۰۰ سال پیش است، در شهر سوخته تصویری از بز نقش شده که در تلاش برای رسیدن به برگ‌های درختی است.

بازه، طراحی پوستره‌های متحرک را از منظر بصری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۲. پوستر

طراحی پوستر از قدیمی‌ترین نمونه‌های طراحی گرافیک است که بیشترین تجلی گرافیک از گذشته تا امروز در قالب آن مطرح شده است. پوستر میدان وسیعی برای بیان و بروز اندیشه‌ها و ایده‌های طراح است. به همین دلیل «در تمام مکاتب و سبک‌های گرافیک در واقع پوسترها هستند که عصاره اصلی و تمایز و مشخصه‌ها را در خود دارند» (مشکی، ۱۳۸۱، ص. ۱). از اواخر قرن هجدهم میلادی پوستر به‌عنوان یک رسانه تبلیغاتی در شهرهای مهم اروپا برای جلب خریداران و مخاطبین به کار گرفته شد. از آن زمان تاکنون، پوستر دستخوش دگرگونی‌های متعددی در زمینه کارکرد، شکل ارائه، قطع و اندازه، تکنیک چاپ و چگونگی بیان قرار گرفته است. پوستر به شکل امروزی از ثمرات انقلاب صنعتی و به‌ویژه صنعت چاپ است. با توجه به این امر «پوستر نوعی طراحی گرافیک است که وظیفه آن نمایش و تبلیغ است و باید در آن تصویر و کلمات به شکلی مختصر، مرتبط با یک مفهوم واحد و به یادماندنی باشند» (هولیس، ۱۳۸۲، ص. ۱۱).

۲-۲. عناصر بصری

عناصر و کیفیت نیروهای بصری در هنرهای تجسمی به دو بخش کلی تقسیم می‌شوند: بخشی که با آن‌ها به‌طور فیزیکی و ملموس سروکار داریم و همان عناصر بصری محسوب می‌شوند؛ مثل نقطه، خط، سطح، رنگ، شکل، بافت، اندازه و تیرگیروشنی. بخش دیگر کیفیات خاص بصری هستند که بیشتر حاصل تجربه و ممارست هنرمند در به کار بردن عناصر بصری می‌باشند از قبیل تعادل، تناسب، هماهنگی و کنتراست که به نیروهای بصری یک اثر تجسمی استحکام می‌بخشند. به‌طورکلی، عناصر و نیروهای بصری در طبیعت و محیط پیرامون ما موجود هستند و هنرمند با آن‌ها به‌طور مستقیم استفاده می‌کند و یا با الهام گرفتن از طبیعت و با استفاده از ابزار و مواد گوناگون این عناصر و نیروها را به وجود می‌آورد (حسینی‌راد، ۱۳۹۷، ص. ۷). در ساخت و نمایش اجمام و سطوح مختلف سه شکل مادر در گرافیک ایفای نقش می‌نمایند که مابقی اشکال از تغییرات این سه مورد به وجود می‌آیند که در ادامه برخی از خواص و نمایش منظور این اشکال بیان می‌شود.

رضا بهمنی در پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، تحت عنوان «تأثیر بصری گرافیک در تصاویر متحرک شاخص»، به تعریف و بیان تاریخچه گرافیک متحرک می‌پردازد و در مورد پیشگامان این عرصه مطالبی را عنوان می‌دارد. وی در مورد موشن‌گرافیک در تیتراژ فیلم نیز سخن به میان می‌آورد و در تلویزیون آن را تشریح می‌کند. برزینگ^۲ شبکه‌های تلویزیونی را توضیح می‌دهد و دو هنرمند شاخص در این زمینه را معرفی می‌کند. پژوهش وی در تکمیل اطلاعات پژوهش اینجانب بسیار کارگشا بوده، اما در مورد موشن‌گرافیک در ایران و یا گرافیک تلویزیونی در ایران صحبتی و یا حتی نمونه‌ای استفاده نکرده‌اند و تمامی نمونه‌ها و مثال‌ها در بخش‌های متفاوت از آثار طراحان گرافیک آمریکایی و یا اروپایی بوده است؛ اما از این حیث که اطلاعاتی تکمیلی در باب گرافیک متحرک را بیان می‌کند، بسیار مثرم ثمر برای پژوهش حاضر است.

۲-۱. روش تحقیق

روش اجرای پژوهش در واقع مجموعه فعالیت‌هایی است که به کمک آن‌ها تعیین می‌کنیم که اطلاعات مورد نظر را از کجا، چگونه و با چه ابزاری جمع‌آوری کنیم (خاکی، ۱۳۸۲، ص. ۲۸). روش، معادل فارسی واژه متد، یعنی در «طول» و «اودوس»، یعنی «راه» است که به معنی معین کردن گام‌هایی است که برای رسیدن به یک هدف، می‌باید با نظمی خاص برداشت. از این منظر روش تحقیق مجموعه‌ای از قواعد، ابزار و راه‌های معتبر، قابل اطمینان و نظام‌یافته برای بررسی واقعیت‌ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه‌حل مشکلات است (خاکی، ۱۳۸۲، ص. ۵۰). روش پژوهش حاضر توصیف‌تحلیلی است. داده‌های موجود تحلیل و با مبانی نظری پژوهش، محک زده شده است. شیوه گردآوری اطلاعات به شیوه اسنادی بر اساس مطالعه کتابخانه‌ای بوده است.

۲. مبانی نظری

در ابتدا به مطالعه اجمالی پیرامون نقش پوستر در هنر و سپس ویژگی‌های عناصر بصری پرداخته می‌شود. همچنین در ادامه به همپایی این دو مبحث و تکامل آن‌ها در جوار یکدیگر به بحث خواهیم نشست. از آنجایی که پوستر اولین رابط بین افکار و احساسات و بیان نیازها و حالات درونی هر فرد و یا مجموعه از دیرباز تاکنون بوده است، اهمیت این پژوهش را دو صد چندان می‌کند. راه‌های متفاوتی برای خلق این اثر در گرافیک وجود دارد که در این

جدول ۱. انواع اشکال هندسی

ویژگی‌ها	انواع اشکال
دایره شکل کاملی است که حرکت جاودانه و مداومی را نشان می‌دهد. چرخش و حرکت مدام اجزای یک ماشین در صنعت، تکرار و حرکت به‌صورت مستمر در طبیعت مثل آمدن فصل‌ها، آمدن شب و روز، هفته‌ها، ماه‌ها و سال‌ها که به‌عنوان گردش روزگار از آن نام برده می‌شود، آسمان بلند که شعرا به آن دایره مینایی می‌گویند، همه و همه نشان‌دهنده تناسبی است که میان شکل دایره و اشکال متنوع حیات و طبیعت وجود دارد.	دایره
مربع یکی دیگر از شکل‌های پایه و ساده هندسی است که از چهار ضلع و چهار زاویه مساوی ساخته می‌شود و از تغییرات زاویه‌ها و ضلع‌های آن، اشکال چهارگوش متنوعی به وجود می‌آید. مربع برخلاف دایره نماد صلابت، استحکام و سکون است. این شکل مظهر قدرت زمین و مادی و درعین حال از زیباترین اشکال هندسی است.	مربع
مثلث متساوی‌الاضلاع نیز دارای سه ضلع و سه زاویه مساوی است. هنگامی که این شکل بر سطح قاعده‌اش قرار بگیرد پایدارترین شکل هندسی است و مثل یک کوه استوار به نظر می‌رسد؛ اما چنانچه بر یکی از رأس‌های خود قرار بگیرد حالتی کاملاً ناپایدار و متزلزل دارد	مثلث

(حسینی‌راد، ۱۳۹۷: ۲۸)

۳-۲. عوامل بصری کلیدی در گرافیک متحرک

در هنر گرافیک عوامل متنوعی در رسایی حقیق مطلب به مخاطب مؤثر می‌باشند؛ اما در مبحث موشن‌گرافی به علت وجود حرکت و پویایی در عناصر بصری به‌کار رفته، پنج مبحث بیشتر از بقیه جلوه‌گری و تأثیر مشخصی دارند؛ زیرا در هر حرکتی ریتمی و حرکت نیز جز جدایی‌ناپذیر موشن‌گرافی است. در نمایش حرکت، کنتراست است که عمق و فاصله‌ها را به نمایش می‌گذارد، تعادل و توازن شاید همواره در تصویر نباشند، اما درک توازن در یک موشن‌گرافیک و یا قطعه‌ای متحرک انکارناپذیر است. تعادل، توازن، کنتراست، حرکت، ریتم پنج عنصر گویا و مؤثر در یک تولید هنری متحرک هستند.

در یک اثر تجسمی وجود تعادل بصری برای ایجاد تأثیر مثبت بر مخاطبان ضروری و لازم است. به‌طورکلی، دو نوع تعادل در آثار تجسمی وجود دارد: تعادل متقارن و تعادل غیر متقارن (حسینی‌راد، ۱۳۹۷، ص. ۶۹).



تصویر ۲. ریتم یا ضرب‌آهنگ تصویری

۴-۲. چگونگی درک حرکت

درک چگونگی دیدن و فهم حرکت توسط بشر، کلید اساسی بنیان سینما و تصویر متحرک است. شبکه چشم با حرکت‌های متوالی و پی‌درپی باعث درک حرکت می‌شود. از آنجاکه این حرکت‌های متوالی و پویا هستند، به‌عنوان یک فرایند پویا درک می‌شوند. اگر شبکه چشم توسط تحریک‌هایی ثابت که به‌طور متناوب و سریع و پی‌درپی هم می‌آیند، برانگیخته شود احساس حرکتی یکنواخت را القا می‌کند. شبکه چشم تصویری که دریافت می‌کند را برای چند لحظه کوتاه در خود نگه می‌دارد و سپس آن تصویر محو شده و تصویر بعدی جایگزین می‌شود. توالی این اتفاق باعث ایجاد و درک تصویری متحرک توسط ما می‌شود. همان‌طور که گفته شد صنعت سینما و تصویر متحرک بر مبنای همین اصل شکل گرفت. چنانچه هنگامی که تصاویری ثابت شده بر روی فیلم با توالی منظم پشت سر هم قرار گیرند چشم ما آن‌ها را به‌صورت یک مجموعه متحرک می‌بیند که به این پدیده «تداوم دید» می‌گویند؛ اما در این عمل تنها تحریک شبکه نیست که باعث انتقال حس حرکت می‌شود، تک‌تک بافته‌ای ماهیچه‌ای خاصیتی عصبی دارند که هر حرکت انجام شده را ثبت می‌کنند. در این میان تجربه و خاطره نیز در این دریافت نقش دارند (شیخ‌ها و رهنما، ۱۳۹۶، ص. ۱۵).

۵-۲. گرافیک متحرک (موشن‌گرافیک)^۹

موشن‌گرافیک، قسمت‌هایی از یک فیلم با انیمیشن دیجیتالی است که باعث ایجاد توهّم حرکت می‌شود. موشن‌گرافیک، اغلب، همراه صدا برای استفاده در پروژه‌های چندرسانه‌ای^{۱۰} استفاده می‌شود. درواقع، موشن‌گرافیک علم تلفیق صوت و حرکت در یک رسانه^{۱۱} است. امروزه توسط موشن‌گرافیک آثار کوتاه و بسیار حرفه‌ای برای ساخت تیزرها و تبلیغات رسانه‌ای ساخته می‌شود و معمولاً توسط تکنولوژی رسانه‌های الکترونیکی ساخته و به نمایش گذاشته می‌شوند. تولیدات این حرفه درواقع ممکن است بدون وجود داستانی از پیش تعریف شده ساخته شوند، ولی درنهایت منتقل‌کننده پیام، عنوان و یا معرفی شخصیتی یا... است. موشن‌گرافیک، هنری است که شامل تمام هنرهای بصری می‌شود (پاک‌باز، ۱۳۹۳، ص. ۳۸). کاربرد گرافیک متحرک در رسانه‌های جدید عاملی پویا، تأثیرگذار و البته لازم و ضروری است. وجود حرکت در این رسانه‌ها در اصل پاسخی به کم‌تحرکی فیزیکی و جسمی انسان در فضاهای محدود عصر جدید است (فرنیس، ۱۳۸۳، ص. ۸۰). موشن‌گرافیک را می‌توان یک واسط بصری قوی که از تمام برگه‌های بصری و شنیداری به‌عنوان مصالح بصری استفاده می‌کند، دانست. پویانمایی، فیلم، سینما، طراحی، نقاشی، تصویرسازی و همه امکانات بصری در این رسانه امکان به‌کارگیری و تلفیق دارند؛ اما بدون تردید دستیابی به

Welcome to the culture of Jan-Ken-Por



تصویر ۱. به فرهنگ جان کن پون خوش آمدید، یوجی ساتو، ژاپن ۲۰۰۶ (خزایی مسک، ۱۳۸۹:۱۲۶)

هرگاه در یک اثر تجسمی انرژی بصری اجزای آن با یکدیگر و نسبت به کل اثر متعادل باشند، آن اثر دارای ترکیبی متوازن خواهد بود. درواقع توازن بیان‌کننده روابط متعادل عناصر بصری در ترکیب غیر متقارن است. درباره کنتراست به معنای تضاد، تباين و کشمکش متقابل میان عناصر و کیفیت‌های بصری است و ارتباط منطقی و درعین حال متضادی را میان اجزا و عناصر مختلف یک ترکیب و یا یک اثر هنری بیان می‌کند. کنتراست به‌واسطه نقش مهمی که در انتقال معانی و مفاهیم در زندگی، طبیعت و آثار هنری دارد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (حسینی‌راد، ۱۳۹۷، ص. ۷۲). نمایش حرکت در هنر تجسمی با تکرار و توالی یک شکل یا یک حالت به وجود می‌آید و معمولاً نمایشگر نوعی ریتم (ضرب‌آهنگ) است. در همین حال، اشکال کشیده عمودی و افقی و خطوط مداوم و جهت‌دار و نیز تکرار آن‌ها به دلیل هدایت نگاه از سمتی به سمت دیگر می‌توانند بیانگر حرکت بصری باشند (حسینی‌راد، ۱۳۹۷، ص. ۷۵). در هنر تجسمی ریتم معنایی تصویری دارد و عبارت است از تکرار، تغییر و حرکت عناصر بصری در فضای تجسمی. به‌عبارت‌دیگر، تکرار منظم و متوالی یک عنصر تصویری ضرب‌آهنگ بصری را به وجود می‌آورد. انتقال احساس حرکت نیز توسط ریتم بصری صورت می‌گیرد. در طبیعت و در زندگی ریتم نقش مؤثری دارد و بر همین اساس نیز در آثار هنری ریتم دیده می‌شود (حسینی‌راد، ۱۳۹۷، ص. ۷۷).

یک اثر قوی در موشن گرافیک علاوه بر نیاز به دانش نرم افزاری، قواعد پویانمایی و سینما، نیازمند درک و دانش اصول و قواعد ترکیب بندی در هنرهای بصری است. ترکیب بندی به عنوان اصل و پایه طرح ریزی تصویر و در نهایت غایت و آمال همه طراحان، نقاشان و هنرمندان بصری است؛ بنابراین لزوم دستیابی به دانش ترکیب بندی در ساخت تصویر که نیازمند پیوند محکم فرم و محتوی است، یک امر ضروری و اجتناب ناپذیر است (نامور، ۱۳۹۹، ص. ۱۱۴).

نمودار ۲. ویژگی های گرافیک متحرک (نگارندگان: ۱۴۰۱)



۲-۶. گرافیک متحرک در فضای وب

انیمیشن بر روی وب در طی سالیان از نظر تکنولوژیکی با اتفاقات زیادی روبرو شده و طراحان به اجبار با محدودیت های سرعت اتصال به شبکه اینترنت و پهنای باند کنار آمدند. نبود یک صنعت انیمیشن با فرمت ثابت هم از موارد مورد توجه است. بعضی از انیمیشن ها برای نصب بر روی شبکه به برنامه جانبی مرورگر نیاز دارند، در حالی که بقیه به خودی خود قابل اجرا هستند. با وجود این محدودیت ها، طراحان گرافیک متحرک همچنان که منتظر پیشرفت کامل اینترنت هستند، به کارهای خلاقانه خود ادامه می دهند. پیشرفت های اتصال به پهنای باند قوی تر و جریان های ویدیویی به موشن گرافیک جنبه جذاب تر و فریبنده تری داده است، چون طراحان می توانند کارهای خود را در جایی واری تلویزیون و فیلم نمایش دهند. امروزه، به اشتراک گذاشتن اطلاعات با طراحی های خوب در وب سایت ها توجه بیننده ها را به خود جلب می کند بسیاری از دفاتر طراحی گرافیک که کارهای خود را آنلاین به نمایش می گذارند، از موشن گرافیک برای جلب کردن بیشتر

توجه و بیشتر نگاه داشتن بیننده در وب سایت خود استفاده می کنند (شیخها و رهنما، ۱۳۹۶، ص. ۱۲۰).





موشن گرافیک، به دو شکل سنتی و تعاملی در وب گسترش پیدا کرده است که این دو روش عبارتند از: لوگوها و بنرهای تبلیغاتی که در آن ها از حرکت برای جذب بیشتر نگاه استفاده می شود؛ و حرکت های تعاملی در پاسخ به عمل کاربر اتفاق می افتد؛ به طور مثال یک کشوی بازشونده در وب سایت که با رفتن موشواره روی آن باز می شود. ضمن اینکه تأثیر متقابل زمینه های مختلف مرتبط با وب و نیز پیشرفت چشمگیر آن ها موجب شکل گیری سبک ها، گرایش ها و مژدهای جدیدی در طراحی وب و موشن گرافیک در قالب های مختلف می گردد (صادقیان، ۱۳۹۵، ص. ۹۹).

۳. تحلیل پوستر موشن های منتخب

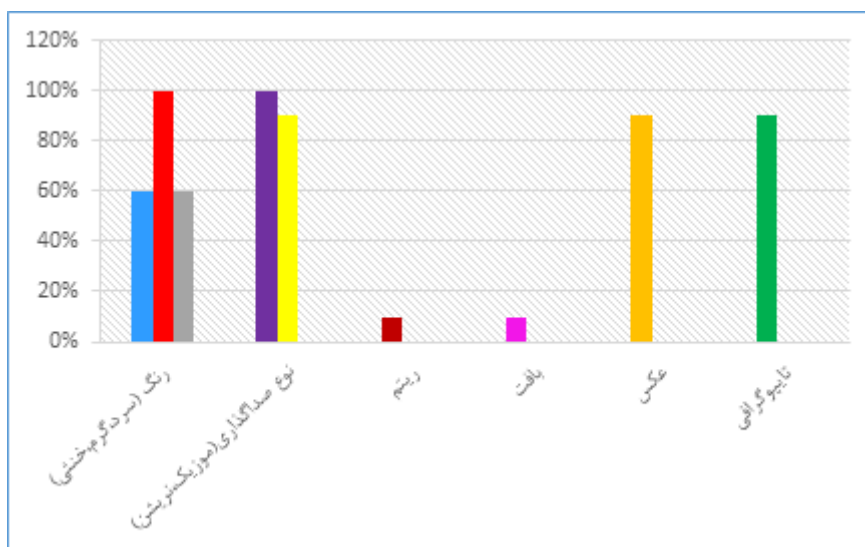
در این پژوهش تلاش گردید با گردآوری ۵ مورد از آثار تبلیغاتی در موشن گرافیک فیلم های سینمایی ایرانی، بررسی شود. با توجه به این مطلب که رسانه ها و مطبوعات همیشه درصدد ارتباطی مفهومی و معنایی با تکیه بر تصویر بر مخاطب بوده اند و کوشیده اند تا با راه حلی ارتباط خود را با مخاطب در جای جای پهنای گیتی حفظ نموده و روز به روز محکم تر و وسیع تر نمایند، موشن گرافیک علاوه بر تکنیک و حرکت متأثر از عوامل مختلفی مثل فرهنگ، محیط، تکنولوژی، ارتباطات جهانی و فرامرزی، شخصیت هنرمند، ارتباطات اجتماعی و تحول زبان بصری و... دارد. موشن گرافیک ها می توانند در یک فضای دو بُعدی، تشکیل شده از اشکال برداری^۴ به وجود بیایند و هم اینکه با ادغام عناصر گرافیک متحرک با یک پوستر ساخته شوند. ترکیب عناصر بصری در این موشن گرافیک، منجر به ایجاد فضایی مثبت شده است که به خوبی مفهوم فیلم های مورد نظر را به مخاطب القا نموده است. گوناگونی و فواصلی که بین واحدهای مربوطه ایجاد شده، به جذابیت قاب افزوده است. رنگ های به کار رفته، انواع رنگ ها که شامل رنگ های سرد، گرم و خنثی هستند به مخاطبان، برای دیدن دامنه گوناگون رنگ ها کمک نموده و جذابیت بیشتری برای آن ها ایجاد می کنند. در اکثر پوسترهای فیلم سینمایی، مشاهده گردید که اهم موضوعات حول محور شخصیت های اصلی داستان بوده است و بیشتر از تصویر گرافیکی شده بازیگران استفاده گردیده و تایپوگرافی جز جدایی ناپذیر این مجموعه است. رنگ ها، عموماً از سیری گرم هستند و در ادغام با گروه رنگ های سرد در درجه دوم اهمیت، خودنمایی بیشتری دارند. حرکت که لازمه آن کنتراست قابل درک و ریتم تصاویر است در یک همگونی منظم با اراده طراح گرافیک توانسته مسیر داستان را با طرح یک معما به چالشی چندثانیه ای تبدیل نموده و بیننده را برای دیدن ادامه داستان ترغیب نماید؛ زیرا در فضای مجازی که مجال اندک برای طرح تبلیغ خود دارد مؤثر افتاده و جذاب باشد. متن در گرافیک متحرک باید به صورت واضح که خوانایی بسیار خوبی داشته باشد.

جدول ۲. تحلیل پوستر موشن فیلم های سینمایی

پوستر موشن	زمان ساخت	نوع صداگذاری		رنگ			ریتم	بافت	عکس	تایپوگرافی
		موزیک	صدای گوینده	سرد	گرم	خنثی				
	۲۱ ثانیه	*	*	*	*	*	-	*	*	*

*	*	-	*	*	*	*	*	*	۲۹ ثابیه	
*	*	-	-	*	*	-	*	*	۵۰ ثابیه	
*	-	*	*	*	*	*	*	*	۴۲ ثابیه	
-	*	-	*	*	-	-	*	*	۱۵ ثابیه	

(نگارندگان: ۱۴۰۱)



نمودار ۳. آمار تحلیل پوستر موشن فیلم‌های سینمایی (نگارندگان: ۱۴۰۱)

همان‌گونه که در نمودار نیز مشخص است موسیقی بیشتر از صداگذاری مورد نظر است و استفاده از ریتم تصویری و بافت در کمترین درجه اهمیت است.

۱-۳. ویژگی عناصر بصری در پوستر گرافیک متحرک

با توجه به مطالب ارائه شده در مقایسه پوسترهای منتخب، می‌توان دریافت که پیام طراح گرافیک، در مسیر خود برای رسیدن به مخاطب معمولاً از سه عنصر تأثیر می‌پذیرد: فرهنگی، ساختاری فیزیکروانی و حسی، که هرکدام از عناصر به‌نوعی بر نحوه دریافت پیام توسط مخاطب تأثیرگذار هستند. از طرفی می‌توان پیام تبلیغاتی فیلم را در وهله اول به دو قسمت تقسیم کنیم: یک قسمت شامل داده‌هایی می‌شود که به‌وسیله پیام انتقال پیدا می‌کند و قسمت دیگر شامل عناصر انتقال بصری است. این عناصر بصری دربرگیرنده مجموعه‌ای از عناصر است که پیام را قابل رؤیت می‌سازد. در این میان، ارتباط بصری به‌وسیله پیام‌های بصری انجام می‌شود که جزء خانواده پیام‌هایی هستند که حواس مخاطب را تحریک می‌کنند. عناصر بصری از سازندگان اصلی این ارتباط بصری هستند که با تحریک حواس، پیام‌های بصری را به بهترین نحوه انتقال می‌دهند. در یک نگاه اجمالی می‌توان عناصری چون نقطه، خط، سطح، رنگ و... را از جمله عناصر بصری دانست که به‌عنوان ابزارهایی جهت انتقال پیام بصری در اختیار طراح گرافیک موشن‌گرافی قرار می‌گیرد. با توجه به نمونه‌های منتخب دریافت گردید زمانی که در یک اثر از خطوط مورب، عناصر زیاد، رنگ‌های تند و تصاویر واضح و پرکنتراست استفاده شود، خروجی یک ترکیب‌بندی فعال و تهاجمی خواهد بود که ناگزیر مخاطب را به توجه وادار می‌دارد؛ اما اگر از خطوط موازی افقی، رنگ‌های ملایم و هماهنگ، عناصر کم و فضاهای خالی مناسب استفاده شود، یک ترکیب‌بندی آرام و ایستا شکل گرفته که نسبت به تبلیغ نوعی آرامش و اطمینان را در مخاطب ایجاد خواهد کرد. رنگ از عناصر بصری است که به‌عنوان اصلی‌ترین و پرمحتواترین بُعد هنر از آن یاد می‌گردد.

پی‌نوشت‌ها

۴. نتیجه‌گیری
هر اثر هنری از گرد هم آمدن چندین عنصر بصری به وجود می‌آید که هر یک از این عناصر، خود، می‌توانند مورد تجزیه و تحلیل قرار بگیرند؛ این عوامل در نهایت منجر به ایجاد معانی مختلفی می‌گردند. گاهی نوع قرار گرفتن عناصر در کنار یکدیگر موجب ایجاد سبک شخصی می‌شود. طراحی پوسترهای موشن‌گرافی زمینه وسیعی برای خلاقیت و نوآوری را فراهم می‌آورد و توجه مخاطب را به خود جلب نماید؛ چراکه یک پوستر می‌تواند با تخیل طراح آغاز و تا تصاویر، رنگ، صداگذاری، تایپوگرافی و... در آن ادامه می‌یابد و می‌توان با این ترکیب به معانی گوناگونی رسید. یکی از این عناصر مؤثر در تهیه یک موشن موفق استفاده از رنگ است که اگر از یک پالت استاندارد دوازده‌تایی از رنگ‌ها استفاده شود، هر سه رنگ کنار هم بسیار جذاب خواهند بود و اگر لزوم استفاده از رنگ‌های متضاد باشد، رنگ‌های مقابل هم کاملاً در تضاد با یکدیگر هستند. تجربه نشان می‌دهد اگر از رنگ‌های ملایم برای زمینه استفاده شود، خاکستری و رنگ‌های خاموش به بیشتر دیده شدن اصل موضوع کمک شایانی می‌کند، استفاده همیشگی از رنگ‌های تند و درخشان، مثبت نخواهد بود. در انتقال پیام به‌وسیله یک پوستر که حال در این زمان با توجه به نیاز روز و تکنولوژی دنیا که مداوم در حال تغییر است به‌صورت موشن‌گرافی طراحی شده است تا هم حامل طیف وسیع‌تری از پیام‌ها بوده باشد و هم به جذب مخاطب کمک شایانی نماید. در این راستا با توجه به مطالب ذکرشده، سه عامل اصلی حس، فرهنگ و ساختار فیزیکی و روانی تأثیر بسیاری در موفقیت اثر دارد. چگونگی انتقال این پیام‌ها نیز توسط عناصر بصری و توسط طراح گرافیک حائز اهمیت است که خود با راهکارهای شناخت صحیح استفاده از رنگ در موضوعات مختلف و همخوانی عناصر بصری با طیف جریان مورد تبلیغ بسیار در گیرایی تبلیغ مؤثر بوده و مخاطب خود را قانع خواهد کرد که به سمت اثر جذب و برای دیدن آن هزینه نماید. این تکنیک موفقیت در تبلیغ جدا از حس زیبایی‌شناسی مستلزم داشتن دانش کافی طراح گرافیک پیرامون ارزیابی روان‌شناسانه مبتنی بر تجربه است که با توجه به هر فرهنگ و ملیتی متفاوت است؛ چراکه عناصر بصری از جمله رنگ‌ها خطوط و... در هر فرهنگی بار معنایی متفاوتی دارند.

- 1 Futurism
- 2 Dadaism
- 3 Postmodernism
- 4 Branding
- 5 Motion Graphic
- 6 Multimedia
- 7 Media
- 8 Vector

کتاب‌نامه

- ابراهیم نژاد رفسنجانی، ه. (۱۳۹۲). بررسی عوامل تأثیرگذار بر موشن‌گرافیک و مفهوم آن. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد ارتباط تصویری. دانشکده هنر و معماری. دانشگاه آزاد تهران مرکزی.
- افضل‌طوسی، ع. ا. (۱۳۸۵). «بررسی تغییرات نوشته (حروف گذاری) در پوستر». نشریه هنرهای زیبا، ۲۶، صص ۱۱۷-۱۰۹.
- ایمنی، ع. (۱۳۹۰). «تحلیلی بر روانکای عناصر بصری در تبلیغات». مجله کتاب ماه هنر، ۱۵۷، صص ۴۷-۴۲.
- پاک‌باز، ر. (۱۳۹۳). «دایره‌المعارف هنر: نقاشی، پیکره‌سازی، گرافیک». تهران: نشر فرهنگ معاصر.
- حسینی‌راد، ع. (۱۳۹۷). «مبانی هنرهای تجسمی». تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- خاکی، غ. ر. (۱۳۹۳). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی. تهران: بازتاب.
- خزایی‌مسک، س. (۱۳۸۹). خلاقیت در طراحی پوستر با تأکید بر تصویرسازی. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد ارتباط تصویری. دانشکده هنر و معماری. دانشگاه تربیت مدرس.
- ساداتی، ن. (۱۳۸۹). موشن‌گرافیک و کاربرد آن در تبلیغات. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد ارتباط تصویری. دانشکده هنر و معماری. دانشگاه آزاد تهران مرکزی.
- شیخها، ن. م.، رهنما، ر. (۱۳۹۶). حرکت در ارتباط تصویری موشن‌گرافیک. تهران: نقره‌فام، کیان پارس.
- صادقیان، ح. (۱۳۹۵). مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک در ارتباط تصویری- طراحی گرافیک متحرک. تهران: فاطمی.

لامعی، ی. (۱۳۹۲). «تاثیر گرافیک متحرک در عنوان بندی فیلم‌های ایرانی، ۱۳۹۰-۱۳۸۰». نشریه کتاب ماه هنر، ۱۸۱، صص ۶۳-۵۸. مشکی، س. (۱۳۸۱). *خشت اول*. تهران: ماه ریز.

معیری، م. ت. (۱۳۹۶). *بررسی تأثیر خصوصیات بصری چاپ دستی در طراحی پوستر معاصر ایران از سال ۱۳۵۰ تا ۱۳۹۵*. پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباط تصویری. دانشکده هنر. دانشگاه شاهد.

مهدی، ج. (۱۳۹۳). *موشن گرافیک و کاربرد آن در تیزرهای تبلیغاتی*. پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباط تصویری. دانشکده هنر و معماری. دانشگاه آزاد تهران مرکزی.

نامور، ک. (۱۳۹۹). «تدوین اعتباریابی اصول طراحی موشن گرافیک‌های آموزشی». *فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۳ (۳۵)، صص ۱۱۳-۱۳۷.

هولیس، ر. (۱۳۸۲). *تاریخ مختصر طراحی گرافیک*. ترجمه فرهاد گشایش. تهران: لوتس.

Baumann, s. (2012). *Cultures in Cyberspace Communities*, Inter-Disciplinary press, Oxford. United Kingdom.