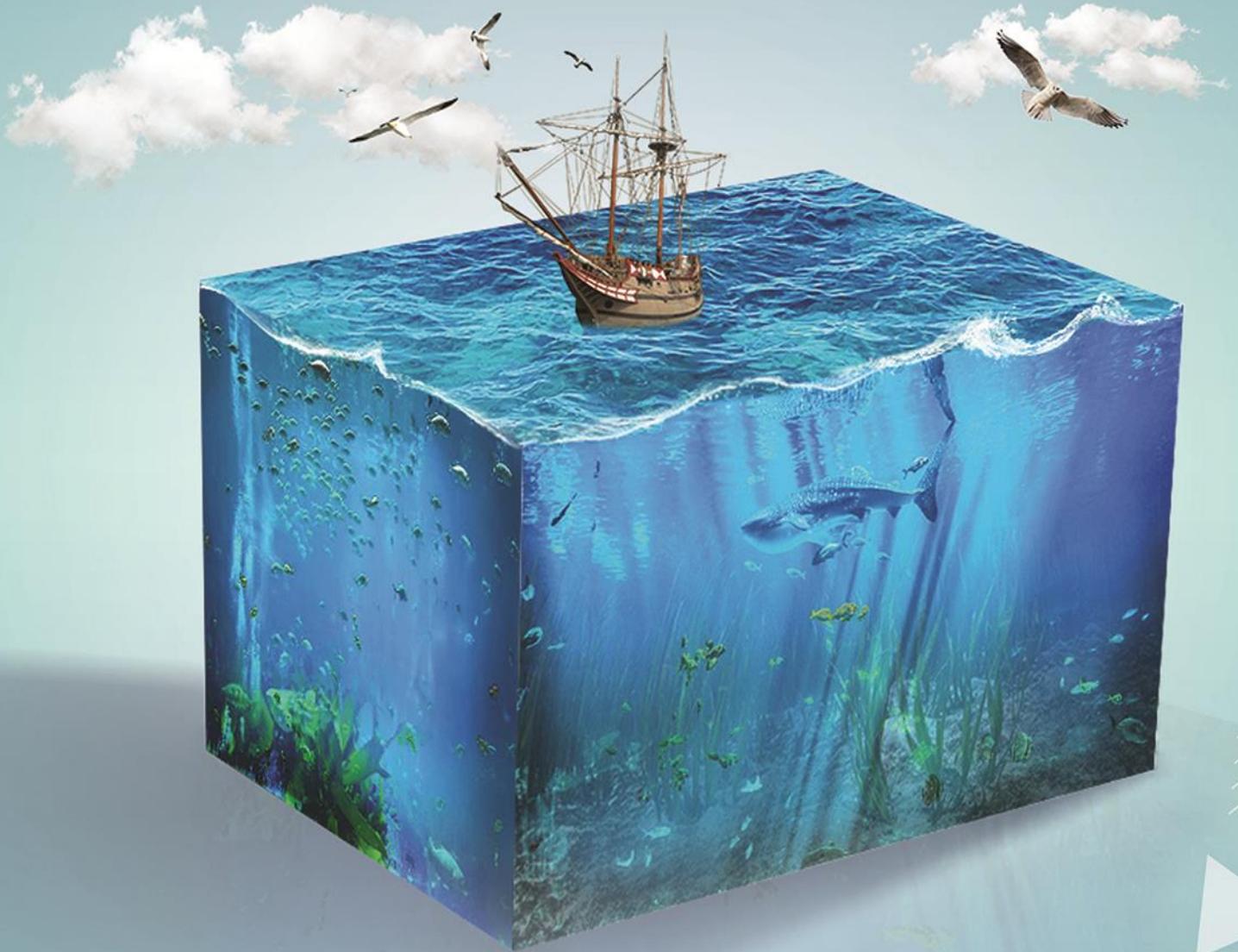




تخیلات خلاق

CREATIVE MONSTER



آموزش:

Ps Adobe Photoshop

Ai Adobe Illustrator

Id Adobe InDesign

Lr Adobe Lightroom

Di Adobe Director

■ عکاسی با موبایل

■ آموزش لایتروم

■ فراخوان طراحی پوستر

■ طراحی مکعب آبی

■ سواد تبلیغاتی

■ آموزش ایندیزاین

■ نقد تبلیغات



همراه با فایل های لایه باز آموزش ها و تصاویر استفاده شده در هر آموزش + فیلم های آموزشی.

رایگان دریافت نمایید.

به نام خداوند، هنر آفرینش ...

CREATIVE MONSTER



ماهنامه هیولای خلاق

سال اول - ویژه مرداد ماه ۱۳۹۸

صاحب امتیاز :

کانون آگهی و تبلیغات خط سفید

هیئت تحریریه:

حسین فراتی، خلیل فراتی

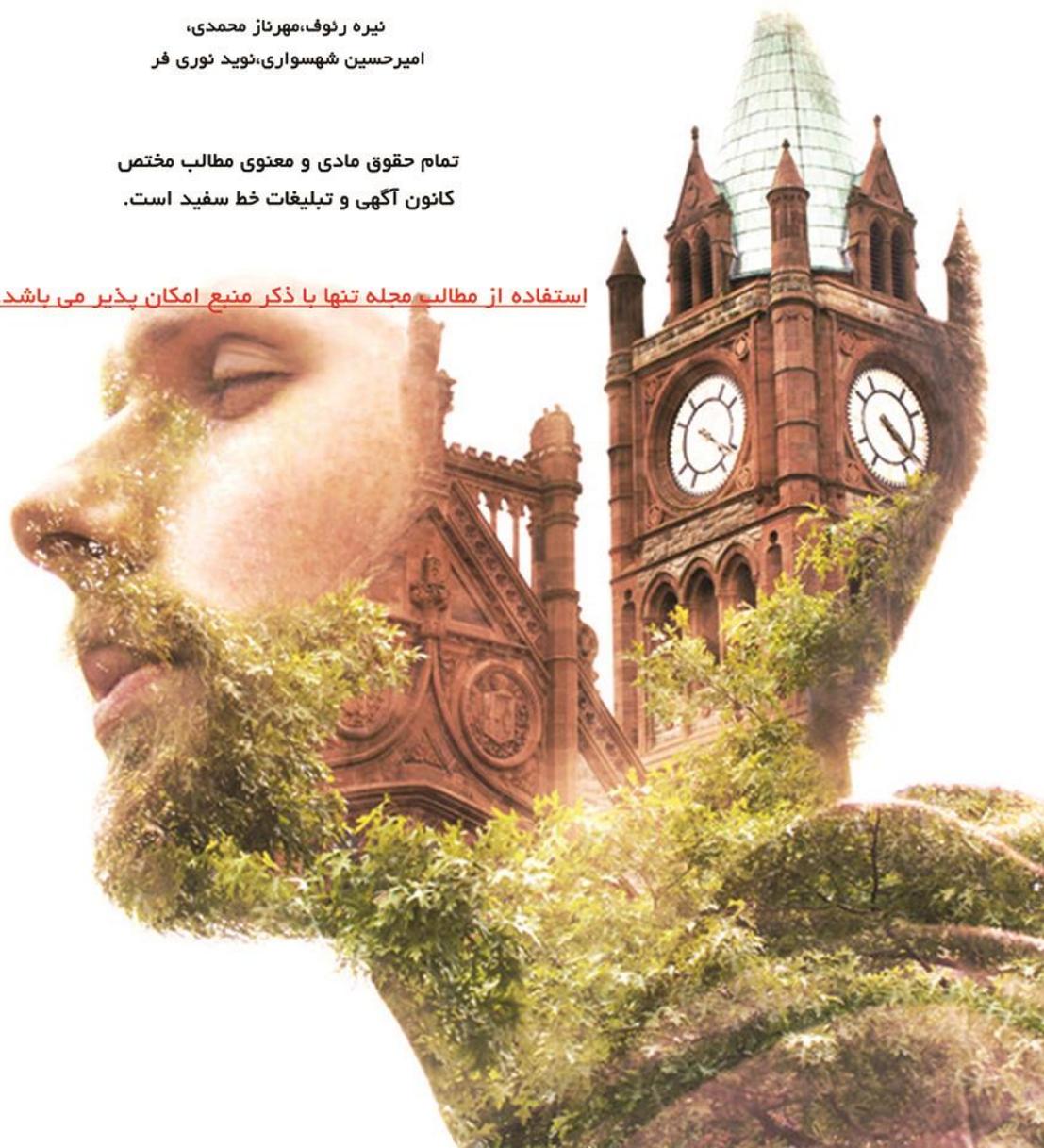
نیره رئوف، مهرناز محمدی،

امیرحسین شهنساری، نوید نوری فر

تمام حقوق مادی و معنوی مطالب مختص

کانون آگهی و تبلیغات خط سفید است.

استفاده از مطالب مجله تنها با ذکر منبع امکان پذیر می باشد.





 : <https://www.aparat.com/CreativeMonster>

 : <http://www.sefidcg.com/>

 : @sefidcg

 : @KhatSefid_CG

 : @sefidcg



فهرست:



OTHER

- ۱۲ سواد تبلیغاتی
- ۱۴ اپلیکیشن پیکس آرت
- ۱۹ معرفی کتاب گرافیک
- ۲۳ عکاسی به سبک موشن بلور
- ۲۵ تبلیغات جهان
- ۲۸ نقد تبلیغات
- ۳۰ فراخوان پوستر اوکراین



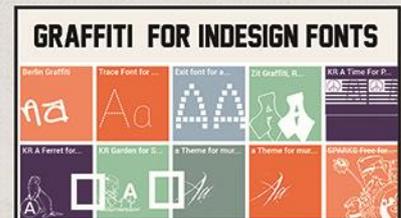
Ps PHOTOSHOP TUTORIAL

- ۵ طراحی مکعب آبی در فتوشاپ
- ۱۰ برآش در فتوشاپ



Di ADOBE DIRECTOR

- ۲۷ معرفی ادوبی دایرکتور



Id INDESIGN TUTORIAL

- ۲۰ اهمیت فونت در ایندیزاین



Lr ADOBE LIGHTROOM

- ۱۷ کلیدهای ترکیبی در لایتروم

سخن

نخست:

با هفتمین شماره از مجله هیولاکی خلاق خدمت گرافیت ها و علاقه مندان به هنر و گرافیک هستیم، امیدواریم از این مطالب خوب و مفید نهایت بهره را ببرید.

از تمامی دوستانی که در این شماره از ماهنامه ما را یاری کردند و تمام سایت های که این شماره از ماهنامه را برای دریافت بر روی سرورهای خود قرار دادند کمال تشکر داریم.

عزیزان که تمایل به همکاری در ماهنامه هیولاکی خلاق را دارند می توانند از طریق ای دی زیر با ما ارتباط برقرار کرده و عضوی از خانواده ماهنامه هیولاکی خلاق شوند.

 sefidcg@gmail.com

منتظر انتقادات و پیشنهادات سازنده شما عزیزان هستیم. در ادامه شما را به خواندن مطالب این شماره دعوت می کنم.



Ps

آموزش : طراحی مکعب آبی در فتوشاپ
سطح : # حرفه ای
مدرس : نیره رئوف

دانلود فایل :

<http://Trainbit.com/files/1698100884/Photoshopsefidcg.rar>

دانلود ویدئو :

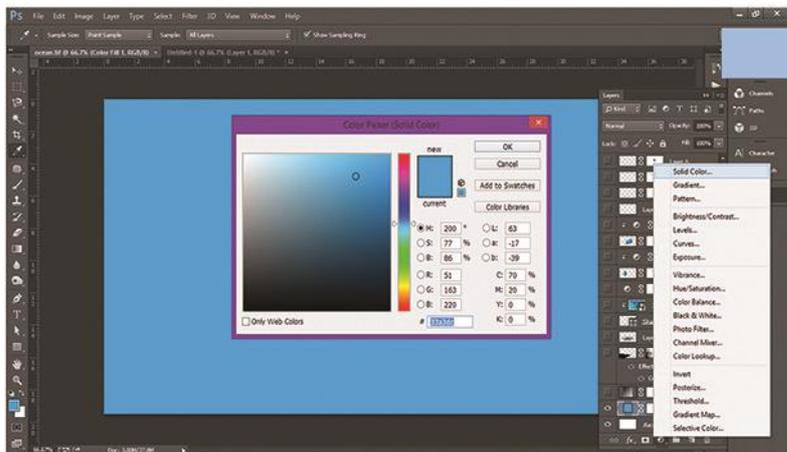
<https://aparat.com/v/eNvDB>



سلام !

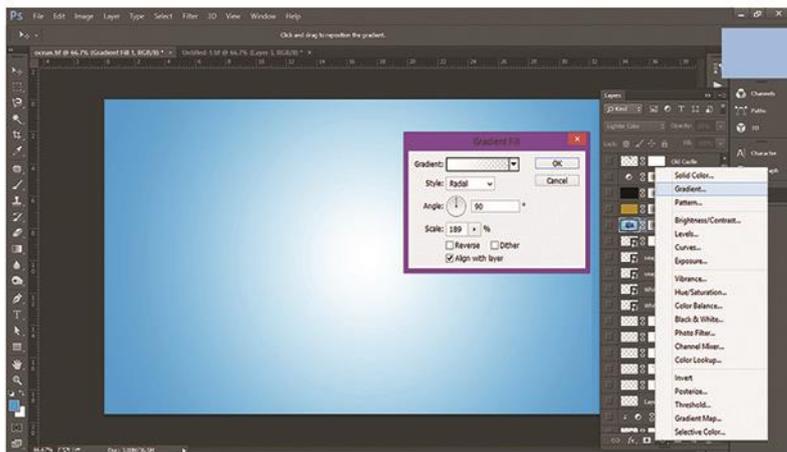
در این آموزش می خواهیم مکعب آبی طراحی کنیم. روش های متفاوتی برای این مدل سبک ها وجود داره می تونیم با استفاده از 3D در فتوشاپ مکعب ایجاد کنیم و یا از اجسام مکعبی شکل استفاده کنیم. همین طور می تونید به جای استفاده از مکعب از سایر اجسام سه بعدی استفاده کنید مثل کره و یا استوانه و... برای این آموزش منن از یک صندوق مکعبی شکل استفاده کردم که در ادامه همراه من به آموزش و طراحی مکعب آبی می پردازیم.

مرحله یک :

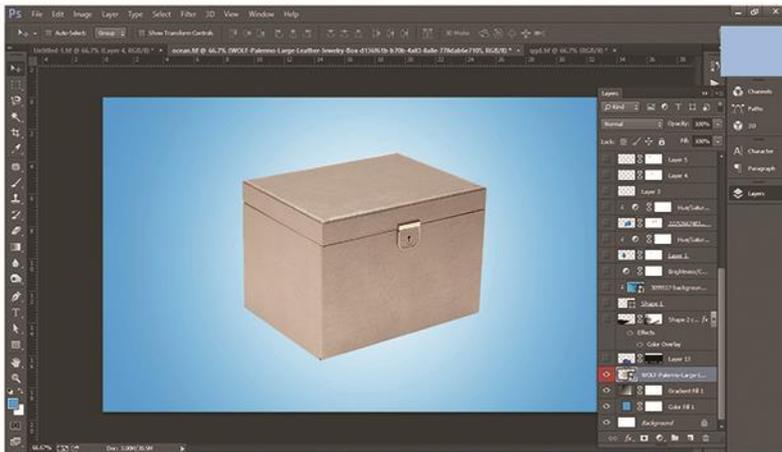


از پایین پنل layer و از قسمت adjustment گزینه ی solid-color رو انتخاب و رنگ آبی #33a3dc را انتخاب کنید.

مرحله دو :

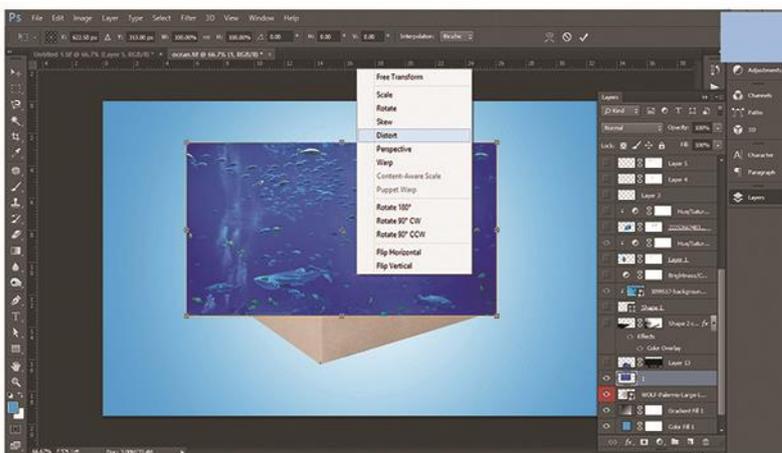


از همان قسمت دوباره گزینه ی گرادیانت را انتخاب کنید.
Layer>adjustment>gradient
و همانند تصویر تغییرات زیر را اعمال کنید . برای رنگ گرادیانت رنگ سفید یک دست را انتخاب می نمایم.



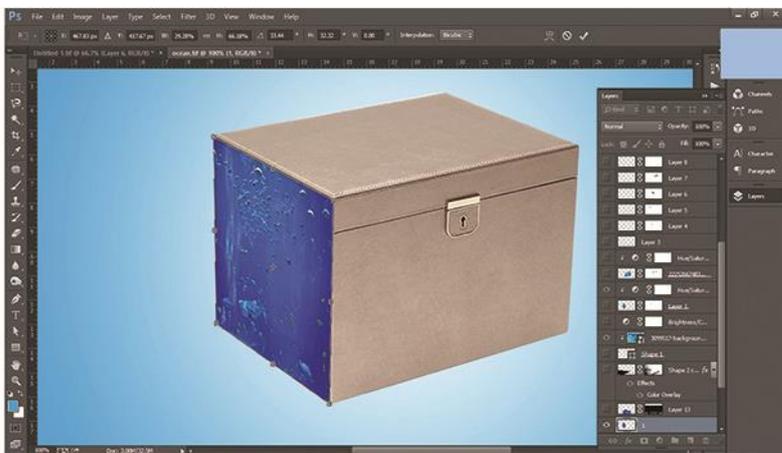
مرحله سه :

تصویر صندوقچه را به داخل فتوشاپ باز کنید و مکعب صندوقچه را با یکی از ابزارهای select انتخاب نمایید و آن را وارد فایل خودمون میکنیم .



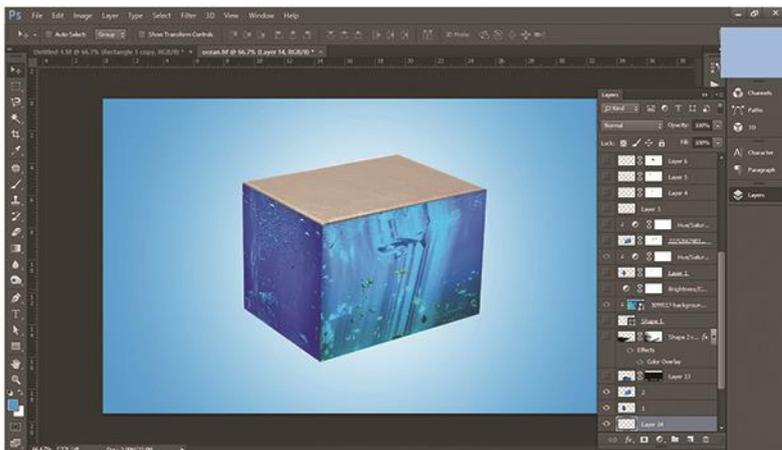
مرحله چهار :

تصویر آکواریوم فایل jpg.1 را در فتوشاپ باز میکنیم. میخواهیم از این تصویر برای یک طرف از ضلع های مکعب آبی خود استفاده نماییم به طوری که حالت آکواریوم به مکعب آبی بدهد. قسمتهای اضافه تصویر را پاک میکنیم . سپس با فشردن کلیدهای CTRL+T از صفحه کلید می توانید عمل تغییر سایز را انجام دهید اما چون می خواهیم به عنوان ضلعی از مکعب قرار دهیم، پس از فشردن کلید ترکیبی CTRL+T بروی تصویر کلیک راست کرده و گزینه ی Distort را انتخاب میکنیم .



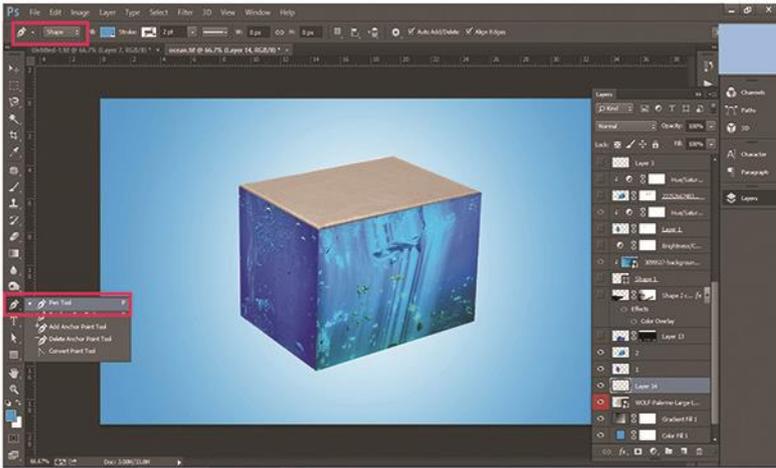
مرحله پنج :

سپس با استفاده از قسمتهای مشخص شده در گوشه های انتخاب که به شکل مربع های تو خالی هستن و با درگ کردن موس تصویر را در ضلعی از مکعب قرار می دهیم. پیشنهاد میکنیم ویدئوی آموزشی در لینک بالای همین آموزش را در آپارات برای فهم بهتر حتما ببینید). تصویر شما باید به صورت زیر باشید .



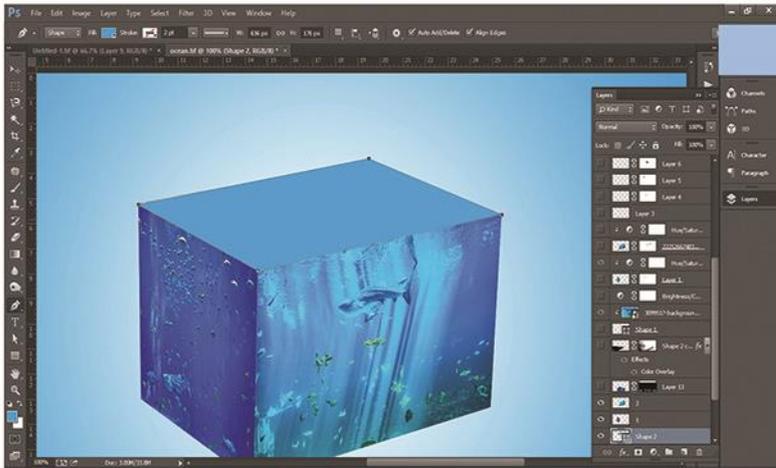
مرحله شش :

تصویر jpg.2 رانیز در فتوشاپ باز کنید و مراحل ۴ و ۵ را دوباره برای ضلع رو به روی مکعب تکرار کنید.



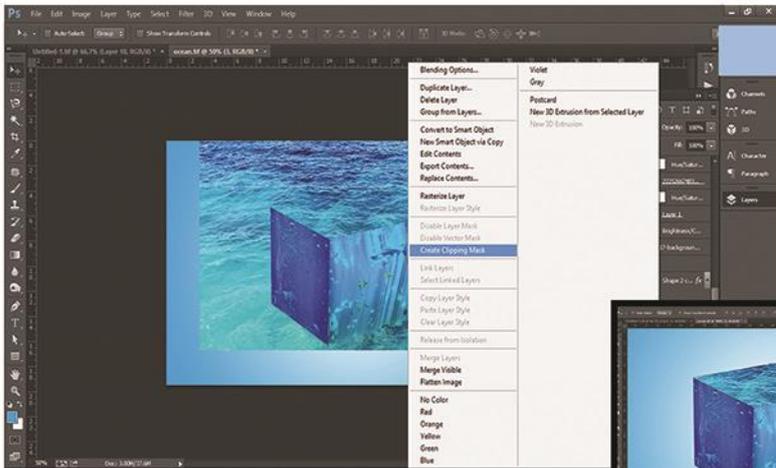
مرحله هشت:

تصویر 3.jpg را در فتوشاپ باز کنید. سپس با ابزار pen برای بالای مکعب یک متوازی الاضلاع ترسیم نمایید. دقت کنید که چون تصویر 3 را می خواهیم در این متوازی الاضلاع ماسک کنیم پس باید این لایه را در زیر لایه های اضلاع قرار دهیم. از پایین پنل layers یک لایه ی جدید ایجاد نمایید و از قسمت ابزارهای فتوشاپ، ابزار pen را انتخاب و در option بین ابزار گزینه ی shape را انتخاب نمایید .



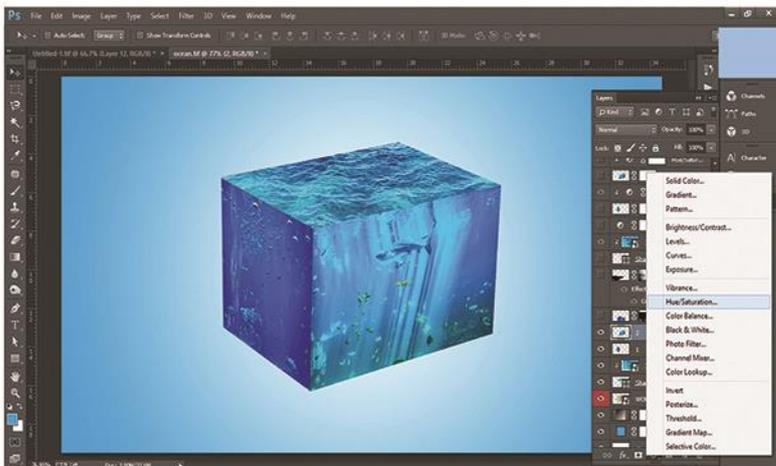
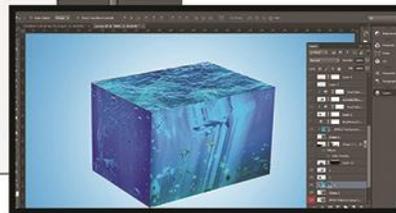
مرحله هشت:

حال با استفاده از تنظیمات انجام شده و ابزار پن شروع به ترسیم متوازی الاضلاع میکنیم .



مرحله نه:

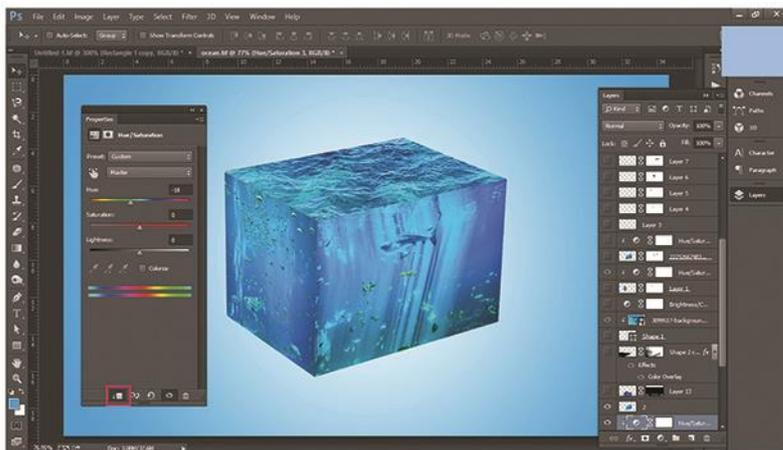
حال عکس 3.jpg را در متوازی الاضلاع ماسک میکنیم برای انجام این کار بروی لایه عکس کلیک راست می کنیم و گزینه ی creat clipping mask را انتخاب می کنیم همین طور که در تصویر می بینید عکس در متوازی الاضلاع ماسک می شود.



مرحله ده:

حال برای هم سان سازی رنگ آب در اطراف مکعب ابی و در بالای آن باید از گزینه ی adjustment استفاده کنیم برای این کار به مسیر زیر بروید .

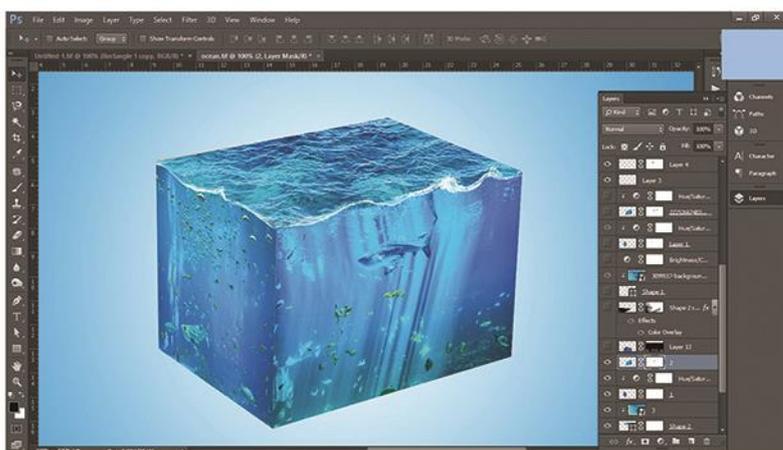
Adjustment > Hue/satration



مرحله یازدهم :

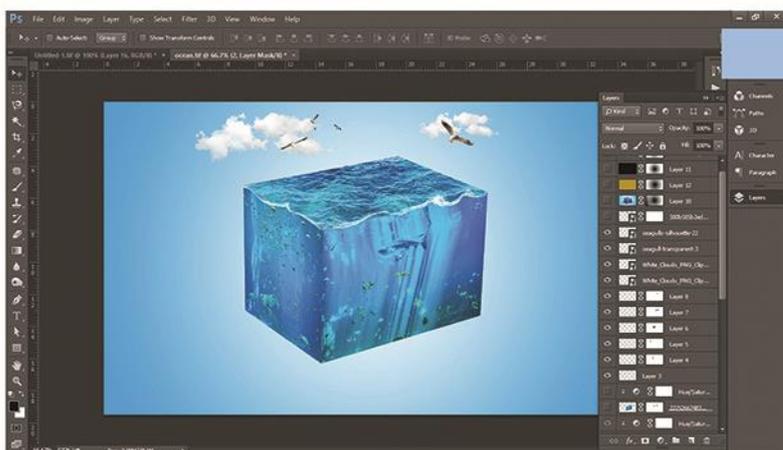
تنظیمات این پنجره در قسمت properties برای ما ظاهر می شود با تغییر مکان دادن لغزنده های رنگ ، غلظت و روشنایی می توانیم به رنگ ایده آل خود برسیم و آن را برای سایر عکس های دیگر تکرار کنیم در ابتدا باید حتما گزینه ی ماسک آن را فعال کنید که در پایین پنجره قرار دارد . من برای تغییر رنگ فقط گزینه ی -18 : hue قرار دادم .

این مقدار عددی تنها برای این عکس کاربرد دارد برای عکس های متفاوت شما باید از مقدار عددی متفاوتی استفاده نمایید . دکمه لغزنده را تکان دهید و هر جا که احساس کردید مناسب است آن را برای سایر تصاویر تکرار کنید . در این جا چون عکس من با سایر عکس ها همخوانی پیدا کرد من نیازی نمی بینم که برای سایر تصاویر عملیات بالا را تکرار کنم .



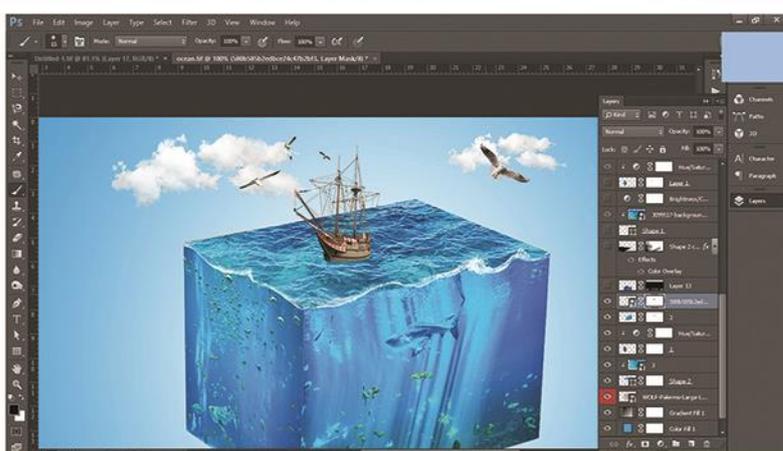
مرحله دوازدهم :

برای جلوه دادن مکعب و خارج کردن آن از حالت تخت می توانید از برش های متفاوت اب استفاده کنید و اطراف مکعب برش ها را به گونه ای بزنید که حالت خروشان بودن و یا موج بودن را نشان دهد.



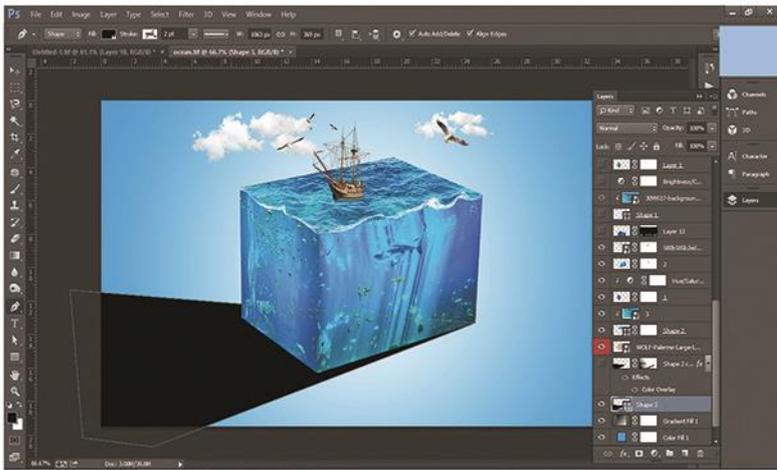
مرحله سیزدهم :

من برای زیبا تر شدن تصویر از چند ابر و پرنده استفاده کردم که در بالای مکعب قرار دهم. این تصاویر به صورت فایل های png در قسمت دانلود فایل در ابتدای آموزش قابل دانلود هستند.



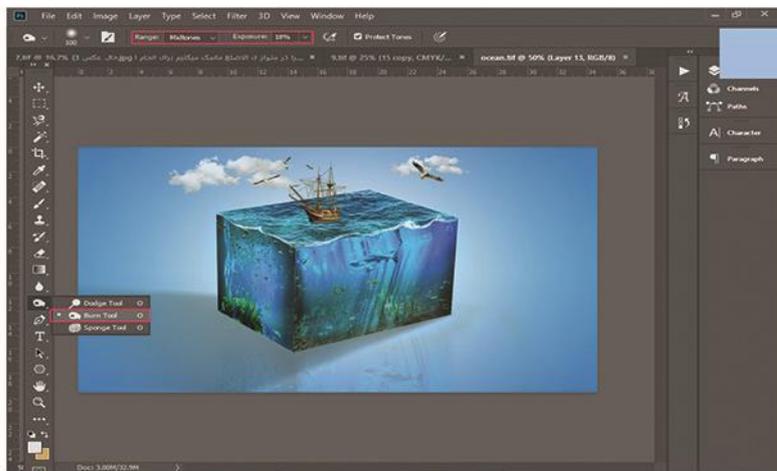
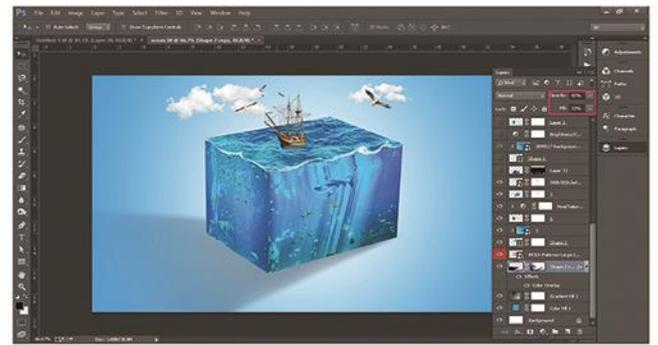
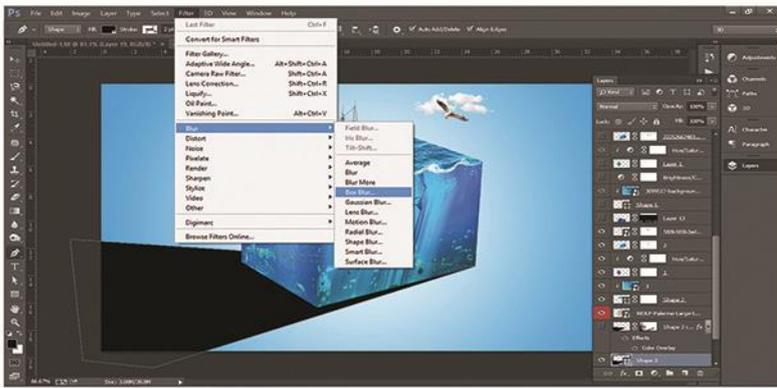
مرحله چهاردهم :

برای قرار دادن کشتی در داخل اب کافی است که فایل png کشتی را در فتوشاپ باز کنید و محل قرار گیری آن را بروی آب مشخص کنید و با استفاده از برش نرم ، پایین کشتی را با برش ماسک کنید و یا با ابزار پاک کن پاک کنید به طوری که کشتی در داخل اب به نظر برسه.



مرحله پانزده :

برای ایجاد سایه بر زیر مکعب می‌توانید از براش و یا سایر امکانات دیگر استفاده کنید، من ابزار pen و رسم shape سایه را ایجاد کردم به این صورت که سایه را به صورت متمایل و با فرض این که تابش از سمت راست تصویر هست shape را ترسیم کرده ام و رنگ آن را به سیاه تغییر دادم . سپس از منوی Filter > blur > box blur تنظیم مقدار شعاع یا همان radius:15 اطراف سایه را نرم و محو کرده ام و در اخر میزان شفافیت opacity:45% و fill:33% در بالای پنجره ی لایه ها تغییر می دهیم .



مرحله شانزده :

برای زیبا سازی می‌توانید از ابزار burntool استفاده کنید و گوشه ها و پایین مکعب با این ابزار تیره تر کنید . این کار به طرح ما زیبایی می‌دهد. فقط در نوار option تنظیمات زیر را تنظیم نمایید.

range:Midtones
opacity: 18%



مرحله شانزده :

برای زیباسازی تصویر طراحی شده از هر افکت دلخواهی می‌تونید استفاده کنید از لایه ای با رنگ یکنواخت و تغییر مد لایه و یا با استفاده از adjustment استفاده نمایید. پیشنهاد میکنم برای فهم بهتر این آموزش حتما ویدئوی آموزش مربوطه را در آپارات هیولای خلاق ببینید .

تا آموزش بعدی خداوند یار و نگهدارتن



PHOTOSHOP TUTORIAL

Ps

آموزش: نحوه نصب و افزودن براش در فتوشاپ

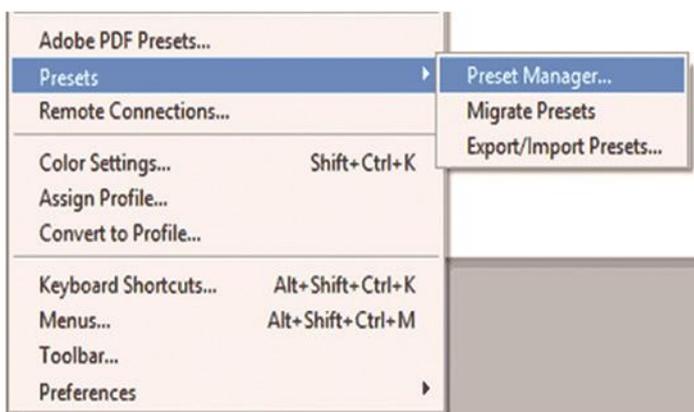
سطح: # متوسط

مدرس: امیرحسین شهسواری

آموزش های بیشتر:

<http://pixelboy.ir/>

۳: سومین روش این هست که از طریق منوی Edit گزینه Preset Manager رو انتخاب کنید ، زمانی که این گزینه رو انتخاب میکنید میتونید پیش فرض های کلی فتوشاپ رو مشاهده کنید منظور از پیش فرض ها این هست که مثلا براش های نصب شده ، استایل های نصب شده ، پترن های نصب شده و... رو مشاهده کنید و اونارو مدیریت کنید.



برای مشاهده و مدیریت براش ها از طریق Preset Manger باید گزینه Preset Type روی Brushes تنظیم کنید . در قسمت راست پنجره Preset Manger یک سری گزینه های وجود داره مثل : Load , Delete و... که برای مدیریت براش میشه از این گزینه ها استفاده کرد ، از طریق گزینه Load متیونید براش مورد نظرتون رو وارد فتوشاپ کنید و اقدام به نصب براش کنید.

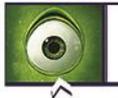
دوستان سلام ، براش یکی از مهم ترین و ضروری ترین ابزار های هر نرم افزار گرافیکی محسوب میشه ، از نرم افزار paint بگیرید تا نرم افزار هایی مثل : photoshop, Corel Draw و... از این ابزار کاربردی استفاده میکنن ، عملکرد براش به گونه ای هست که میشه با حرکت موس ، قلم نوری و... محدوده ای رو رنگ آمیزی کرد و یا کار های دیگه انجام داد . از اهمیت بالای براش ها براتون گفتم اما میرسیم به نحوه نصب فایل های براش یا به اصطلاح قلمو . برای نصب براش در نرم افزار فتوشاپ روش های مختلفی وجود داره که در این مطلب این روش هارو مورد بررسی قرار میدیم و اونارو به شما آموزش میدیم.

مشخصات فایل های براش در فتوشاپ :

زمانی که شما فایل براشی رو از اینترنت دانلود میکنید این فایل مشخصاتی داره ، پسوند فایل های براش abr هست و شکل ظاهری آیکن براش ها به شکل یک قلمو هست که روش نوشته شده باشه BRUSHS

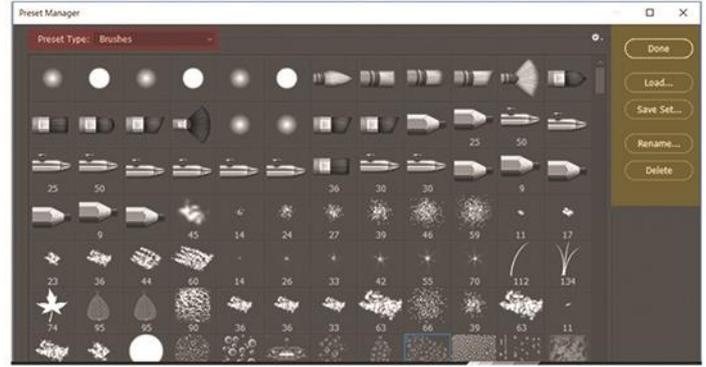
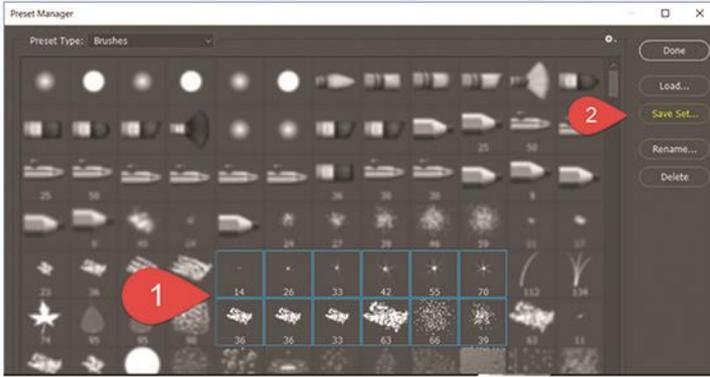
نحوه نصب و افزودن براش در فتوشاپ:

۱: اولین و ساده ترین روش این هستش که روی فایل براش دوبار کلیک کنید
۲: دومین روش این هست که از طریق منوی file گزینه open مسیرتون رو انتخاب کنید و فایل براش رو وارد فتوشاپ کنید تا به مجموعه براش هاتون اضافه بشه



خروجی گرفتن به صورت یک پکیج از براش ها :

خوب کار ساده ای هستش میتونید از Preset Manger مجموعه براش هاتون رو از لیست با استفاده از دکمه های Ctrl و Shift انتخاب کنید و برای ذخیره این پکیج روی دکمه Save Set موجود در سمت راست پنجره Preset Manager استفاده کنید



این بود از روش ها و مراحل نصب براش در نرم افزار فتوشاپ ، اما چطور میتونم به دلخواه مجموعه از براش ها رو انتخاب کنیم و ازش خروجی بگیریم تا به یک فایل نصب براش تبدیل بشه.



Pixelbōy.ir

دنیای رایگان فتوشاپ و گرافیک

- آموزش تکنیک های فتوشاپ و ایلوستریتور
- آموزش طراحی لوگو
- لایه باز تقویم ، کارت ویزیت و...



سواد تبلیغاتی



نویسنده: نیره رؤف
بروشور یا کاتالوگ؟! شود.



نابه جا استفاده نمایید بازتاب ارایه ی محصول به مشتری دچار نقص می شود.

از جمله عناوین و اصطلاحاتی که در این زمینه دچار کاربرد اشتباه می شوند کاتالوگ ، بروشور و بولتن هستند که در ادامه این مطلب به ارایه تعاریف این اصطلاحات می پردازیم.



بروشور چیست؟

یک بروشور نشری است که حاوی یک صفحه تاشو یا صفحات متعددی است که به هم چسبیده شده اند. و یا به بیانی ساده تر برگ هایی که چند خط تا می خورند و در هر صفحه مطالبی تازه برای ما بیان می کنند، بروشورها به صورت تک لتی، و بروشورهای سه لتی، ۴ لتی و ... تولید می شوند.

در واقع بروشورها یک کتابچه نازک هستند که معمولا تصاویر و اطلاعات زیادی در مورد محصولات، مکانها، و ... دارند و معمولا می توان آن را به آسانی در همه جا پخش کرد. قطع متداول بروشورها A4 است که به صورتهای مختلف تا میخورد و صفحات آن بر روی یکدیگر تاشده و اصطلاحا به این صفحات کوچکتر تاخورده "لت" بروشور گفته می شود. یک بروشور میتواند شامل ۴ تا ۸ لت اطلاعات باشد و اطلاعات ارایه شده در بروشورها کلی و جامع هستند که با مطالعه آنها میتوان اهداف، روش ها و عملکرد و سمت و سوی موضوع بروشور را فهمید .

امروزه با گسترش تکنولوژی و توسعه علم و هم چنین رشد تفکر بشری، باعث می شود هر فرد به اقتضای آن چه که هست و در هر جایی که از این کره خاکی زندگی میکند، به نوبه ی خود تلاش کند تا دچار عقب ماندگی و یا درجا زدن نشود.

هر انسانی که به نوبه ی خود در دنیا نقش ایفا می کند چه بد یا خوب وظایفی برعهده دارد که تاثیراتی در جامعه میگذارد. اگر دنیا را بزرگ تر از آنچه که هست متصور شویم و تنها به شهر یا کشور و یا قاره محدود نکنیم و بینش جهانی به خود بدهیم، شاید آن هنگام به این تصور برسیم که آیا " علم مان برای آنچه که هستیم و کارهایی که انجام می دهیم کافی است؟! "

و در ادامه ی این سوال ، شاید سوالات بسیاری در ذهن ما نقش ببندد اما آنچه که در اینجا حائز اهمیت است، تاثیر علم است و میزان سطح دانش ما درباره ی دنیای اطرافمان، دنیای اطراف هر شخص می تواند متفاوت باشد مانند: دنیای تکنولوژی ، دنیای اقتصاد، دنیای تبلیغات و...

در این مطلب هدفم بازکردن مفهوم دنیای تبلیغات و علم تبلیغات است. بر همین اساس تصمیم گرفتیم در این شماره و شماره های آینده مبحثی به نام سواد تبلیغاتی را عنوان کنیم. و در این مباحث به شرح و بازکردن کلمات و نکات کاربردی شرح آنچه که در تبلیغات صورت می پذیرد و ... پردازیم.

این مطلب می تواند مورد مطالعه هر شخصی در هر نقشی قرار بگیرد و اصلا مهم نیست شما طراح (گرافیکست) در یک آژانس تبلیغاتی هستید و یا شخصی به عنوان کسی که قصد سفارش کارهای تبلیغاتی دارید(مشتری) باشید. در هر نقشی که هستید آنچه که اهمیت دارد این است که بدانید اگر محصولی یا کالایی برای معرفی دارید، بهتر آن است که بدانیم وقتی با متخصص آن صحبت می کنیم از چه عناوین و اصطلاحاتی به درستی استفاده کنیم و بر روی اصطلاحات نادرست اصرار و پافشاری نداشته باشیم. و شما به عنوان طراح و یا کسی که در یک آژانس تبلیغاتی فعالیت دارد اگر به عنوان یک شخص مشاور دهنده در زمینه تبلیغات انتخاب شده اید باید بدانید که جابه جایی در استفاده از اصطلاحات نه تنها تخصص شما را زیر سوال می برد بلکه سطح کاری شما را پایین می آورد، اگر به جای استفاده از اصطلاحات صحیح در نزد مشتری خود از اصطلاحات

انواع گوناگونی را داراست که می توان به صحافی ها زیر اشاره کرد:

■ صحافی مفتول (منگنه)

■ صحافی چسب گرم

■ صحافی پانچ و فنر

■ و ...



کاتالوگ چیست؟

کاتالوگ متشکل از مجموعه برگ های متصل بهم (معمولا صحافی شده) که بتواند شرحی از اطلاعات به صورت جزئی و ریز و شرح مختصری از وظایف و موارد موضوع و کالای مصرف شده را به مخاطبین ارائه دهد. در کاتالوگ می توانید به راحتی محصول یا خدمات خود را به صورت کامل و با حفظ جزئیات شرح دهید.

تعداد صفحات کاتالوگ ها در هنگام طراحی هر چند صفحه می تواند باشد و محدودیتی وجود ندارد اما باید بدانیم که تعداد صفحات باید مضرری از عدد ۴ باشد به عنوان مثال: کاتالوگ ۸ صفحه ای، ۱۶ صفحه ای، ۲۴ صفحه ای و....

ابعادی که معمولا در طراحی کاتالوگ ها رایج است کاتالوگ a4 یا رحلی، کاتالوگ های مربع، کاتالوگ ۵۵ یا رقی، کاتالوگ وزیری می باشند. این ابعاد با توجه به کاغذهای رایج چاپ در بازار کمترین مقدار پرتی کاغذ را دارا هستند و مناسب ترین قطع ها با توجه به استانداردهای ماشین های چاپ به شمار می روند.

تفاوت بروشور و کاتالوگ در چیست؟

در واقع باید گفت آنچه که کاتالوگ و بروشور را از یکدیگر مجزا می سازد: شکل ظاهر، جنس و گراماژ کاغذ نیست بلکه محتوا و استراتژی تولید و توزیع کاتالوگ است که آن را از بروشور کاملا متمایز میکند. در کشور ما ایران به اشتباه تمامی راهنمایی هایی را که به صورت کتابچه و یا با کیفیت کاغذ و چاپ مناسب تهیه شده باشند را کاتالوگ می نامند و تمامی راهنمایی هایی را که به صورت یک برگه، و یا چند لته است حال با استفاده از کاغذهایی با گراماژ پایین تر تهیه شده باشد را بدون توجه به محتوای آن بروشور می نامند.

کاتالوگ و بروشور به شیوه های مختلفی به یکدیگر پیوست شده اند که به آن صحافی میگویند. و صحافی نیز



بولتن چیست؟

بولتن یا خبرنامه ابزاری است برای اطلاع رسانی به طیفی از مخاطبین خاصی با علایق مشترک درباره رویدادها، گزارش ها یا اخبار مرتبط به یک موضوع، که مخاطبان آن یک سازمان، شرکت یا کسب وکار می باشد. در تعریف کلی، یک نشریه داخلی، یک بولتن سازمانی و حتی یک اطلاعیه خبری سازمانی، بولتن به شمار می رود. که یکی از هدف اصلی تولید بولتن ارائه آن به مخاطبان درون و برون سازمان است تا به این وسیله واحدهای روابط عمومی براساس سیاست گذاری های خود اطلاع رسانی مناسبی به مخاطبان خود داشته باشد.

تعاریف بالا عناوین و اصطلاحاتی هستند که روزمره و بارها و بارها به چشم شما می خورند و با خرید جزئی ترین کالا با بروشور یا کاتالوگ محصول برخورد می کنید. حال که دانستیم استفاده صحیح عناوین و اصطلاحاتی تا چه حد می تواند تاثیر گذار باشد پس بهتر است از نام های صحیح استفاده نماییم.





APPLICATION TUTORIAL



معرفی: اپلیکیشن Pics Art
مدرس: حسین فراتی

قابلیت های برنامه پیکس آرت مربوط به ساخت عکس کلاژ می شود. بنابراین کاربر می تواند به راحتی توسط این برنامه، تصاویر دلخواه خود در کنار یکدیگر قرار دهد. به منظور ساخت عکس کلاژ آیکون به شکل به علاوه در قسمت انتهایی صفحه را لمس کرده، سپس گزینه Collage را انتخاب کنید. پس از آن با انتخاب تصاویر دلخواه خود قادر به ساخت عکس کلاژ خواهید بود.



همانطور که پیش از این هم اشاره داشتیم، برنامه PicsArt ابزارهای ویرایشی متنوعی نظیر برش، چرخاندن و اضافه کردن متن به تصویر را در اختیار کاربران خود قرار می دهد.



اگر به دنبال یک برنامه کاربردی و مناسب برای ویرایش حرفه ای تصاویر خود هستید، برنامه PicsArt (پیکس آرت) یکی از بهترین گزینه های پیش رویتان خواهد بود. در این مقاله قصد داریم تا به معرفی برنامه PicsArt بپردازیم.

پلیکیشن PicsArt یک ویرایشگر تصویر قدرتمند و پر طرفدار است که شامل دو نسخه اندرویدی و آی او اسی می شود. پلیکیشن مذکور مجموعه متنوعی از فیلترهای گوناگون و ابزارهای ویرایشی مختلف را در اختیار کاربران خود قرار می دهد.

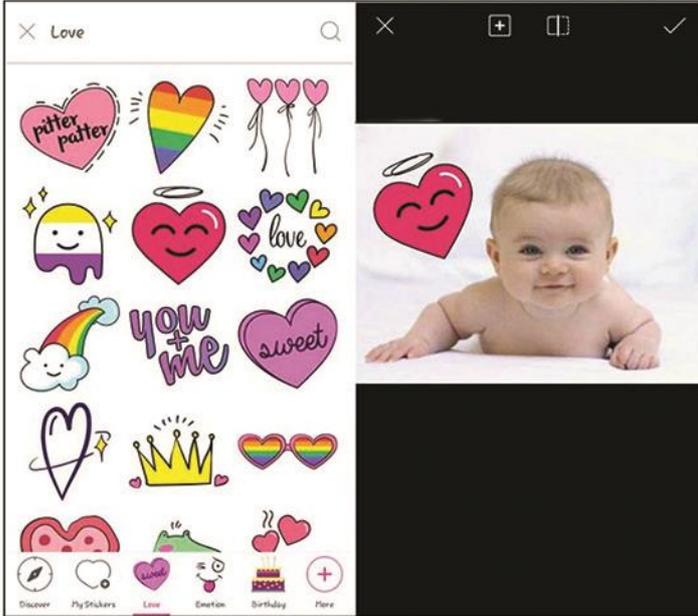


از دیگر قابلیت های اپلیکیشن پیکس آرت (PICSART) می توان به امکان ساخت عکس کلاژ اشاره کرد.

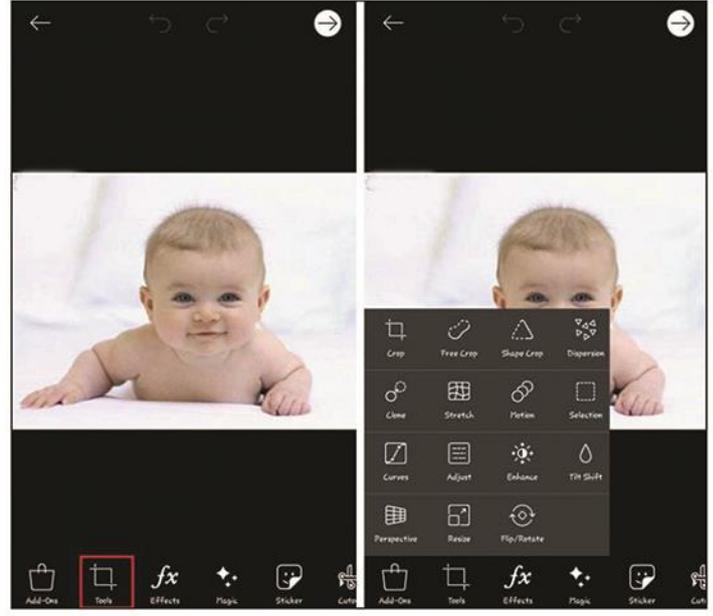
برنامه PicsArt برای افراد علاقه مند به ویرایش تصویر یک اپلیکیشن کاربردی به شمار می رود، چرا که تمام ابزارهای ویرایشی مورد نیاز را در اختیار کاربران خود قرار می دهد. گفتیم که یکی از



است. به منظور دسترسی و اعمال این نوع افکت ها به تصویر خود تنها کافیست تا به Magic مراجعه کنید. کاربران برنامه PicsArt (پیکس آرت) می توانند با مراجعه به بخش Stickers به استیکرهای این برنامه دسترسی داشته باشند و استیکر مورد نظر خود را به تصویر بیفزایند.



به منظور دسترسی به ابزارهای ویرایشی برنامه PicsArt آیکون به شکل به علاوه را لمس کرده و گزینه Edit را انتخاب نمایید. سپس از شما خواسته می شود تا عکس مورد نظر خود را جهت ویرایش انتخاب کنید. کاربران می توانند با مراجعه به بخش Tools به ابزارهای ویرایشی نظیر برش، تغییر سایز و یا چرخش تصویر دسترسی داشته باشند



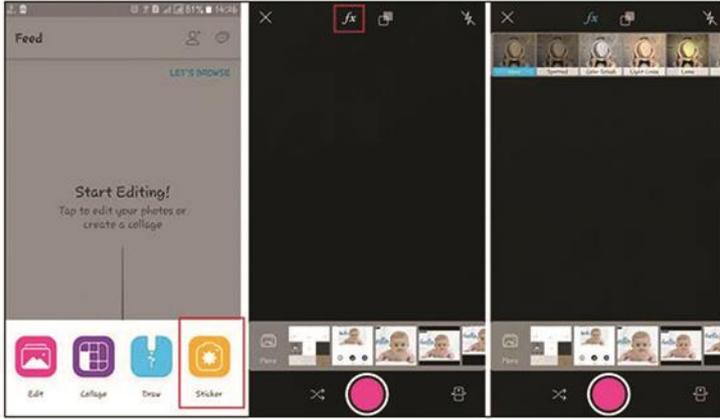
اضافه نمودن متن به تصویر جزو دیگر قابلیت های اپلیکیشن پیکس آرت به شمار می رود. کاربران می توانند از بین ۱۰۰ فونت مختلف ارائه شده، فونت دلخواه خود را انتخاب کرده و نسبت به اضافه کردن متن به تصویر اقدام نمایند.



برنامه PicsArt شامل مجموعه متنوعی از فیلترها می شود که در بخش Effects قابل دسترسی هستند و می توانید افکت دلخواه خود را به راحتی به تصویر اعمال کنید.



اپلیکیشن PicsArt از افکت هایی همانند برنامه پرزما (Prisma) هم بهره می برد که از تکنولوژی هوش مصنوعی در آنها استفاده شده

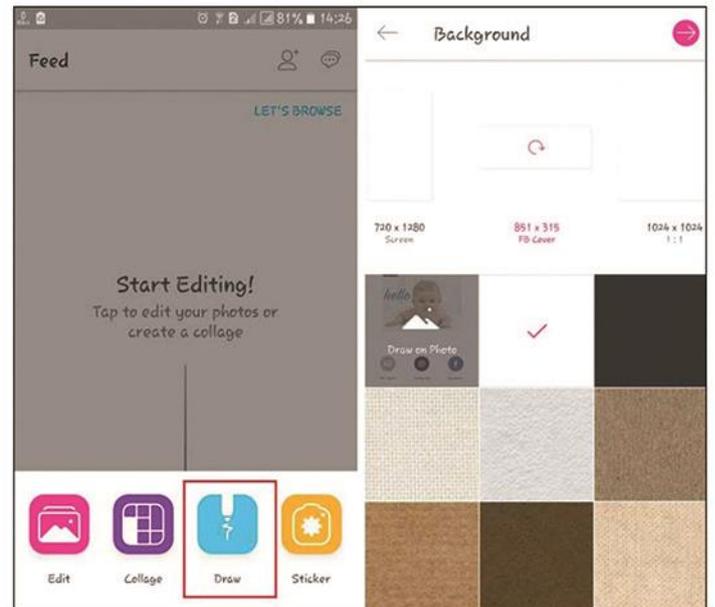
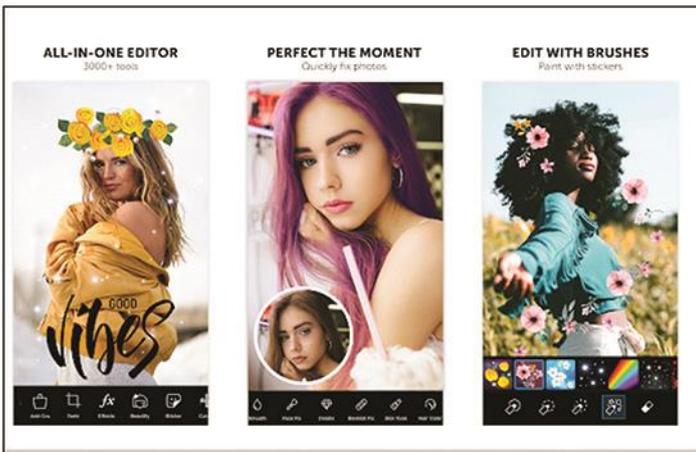


می توانید در برنامه پیکس آرت در هنگام عکس گرفتن از افکت های زیبای این اپلیکیشن استفاده نمایید . و تصاویر زیبایی را ثبت کنید .
همین طور که در تصویر بالا مشخص شده با استفاده از گزینه FX م می توانید از افکتهای موجود استفاده کنید .
امیدوارم از این آموزش لذت برده باشید .

در نهایت پس از ویرایش عکس با لمس آیکن موجود در گوشه بالا و سمت راست صفحه می توانید تصویر را در گالری ذخیره کرده و یا آن را از طریق سایر شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارید.



برنامه PicsArt (پیکس آرت) امکان کشیدن نقاشی را هم در اختیار کاربران قرار داده است. کاربران این اپلیکیشن می توانند با مراجعه به بخش Draw نسبت به کشیدن نقاشی بر روی صفحه سفید اقدام نمایند و یا بر روی تصویر مورد نظر خود طراحی کنند



ADOBE LIGHTROOM TUTORIAL



آموزش: کلیدهای ترکیبی در لایتروم
سطح: # حرفه ای
مدرس: حسین فراتی



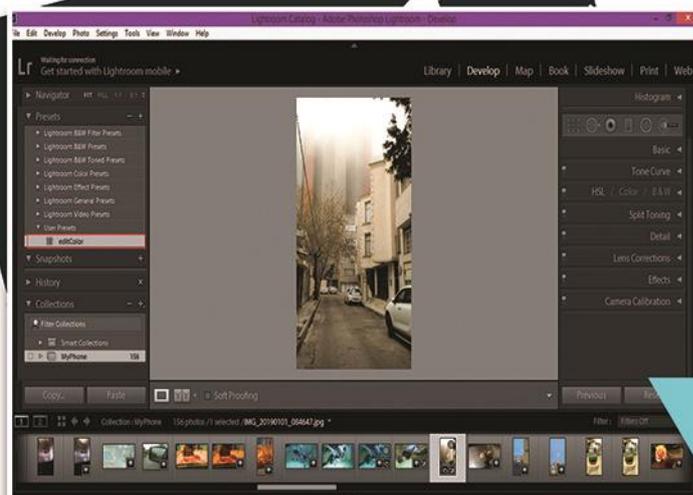
حالت Loupe:

با فشردن کلید «E» مستقیماً به حالت «Loupe» خواهید رفت. در این حالت می‌توانید پیش‌نمایش بزرگ تصاویر خود را به صورت تک به تک مشاهده کنید.



حالت تمام صفحه:

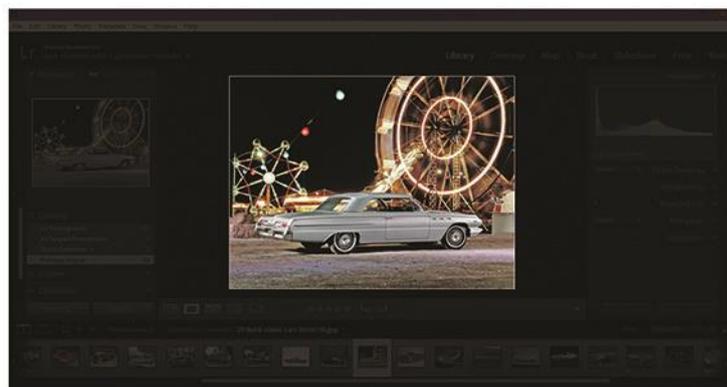
کلید «F» را فشار دهید تا حالت تمام صفحه فعال شود. در این حالت هیچ چیزی مزاحمان نخواهد شد و تمام تصاویر به صورت تمام صفحه نمایش داده می‌شوند. با فشردن مجدد کلید «F» از حالت تمام صفحه خارج خواهید شد.



لایت روم بهترین راه برای مدیریت، نگهداری و ویرایش تصاویر است. به همین دلیل عکاسان حرفه‌ای از سراسر جهان این نرم‌افزار را انتخاب کرده‌اند. اما جابجایی بین صفحات و مدیریت پنل‌ها از آن دسته کارهایی هستند که در لایت روم به طور مکرر باید انجام دهید، ولی انجام آن‌ها به صورت عادی می‌تواند زمان‌گیر باشد. در ادامه شما را با کلیدهای میانبری معرفی می‌کنیم که باعث افزایش سرعت شما در هنگام انجام کارها می‌شوند.

خاموش کردن چراغ‌ها:

با فشردن کلید L چراغ‌های لایت روم خاموش خواهد شد. اولین حالت این ویژگی، اطراف تصویر را تاریک می‌کند تا بهتر بتوانید تصویر خود را مشاهده کنید. در حالت دوم اطراف تصویر کاملاً سیاه خواهد شد.



حالت Grid View:

کلید G را فشار دهید تا مستقیماً به حالت جدولی ماژول «Library» بروید. این حالت به شما امکان مشاهده‌ی تصاویر کوچک شده‌ی چندین تصویر را به صورت هم‌زمان می‌دهد.



حالت مقایسه :

اگر قصد مقایسه‌ی دو تصویر را در کنار یکدیگر دارید، کلید «C» را فشار دهید. سپس تنها کافی است دو تصویری که می‌خواهید مقایسه کنید را انتخاب نمایید. با فشردن مجدد کلید «C» از این حالت خارج خواهید شد.



امتیازدهی رنگی :

با استفاده از کلیدهای ۶ تا ۹ می‌توانید امتیاز رنگی به تصاویر خود بدهید. اگر از این ویژگی استفاده می‌کنید باید بدانید که ارزش هر رنگ بستگی به جریان کاری خودتان خواهد داشت.

حالت Survey :

اگر چند تصویر مشابه دارید و می‌خواهید همه را در کنار هم مشاهده کنید تنها کافی است آن‌ها را انتخاب کرده و کلید «N» را فشار دهید.

با فشردن دکمه‌ی «X» موجود بر روی هر تصویر، تصویر از این حالت حذف خواهد شد و می‌توانید تصویر مورد علاقه‌ی خود را از بین آن‌ها ننگه دارید. توجه داشته باشید که با این کار تصویر در حافظه‌ی شما باقی خواهد ماند و فقط از حالت «Survey» حذف می‌شود.

مخفی کردن پنل‌های کناری :

با فشردن کلید «Tab» هر دو پنل‌های چپ و راست مخفی خواهند شد. با این کار می‌توانید پیشنهاد پیش‌نمایش تصاویر خود را به صورت بزرگ‌تری مشاهده کنید. مزاحمت‌ها در این حالت حذف خواهند شد، همچنین ارزیابی تصاویر و مشاهده‌ی نتایج ویرایش‌های انجام شده ساده‌تر خواهد بود. مجدداً کلید «Tab» را فشار دهید تا پنل‌های کناری بازگردند.



بازگردانی تغییرات undo :

برای بازگردانی گام قبلی خود کلیدهای Ctrl+Z را فشار دهید. در لایت روم هیچ محدودیتی برای بازگردانی تغییرات وجود ندارد. به عبارتی دیگر می‌توانید هر تغییری که از ابتدای باز کردن عکس خود اعمال کرده‌اید را بازگردانی کنید.

بزرگنمایی و کوچک‌نمایی :

با فشردن کلیدهای Ctrl+= تصویر بزرگ شده و کلیدهای Ctrl+- تصویر را کوچک خواهند کرد. با فشردن کلید «Z» تصویر به اندازه‌ی 100% خود باز خواهد گشت.

چرخاندن تصویر :

فشردن کلیدهای «Ctrl + [» تصویر را ۹۰ درجه به چپ می‌چرخاند. کلیدهای «Ctrl +]» برای چرخاندن تصویر ۹۰ درجه به راست کاربرد دارند.

مخفی کردن پنل‌های کناری :

با فشردن کلیدهای «Shift + Tab» تمام پنل‌ها به طور کامل حذف خواهند شد و دیگر هیچ چیزی در صفحه حواس شما را از تصویر پرت نخواهد کرد. مجدداً کلیدهای «Shift + Tab» را فشار دهید تا پنل‌ها بازگردند.



برش و صاف کردن تصویر :

برای استفاده از ابزار «Crop» (که می‌تواند تصویر شما را صاف نیز کند) کلید «R» را فشار دهید. با فشردن مجدد این کلید از ابزار «Crop» خارج خواهید شد.

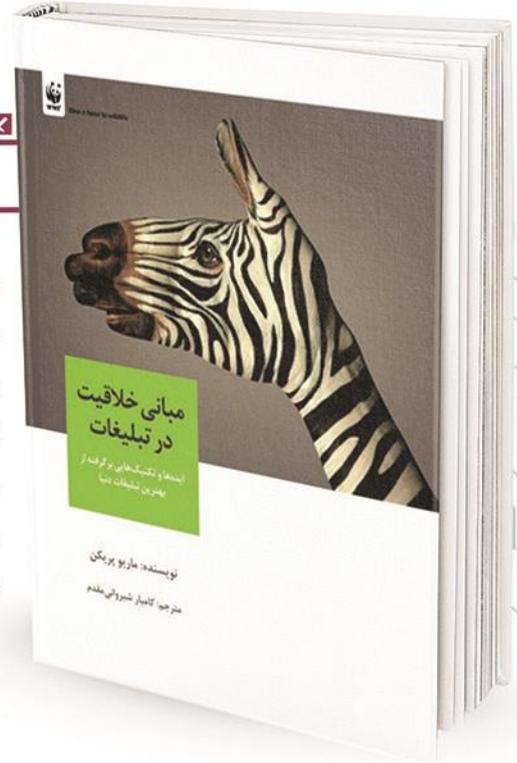
پس از باز کردن ابزار «Crop»، با فشردن کلید «X» می‌توانید بین برش عمودی و افقی حالت ایده‌آل را انتخاب کنید.



معرفی کتاب

کتاب « مبانی خلاقیت در تبلیغات »

نویسنده: ماریو پریکن
 مترجم: کامیار شیروانی مقدم
 سال چاپ: بهار ۱۳۹۶
 قطع: وزیری
 تعداد صفحات: ۲۵۰
 نوبت چاپ: دوم
 ناشر: سیته



ماریو پریکن یک مدیر خلاق و مشاور بازاریابی مستقیم است که تیم های خلاق آژانس های تبلیغاتی و بخش های بازاریابی را آموزش می دهد . همچنین کتاب " خلاقیت بصری " نیز از نوشته های اوست که انتشارات تیمز اندهاسون آن را منتشر کرده است .
 اعضای گروه های تبلیغاتی، مدیران روابط عمومی، مدیران و کارشناسان ارشد رشته های مدیریت و بازاریابی، و دیگر افراد علاقه مند به تبلیغات از مخاطبان اصلی این کتاب به شمار می آیند. به خاطر داشته باشید، برای خلاقیت تنها یک راه وجود ندارد. هرکس به نوبه ی خود می تواند با توجه به هدف، از راه دیگری وارد شود.

چگونه می توانید از ایده های بزرگ اطراف خود الهام بگیرید؟

سرتاسر یک کار خلاقانه بر پایه ی آن چیزی که قبلاً درست شده، به وجود می آید. هر ایده ی جدید تنها ترکیب یا تلفیقی از یک یا چند ایده ی قبلی است. مهم نیست که این ایده یا تکنیک چگونه به ذهن ما رسیده، بلکه چگونگی استفاده و به روز رسانی آن برای هدف مهم است. از این رو، آشنایی با استراتژی ها و تکنیک های خلاقانه و درک بهتر و عمیق تر مکانیزم و چگونگی عملکرد آنها می تواند به گسترش فضاهای ذهنی و یافتن ایده های نو منجر شود. کتاب مبانی خلاقیت در تبلیغات کتابی مرجع برای ایده های درخشان و ناب، و اکسیری برای تفکر خلاق است. در این کتاب با استراتژی های خلاقانه دنیای تبلیغات آشنا می شوید و درک بهتری نسبت به مکانیزم آنها پیدا می کنید. کتاب حاضر فاصله ی بین ایده یابی تا هدف گذاری، پرورش و ارزیابی ایده ها و انتخاب آنها را پوشش می دهد.

Creative Advertising

«احتیاط کنید... مبانی خلاقیت در تبلیغات چیزی بیش از یک کتاب جذاب است که تنها هنگام صرف جای یا قهوه آن را در دست بگیرید و بخوانید. پریکن هدف هایی بلندپروازانه دارد. برای مثال، او می خواهد با معرفی تکنیک ها و ایده های مختلفی که در تبلیغات است، خلاقان را به برترین افراد خلاق تبدیل کند.»





INDESIGN TUTORIAL

Id

یک فنبا ایندیزاین

آموزش: اهمیت فونت در صفحه آرایی

مدرس: مهرناز محمدی

قسمت اول

برای بسیاری از ایندیزاین کارها پیش آمده که احساس کنن فونت دلخواهشون رو از توی لیست چندصدتایی موجود در اینترنت پیدا نمیکنن! و دوست دارن خودشون فونت مدنظرشون رو بسازن! فونت ساختن علاقه و پشتکار میخواد! و برای ساخت یک فونت استاندارد و زیبا کار زیاد سختی پیش رو نداریم!

بریم ببینیم طراحی فونت چه جوریه؟

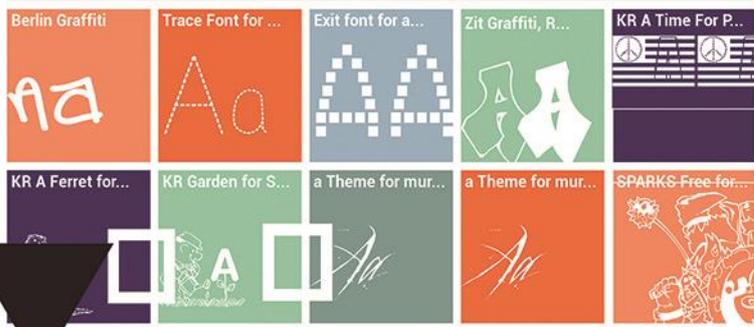
Farsi Font

فونت‌ها قلب نوشته‌ها هستند. هنگامی که شما در حال نوشتن یک سند متنی هستید در حقیقت در حال انتخاب از میان انواع فونت‌هایی هستید که امکان استفاده از آنها را برای مقصود مورد نظرتان دارید. احتمالاً شما هم مثل بسیاری دیگر از کاربران ایرانی مجبور به انتخاب بین ۲۰۰-۳۰۰ فونت فارسی موجود در CDهای فارسی ساز هستید که اکثر آنها شبیه به هم هستند و یا در حالت بهتر از فونت‌های لاتین موجود در وب یا CDهای کپی شده استفاده کرده‌اید. اما آیا تا به حال به فکر استفاده از فونت‌های اختصاصی خودتان افتاده‌اید؟ فونت‌هایی شبیه به دستخط خودتان را به خاطر آورد. این کار زیاد مشکل نیست در حقیقت نرم‌افزارهای زیادی وجود دارند که به شما کمک می‌کنند فونت‌های اختصاصی خودتان را ایجاد کنید. در این مقاله سعی بر این دارم یکی از نرم‌افزارهای بسیار جالب از این دسته را معرفی کنم که قابلیت تغییر و همچنین ایجاد فونت‌های جدید را دارد. همزمان با یادگیری استفاده از این نرم‌افزار مطالبی در مورد فونت‌ها و استفاده از آنها را نیز یاد می‌گیرد.

از کجا بیایم؟

اگر از دهها CD که درباره نرم‌افزارهای فونت‌ساز در بازار وجود دارد حتی یکی را در اختیار داشته باشید ممکن است به

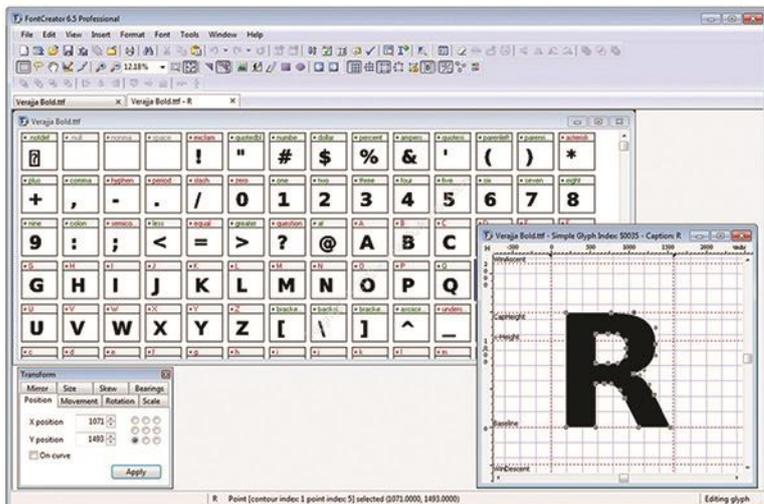
GRAFFITI FOR INDESIGN FONTS



برنامه FontCreator هم برخورد کرده باشید. من نرم‌افزار Font Creator را در یکی از این CDها پیدا کردم.

همچنین می‌توانید یک نسخه کامل اما ۳۰ روزه این نرم‌افزار را از سایت www.high-logic.com دانلود کنید (نسخه دائمی این نرم‌افزار ۵۰ دلار قیمت دارد.) در هر حال تصور من این است که ۳۰ روز فرصت کاملی برای حداکثر استفاده از این نرم‌افزار است و نیز با هر بار نصب درباره ویندوز این ۳۰ روز تمدید می‌شود.

نرم‌افزار CreatorFont محبوبی است و دلیل این قیمت بالا مربوط به ابزارها و قابلیت‌های قدرتمند ویرایشی آن است. برای شروع کار این نرم‌افزار را نصب کرده و روش گام به گام آموزش داده شده در این بخش را برای وارد کردن یک فونت با فرمت ttf و ایجاد یک تغییر جزئی در کاراکتر آن، دنبال کنید.



موارد باید باید در محل خاصی به یکدیگر متصل شوند. و طراحی و دقیق و صحیح این محل اتصال معمولا بسیار مشکل است. در هر حال طراحی یک سری کامل فونت (چه فارسی و چه انگلیسی) بیش از چند ماه زمان می‌برد. در این مقاله تنها قصد داریم روش ساختن یک سری فونت فانتزی را به شما آموزش بدهم که کمی متفاوت‌تر از فونت‌های معمول به نظر برسد. مسلم است که برای طراحی فونت کاربردی همانند فونت کوفی، نیاز به مطالعه و تجربه زیادی دارید.

این نمونه فونت لوتوس است.

این نمونه فونت میترا است.

این نمونه فونت هما است.

این نمونه فونت قلم است.

این نمونه فونت نازنین است.

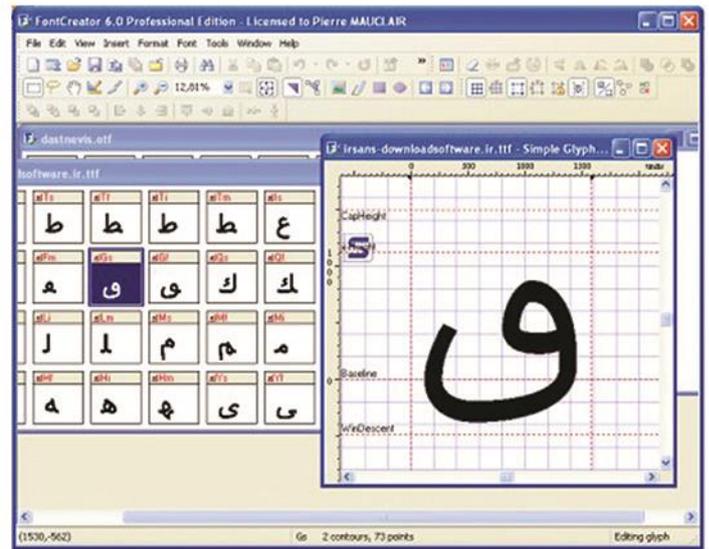
این نمونه فونت نستعلیق است.

این نمونه فونت ایران سنس است.

این نمونه فونت تیترا است.

این نمونه فونت یکان است.

یکی از حیاتی‌ترین نکات در طراحی فونت‌ها فاصله‌ها هستند. شما باید مطمئن شوید که حروف مورد نظر شما هنگام قرار گرفتن در یک کلمه در فاصله مناسبی از یکدیگر قرار می‌گیرند. اگر شما به این نکته توجهی نداشته باشید و به طور مثال کاراکتر طراحی شده زیاد به سمت راست متمایل باشد، پس از قرار گیری در یک کلمه می‌بینید که یک فاصله ناهماهنگ در انتهای آن (در صورت فارسی بودن فونت) ایجاد می‌شود در نرم‌افزار Font Creator خطوط راهنمایی که bearing نامیده می‌شوند شما را قادر می‌سازند که فواصل را به خوبی تشخیص داده و تنظیم کنید. شما حتما باید از قبل ارتفاع حالت‌های کوچک و بزرگ حروف را نیز محاسبه کنید. آنها باید طوری طراحی شوند که هنگامی که در کنار هم قرار می‌گیرند (خصوصا در حروف لاتین که ارتفاع بسیاری از حروف کاملا یکسان است) وقتی شما دو حرف کوچک T و L را دارید اندازه آنها متناسب باشد در حالی که حرف e و o باید دقیقا هم اندازه باشند همچنین بعضی از حروف که دارای دنباله هستند (مثل G, J, P, Q و یا حروف م, ن, ی در فارسی) باید به گونه‌ای طراحی شوند که در هنگام



طراحی یک فونت :

بعضی از فونت‌هایی که امروزه مورد استفاده ما قرار می‌گیرند ریشه‌ای تاریخی دارند. این فونت‌ها در حقیقت تقلیدی از نوشته‌های دست‌نویس مشهور هستند که سالها در کشورهای مختلف ثبت شده‌اند. یاری از آنها به اندازه‌ای معروف هستند که می‌توانند یاد آور فرهنگ و مکان خاصی باشند. بدون شک دیدن نوشته‌های با فونت زیبای کوفی، بدون خواندن نوشته مربوط به آن یادآور فرهنگ اسلامی می‌باشد.

اما بسیاری از فونت‌های مدرن نیز وجود دارند که هیچ ارتباطی با فرهنگ و مکان خاصی باشند، بدون شک دیدن نوشته‌های با فونت زیبای کوفی، بدون خواندن نوشته مربوط به آن، یادآور فرهنگ اسلامی می‌باشد. اما بسیاری از فونت‌های مدرن نیز وجود دارند که هیچ ارتباطی با فرهنگ یا مکان خاصی ندارند، آنها تنها نمایانگر هنر طرح آن‌ها هستند و هر روزه صدها فونت جدید به این مجموعه اضافه می‌شود.

فونت‌هایی که طراحان آن‌ها حاضرند هنر خود را حتی به رایگان در اختیار کاربران قرار دهند. بر خلاف انگلیسی، زبان‌ها طراحان فارسی زبان محدودیت اجرایی شدیدی برای طراحی فونت‌های فارسی احسان می‌کنند. چرا که بر خلاف فونت‌های لاتین که مجموعه‌های از کاراکترهای جداگانه هستند و می‌توانند در سادگی در کنار هم قرار بگیرند، به فونت‌های فارسی برای ساختن یک کلمه در اکثر



توصیه می‌کنم که حتماً از فونت های فارسی استفاده کنید. برای تشخیص «ی» عربی نیز، در قسمت پایین آن دو نقطه وجود دارد، اما در فارسی نقطه وجود ندارد.

۴۶۰ فونت فارسی

دنیای دیجیتال دنیای دیجیتال

...

در ادامه همین شماره در ماه بعد همراه من باشید تا سایر فونت های فارسی را نیز در کنار هم بررسی کنیم.

امیدوارم از این آموزش لذت برده باشید.

| | | | |
|-------|--------|--------|--------|
| آرش | دوات | جدید | نازنین |
| ارشیا | الهام | کامران | رویا |
| آسمان | علم | کودک | سپیده |
| بدر | فانزنی | لوتوس | تیترا |
| باران | فرناز | مچیپ | ترافیک |
| بردیا | فردوسی | میترا | یاقوت |
| چشمه | هاله | خسیم | زر |

نوشتن متن های چند خطی روی حروف جملات پایینی قرار نگیرند. فونت های موجود در بازار یا از نوع open و True Type هستند یا از نوع Bitmap فونت های دسته اول رو به هر میزان میشه کوچک یا بزرگ کرد. ولی فونت های بیت مپ در سایز های کوچکتر از 6pt و بزرگ تر از 72pt محدودیت دارند. مشخصه فونت های نوع open، همراه شدن حرف "O" و مشخصه ی فونت های حرف "TT" در کنار نام آنهاست. علامت شناسایی فونت های ی حرف "a" است

مقیاس نقطه "Pt" که معمولا برای تعیین اندازه فونت ها و یا خطوط ترسیمی به کار میره، یک هفتاد و دوم اینچه! یعنی هر نقطه چیزی حدود یک سوم میلی متره!

فونت های موجود در بازار یا از نوع open و True Type هستند یا از نوع Bitmap فونت های دسته اول رو به هر میزان میشه کوچک یا بزرگ کرد. ولی فونت های بیت مپ در سایز های کوچکتر از 6pt و بزرگ تر از 72pt محدودیت دارند. مشخصه فونت های نوع open، همراه شدن حرف "O" و مشخصه ی فونت های حرف "TT" در کنار نام آنهاست. علامت شناسایی فونت های ی حرف "a" است

مقیاس نقطه "Pt" که معمولا برای تعیین اندازه فونت ها و یا خطوط ترسیمی به کار میره، یک هفتاد و دوم اینچه! یعنی هر نقطه چیزی حدود یک سوم میلی متره!

فونت های فارسی-عربی:

متاسفانه فارسی زبانان بیش تر از فونت عربی استفاده می کنند تا فارسی. آن ها ناخود آگاه از فونت های عربی استفاده می کنند و فکر می کنند که هیچ فرقی بین فونت فارسی و عربی نیست. در صورتی که بین این دو تفاوت های چشم گیری دیده می شود که در قسمت های بعد به آن اشاره خواهد شد.

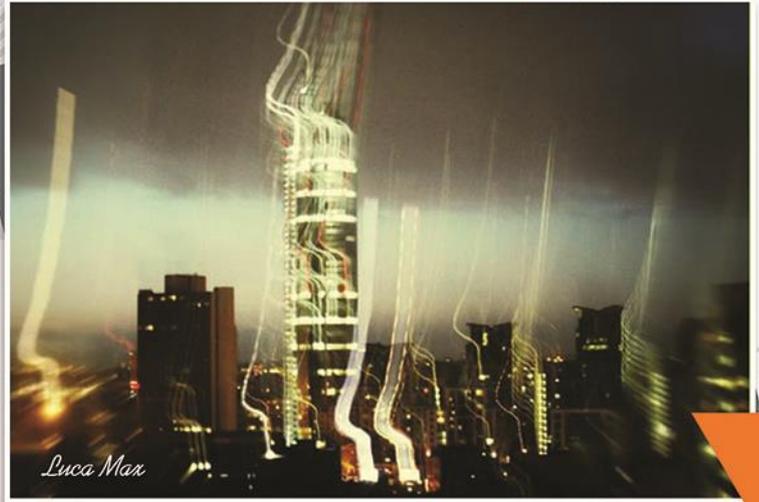
تشخیص فونت عربی از فارسی:

ی:

همه کسانی که از کامپیوتر استفاده می کنند، احتمالاً حداقل برای کنجکاوی هم که شده از Word استفاده کرده اند. اگر توجه کرده باشید هنگامی که متنی را تایپ می کنید و فونت آن را به فونت های (مثلاً) فارسی (مثل نازنین، میترا، یاقوت، هما و...) تغییر می دهید، می بینید که «ی» در وسط کلمه ها جدا و تنها نوشته شده است. احتمال قریب به یقین از کلیدهای Replace (Ctrl + h) و جایگزین نمودن Shift + x به جای «ی» برای رفع این مشکل استفاده کرده و از جادوی Ctrl + h لذت برده اید. اما به رغم حظی که برده اید باید خدمتان عرض کنم که با این کار «ی» فارسی را به «ی» عربی تبدیل کرده اید. برای رفع این مشکل نباید از Shift + x استفاده کنید چون مشکل از متن نیست بلکه مشکل از فونت است که شما به اشتباه از نسخه عربی استفاده کرده اید. بنابراین

MOBILE PHOTOGRAPHY
TRAINING

آموزش : عکاسی به سبک Motion blur
مدرس : حسین فراتی



۳. جاده ها در شب و یا در طول روز :

در شب فقط کافی است که موبایل خود را در قسمتی از ماشین بگذارید که ثابت باشد و از نور هایی که در اطراف شما حرکت می کنند عکس بگیرید.

در طول روز هم می توانید عکس های خوبی بگیرید. می توانید لنز دوربین را به سمت آینه بغل ماشین بگیرید تا ۳ افکت را در عکس داشته باشید: جاده تار شده، آینه واضح و نمایی که از داخل آینه می بینید.



هر کجا که باشید، چه در ماشین، چه بر روی دوچرخه، در ترافیک، روی پل و یا در باشگاه، همیشه راهی وجود دارد که با استفاده از نور موجود در فضا بتوانید افکتی قوی ایجاد کنید.

۱. زیر زمین های مترو :



بهترین مکان برای عکس گرفتن است. شما می توانید با تنظیم گوشی موبایل خود به حالت auto و با استفاده از نور طبیعی محیط در هنگام حرکت مترو در گوشه ای بایستید و از مترو عکس بگیرید.

۲. پل های عابر پیاده :

پل های عابر پیاده صورت مدام سوژه هایی دارید که در جلو شما در حال حرکت هستند به وسط پل بروید تا بتوانید تقارن خوبی در کادر داشته باشید و نوردهی های مختلف را امتحان کنید و نتیجه ها را با هم مقایسه کنید و بهترین را انتخاب کنید.



۶. استفاده از فلاش دوربین:

گاهی نور های اطراف شما عالی هستند، مخصوصاً زمانی که اجسام با سرعتی بسیار بالا حرکت می کنند (مانند دانه های برف، باران، یا کاغذ های رنگی ای که در جشن ها به آسمان پرتاب می کنند) خوب است که از فلاش استفاده کنید. اجسام در چنین حالتی ثابت ثبت نمی شوند، اما حالتی سورئال و فضایی خواهند داشت.



۴. عکاسی از تاب های شهر بازی :

عکاسی از تاب های شهر بازی یکی از جالب ترین سوژه های عکاسی است زیرا شما تمام چیز هایی که برای یک عکس عالی احتیاج دارید آنجا وجود دارد: رنگ، انسان، سرعت، جیغ، هیجان و... تنها لازم است که به تاب نزدیک شوید.



۵. تکان دادن لنز گوشی :

منتظر این نباشید که یک چیزی حرکت کند، خودتان را تکان دهید! در شب نور مناسبی برای عکاسی پیدا کنید و هنگام عکاسی موبایل خود را تکان دهید. نتیجه نهایی همیشه غافلگیر کننده است و رنگ های جالبی در کادر مشاهده خواهید کرد.

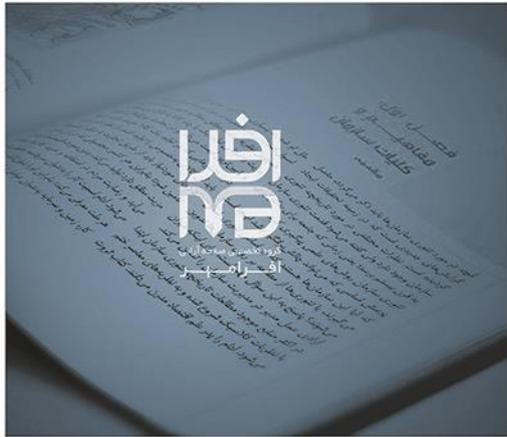
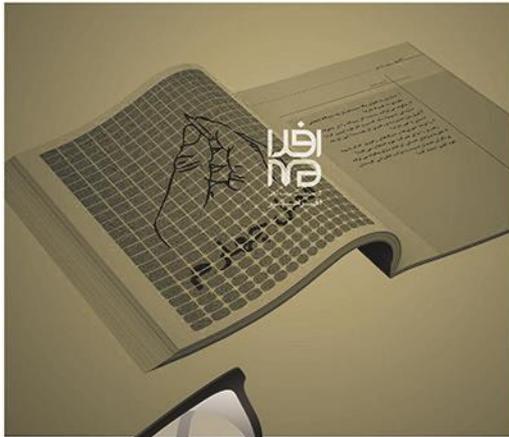
استفاده از شعار تبلیغات مناسب و مرتبط با موضوع تصویر سبب می‌گردد تا پیام پوستر بیش از پیش ذهن مخاطب را درگیر خود سازد.

طراح این مجموعه از پوسترها با خلاقیت بسیار خود با استفاده به جا از تصویر، علامت و نوشته شعار توانسته است تا احساسات مخاطب را تحت تاثیر کار خود قرار داده و بسیار اثربخش واقع شود. "تو اینجا نیستی!" دقیقا بر روی علامت لوکیشن (مکان یابی) در تصویری قرار گرفته شده است که نمایش دهنده مکان بسیار زیبایی است که مقدمات سفر به آن مکان توسط آژانس مسافرتی مهیا گردیده است. مخاطب با دیدن این تصویر این حس را دریافت می‌کند که آن مکان شگفت انگیز با تمامی رمز و رازهایی که در خود پنهان دارد حضور آن شخص را طلب می‌کند.

علامت مکان یاب با شعار "تو اینجا نیستی" عنصر ثابت این مجموعه پوستر می‌باشد که در مکان‌های گوناگون و در فصل‌های مختلف به تنهایی انتظار مسافران را می‌کشد. این موضوع مخاطب را به این فکر وا می‌دارد که او می‌توانست اکنون در آن مکان باشد.

طراح پوستر: دامیان موتتانیز | آژانس تبلیغاتی: BBDO | کشور: کلمبیا | سال طراحی: ۲۰۱۳ میلادی





گروه صفحه آرایی افرا مهر

■ آموزش پیشرفته ایندیزاین

■ انجام صفر تا صد انواع کتاب و مجله

■ تماس از طریق ای دی زیر در تلگرام :



Scan Me

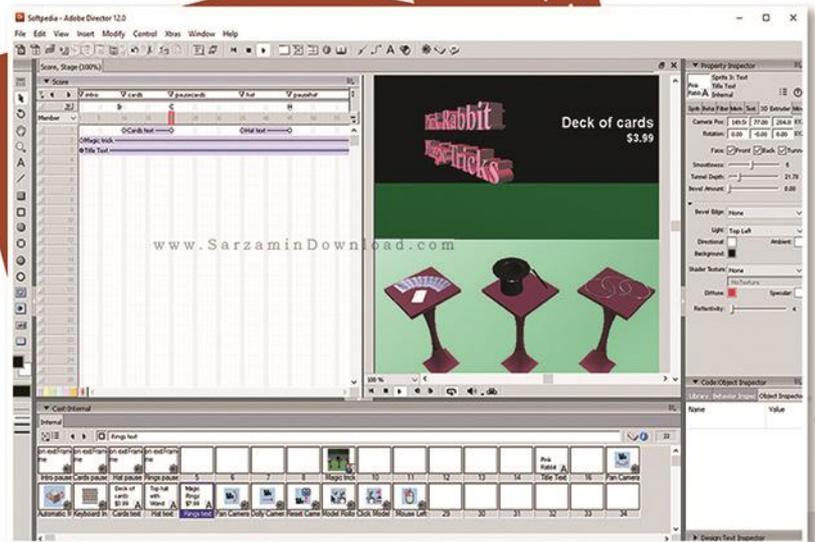
@AFRAMEHR1

<https://t.me/aframehr11>

Di

ADOBE DIRECTOR

نرم افزار Adobe Director چیست!؟

آموزش: معرفی نرم افزار Adobe Director
مدرس: خلیل فراتی

جالب است بدانید که بسیاری از تولید کنندگان نرم افزارهای آموزشی در ایران، از نرم افزار دایرکتور استفاده میکنند.

ساختار نرم افزار اولین نسخه از Director با مارک تجاری Adobe نسخه 11 است که از DirectX 9 برای موتور سه بعدی و از استاندارد UNICODE برای پشتیبانی تمام زبان‌های دنیا (شامل فارسی و...) پشتیبانی فوق‌العاده‌ای دارد. همچنین توانایی‌های ۳ بعدی بر مبنای موتور NVIDIA PhysX و فیلترهای عکس‌ها، videoهای توسعه یافته و پشتیبانی از فرمت‌های بسیار زیاد (بیش از ۴۰ نوع فرمت) و کار از عکس‌ها و فرمت‌های صوتی از ویژگی‌های این نسخه است.

نسخه 11.5 این برنامه توانایی‌های صدای محیطی 5.1 کانالی (5.1 re-surround audio channel) و افکت‌های صوتی (میکس al-time اصوات یعنی حضور اصوات مختلف همزمان بدون تداخل) و فیلترهای DSP و همچنین یکپارچه‌گی با H.264-video برای ویدئوهای تمام صفحه (Full Screen) و پخش ویدئوهای کیفیت بالا (High-Definition) را دارد. پشتیبانی قدرتمند از نمایش ۳ بعدی با محیط ۳ بعدی غنی با قابلیت فیزیکی (جاذبه، برخوردی غیر الاستیک، سرعت و بعضی از نیروهای طبیعت و...) به خاطر پشتیبانی از NVIDIA PhysX. پشتیبانی از نرم‌افزار قدرتمند Adobe Flash و ویدئوهایی که با تکنولوژی Flash ساخته شده‌اند.

برخورداری از محیط اسکریپت نویسی قدرتمند شامل دیکشنری کامل JavaScript و Lingo و همچنین حضور قابلیت Script-Sensitive که قابلیت Click-and-Script را فراهم می‌آورد. افکت‌های تصویری مانند Blur، Drop Shadow، Glow و... که می‌توانید از طریق واسط یا با اسکریپت نویسی به آنها دسترسی پیدا کنید. و همچنین با استفاده از این نسخه می‌توانید پروژه‌های خود را در نسخه‌های گوناگون این برنامه عرضه نمایید. این نسخه شامل توانایی انتشار برای وب با Adobe Shockwave Player است.

نرم افزار Director ابزاری قدرتمند جهت ساخت برنامه های چند رسانه ی می باشد که با کمک نرم افزار AdobeDirector به راحتی قادر به ساخت نرم افزار های آموزشی، بازی ها، نمونه های اولیه نرم افزار های تجاری، شبیه ساز ها، CD های مالتی مدیا، اتوران، و... خواهید بود.

این نرم افزار به راحتی اکثر فرمت های صوتی و تصویری را پشتیبانی نموده و بدون نیاز به ورود این فرمت ها به داخل محیط نرم افزار قابل استفاده می باشند همچنین از توانایی های این نرم افزار، افکت های آماده و زیبا جهت اعمال به روی تصاویر می باشد و نیز در این نسخه های جدید این نرم افزار پشتیبانی از رندر سه بعدی نیز وجود دارد.

پشتیبانی از بیش از ۴۰ فرمت مختلف صوتی و تصویری، بهره مندی از فیلترهای زیبا و پلاگین های مختلف، ارتقای محیط کد نویسی به همراه پشتیبانی کامل از زبان جاوا اسکریپت، پشتیبانی از یونیکد و قابلیت استفاده از افکت های نوشتاری مانند Smooth و Crisp، پشتیبانی از AGEIA PhysX جهت ساخت مدل های واقعی برای بازی ها و شبیه سازها، پشتیبانی از یونیکد همچنین هماهنگی کامل با برنامه قدرتمند AdobeFlash، از ویژگی های این نرم افزار می باشد.

پروژه های تهیه شده توسط AdobeDirector را به آسانی میتوان در سطح وب و یا تحت نسخه های مختلف ویندوز و مکینتاش اجرا کرد. و همچنین قابلیت انتشار بر روی CD و DVD را دارد. به همین دلیل هم از نرم افزار دایرکتور برای ساخت آموزش های تحت وب نیز استفاده می شود.



نقد تبلیغات



منتقد: خلیل فراتی

تک سلولی بنام کپی کار
کپی می کنم پس هستم

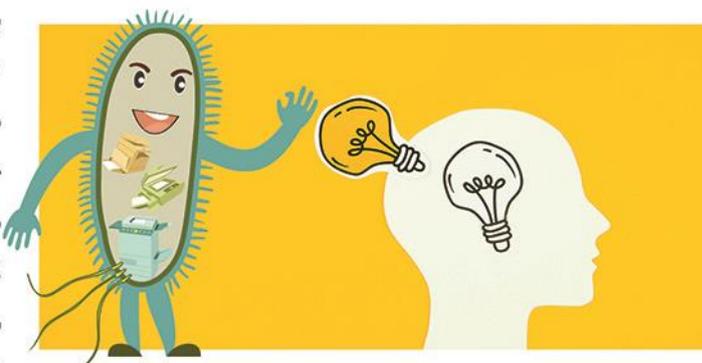
هدفی در موضوعی دیگر، الهام بگیرد و روند نوینی را معرفی و تولید کند، خود یک ابتکار و خلاقیت است. اما...

همین دو نکته، دستمایه بسیاری از همان تک سلولی های سرطانی شده، یعنی احتمالاً زمانی که فردی طرح یا ایده ای را خلق و ایجاد میکند، آنها البته با احترام به زحمات وی ولی با نگاه آموزشی و یادگیری آن را کپی می کنند و یا گاهی ایده طراح را بعنوان عنصری موجود در طبیعت اطراف خود پنداشته و از آن، "الهام" را کپی می کنند!!

موضوع آنجایی بغرنج می شود که عده ای حتی این احترام را هم کنار گذاشته و فقط منتظرند در عرصه فعالیت شان، نوآوری و ابتکاری پیدا شود تا بدون فوت وقت عیناً آنرا اجرا و روانه جوامع خود کنند. و اینگونه این سلول های خطرناک از افکار میزبان (طراح اصلی) برای ادامه زیست خود تغذیه میکنند.



"کپی می کنم پس هستم" این شعار آن عده کثیری است که در دنیای امروز، تنها راه بقای خود و کسب و کار خود را کپی برداری از صاحبان ایده و خلاقیت پیدا کرده اند. آن روزی که بشر، صنعت کپی را جایگزین راحتی برای خلاقیت و نوآوری، بکار گرفت، آغاز شیوع سرطانی را رقم زد که تا دنیا باقی است، این بیماری مزمن دامن جامعه بشری را رها نخواهد کرد.



تک سلولیان "کپی بردار" که با کپی طرح ها و ایده ها در طول تاریخ و در عرصه های گوناگون زندگی بشر، با تکثیر خود، پنهان و آشکار، زیست سرسختانه خود را حفظ نموده اند و عاملان اصلی شیوع این سرطان فخیم هستند. این سرطان منحصر به جغرافیایی معین یا فعالیتی مشخص، نیست بلکه هر جا که مسیری برای رسیدن به هدفی وجود دارد، و پای ایده و ابتکار به میان گذاشته شود، خطر زیستگاه یک توده سرطانی و ابتلا به آن نیز وجود دارد.

اما چه عواملی باعث می شود این اتفاق منجر شود؟؟ اینجا لازم است دو نکته را خاطر نشان کنم؛
۱: در امر یادگیری و آموزش، با توجه به اینکه بر محور فنون و قواعد معین، بنا شده، کلمه کپی معنایی ندارد، بلکه تکرار، اجرا و بکارگیری دستور العمل ها است که برای دستیابی به اهداف و نتایجی که از قبل تعیین، و مشخص شده اند. هر چند در این مقوله هم، شخصیت های برجسته و بزرگان، از افرادی بوده اند که خلاقیت و ابتکار در بکارگیری فنون و علوم را سرلوحه زندگی خویش قرار داده اند.

۲: الهامات، نیز از مقوله کپی خارج است، اینکه بشر بتواند از دنیای پیرامون و فرآیندهای آن، برای ساخت یا بدست آوردن

آری نتیجه خطای این جمعیت گناه کار، فقط ابتلا به سرطانی غیر قابل درمان برای آنها نیست، بلکه عرصه تبلیغات را به ورطه سقوط، و جامعه طراحان و ایده پردازان را به جزام رکود و مقام والای تفکر، نوآوری، ایده و خلاقیت را به شکلی مستهجن، به زیر میکشند.

شاید بد نباشد متذکر شوم در مواردی که طراحان جهت سرعت کار و بنا به هزینه مدنظر مشتری از طرح های لایه باز یا آبجکت های آماده، سراغی میگیرند، گناهی صغیره مرتکب شده اند، که امید است با اعمال تغییرات و ایده پردازی های توبه انگارانه روی طرح، وجدان خود را تسلی بخشیده، و مورد قبول درگاه خلاقیت و عقلانیت واقع شوند.

آمین



آدامس Trident

آدامس Fluogum

اما آنجایی باید جامعه طراحان و ایده پردازان خاک سیاه را بر سرخویشتن، کشت نمایند که مشتری و سفارش دهنده با ذهنی منجمد و با جایگاهی اجتماعی که با رشد فکری اش در تناقض است، با دردست داشتن، طرحی از یک طراح دیگر خواستار کپی آن می شود.

آنچه که امروز با گسترش دنیای الکترونیک و اینترنت، بیش از گذشته در صنعت تبلیغات به مراتب به چشم میخورد.

گاهی شاهد اکران یک تیزر تبلیغاتی هستیم که بطور کامل کپی برداری شده از یک تیزر دیگر است، یا طرح بیلبورد یا پوستر و یا رسانه های تبلیغاتی دیگر، که در بخش عمده ای از آنها، سفارش دهندگان بانی این سفره ی " حضرت کپی " هستند و توده ای سرطانی برای آن آژانس تبلیغاتی.

و چند صد البته نباید گناه کبیره آن عده ای که از بی اطلاعی و غفلت سفارش دهندگان سوء استفاده می نمایند را فراموش کرد که جسورانه با کپی طرح ها و ایده های دیگر طراحان، عنوان طراح را برای خود جعل می نمایند.

این رفتار، یکی از دلایل بزرگی است که عرصه تبلیغات را شدیداً دچار افول میکند، و رسالت اصلی آن، که تاثیر در جان و ذهن مخاطب است را در گل و لای کپی، بدون غسل و کفن، دفن می نماید.

باز هم خاطر نشان میکنم، که انسان، هنگام گزینش کالا و خدمات، برای تصمیم گیری به سراغ آنهایی می رود که اورا تحت تاثیر قرار داده، آنچه در هنگام جستجو برای انتخاب از بین برندها و عنوان ها، در اولین صفحات ذهن مهر تایید را با خود همراه دارد. اما نتیجه این بی خردی و عصیان، در عرصه نبرد تبلیغات، اول دامن مشتری و محصول او را خواهد گرفت و به دنبال آن سازنده و مجری طرح و در نهایت بر پیکره صنعت تبلیغات زخمی عمیق می نوازد.





EL EVENTO MÁS IMPORTANTE DE DISEÑO EN ECUADOR.

CONVOCATORIA ABIERTA
FECHA LÍMITE: 1 DE MAYO DE 2020

↑ SUBIR / UPLOAD

مشخصات پوستر:

محدودیتی در تعداد آثار ارسالی وجود ندارد.
فقط پوستر عمودی

Size: 700px x 1000px (Vertical)

RGB

72 dpi

JPG

500kb (Maximum)

کلیه پوسترهای چاپ شده بعد از دی ماه ۱۳۹۶ تا
اردیبهشت ۱۳۹۹ مورد قبول می باشند.

نحوه شرکت در رقابت:

آثار خود را در لینک زیر آپلود نمایید:

<https://ecuadorposterbienal.com/subir/>

لینک سایت اصلی رقابت:

<https://ecuadorposterbienal.com/>

کانال تخصصی رقابت های طراحی گرافیک:

<https://t.me/GraphicContests>

مسابقه رایگان طراحی پوستر دو سالانه پوستر اکوادور ۲۰۲۰:

این رقابت مهم ترین رویداد گرافیک اکوادور محسوب شده و در
پنج دسته زیر برگزار می گردد:

A. پوسترهای تبلیغاتی

B. پوسترهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی

C. پوسترهای دانشجویی

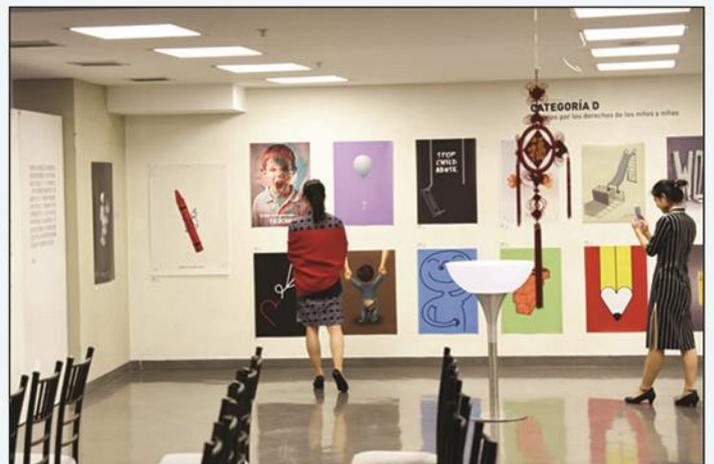
D. پوسترهای انیمه

E. پوسترهای با موضوع بازدید از اکوادور

به سه پوستر برگزیده در هر بخش نشان های طلا، نقره و برنز تعلق
می گیرد.

مهلت ارسال: ۱۲ اردیبهشت ۱۳۹۹

شرکت برای تمامی هنرمندان از سراسر دنیا آزاد و رایگان
می باشد.



خط سفید



کانون و آگهی تبلیغات



سفارش - طراحی - چاپ

مذهبی، تبلیغاتی و تجاری، شبکه های مجازی

باقیمتی باور نکردنی (ارزان تر از همه جا)

۰۹۱۵۰۰۸۰۶۶۳

ارسال پس از چاپ
به شهرستانها

