

Dinamička tipografija u kinematografiji

Novosel, Zvonimir

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:901723>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-24**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET**

Zvonimir Novosel

Dinamička tipografija u kinematografiji

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2017.



Sveučilište u Zagrebu
Grafički fakultet

Zvonimir Novosel

Dinamička tipografija u kinematografiji

DIPLOMSKI RAD

Mentor:
Izv. prof. dr. sc. Ivana Žiljak Stanimirović

Student:
Zvonimir Novosel

Zagreb, 2017.

SAŽETAK

Dinamička tipografija u kinematografiji prati razvoj tipografskog oblikovanja uvodnih najava kroz filmsku povijest potaknutu tehnološkim razvojem video produkcijskih alata, ali i kulturnim promjenama koje su potakle pojavu niza novih filmskih žanrova i njima prikladnih novih tipografskih izričaja uvodnih najava. U ovom je radu prikazana njezina tranzicija na filmsku traku, prilagodbe kroz koje ona treba proći i tehničke zahtjeve koje mora zadovoljiti. U prvom dijelu rada su objašnjeni neki osnovni tipografski pojmovi koji će se kasnije spominjati tokom teorijskog i eksperimentalnog dijela. Dok je u početku, kao i tisku, bila od izuzetne važnosti čitljivost, kako su informacije o filmu postale dostupne putem interneta, danas su važniji aspekti estetski izgled tipografskih elemenata, njihova animacija, efekti i ukomponiranost u tematiku i atmosferu filma kojima se pokušava uživjeti i uvesti gledatelja u film. Iako se tekst u različitim oblicima pojavljuje tijekom cijelog filma, od posebne su važnosti naslovi i titlovi u uvodnoj najavi, jer su oni ujedno glavna stavka pri promociji i marketingu, tipografija postaje nosioc vizualnog identiteta. Iz tog se razloga nastoji da naslovi budu atraktivni i pamtljivi. Kako bi se na realnom primjeru opisalo korištenje dinamičke tipografije u kinematografiji i njen postupak izrade, za eksperimentalni dio je napravljen redizajn uvodne najave filmskog klasika „Blade Runner“, u kojem se pomoću suvremene tehnologije želi prikazati vizija naslova i titlova koja zadovoljava današnje standarde.

Ključne riječi: tipografija, naslov, titlovi, kinematografija, video, animacija

ABSTRACT

Although typography in the graphic arts industry is present almost from the very beginning, the emergence of new challenges, the appearance of TVs, computers, smartphones, and media accompanying devices such as web pages, video games, commercials, series, and films. This final paper presents her transition to the film strip, the adaptations she needs to undergo and the technical requirements she has to meet. In the first part of the paper, some basic typographic terms are explained which will be mentioned later in the theoretical and experimental part. In cinematography different rules apply to the creation of titles and movie subtitles. Moreover, they have changed over time and genres that emerged. While in the beginning, as the newsprint was of utmost importance readability, as movie information became available online, today's more important aspects are the aesthetic appearance of typographic elements, their animation, their effects, and their inclusion in the theme and atmosphere of the movie they are trying to enjoy and import. Viewers in the movie. Although the text in different forms appears throughout the film, the titles and subtitles in the introductory box are of special importance, as they are also the main item in promotion and marbling, and are trying to turn them into a brand. For this reason, they try to be attractive, memorable. In order to demonstrate the use of dynamic typography in cinematography and its production process, for the experimental part of the Blade Runner film opening credits has been redesigned, aims to present the title and subtitle vision that meets today's standards with the help of modern technology .

Key words: Typography, title, titles, cinematography, video, animation

1.UVOD	1
2.TEORETSKI DIO	2
2.1. Tipografija	2
2.2. Fontovi u filmskim žanrovima.....	3
2.2.1. Nijemi film	3
2.2.2. Znanstveno-fantastični filmovi	3
2.2.3. Fanatastika	4
2.2.4. Romantični filmovi.....	5
2.2.5. Vestern film.....	6
2.2.6. Horror filmovi	7
2.3. Tipografija u grafičkom dizajnu	8
2.4. Tipografija u kinematografiji	10
2.5. Filmski tilovi kroz povijest.....	12
2.6. Pojava računala	20
2.7. Montaža naslova	21
3. PRAKTIČNI DIO	25
3.1. Ciljevi rada	25
3.2. Programi i alati.....	25
3.3. Stvaranje uvodne najave	26
3.4. Crtanje	26
3.5. Izrada animacije.....	32
3.6. Animacija teksta.....	37
3.7. Ukomponiranje glazbe u video.....	45
3.8. Renderiranje	47
4. ZAKLJUČAK	49
5. LITERATURA	51
6. POPIS SLIKA	52

1.UVOD

Uvodna najava predstavlja posebno značenje u filmskoj produkciji jer se odnosi na prvi kontakt gledatelja s filmom. Kao što to čine naslovnice u grafičkoj produkciji, uvodne najave služe kako bi pobudile gledateljevu zainteresiranost te ga uvele u ugođaj filma. Kako uvodne najave, među ostalim, predstavljaju tekstualne podatke o imenima i ulogama, ponekad posvetama i kratkim uvodima u priču, te, dakako, naslovu filma, one zahtijevaju pažljivo tipografsko oblikovanje. Kinetička tipografija je animacija slova praćena glazbom i slikama. Mijene u filmskim žanrovima, nužno prate i stilovi oblikovanja uvodnih najava, a veliku ulogu u implementaciji tih promjena igraju novine u filmskoj i grafičkoj tehnologiji. Rad proučava promjene u tipografiji (poput oblika fonta, boja, razmaka, veličine i pismovnog reza), te sam napredak u animaciji u određenim žanrovima u korelaciji sa filmskim razdobljem kojem su prilagođeni. Nastojati će se učiniti vidljivom poveznica između određenog filmskog žanra i oblikovanja kinetičke tipografije koja ga vizualno karakterizira. Na temelju dobivenih zaključaka, u sklopu rada će se redizajnirati uvodna najava za odabrani filmski klasik prilagođena današnjim tehnološkim zahtjevima industrije, pazeći da se pri tomu očuva žanrovska i tematska veza uvodne najava i filma.

2. TEORETSKI DIO

2.1. Tipografija

U strogom smislu riječi, definicija tipografije bi se mogla sažeti kao disciplina o slovničkim znakovima, umjetnost korištenja tipografskih slova, vještina slaganja, izrade, oblikovanja i funkcionalnosti korištenja slova. [1] Zajedno s razvojem grafičke struke, tiska i samog tehnološkog napretka, razvijala se i tipografija, te ona danas obuhvaća širok spektar djelovanja, od kaligrafije i rukopisa, njene primjene u grafičkoj industriji poput tiska do grafičkog dizajna. U današnje vrijeme pojavom novih medija, njezin su se oblik i primjena počeli mijenjati, pa se tako može naći u *web*-dizajnu, različitim elektroničkim uređajima, mobitelima, MP3 *playerima*, pa i na uređajima za svakodnevnu upotrebu poput kućanskih pomagala, aparata za kavu. Isto se tako nalazi u računalnim igrama, TV i filmskoj industriji. Na njezinu primjenu u zadnjem primjeru ujedno je i ovaj rad fokusiran.

Unatoč masovnom korištenju tipografije i promjenama tijekom vremenskog razdoblja, ona i dalje ima svoja određena tehnička, funkcionalna i estetska pravila koja se u nekim slučajevima mogu i napustiti, sve u svrhu dobivanja tehničko umjetničkih djela jedinstvene ljepote. Pismo je osnovni pojam u tipografiji i sastoji se od svih slovničkih znakova uključujući znakove interpunkcije, brojeke i posebne znakove koji su slični po vizualnim i ostalim karakteristikama. Danas se font praktički poistovjećuje s pojmom pisma iako je tijekom povijesti predstavljao sve znakove jednog pisma u jednoj veličini. Standardna i glavna tipografska veličina je jedan cicero, iako se taj naziv u digitalnom dobu više ne koristi, ali je to i dalje ista veličina od 12 pt tj. tipografskih točaka, odnosno prostor plohe koji je dostupan za kreiranje pojedinog znaka, iako se ta veličina ovisno o svrsi korištenja gotovo uvijek mijenja. [1]

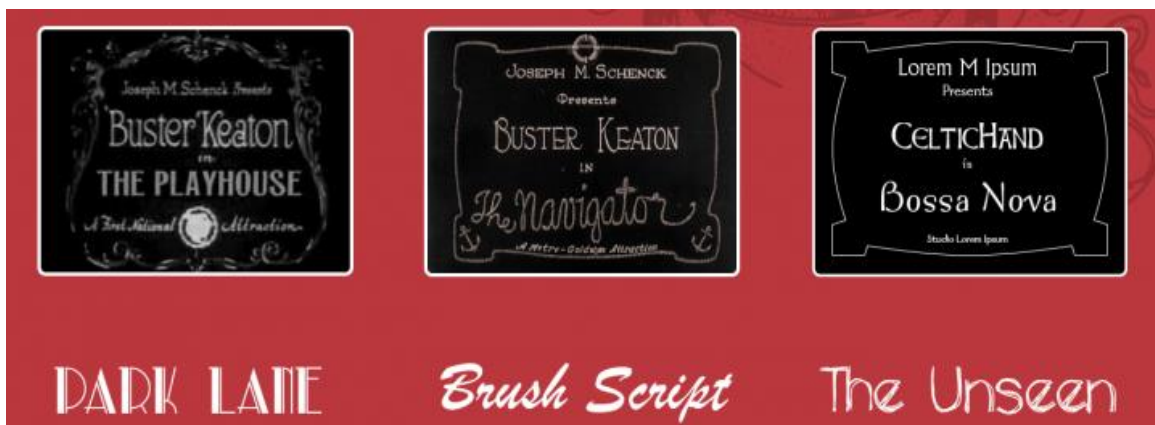
Sljedeća karakteristika pisma je rez, naime svako slovo u pismu može imati različite stilove poput zadebljanja, kuteva i kurziva koji se mogu međusobno kombinirati.

Pri radu s fontovima, posebno su važni serifi, jer su najzaslužniji za razlikovanje slova, a sljedeća komponenta na koju se obraća pozornost je razmak između slova i razmak između redaka, koji su posebno važni kod čitljivosti samog teksta.

2.2. Fontovi u filmskim žanrovima

2.2.1. Nijemi film

U prvim filmovima još nije bio pronađen način povezivanja zvuka s govorom i zbivanjima na ekranu. Film je imao nekoliko titlova kojima bi se objašnjavala radnja, eventualno bi se dodala glazbena podloga da se pojača dramatičnost zbivanja. Iako su i nijemi filmovi podjeljeni u žanrove, ne mogu se staviti u istu skupinu kao filmovi za zvukom, te imaju vlastite fontove. Fontovi su bili ručno pisani, zatim su se fotografirali i lijepili na filmsku traku. Fontovi su stilom imitirali poteze kistom (slika 1). [2]



Slika 1. Fontovi u nijemim filmovima

Izvor: <http://blog.logodesignguru.com/movie-title-typeface-evolution/>

2.2.2. Znanstveno-fantastični filmovi

Kod znanstveno-fantastičnih filmova stil fonta je futuristički. Linije slova su uglavnom potpuno ravne, često bez dovršenih linija stilski uređena (slika 2). Također, slovni znakovi su uglavnom bez serifa i sa malim krivuljama (slika 3,4).

Pokušava se imitirati metal, a efektu dodatno može pomoći dodavanje neonskog sjaja u pratnji sa žarkim bojama.

SATURN STATION

Slika 2. Space marine font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

ABDUCTED

Slika 3. Orbitron font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

DEEP SPACE

Slika 4. Mashine font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

2.2.3. Fanatastika

Kod navedenog žanra, fontovi imaju veća zaobljenja, često im linije nisu spojene, da bi se postigao efekt pisanja perom (slika 5). Posebna se pozornost obraća na serife koji naglašeni i neuobičajnog izgleda (slika 6). [3] Različita debljina slova te serifi su ujedno i glavni razlog zašto se teže čitaju (slika 7).

The Forgotten Elfstones

Slika 5. Auriol font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

The Hobgoblin's Apprentice

Slika 6. Endor font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

The Sword in the Stone

Slika 7. Merienda

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

2.2.4. Romantični filmovi

Fontovi u romantičnim filmovima često imaju zaobljenja i ukrasne serife, pri čemu se pokušavaju imitirati rukopisni oblici. Posebno su naglašena i ukrašena velika slova, te slova na završetku riječi (slika 8). Iz tog su razloga fontovi u navedenom filmskom žanru teže čitljivi, te se ne preporuča da sva slova budu velika. Također se vrlo često koriste tople boje poput crvene uz detalje na slovima koji sadrže dijakritičke znakove u obliku srca (slika 9). [3]

Yearning for Love

Slika 8. Lust Script font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

Shah Medium

Slika 9. Shah font

Izvor: <http://www.fontspace.com/category/romantic?p=7>

2.2.5. Vestern film

U navedenom žanru se nastoji postići pomalo ispran i hrapav izgled slova uz korištenje velikih, zadebljanih serifa. Osim serifa, koriste se i ukrasi na slovima u obliku izrezbarenog drva (slika 10). Iako su takvi fontovi vrlo upečatljivog izgleda, vrlo su teško čitljivi, te se koriste većinom samo za naslove (slika 11).

THE WEST GONE WILD

Slika 10. Rosewood font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

the end of the gunslinger

Slika 11. Smokum font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

2.2.6. Horor filmovi

Zbog same tematike i atmosfere, u nekim se filmovima dodaju obrisi krvi koja kaplje sa slova (slika 12). Slova kod horor filmova su vrlo često ilustrirana, imitira se potez kista i koristi se efekt blijeđenja da bi se dobio osjećaj jeze i tajnovitosti (slika 13).



CREEPSVILLE

Slika 12. Creepsville font

Izvor: <http://www.hongkiat.com/blog/free-high-quality-gothic-horror-fonts/>



THE DARKENING

Slika 13. Misproject font

Izvor: <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>

2.3. Tipografija u grafičkom dizajnu

Kod pristupa tipografskom oblikovanju, dozvoljeno je praktički sve, bez obzira pristupa li mu se na jednostavan ili apstraktan način. Dopušteno je upotrebljavanje različitih oblika i detalja, a mogu se dodati i različiti efekti. Sloboda je dopuštena, ali pri tome treba paziti da konačni dizajn prenosi predviđenu poruku, da se prepozna stil i da ostaje u granicama dobrog ukusa.

Cjeline trebaju biti povezane, te ukoliko se koristi tipografija u kombinaciji s fotografijom, videom ili nekim drugim medijem, uvijek treba gledati širu sliku, tj. do zadnjeg detalja, provjeriti uklapa li se u namijenjenu cjelinu.

Treba paziti na oblik, veličinu, poziciju, uklapanje teksta u odnosu na druge elemente dizajna. U samom dizajnu, u ovom slučaju se specifično misli na uvodne najave u filmovima, poželjno se držati dva do tri fonta, u suprotnom se gubi poveznica između elemenata, te se nepotrebno odvlači fokus gledatelja. Sama pozicija teksta ovisi o tome gdje se želi usredotočiti gledateljeva pažnja, a ukoliko se pri tome koristi neki efekt, pokret, animacija, još se više dobiva na njegovom naglašavanju, a može se dobiti i na dinamičnosti, dramatičnosti ili se postići neka specifična atmosfera koju se želi istaknuti. Treba obratiti pozornost i na izbor boja, one trebaju biti usklađene, osim kod onih dijelova koji se žele naglasiti, pri tome treba paziti da se istovremeno ne pojavljuje previše različitih elemenata u videu, time se samo postiže konfuzija. Odabirom određenih boja, fontova i načina kojima je sadržaj postavljen na ekranu, izazivaju se određene emocije kod gledatelja. [4]

Prijelazi i razmaci između pojedinih slovnih znakova, riječi i odlomaka su od ključne važnosti. Razmaci mogu uspostaviti, ali i uništiti komunikaciju. [4]

Poželjno je da dizajner uvodnog naslova i titlova ima uvid u film od samog početka snimanja do njegovog završetka, kako bi lakše mogao prilagoditi tekstualni sadržaj njegovom ugođaju. Tekst ne smije biti predugačak, a ukoliko ga je nemoguće skratiti, poželjno je da dolazi nekim redoslijedom ili ga se može podijeliti u manje cjeline, da bi gledatelj stigao obraditi dobivene informacije.

Kroz korištenje postojeće tipografije i tipova dizajna, dizajneri su uspjeli stvoriti novi oblik, koji iako iz prve djeluje neprepoznatljivo, u sebi sadrži već sve korištene tehnike. Danas na raspolaganju stoje velike količine raspoloživih oblika tipografije, velik izbor mogućnosti i kombinacija, pa je zaključak da sve na kraju ovisi o kreativnosti, samoizražavanju pojedinca i pronalaženju kompromisa između estetike i čitljivosti.

U tom kontekstu se može reći da tipografija sama po sebi jest dizajn, iako dizajn sam po sebi ne mora biti tipografski. Sam oblik slova se može gledati kao geometrijska forma koja je podložna promjenama dizajnera, te iako su brojni tipografski oblici nastali pod utjecajem različitih nacionalnih kultura, povijesnom razdoblju, pokretima i trendova koji su nastali u određeno vrijeme, forma i abeceda ne moraju ovisiti o njima. Dobar primjer toga su piktogrami koje se nalaze na različitim elektroničkim uređajima koji se svakodnevno koriste, pa tako pojednostavljena ikona u obliku šalice kave može zamijeti sliku istog proizvoda (slika 14), a pod tim može proći i kao tiskovni element, točnije, kao slikovno pismo. U istu grupu ulaze i logotipi brendova. [5]



Slika 14. Slikovni elementi u tipografskoj svrsi

Izvor: http://www.istockphoto.com/vector/coffee-icons-gm523156638-91876253?esource=SEO_GIS_C

Trenutno se neki tipografski oblici žele na neki način „globalizirati“ tj. učiniti univerzalnima, prepoznatljivima po svojem obliku i stilu svugdje u svijetu, što je u jednu ruku postalo lako za ostvariti zahvaljujući tome što je engleski jezik postao sekundarni jezik u svakoj državi.

Postoje neki oblici pisama koji su se u nekim nacijama poput japanske tijekom godina, pa i stoljeća u tolikoj mjeri pojednostavili svoje znakovno pismo, da su to u konačnici postale ilustracije koje dijele malo poveznica sa početnim oblikom iz kojeg su proizašle.

Drugi primjer prilagođavanja tipografije se može vidjeti u područjima poput glazbene i filmske industrije koja kopira različite stilove ili imitira uređaje koji se koriste u svakodnevnom životu. Pod pojmom uređaji se misli na pisaae strojeve, telefaks uređaje, starija računala koja često izgledaju kao da su pokvarena ili su nepravilnog „istrošenog“ oblika da bi se postigao određeni stil. [5]

2.4. Tipografija u kinematografiji

Računala su postala svakodnevica unatrag 30 godina, te ih nije potrebno više posebno ni spominjati, danas praktički svi koriste uređaje s ekranima, bilo da su to prijenosni uređaji za puštanje glazbe, mobiteli, satovi sa ekranima, različiti uređaji koji su se već pojavili ili se trebaju pojaviti na tržištu.

Tipografiju je od kraja 20. stoljeća pratio izazov da se prilagodi navedenim medijima, pri čemu se od nje tražila ponajprije brzina, kompatibilnost i jednostavnost. Pogotovo je prepoznatljivo njezino korištenje u hollywoodskim filmovima na čijim zaslonima igraju totalno drugačija pravila kompozicije i nastoji se da tekst bude u pokretu. (slika 15) Moglo bi se reći da se baš u tom primjeru najbolje vidi korelacija koliko je tipografija važna pri spajanju sa slikama u pokretu. Skladan i moderan dizajn je svakako jedan od prioriteta, ali on mora biti povezan s filmom, iz tog se razloga naslov i titlovi rade tek nakon snimljenog filma, kako bi se uspostavila njihova međusobna veza.



Slika 15. „Spiderman“ (2002)

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=ogyDekzMvW4>

Filmski naslovi u uvodnim najavama igraju posebnu ulogu u samoj prezentaciji i predstavljanu filma gledateljima. Pomoću njih se može predočiti raspoloženje, tematika, vrsta filma i suptilno uvesti gledatelja u sam svijet koji je stvoren u filmskom uratku. To je ujedno i najbolji medij za predstavljanje novih tipografskih mogućnosti gledateljima koji ni ne moraju biti upućeni u grafičku struku. Svaka uvodna najava se sastoji od naslova i osnovnih informacija koji se očekuju od filma, poput imena producenta, redatelja i glumačke postave, a vrlo često se nastoji i u kratkim rečenicama opisati svijet u kojem je film smješten ili neke informacije koje su bitne za daljnji tijek radnje filma kojima se gledatelja nastoji informirati. [5]

Sama kompozicija uvodne najave je utemeljena već desetljećima unatrag, te se u principu i nije mijenjalo, mijenjaju se samo stilovi i animacije teksta. To se pogotovo može vidjeti u zapadnom svijetu gdje su animacije od velike važnosti, te se nastoji da cjelokupna uvodna najava bude animirana, ne samo tekst. U tim kratkim sekvencama se može dočarati humor, ozbiljan ton ili podići dramatičnost samog filma, ovisno o tome koja je njegova tematika i kako redatelj želi dočarati film publici.

Iz tog se razloga slova miču, pojavljuju se i nestaju, padaju, poskakuju, imaju različite svjetlosne efekte, uglavnom vrlo rijetko miruju. Njihovo vrijeme prikazivanje na ekranima ne traje dugo, a to nije ni potrebno, jer je publika danas često već upoznata sa naslovima i nazivima glumaca, što ujedno znači da dizajneri ne trebaju biti usredotočeni u tolikoj mjeri na samu čitljivost, nego mogu eksperimentirati sa različitim stilovima, oblicima i animacijama, imaju znatno više kreativne slobode.

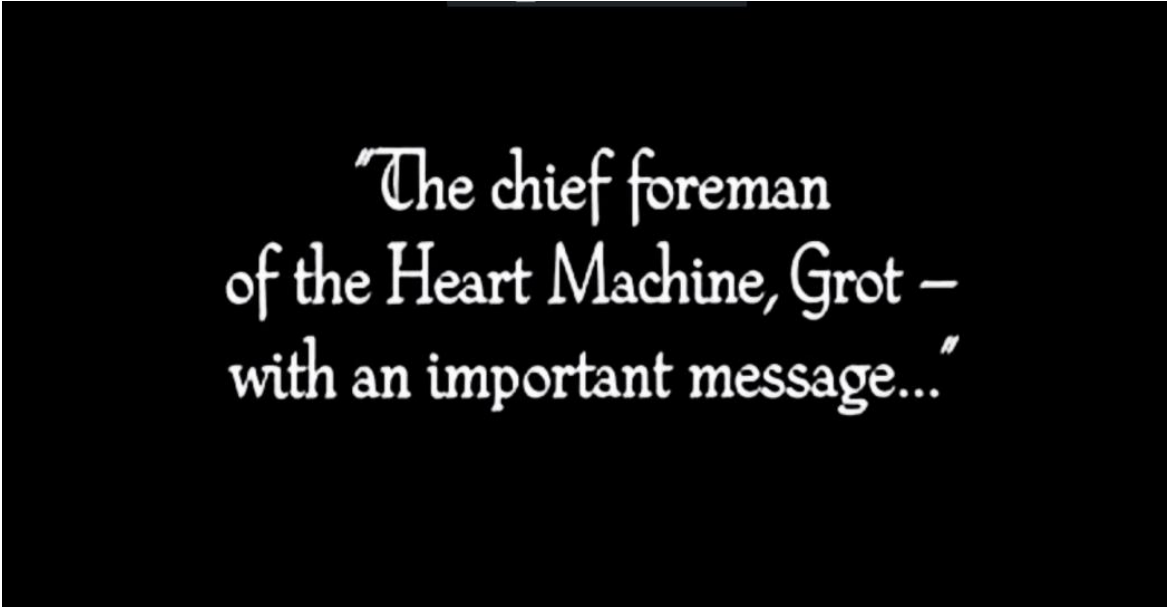
Filmovi koji su se počeli prikazivati u kinima su zapravo i začeci kinetičke tipografije. Može se reći da je to ujedno i prvo korištenje slova i tekstova u pokretu.

Svaki gledatelj pamti filmske titlove koji su proizašle iz nekih omiljenih filmova, pa se tako poznata rečenica „ A long time ago in a galaxy far far away“ mnogo puta čuje od strane fanova filmske sage Zvijezdani ratovi.

Na neki način ta rečenica ima ikoničko značenje i ljudi odmah u glavi imaju vizualnu percepciju teksta u Franklin Gothic fontu žute boje kako odlazi u daljinu i odvodi ih u neistražena prostranstva galaksije kojom vladaju zakoni Sile. Naravno, iako ta sekvenca izaziva snažne emocije kod samog gledatelja, oni zapravo ne znaju font ni tehniku kojom je to napravljeno, niti ne trebaju znati, važan je utisak koji se ostvaruje pomoću tih titlova. Zanimljiva je informacija da je ta uvodna najava zapravo obična, ručno ilustrirana kartica koja je fotografirana i umetnuta na filmsku traku, toliko je tehnologija dopuštala u to vrijeme.

2.5. Filmski tilovi kroz povijest

Kronološki gledano, filmska industrija je dobila na pozornosti tijekom 1910-tih godina prošlog stoljeća zbog porasta zarade i gledatelja. Od onda ta industrija rapidno raste i postaje omiljeni način jeftine zabave za mase, okosnica socijalnog i društvenog života. Kroz razdoblja se mijenjao njen oblik i rasle su njezine mogućnosti u usporedbi sa filmskim titlovima u današnje vrijeme, ponajviše zbog tehnoloških ograničenja, ali je njezina svrha i kompozicija ostala uvelike ista. [6]



"The chief foreman
of the Heart Machine, Grot –
with an important message..."

Slika 16. Titlovi u filmu „Metropolis“ (1927)

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=yqIOK05vFLE>

Tijekom nijemih filmova, titlovi su posebno bili važni jer nisu samo služili kao uvodne najave u kojima su pisala imena glumaca, redatelja i naslova samog filma, nego su se pojavljivali tijekom cijelog filma u obliku kartica da bi gledatelji dobili opis radnje i same scene budući da u to vrijeme nije bilo zvuka. (slika 16) Iz tog su razloga u to vrijeme fontovi bili napravljeni sa ciljem da budu jasni i jednostavni za čitanje, često bijele boje u kontrastu sa crnom pozadinom na kojoj su pisani, bez ili sa malim serifima da se ne bi skretala pozornost. Tekst je zauzimao veći dio ekrana i često je oko sebe imao okvir unutar kojeg je bila opisana radnja prethodne filmske scene, uz sve potrebne informacije za gledatelja. [6]

Zanimljiva je činjenica da su se u prvim danima Hollywooda koristili rukopisni fontovi raznih anonimnih autora koji su sadržavali glatke okrugle i fluidne linije. S vremenom slova sa su postala sve dekorativnije uređena napuštajući početnu jednostavnost, također, počele su se koristiti boje u kombinaciji s usklađenim oblicima kako bi se pokušala dočarati radnja i filmski žanr. Tijekom tridesetih i četrdesetih godina prošlog stoljeća koja se ujedno smatraju i zlatnim dobom Hollywooda, u filmove dolazi zvuk i glazba, pa je potreba za titlovima uslijed radnje nestala. [6]



Slika 17. Titlovi filma „King Kong“ (1933)

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=ILOUQuoS0AI>

Ubrzo dolazi modernizam koji uvodi pravilne geometrijske linije, uglove, koji su dan danas prisutni u uvodnim najavama (slika 17). Dobar primjer je korištenje Blippo fonta, koji spada u pop-art tipografiju. Nastoje se simulirati svjetlosni efekti i sjene na naslovima. Dizajn titlova želi dočarati ton i raspoloženje filma kroz korištenje različitih formi slova i izgleda, pa su tako romantični filmovi počeli dobivati uzorke cvijeća ili vezova oko slova. Vestern žanr obilježen Wanted tipografskim stilom uz karakteristične serife. Font u navedenom žanru je baziran na Woodtype fontu iz kasnog 18. st, klasični primjer je font naziva Branding Iron, a obilježavaju ga zadebljanja na serifima u obliku pločica.

Taj tipografski oblik se povezuje sa samim duhom „divljeg zapada“, vrlo često se koristio na posterima za tražene zločince i uobičajeno je ukrašen impresivnim serifima sa brojnim ukrasima, zbog toga nije prikladan za korištenje kod manjih tipografskih veličina, pa se najčešće koristio samo za filmske naslove (slika 18). [7]



Slika 18. Uvodna najava u filmu „The good, the bad and the ugly“ (1966)

Izvor : <https://www.youtube.com/watch?v=kccafOf4O6Q>

Nakon četrdesetih godina 20. st. počinje se još više eksperimentirati a fontovima, pa su se fontovi počeli međusobno miješati, nastala su i slova s dva tona tj. boje.

Dodaje se padajuća sjena da bi se naglasila distanca od pozadine, a u pozadinu bi se dodavale slike ili obrisi glavnih likova da bi se dočarala radnja filma. Na zaslonu su se istovremeno mogla vidjeti ravna, zadebljana slova i slova u kurzivu, ali još uvijek bez kompliciranijih animacija.

U tom periodu titlovi u filmskim najavama su počeli dobivati i naracijsku svrhu, da bi pripremili gledatelja za raspoloženje i priču filma, pa se tako tipografija nastojala integrirati u samu radnju. U isto vrijeme su se pojavili filmovi u boji, pa su mogućnosti postale još veće. Dizajneri su postali sve kreativniji, fokus kamere je počeo prelaziti preko naslova koji su pokušavali imitirati neonske natpise na vrhovima zgrada ili viseće banere na kojima su se nalazili nazivi glumačke postave.

Taj se stil nastavio sve do kraja Drugog svjetskog rata, vrlo često se znalo i pretjerati u želji da se film istakne u odnosu na konkurenciju, pa se iz navedenog razloga nastojalo koristiti puno boja, maksimalno koliko je tehnika tada dopuštala, čime su sami naslovi u filmskim najavama ujedno postali i prenapadni. [7]

Kako su kina postajala sve posjećenija, a zarada u filmskoj industriji je postala sve veća, počelo se misliti na dodatne oblike zarade. U to ulaze kokice, grickalice, sokovi i drugi popratni sadržaji, pa se uvelo suptilno pravilo da uvodna najava s tilovima treba trajati okvirno tri minute da bi se gledatelji stigli opskrbiti navedenim proizvodima, namjestiti za gledanje filma i polako s uzbuđenjem pripremiti za film koji se prikazuje. Da se gledatelj ne bi dosađivao za to vrijeme, uvodne najave su nastojale biti što zanimljivije, javila se potreba za složenijim i kreativnijim animacijama.

Tako na primjer u filmu „The Man With the Golden Arm“ (1955) (slika 19), kojemu je tematika ovisnost o drogi, da bi se dočarala tematika i atmosfera, koriste se siluete u obliku cigareta i ruka koja poseže za njima, a tipografski elementi slijede animaciju ilustracija, čime se dobiva na dinamičnosti i opisu radnje filma.

Sličan stil su počeli usvajati i redatelji poput Alfreda Hitchcocka kojim se nastoji naglasiti ton i raspoloženje filma, ta se tehnika vrlo često primjenjivala kod trilera i horor filmova. Još se jedna zanimljiva tehnika počela upotrebljavati u navedenim žanrovima, a to je pojavljivanje teksta iza ilustracija i obojenih panela. Time se pokušavala dočarati misterija i neizvjesnost, u nekim je slučajevima tekst pratio neki detalj čiji se obris na početku nije mogao jasno dokučiti, sve dok nije došla u fokus cijela slika, čime je dobiven isti efekt. [7]



Slika 19. Uvodna najava u filmu filmu „The Man With the Golden Arm“ (1955)

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=sS76whmt5Yc>

Neki su dizajneri i dalje preferirali geometrijsku, čistu i jednostavnu tipografsku formu, oslanjajući se na minimalizam. Slova su bila jednostavnih kontura, bez serifa koja su se uklapala u suptilne ilustracije i znakove. Nešto kasnije tipografija i slike su postale usko povezane zahvaljujući pojavi fizičkih objekata u uvodnim najavama gdje su titlovi slijedili kretnje objekata, oponašajući njegovu formu i oblik, pokušavajući se potpuno integrirati u samu filmsku sekvencu. U to vrijeme se masivno koristila Helvetica. Ubrzo su se nakon šezdesetih godina prošlog stoljeća pojavili filmovi agresivne reklame i kvalitetne produkcije u kojima naslov ujedno postaje i logo. Posebno su poznati filmski serijali poput „James Bond“ u kojima je logo samog filma proizašao iz uvodnih najava i ikoničnih slika koje su krasile te sekvence.



Slika 20. Uvodna najava u „James Bond“ serijalu

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=PV7h55ha52E>

U prvom filmu u serijalu James Bond u filmskoj najavi, istoimeni tajni agent, ulazi u kadar koji vidimo kroz cijev pištolja uz zvuk pucnja uz koji se on naglo okreće prema kameri, istovremeno se pojavljuje natpis „007“ (slika 20). Do sad je snimljeno 27 filmova iz istoimenog serijala. Kroz desetljeća su se mijenjali glumci koji su glumili glavnog lika, redatelji, ali se ta uvodna najava zadržala u svakom filmu i ujedno je postala ikona serijala, pojavljujući se na posterima i filmskim najavama.

Mijenjani su efekti prikaza cijevi za pištolj, način pojavljivanja koda „007“ na ekranu, suptilno se mijenjala uvodna glazba, ali ne u tolikoj mjeri da svatko danas odmah po toj uvodnoj najavi ne zna o kojem se filmu radi.

Vrijedi spomenuti i neke druge primjere poput kulturnog humorističnog klasika „Pink Panther“ (slika 21) gdje uvodna najava zajedno sa svojom animacijom može postojati zasebno, odvojeno od filma, izgledajući pritom poput crtića s vlastitom radnjom i tipografijom koja prati animiranog lika. Ta uvodna najava je na kraju postala toliko popularna zbog svojeg šaljivog tona, da je na kraju i proizašao zasebni crtani serijal sa glavnim likom iz uvodne najave koja se nalazila u filmu. Uz naslov filma, na početku svake uvodne najave pojavljuje se i logotip tvrtke koja je proizvela film, poput Warner Brothers i Disneya. Logotipi najčešće imaju svoje animacije i iscrtavanja koja su se prilagođena filmovima u kojima su se prikazivali. [7]



Slika 21. Naslovni titlovi u filmu „Pink Panther“ (1963)

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=K0YI9c3jc90>

Ubrzo se potom počeo primjenjivati i umjetnički pristup izradi umjetničkih najava, pa su se počele koristiti fotografije u pokretu ili video snimke koje se stapaju sa tekstom. Zgodan efekt koji se koristi u navedenom primjeru je kod crno-bijelih fotografija u kojima se pojavljuju glavni likovi, a da im se pri tome ne vidi lice. Popularan je i takozvani *motion tracking* efekt u kojem tekst paralelno sa micanjem kamere slijedi neku točku na snimci, na primjer auto na cesti. U Kubrickovom filmu „Dr. Strangelove“ (slika 22) snimke aviona u uvodnoj najavi krase rukom pisani tilovi, čime se stvara efekt namjerne pogreške i spontanosti. [7]



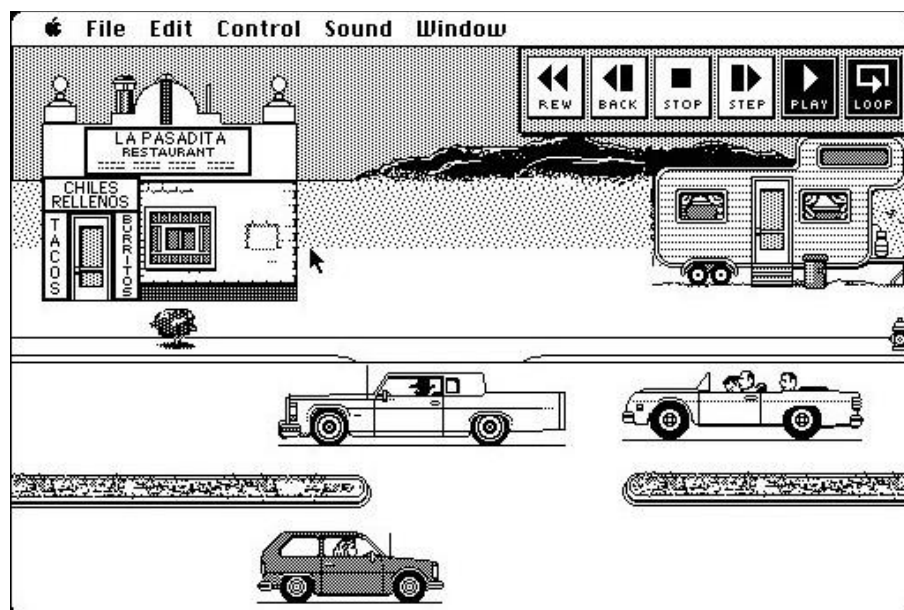
Slika 22. Naslov u filmu „Dr. Strangelove“ (1964.)

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=YgoQ6U6GUoU>

Vrijedi spomenuti i revolucionarnu tehniku takozvanog podijeljenog ekrana gdje se istovremeno postavlja više odvojenih isječaka podijeljenih tekstom, da bi gledatelj dobio uvid sa više kuteva za istu radnju.

2.6. Pojava računala

Krajem sedamdesetih, pojavom računalne grafike u animaciju uvodnih najava, još više se proširuje mogućnosti izrade tih sekvenci, osobito kad je Apple Macintosh stigao na tržište 1984. godine. Osim što je uveo grafičko korisničko sučelje, Apple je paralelno donio grafičke programe dostupne svakom korisniku. Svakako treba istaknuti program za obradu teksta MacWrite koji je nudio gotovo identične opcije poput Microsoft Worda, uz manji broj fontova. Preteča današnjem Photoshopu je bio MacPaint koji je omogućavao kombiniranje slike i teksta. Tvrtnica MacroMind u isto je vrijeme izdala VideoWorks (slika 23) koji je služio za stvaranje animacija. MakroMind je ubrzo prešao u Macromediu, koja se par godina kasnije pridružila konkurentskoj tvrtki Adobe Systems. Adobe danas izdaje programe za video obradu i izradu animacija poput Premiera i After Effecta, a sama jezgra navedenih programa zasnovana je na verzijama koje su izašle za Apple Macintosh iz 1984. godine. [8, 9]



Slika 23. Sučelje programa VideoWorks

Izvor: <https://www.macintoshrepository.org>

Jedne od prvih računalnih animacija se mogu vidjeti u filmu „Flash Gordon“ (1980.) koji kombinira grafiku, animaciju, tipografiju, stripove i ilustracije pomoću računalnih programa i specijalnih efekata. Naslovi i titlovi u uvodnoj najavi od tada dolaze sa klasičnim svjetlosnim efektima imitirajući neonska svijetla, u pokretu su, smanjuju se i povećavaju, pojavljuju se i nestaju, pri tome dobivajući na dinamičnosti i zaokupljajući pažnju gledatelja. (slika 24)



Slika 24. Uvodna najava u filmu „Star Wars: Return of the Jedi“ (1983)

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=UMAJLsoPem8>

Istu tehniku su preuzeli većinom svi filmovi sa znanstveno-fantastičnom tematikom te filmovi o superjunacima. Filmovi o superjunacima su pri tome nastojali zadržati u naslovima svoj izvorni stripovski oblik, pa su se vrlo često koristili fontovi tipa Comic Sans s tamnim obrisima da bi se dodatno postigao osjećaj ilustracije. Današnji filmovi s istom tematikom pokušavaju ukomponirati stripovske elemente sa samim naslovom filma ili produkcijom kućom, kao npr. Marvel. [7]

2.7. Montaža naslova

Već je ranije u radu navedeno da su danas većinom već poznata imena glumaca, redatelja i producenata, pa dizajneri umjesto na samu čitljivost, više pozornosti posvećuju efektima koje pridodaju tekstu i sveukupnim animacijama.

Sam oblik slova je mogao poprimiti minimalističke, nedovršene obrise kojima se dodatno dobivalo na osjećaju misterije, pogotovo ako je u pitanju neki znanstveno fantastični film, poput „Aliena“. Također se vodi više računa o vremenskom pojavljivanju samih titlova, njihovoj kompoziciji i prostornom razmještanju, stapanju sa ostalim elementima i samoj informaciji koju bi titlovi trebali u sebi sadržavati.

Dizajneri su postepeno počeli koristiti neke stilove i pokrete iz mode, magazina i časopisa, muzičke scene poput „Grungea“, stil koji je više-manje neuredan i spontan. To se posebno vidi u filmu „Se7en“ (1995) gdje je uvodna najava nastala iz namjerno povećanih detalja koji čine dio cjeline jedne veće fotografije, u kombinaciji sa izrezanim člancima iz novina koji su složeni bez nekog logičkog slijeda, stvarajući time osjećaj kaosa i dezorijentacije (slika 25). Time se ujedno krše mnogi tipografski zakoni, kod tipografije se samim time postiže jedna umjetnička dimenzija i budi osjećaj kod gledaoca, te joj se dodatno učvršćuje veza sa samim filmom. [10]



Slika 25. Uvodna najava u filmu „Se7en“ (1995)

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=FD7w2l88dl8>

Od početka 21. stoljeća dizajneri sve više eksperimentiraju sa tipografijom, koja počinje služiti za više stvari istovremeno, ne samo za uspostavljanje tona, raspoloženja, upoznavanje s imenima i naslovom, nego za naraciju, pokušavajući dočarati gledatelju samu scenu koju treba vidjeti. Vrlo često se napuštaju neka tipografska pravila u rezu, gdje u svrhu ukomponiranja naslova u film, zadebljanja, nakošenja i kurzivi poprimaju nova obličja, međusobno se kombiniraju stilovi i estetski prilagođavaju pozadini i animaciji.

Kao ilustracije se koriste stilovi iz prethodnog stoljeća koje su rađene današnjom tehnikom, pa su same animacije puno fluidnije, čime se nastoji ponovno oživjeti dizajn iz prošlosti. Ukoliko se radnja filma nalazi u nekom prošlom razdoblju, na taj se način postiže gledateljeva povezanost sa tim vremenskim razdobljem u kojem je smješten film. [10]

Sve ovisi o mašti dizajnera, tematici i vrsti filma. U pozadini uvodne najave se mogu nalaziti brojke, matematičke formule, nacrti i različiti oblici. Također da bi cjelina bila povezna, mora se voditi račun i o glazbi u podlozi. Prilikom komponiranja se nastoji postići da pojavljivanje i kretanje teksta na neki način bude sinkronizirano sa glazbom i ostalim elementima.

To zahtjeva dobru prostornu i vremensku percepciju, u tom slučaju dizajner ujedno preuzima ulogu kompozitora, upravljajući s više elemenata istovremeno. Odličan primjer korištenja navedenih smjernica se može vidjeti u filmu „Chatch me if you can“ (2002) gdje je naslov pisan u fontu Coolvetica (slika 26). [10]



Slika 26. Naslov u filmu „Catch me if you can“ (2002)

Izvor: https://www.youtube.com/watch?v=7nv2S_S9MIU

Dobar dizajn naslova treba biti provokativan, izazvati emocije kod gledatelja, referirati se na priču, karaktere i smještaj filma. Filmski titlovi s imenima ljudi koji sudjeluju u filmu imaju određeni redoslijed prikazivanja, te postoje neke smjernice pri njihovoj izradi. Naslov filma bi trebao biti dvostruko veći od titlova, iako to ne mora uvijek biti slučaj. Naslovi koji su veći i podebljani imaju veći utjecaj od manjih s nježnijom konturom.

U području dizajna uvodnih najava svakako treba istaknuti imena poput Pixara, Disneya i Warner Brothersa koji posvećuju posebnu pažnju svojim naslovima, nastojeći da svaki od njih postane svojevrsni brand i trend na tržištu. Od svake se velike filmske franšize želi stvoriti komercijalni uspjeh, napraviti popratni sadržaji, koji služe za prodavanje licenciranih proizvoda povezanih s njima, a sve u svrhu povećanja zarade.

Filmski naslovi su jedan od najvažnijih elemenata kod prodaje različitih komercijalnih materijala s tematikom filma, šalica, majica, igračka, postera i sl.. Filmska industrija pokušava čim više vremena posvetiti njihovom izgledu imajući na umu da njihova svrha nije samo prikazivanje u filmskim naslovima. [10]

3. PRAKTIČNI DIO

3.1. Ciljevi rada

Postupak izrade uvodne najave u filmu najbolje je prikazati na konkretnom primjeru, pa je u ovome radu napravljen redizajn uvodnog dijela za filmski klasik „Blade Runner“ iz 1982. godine kojeg je režirao Ridley Scott. U vrijeme kada je snimljen film, računala još nisu bila toliko zastupljena. Unatoč tome što su tijekom godina izlazila različita reizdanja istoimenog filma, uvodna najava se nije mijenjala te je ostala u skladu s vremenom u kojem je napravljena. Da bi se sačuvao vizualni identitet filma, te sama atmosfera, kompoziciju stilova se nije nastojalo pretjerano mijenjati, ali su zato dodane animacije teksta da bi naslov i titlovi bili dinamičniji i zanimljiviji današnjoj publici. Također, uz samu animaciju teksta, napravljena je animacija u *cartoonish* stilu u trajanju od 55 sekundi.

3.2. Programi i alati

Kao glavni alat u izradi uvodne najave, koristili su se programi iz Adobe paketa, za crtanje Illustrator, a kasnije za samu animaciju dobivenih crteža i naknadno dodanog teksta After Effects.

Adobe Illustrator je alat koji se koristi kod dizajniranja, crtanja ilustracija te stvaranja vektorske grafike. Najviše je poznat po velikoj paleti kistova različitih oblika i veličina, kompleksnim vektorskim alatima za izradu vektorske grafike, koja je neovisna o rezoluciji, odnosno može joj se prilagoditi veličina elemenata bez utjecaja na kvalitetu prikaza, što je posebno korisno pri izradi animacija.

Program Adobe After Effects se koristi za vizualne efekte, pokretnu grafiku i tipografiju. After Effects je originalno pokrenula tvrtka CoSA, a kasnije ih je otkupio Adobe koji ga razvija već duži niz godina, te neprestano dolaze nove inačice. Iako su na tržištu već bili prisutni programi za izradu animacije, on je bio prvi alat koji je doveo profesionalno komponiranje pokretne grafike i funkcionalnost efekata na osobna računala. Adobe After Effect omogućava stvaranje kompleksnih grafičkih animacija, kompozicija i vizualnih efekata za film, televiziju i web, te je stoga jedan od osnovnih alata potrebnih za rad u video produkciji. [11]

After Effect je integriran je s ostalim Adobeovim aplikacijama, kao što su Illustrator, Photoshop i Premiere, čime je olakšan rad na multimedijalnim projektima. Poput navedenih programa omogućuje manipulaciju *layerima* koristeći slično sučelje.

3.3. Stvaranje uvodne najave

Kod dizajna uvodne najave potrebno je pristupiti na drugačiji način nego kod dizajna postera. Važno je obratiti pozornost na više aspekata u cjelini, to znači da treba paziti na vrijeme, zvuk, tekst i animaciju istovremeno. Vrijeme je namjerno navedeno prvo po prioritetu iz razloga jer o njemu ovise svi ostali elementi.

Da bi gledatelj bio cijelo vrijeme zabavljen i imao osjećaj da uvodna najava pripada samom filmu, ne smije biti takozvanog praznog hoda između sekvenci. To se pokušava izbjeći na različite načine. Vrlo se često u pozadinu stavlja glazba koja prati tekst i animaciju da bi se razbila monotonija. U ovom slučaju glazbena podloga traje 2 minute i 44 sekunde, pa iz toga proizlazi da će uvodna najava trajati to isto vrijeme. Zatim je potrebno odrediti koliki će biti odnos između filmskog naslova, tilova sa imenima glumaca, redatelja, producenata i ostalih bitnih imena i informacija uključujući opis radnje, koje uvodna najava treba sadržavati i same animacije sačinjene od ilustracija.

Zbog količine teksta, omjer za za naslov, tilove i radnju je dvije trećine, te jedna trećina za samu animaciju. Budući da je film „Blade Runner“ postao prepoznatljiv po svojem retro-futurističkom stilu, nastojalo se to zadržati i kod izrade uvodne najave.

3.4. Crtanje

Nakon što se odrede početne smjernice i dobije vizija kako bi projekt trebao na kraju izgledati, pristupa se samom radu. Za početak je korisno napraviti *storyboard* tj. kratke skice koje okvirno prikazuju radnju, slijed animacije i što će se dešavati u kojem kadru. Tijekom tog procesa dešava se mnogo promjena, neke se ideje odbacuju, a neke usvajaju te nadovezuju novima.

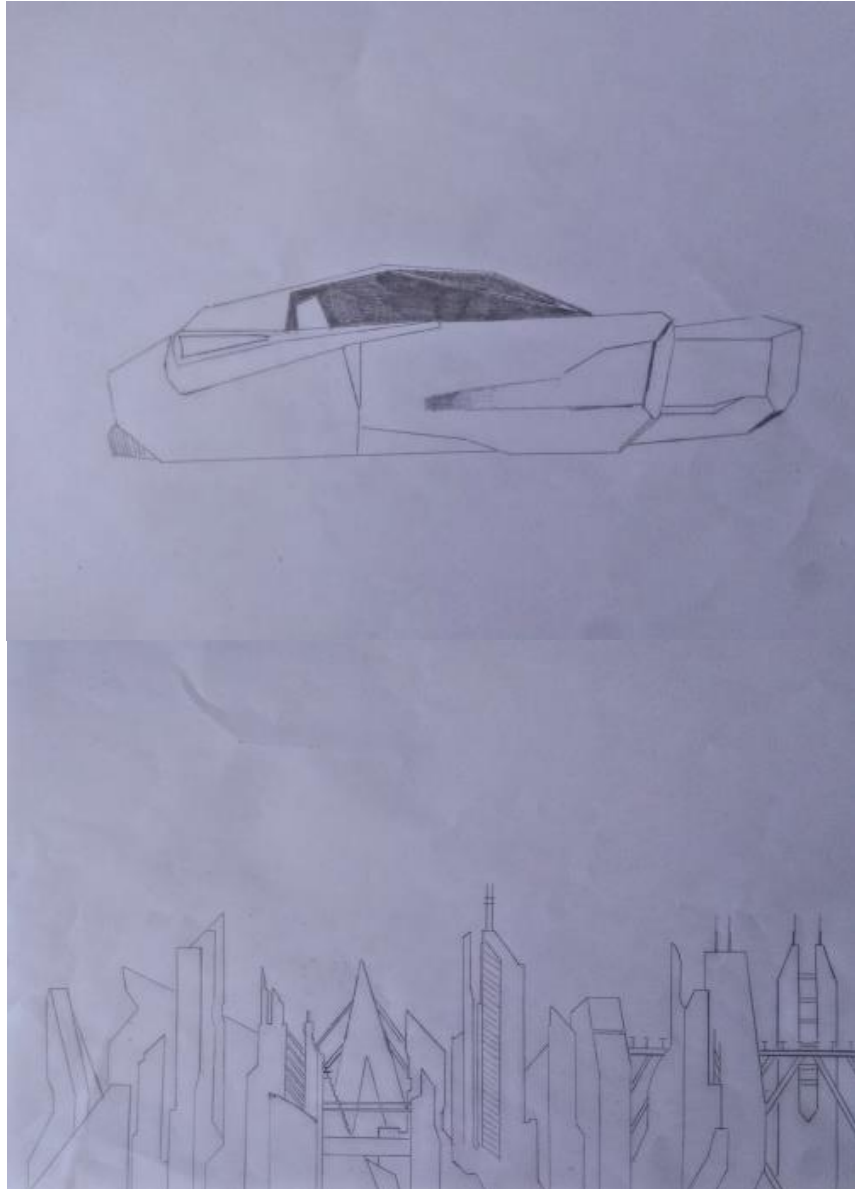
Ne postoji striktno pravilo koliko skica okvirno treba biti, to ponajviše ovisi o tipu i sadržaju projekta.

Ukoliko se u njemu mijenja velik broj scena, što je posebno naglašeno u televizijskim reklamama, čak i kratki video može sadržavati velik broj skica. *Storyboard* okvirno služi da bi se tokom daljnjeg procesa mogao pratiti plan rada, pomoću već određenih scena. To bitno olakšava posao, a time se ujedno redatelj lakše drži početno zacrtanog cilja. Nakon što je ideja razrađena, potrebno je napraviti ilustracije koje će se koristiti u animaciji. [12]

U originalnoj verziji filma, za zgrade i letjelice su se koristile makete koje su bile poprilično zamračene te se nisu vidjeli jasni obrisi da gledatelji ne uoče optičku iluziju. Glavni problem kod toga je što se ne vide jasne konture grada, pa je rekonstrukcija scene otežana.

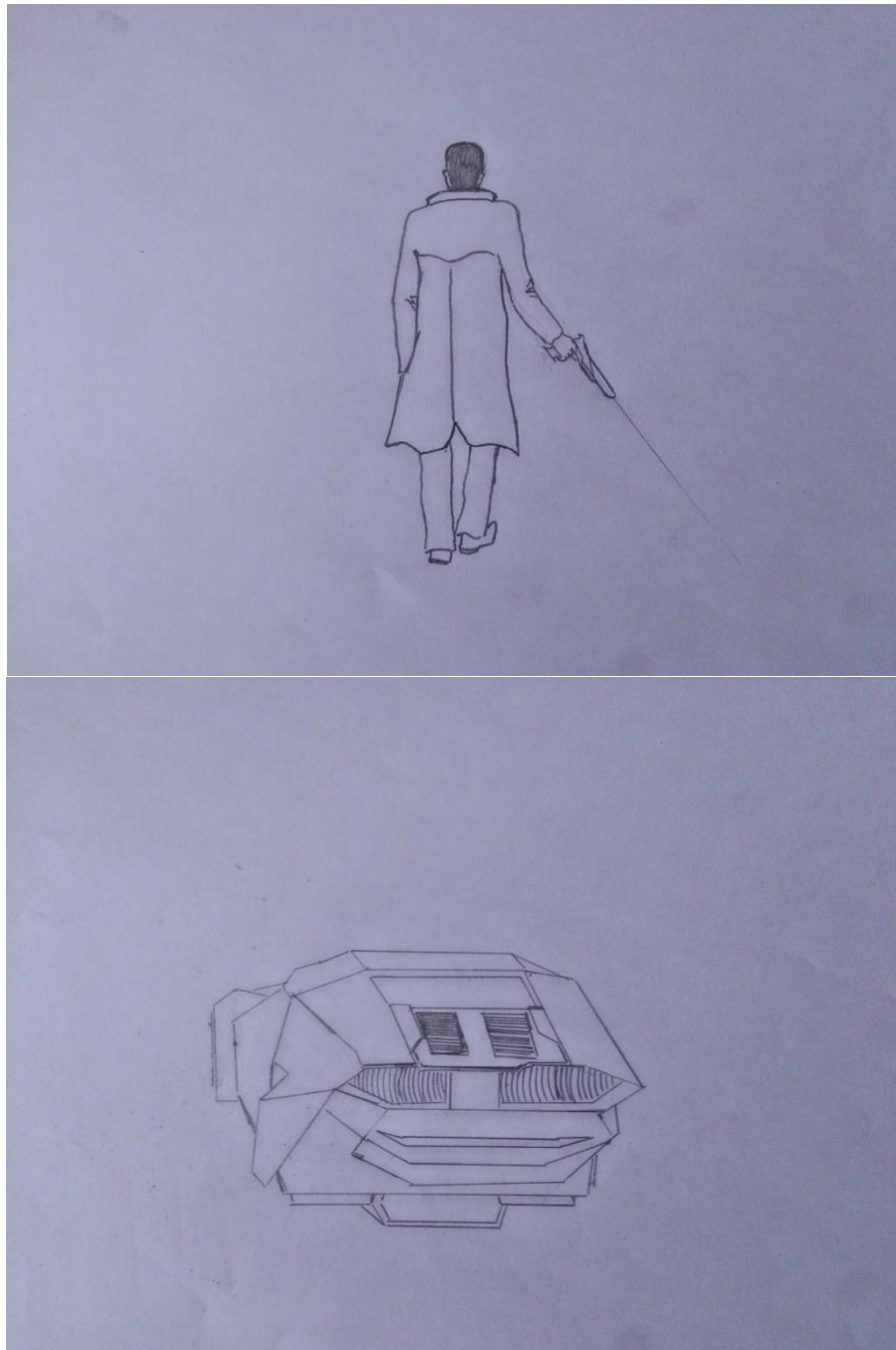
Iz tog razloga se moralo iznova osmišljavati i crtati cjelokupni koncept, a da se pri tome zadrži početni dizajn. U ovom slučaju to su bili modeli letjelica, grada, glavnog lika, te još nekih popratnih sadržaja da bi animacija bila što fluidnija i dinamičnija. Prvo se crta ručno na papiru, nastojeći da linije budu što jasnije, iako se to naknadno u Photoshopu da korigirati pomoću kontrasta i svjetline. Crteži su se fotografirali, te u JPG formatu prenosili i Illustrator u kojem se pomoću alata *Pen Tool* prelazilo preko linija na fotografiji, prateći oblike nastale olovkom (slika 27, 28).

Crteži ne moraju biti posebno detaljni jer služe kao predlošci za crtanje konačne verzije te se kasnije prenose na računalo i programom dorađuju da bi bili prikladni za animiranje.



Slika 27. Skica za zgrade i letjelicu sa bočnog profila

Na računalu su dodavani detalji poput svjetla na zgradama i automobilima. Paralelno su poravnane i spajane linije da crteži budu bolje geometrijski usklađeni, te da se geometrijski oblici mogu obojati.

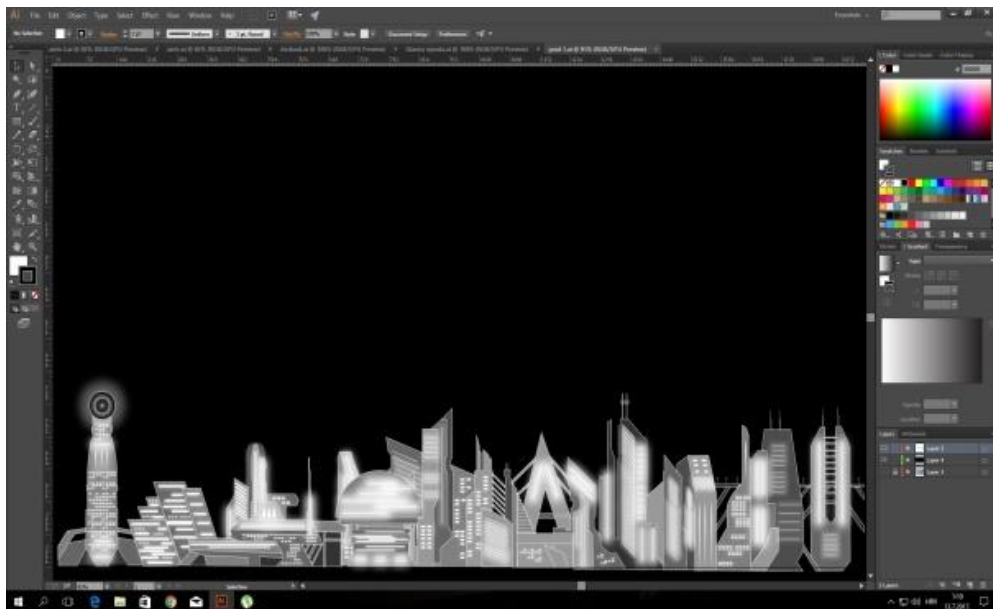


Slika 28. Skice letjelice i glavnog lika

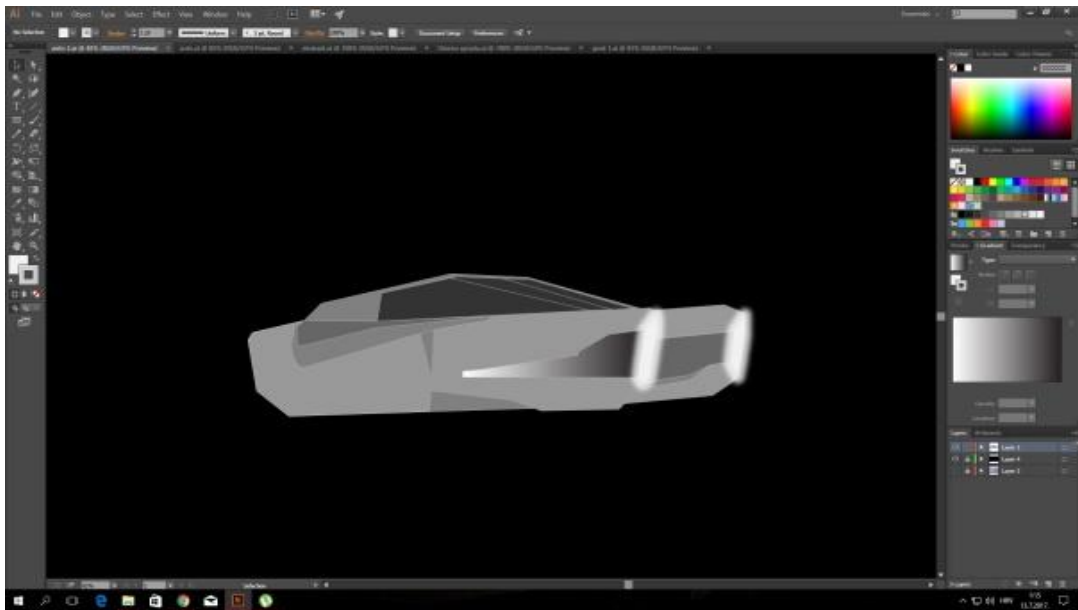
Kod pristupa dizajnu samih ilustracija, odlučeno je da se primarno koriste sivi tonovi, a da crteži budu pojednostavljeni, blago isprazni, ponajviše iz razloga jer je film relativno tmurne i depresivne atmosfere, prikazuje se otuđenost između likova i nedostatak emocija.

Zgradama i letjelicama je dodana rasvjeta, da bi grad djelovao življi. U planu je bilo zumiranje kadra, iz tog razloga su crteži morali biti u vektoru, da se ne bi gubilo na detaljima pri odmicanju (slika 29). Cilj je bio da izgled grada, odnosno njegova arhitektura djeluje futuristički, ali da opet djeluje realno, kako bi se dobio osjećaj da takvo mjesto zapravo može postojati.

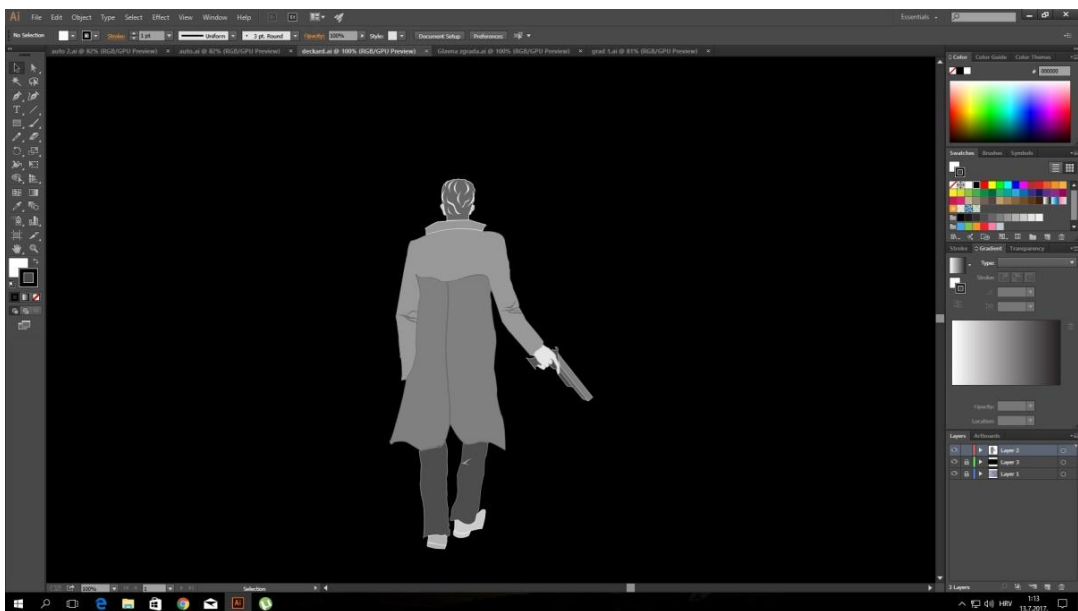
Pod idejom da ilustracije budu pojednostavljene, koristili su se većinom pravilni geometrijski oblici, ravnih linija i blagih zaobljenja, pri tome pazeći da svi elementi budu ukomponirani i u skladu bez isticanja.



Slika 29. Crtež grada u Illustratoru



Slika 30. Crtež letjelice u Illustratoru



Slika 31. Crtež glavnog lika

Kod crtanja je grad podjeljen na dva dijela koja su kasnije spojena u jedan čineći cjelinu. Glavna zgrada koja je u njegovoj pozadini, u animaciji je napravljena posebno i umetnuta kao zaseban *layer*.

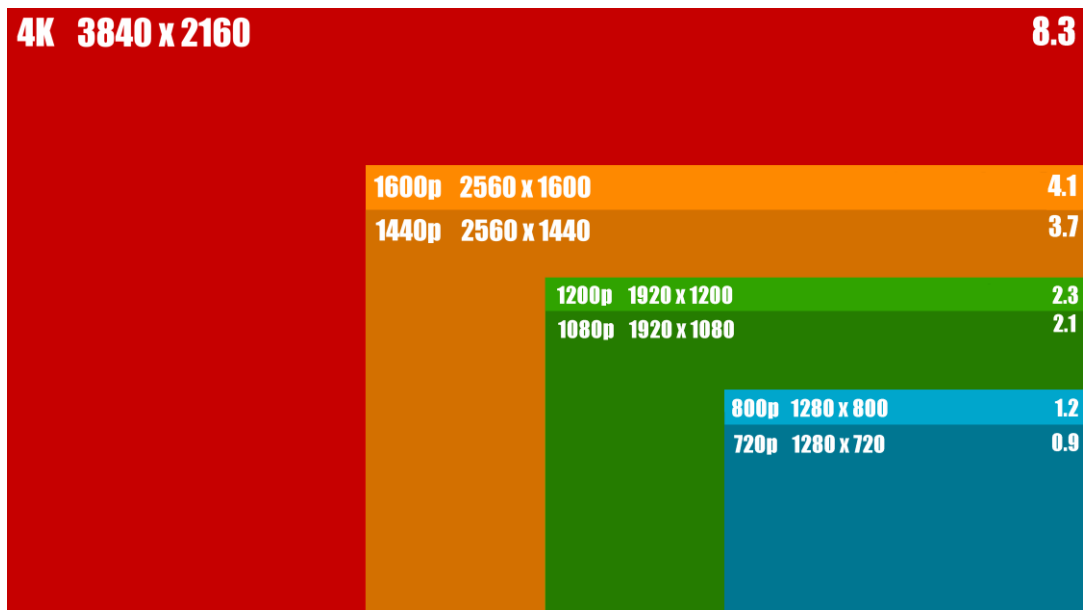
Za letjelice je odlučeno da crteži budu iz bočnog i stražnjeg kuta (slika 30). Zadnja je ostala zgrada na kojoj glavni protagonist Deckard (slika 31) stoji i promatra grad.

Taj posljednji dio ilustracije je trebalo rastaviti na zasebne dijelove zbog same animacije, zasebno se crtala zgrada, zasebno Deckard i propeler koji će se okretati u sklopu zgrade.

3.5. Izrada animacije

U programu After Effects prvo je potrebno napraviti kompoziciju da bi se započeo novi projekt. Osnovni elementi svake kompozicije su slojevi koji mogu biti u obliku teksta, slika, videa, osvjetljenja itd. Svaka kompozicija sadrži svoju vremensku crtu u kojem korisnik manipulira slojevima, određuje njihov raspored, grupira ih, slaže u podkompozicije i slično. Postavke kompozicije moguće je promijeniti u svakom trenutku, a korisnik ima mogućnost mijenjanja postavki kao što su rezolucija, broj sličica u sekundi, dužina vremenske crte i boja pozadine.

Za početak prvo je potrebno podesiti standardne opcije za video, a to su rezolucija i „frame rate“, odnosno broj sličica u sekundi. Budući da je namjera ovog diplomskog rada da se redizajn filma radi po današnjim standardima, odabrana je HD TV rezolucija (1920 x 1080 piksela) (slika 32), što je rezolucija koja se većinom koristi za prikaz filmova u kinima. Broj sličica po sekundi je postavljen na 25 slika (američki standard) iz istog razloga, najčešće je korišten u današnjoj filmskoj produkciji. [13]



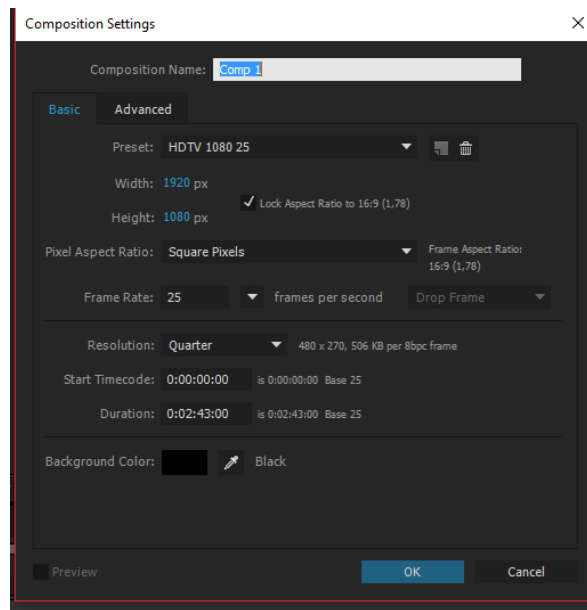
Slika 32. Najčešće korištene rezolucije

Izvor: <https://blog.codinghorror.com/content/images/2015/08/common-hd-resolutions-compared.png>

Zatim se određuje trajanje videa (slika 33). Prilikom izrade je odlučeno da će se cjelokupna uvodna najava filma podijeliti na tri cjeline, jedna će sadržavati samo animaciju koja sadrži ilustracije, odnosno crtani dio, druga će sadržavati naslov i tilove, a treća tekst sa radnjom filma.

Svaka se cjelina radila zasebno, da bi se izbjegle komplikacije pri radu, te da se na kraju olakša renderiranje. Pjesma u pozadini uvodne najave traje 2 minute i 44 sekunde, a odnos teksta i crtanog dijela je trebao biti okvirno 2/1 za tekst, pa se za trajanje animacije sačinjene od ilustracija odredio vremenski period od 55 sekundi.

Nakon podešenih parametara se dobije radni prostor zadanog formata, sa *timelineom* odnosno vremenskom linijom u trajanju od 55 sekundi.



Slika 33. Prozor za podešavanje opcija za kompoziciju

Svi crteži su spremni u EPS formatu (*Encapsulated PostScript*) koji se najčešće koristi u Adobe Illustrator-u, Adobe Photoshop-u, te nakon toga prebacivani u After Effects. Sam program funkcionira poput ostalih programa u Adobe kolekciji, te omogućava rad sa layerima, uz jedan izuzetak da na dnu sučelja stoji timeline na kojem se smještaju elementi koji će se animirati, u ovom slučaju ilustracije. Nakon što se EPS crteži importiraju u After Effects, potrebno je stvoriti novu kompoziciju i prebaciti datoteke na timeline unutar kojeg se za svaki element stvara zasebni *layer*.

Zatim se od svakog objekta u EPS formatu stvara oblik iz njegovog vektorskog layera koji se kasnije koristi u animaciji. Program nudi širok broj opcija za svaki *layer*, pa su tako omogućene različite manipulacije objektima, od pozicioniranja, povećanja, smanjivanja, opaciteta i rotacije.

Važno je napomenuti da se sve navedene manipulacije mogu odvijati kroz određeni vremenski period, pa se tako može odrediti početna pozicija objekta unutar zamišljenog koordinatnog sustava i krajnja pozicija na kojoj će se nalaziti unutar zadanog vremenskog perioda, npr. 10 sekundi.

Vremenska manipulacija se vrši pomoću takozvanih *keyframeova*, malenih točkica u obliku dijamantića na vremenskoj traci, koji označavaju stanje, poziciju ili efekt u određenoj sekundi za *layer*, odnosno objekt kojem su dodijeljeni. Svaki *keyframe* označava promjenu kod objekta, a broj promjena ovisi o njihovom broju. Tijekom tog vremenskog perioda, promjena pozicije će biti postepena i vidljiva u blagim koracima dok se ne postigne željena vrijednost.

Svaki *layer* je moguće duplicirati i premjestiti njegovu poziciju (pozicija se može mijenjati i u vremenu), čime se neki objekti pojavljuju prije ili kasnije, a to ujedno i omogućava određivanje što će se nalaziti u pozadini, a što ispred, ovisno o potrebi. Dupliciranje se kod uvodne najave najviše koristilo kod letjelica, *layer* se kopirao, a mijenjali su se samo parametri objekta koji se u njima nalaze.

Zahvaljujući tome se dobije osjećaj pokreta, a ista mogućnost vrijedi za sve gore navedene manipulacije objektima, dok su to ujedno i najosnovnije funkcije programa, no ne i njegova glavna svrha.

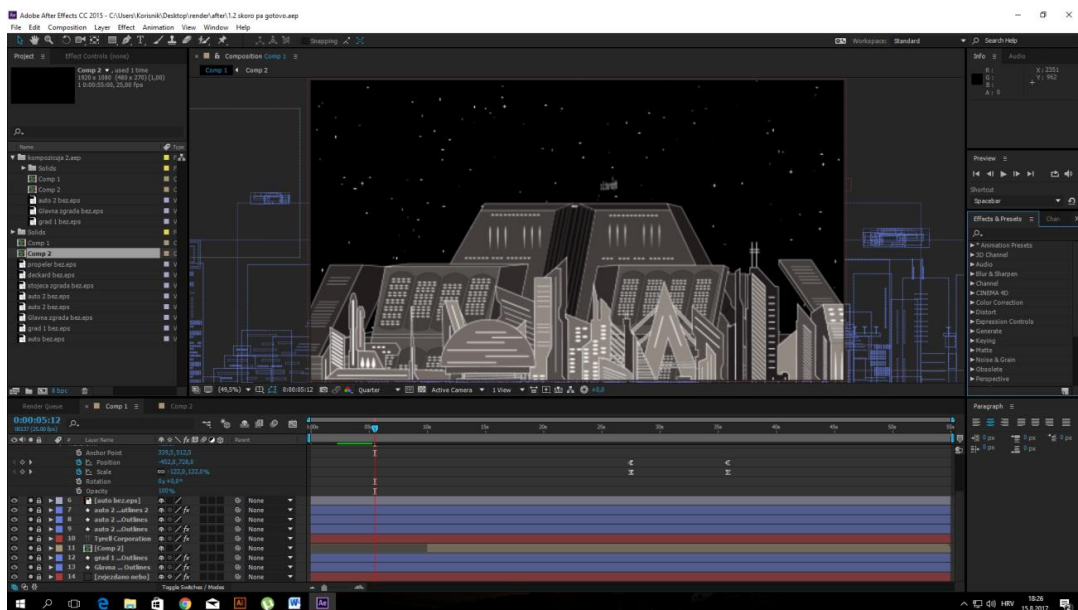
Prilikom pristupa stvaranju animacija navedenih objekata, ponovo se treba vratiti na pojam vremena. Nije poželjno nabacati odjednom sve elemente, jer će se stvoriti kaos i izgubiti se na skladnosti i dinamičnosti. To je ujedno i glavni razlog zašto se radi *storyboard*, da se unaprijed zna u kojem djelu dolazi na zaslon koji element i osmišljava koliko će dugo trajati njegova animacija, te kako će se on uklapati sa drugim elementima koji su u kadru, ili se tek trebaju pojaviti.

After Effects (slika 34), pogotovo u svojim novijim verzijama nudi mnoštvo opcija, pa se tako za svaki pomak ili promjenu vrijednosti kod navedenih manipulacija mogu podesiti dodatne opcije za brzinu animacije odnosno postepenog prijelaza kod promjene vrijednosti i pomaka.

Za podešavanje prijelaza i brzine se koristi *Graph Editor* u kojem je moguće podesiti unutar dijagrama brzinu animacije u zadanom vremenskom periodu. Može se odrediti dali će se animacija odvijati brzo, postepeno, te u kojem dijelu će biti brža, u početku ili pri kraju.

Moguće je birati između opcija *Easy Ease*, *Easy Ease in*, *Easy Ease out* ovisno o želji, a nakon toga se dobije krivulja koja se da dodatno podešavati ovisno o želji korisnika.

Vrijedi spomenuti i alat *Puppet Pin Tool* koji je korišten za suptilnu animaciju ruke glavnog protagonista Deckarda. On omogućuje da se na odabranoj ilustraciji napravi kostur sa točkama koje se mogu pomicati iz jedne pozicije u drugu, čime se ujedno pomiče selektirani dio, u ovom slučaju ruka glavnog lika kroz određeni vremenski period. [13]



Slika 34. Sučelje programa

Naravno to nisu sve opcije koje program nudi, glavna mogućnost je navedena u samom nazivu, a to su efekti. After Effects nudi mnoštvo opcija u tom segmentu, te bi se njihovim nabranjanjem išlo u nedogled.

Kod izrade ove animacije se specifično koristio *Particle* efekt za stvaranje noćnog neba, u kojem su kroz par koraka napravljene bijele čestice na crnoj pozadini koje simuliraju zvijezde, te se periodično pojavljuju i nestaju tijekom trajanja cijelog videa.

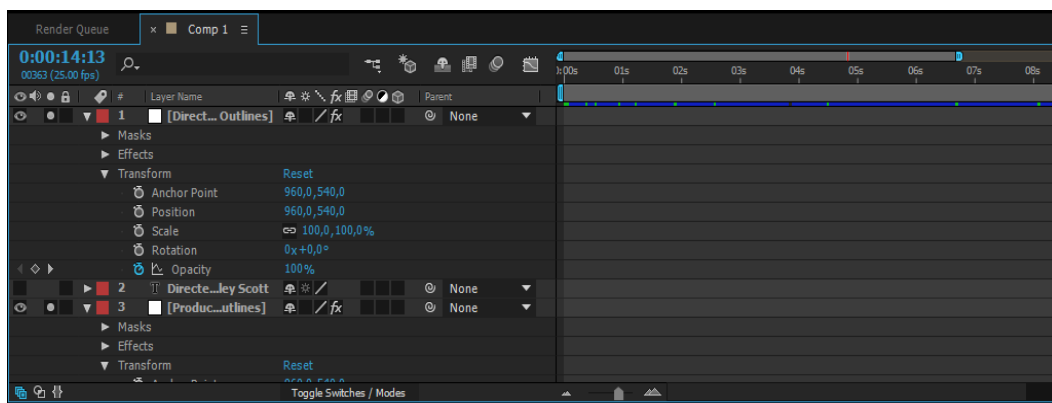
3.6. Animacija teksta

Sljedeća stavka je kinetička animacija teksta za koji je predviđeno da služi kao hologram koji će kružiti oko zgrada. Stvaranje teksta je lagano, princip je isti kao i u programu Illustrator. Koristeći alat *Type Tool* klikom na zaslon se može upisivati tekst koji dolazi na novi layer i moguće ga je pomaknuti na bilo koju poziciju na ekranu, te se na njemu mogu koristiti već prije navedene manipulacije. Osim toga, može se držanjem tipke miša napraviti pravokutnik u kojem će se tekst nalaziti. U slučaju da taj pravokutnik ne postoji, okvir s tekstom biti će beskonačan i njegovu vidljivost će ograničavati samo veličina kompozicije te ostali parametri teksta kao što su veličina fonta, širina, visina itd.

Desnim klikom na okvir teksta, nudi se više mogućnosti kod upravljanja tekstom. Na kartici Transform, postoje četiri glavne opcije koje korisnik najčešće koristi kod animacije teksta, a to su neprozirnost, rotacija, razmjera i položaj. Pomak ili promjena položaja je pokret kojim se pomoću dva glavna okvira animira tekst na način da se isti pomakne s jednog mjesta na drugi. Pomak može biti u bilo kojem smjeru i bilo koje duljine. U kinetičkoj tipografiji pomak služi za animacije kao što su upadanje riječi na zaslon.

Rotacijom se unaprijeđuje animacija pomaka. U ovom radu se koristila za simuliranje holograma oko zgrada. Promjenom veličine, odnosno razmjera teksta u postocima, postiže se njegovo postepeno povećavanje ili smanjivanje u određenom vremenskom periodu (slika 35). Prilikom kreiranja teksta, njegova zadana vrijednost je u rasponu od 0 do 100%. Samo skaliranje teksta ima sličan efekt kao i povećavanje fonta, ali služi za animiranje dok je veličina fonta fiksna vrijednost.

Neprozirnost služi za postepeno pojavljivanje ili izbljeđivanje teksta. Kako bi se postigao efekt postepenog pojavljivanja riječi od potpuno prozirne do potpuno neprozirne, prvi glavni okvir potrebno je postaviti na 0% a drugi na 100%. Za postupak izbljeđivanja koristi se suprotan redoslijed glavnih okvira, odnosno promjena prozirnosti vrši se od 100% prema 0%.

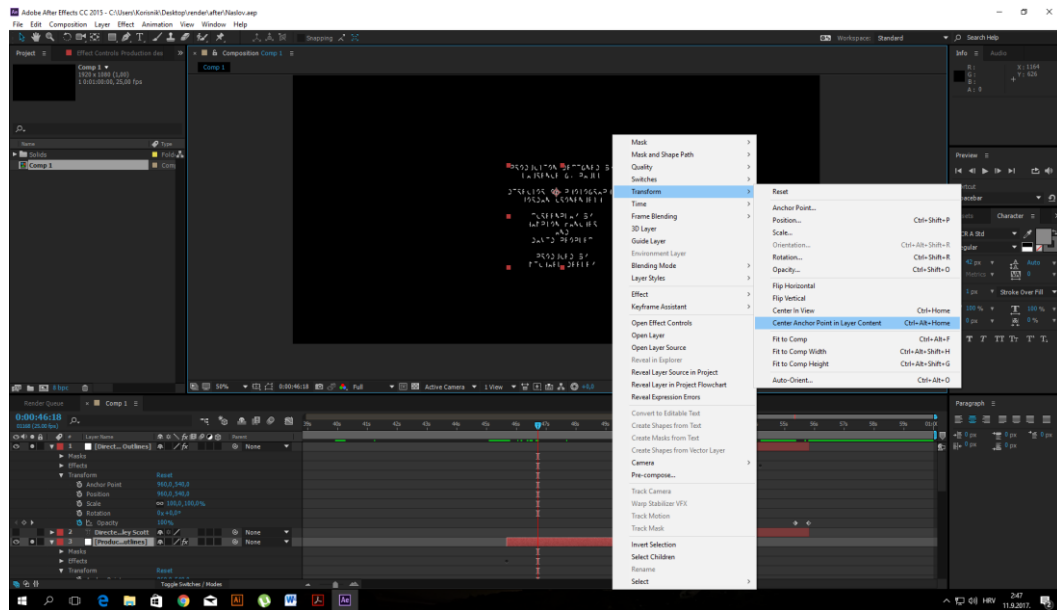


Slika 35. Osnovne opcije pri animaciji teksta

Kod upravljanja navedenim opcijama, korisnik mora prvo odrediti početne vrijednosti, zatim je pritisnuti štopericu, koja se nalazi na lijevoj strani, pored vremenske linije. Zatim je potrebno u odabranom vremenskom periodu mijenjati brojčane vrijednosti. Dakle, kako bi se postigla animaciju pomaka, potrebna su dva glavna *keyframe*a, jedan za početnu i jedan za završnu poziciju. Kao primjer može se uzeti tekst na lijevoj strani ekrana kojem je postavljen početni *keyframe* teksta na prvu sekundu na vremenskoj crti. Taj će početni *keyframe* određivati polazišnu točku teksta. U slučaju da uz početni *keyframe* nije dodan ni jedan drugi, tekst će ostati na istom mjestu. Kako bi se tekst animirao, potreban je još jedan *keyframe* za završnu poziciju na određenoj (vremenskoj) udaljenosti od prvog.

U slučaju da je potrebno promijeniti putanju manualno dodavajući nove *keyframe*ove, dovoljno je na vremenskoj crti postaviti vrijeme u kojem tekst treba doći na određeno mjesto i pomaknuti ga tamo. Broj *keyframe*ova u jednom projektu je neograničen i ovisi o kompleksnosti animacija.

Izrada kinetičke tipografije može biti jednostavna i animirana u samo nekoliko točaka, a može biti i vrlo kompleksna i dugotrajna (slika 36). Bitno je da konačan proizvod bude zanimljiv, pregledan i razumljiv.

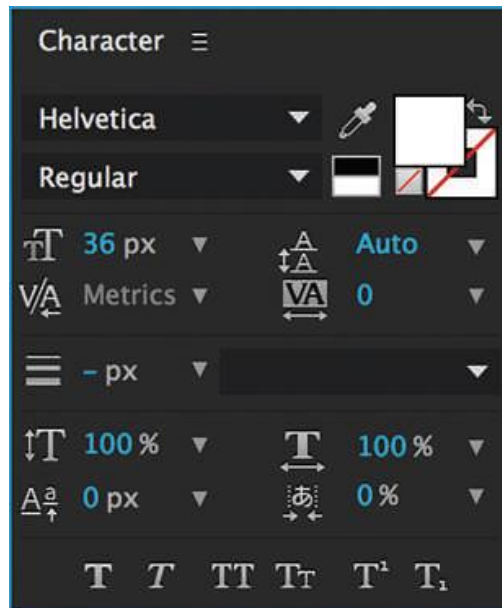


Slika 36. Manipulacija tekstom

Sa desne strane sučelja se nalaze standardne opcije poput poravnavanja teksta, fonta, boje i veličine. U ovom slučaju se koristi OCR A Std font, veličine 19 pt, iz estetskih razloga, koji se za vrijeme same animacije smanjuje sa udaljavanjem kamere odnosno kuta gledanja.

Kod odabira fonta, After Effects nudi dodatne opcije za njegovo oblikovanje kao što su podebljanje (*bold*) i kurziv (*italic*). Također, sam tekst je moguće podesiti na način da se sva slova pretvore u verzal (isključivo velika slova/caps), u mali verzal (pisanje u obliku velikih slova pri čemu se svaki kurent smanjuje/small caps) ili pak kao eksponent i indeks. Fontu je moguće mijenjati boju ispune i boju obruba (slika 37). Moguće ga je proširivati proporcionalno i neproporcionalno po visini i širini, a ako u tekstu postoji više redova moguće je mijenjati razmak između njih. U paleti „Poravnanje“ može se podešavati poravnanje teksta na različite načine te mijenjati veličinu margine. [13]

Tekst je moguće i rastegnuti, vertikalno ili horizontalno iako se to u radu nije koristilo također iz estetskih razloga.



Slika 37. Prozor za manipulaciju tekстом

Da bi se postigla rotacija teksta oko zgrada, korišten je *Cylinder* efekt unutar kojeg se može podesiti kojom će se brzinom rotirati, pod kojim kutom, te promjer zamišljene kružnice po čijoj će se putanji kretati. Od izuzetne je važnosti da tekst ostane tijekom animacije dovoljno dugo u punom obliku, prije nego što se kinetički počne micati, da ga gledatelj stigne pročitati.

Osim konkretnih efekata poput prethodno navedenih, svaki tekstualni sloj ima i svoju *blending* opciju koji određuje kako se sloj ponaša u odnosu na druge slojeve. Tako se tekstu primjerice može postaviti *blending mode* na *overlay* i postići da se kroz njega vide slojevi ispod ili mu dodati neki sličan efekt.

Vrlo se često koristi i funkcija „zamagljenje kod pokreta“ koja se aktivira u sloj panelu za svaki sloj posebno, a ponaša se na način da kod pomaka teksta ostavlja malu mrlju iza sebe i na taj način daje samom pomaku veću vjerodostojnost.

Korisna mogućnost je uključivanje i isključivanje vidljivosti *layera* na vremenskoj liniji, čime se može izbjeći kaos uslijed korištenja mnogo objekata, animacija i efekata, te se korisnik može fokusirati na isključivo onaj objekt koji mu je u tom trenutku važan.

Sve navedene objekte, od grada, zgrada, letjelica, teksta, glavnog lika, noćnog neba, njihovih animacija i efekata trebalo je međusobno uskladiti, tj. postići kompozicijsku cjelinu. Potrebno je paziti da ne bude praznog dijela i da svaki dio bude smislen i ukomponiran sa drugim objektom.

Kod vremenskog određivanja treba razmišljati sa strane potencijalnog gledatelja. Što bi njemu bilo zanimljivo, je li mu neki dio animacije nepotreban ili dosadan. Ujedno se treba držati početno zacrtanog cilja, zadržavanja početne atmosfere, prepoznatljivosti i stila kojeg je imao odabrani film.

Zadnji dio animacije, no ne ujedno i najmanje bitan je renderiranje videa. Tu se treba osvrnuti na sljedeću problematiku, a to je jačina računala. Naime, nakon što je animacija gotova, treba je renderirati i pretvoriti u neki od zadanih formata. U ovom slučaju je to *QuickTime* u najvišoj kvaliteti. Valja naglasiti da je animiranje dosta zahtjevno, no srećom program ima opciju smanjivanja rezolucije prilikom rada, ali unatoč tome, računalo treba biti hardverski potrebne snage. Potrebna je dobar procesor sa što više fizičkih jezgri, te velika količina RAM memorije, za novije inačice programa ni 16 GB nije na odmet. U radu je korištena novija inačica After Effectsa, CC 2015, koja omogućava da procesoru u renderiranju pomogne grafička kartica, pa je poželjno da i ona bude što novija i opremljena sa većom količinom memorije. Ukoliko računalo nije dovoljno jako, manipulacija objektima unutar animacije može biti otežana, a u najgorem slučaju program može prestati funkcionirati. [13]

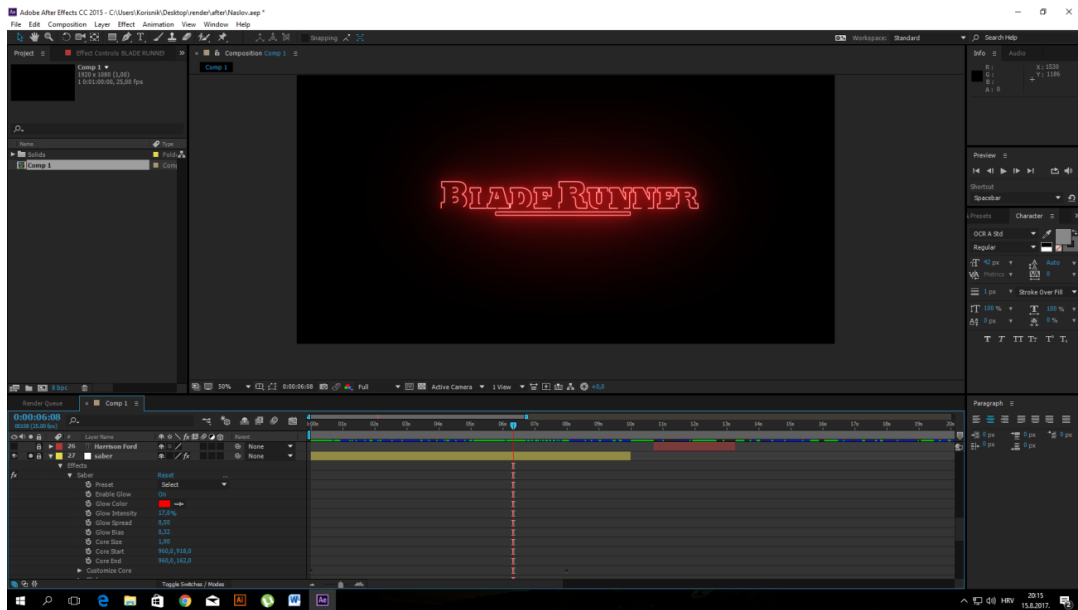
Nakon što je gotova animacija, potrebno je napraviti animaciju teksta u uvodnoj najavi. Nakon detaljnog proučavanja naslova i titlova iz originalne verzije, donesen je zaključak da poziciju teksta ne treba mijenjati, već samo dodati animaciju, promijeniti font, te dodati efekte.

U originalnoj verziji, za naslov je korišten Goudy Old Style font, crvene boje, bez animacije. Za potrebe ovog rada odlučeno je da predodređeno vrijeme za naslov i tekst sa imenima bude jedna minuta.

Za naslov se koristio font Bevan, a za animaciju je korišten efekt „Saber“ kod simuliranje svjetlosnih efekata i opcija *Stroke* koja je služila za iscrtavanje teksta (slika 38). Razlog korištenja navedenih opcija i parametara je zbog postizanja retro efekta znanstveno-fantastičnih filmova iz osamdesetih godina.

U to vrijeme su se koristili slični fontovi sa naglašenim serifima, uz dodatak neonskog odsjaja kojim se pokušavala prikazati tematika filma čija je radnja u budućnosti. Naslov je znatno veće veličine u odnosu tilove (42 pt), iz logičnog razloga jer je on ujedno najvažniji dio cijelog teksta i važno je da se ističe. Kod samog *Saber* efekta trebalo je korigirati par parametara da bi se prilagodio tekstu, te na kraju odabrati boju sjaja, njegov intenzitet i radijus raspršenja.

Razlog korištenja navedenih postavki je da se dobije osjećaj animacije teksta, a postepenim pojavljivanjem teksta postigla se i određena doza misterioznosti i neizvjesnosti, koja ukomponirana sa crvenim, neonskim odsjajem pridodaje stilskom prikazu filmskih naslova kakvi su se koristili osamdesetih godina u tom žanru. Cilj je bio impresionirati te izazvati emocije kod gledatelja, a time se dodala dodatna dimenzija naslovu, zadržavajući pri tome njegovu originalnu atmosferu i prepoznatljivost.



Slika 38. Naslov filma u sučelju programa

Za ostatak teksta koji je trebao sadržavati sve ostale informacije vezane uz film, poput imena glavnih glumaca, redatelja, producenata itd., koristio se već navedeni OCR A Std font manje veličine, bijele boje u čijoj se animaciji također koristio *Stroke* efekt za pojavljivanje teksta u obliku iscrtavanja, uz promjenu opaciteta da bi se dobio efekt blagog nestajanja. Razlog ponavljanja fonta je ranije naveden u teorijskom dijelu rada, u kojem je navedeno da je poželjno korištenje maksimalno dva ili tri različita fonta. Pri tome je trebalo uskladiti prikazivanje teksta na vremenskoj traci, da ne bi došlo do preklapanja i da se svaki dio stigne pročitati.

Također, tekst se nije trebao predugo zadržavati jer su danas gledatelji već dobro upoznati sa filmskim imenima, a i današnja tehnologija omogućava da svima budu dostupne navedene informacije o filmu.

Odlučeno je da se koriste, suptilne, lagane animacije teksta, bez naglih uletavanja na zaslone, mala veličina fonta, ponajviše zbog glazbe u pozadini koja je tiha i laganog tempa, da bi se postigao sklad i ukomponiranost.

Kod renderiranja su korištene iste postavke kako bi se naslov sa tilovima uklopio sa formatom koji se koristio kod animacije ilustracija radi kasnijeg spajanja svih triju cjelina zajedno.

Nakon toga je potrebno napraviti dio teksta u kojem se opisuje radnja filma. Ovaj segment se često koristi u filmovima čija radnja nema veze sa realnim svijetom, bilo da je razlog tome jer je smještena u nekom izmišljenom svijetu, koji je već izgrađen te ima povijest koja je vezana uz daljnji tok filma ili je smještena u neku alternativnu viziju budućnosti sa događajima koji su prethodili samoj radnji. U tim se primjerima nastoji u par rečenica uvesti gledatelja u radnju, da bi mogao pratiti daljnji tijek filma i da se dobije osjećaj uvjerljivosti svijeta. Taj dio treba biti ispunjen sa dovoljno informacija, ali ne predugačak, da se ne postigne suprotni efekt, odnosno zamaranje gledatelja.

Budući da je film, kao što je već navedeno retro-futurističkog stila, plan je bio da se u istom tonu napravi i animacija dijela sa uvodnom radnjom filma. Tu se ujedno ukazuje i prilika za objašnjenjem razloga zbog kojeg se koristi OCR A Std font.

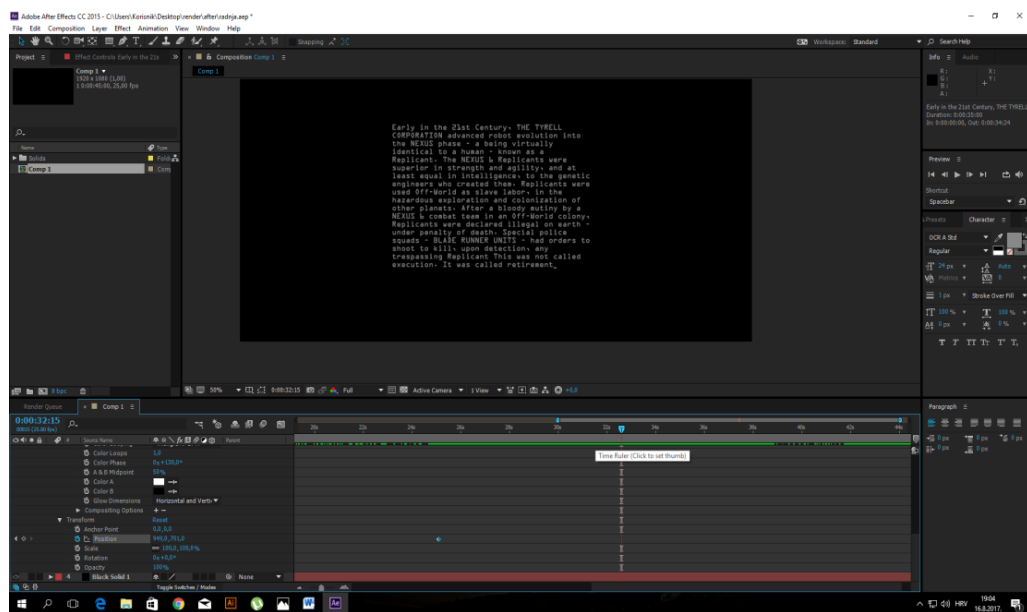
Taj font po svojem estetskom izgledu dosta liči na jednostavna generična slova bez serifa koja su se koristila na prvim računalima tijekom osamdesetih godina, a njegovim se korištenjem dodatno dobio retro efekt. Prilikom animacije se nastojalo imitirati ispisivanje teksta na starim računalima iz istog razdoblja.

Na tekstu se koristila opcija *Animator* koja u sebi sadrži podopciju „Range Selector“ pomoću koje se tekst ispisuje u zadanom intervalu, u konkretnom slučaju 25 sekundi.

Uz tu opciju koristiti se blagi *Outer glow* efekt koji je skoro neprimjetan da slova ne djeluju generično. *Inner* i *Outer glow* stvaraju unutarnji i vanjski sjaj, odnosno mali obrub s unutarnje i vanjske strane teksta koji se ponaša u obliku svjetlosti a moguće mu je mijenjati parametre kao što su udaljenost od riječi, jačina svjetlosti i slično.

Tijekom ispisivanja, paralelno se tekst cijelo vrijeme sporo podizao prema gore prateći linije ispisa pomoću opcije *Position*. Na kraju je dodana treptajuća crta pri kraju cijelog teksta, da bi se dodatno simulirao završetak ispisa na starijim računalima (slika 39).

Nakon što je završeno animiranje radnje filma, sa desne strane, pri dnu ekrana, na isti se način ispisalo mjesto i vrijeme u kojem se odvija film. Renderiranjem kompozicije je dovršena i treća cjelina.



Slika 39. Ispis radnje teksta

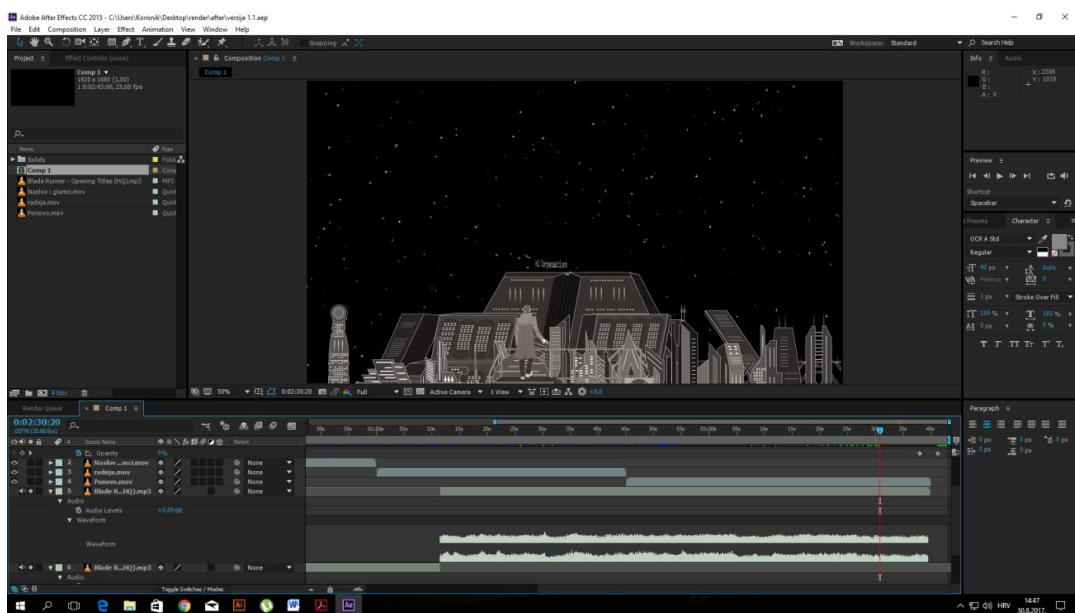
3.7. Ukomponiranje glazbe u video

Zadnji korak, do završetka uvodne najave je ukomponiranje svih triju kompozicija (naslova sa tilovima, radnje i animacije) u jednu cjelinu sa pozadinskom glazbom. Za pozadinsku glazbu je odabrana pjesma iz originalnog filma, koja je u početnoj verziji trajala nešto više od 4 minute.

No budući da se u redizajnu nije koristio logo produkcijske kuće (zbog autorskih prava), a i neki su dijelovi pjesme djelovali relativno isprazno ili su u pozadini bili nepotrebni šumovi i zvukovi, unutar After Effectsa su ti dijelovi izbačeni. Time je pjesma, a time i uvodna najava na kraju imala trajanje od 2 minute i 44 sekunde.

Gore navedene kompozicije su nakon renderiranja pretvorene u zadane video formate koji su se ponovno prebacile u isti program, a zatim se u tom formatu prenosili u *layerima* na *timeline* iznad pjesme u pozadini.

Video je trebalo ukomponirati prema zadanom redoslijedu, s time da se svaki video nadovezuje jedan na drugoga, bez razmaka između njih, da bi se pravilno popunio prostor. Na neki način, to djeluje poput slaganja kockica da bi se na kraju stvorila neka cjelina, u ovom slučaju cjelokupni video uvodne najave.



Slika 40. Povezivanje kompozicija sa pjesmom u pozadini

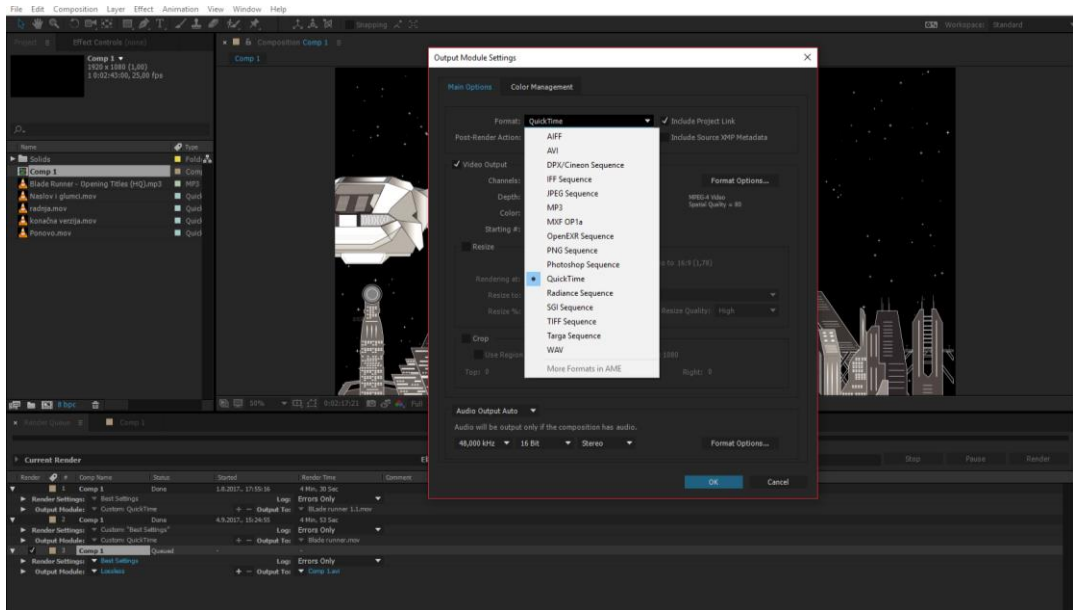
Za podešavanje tona glazbe služi opcija *waveform* u kojoj veći valovi označavaju glasnije sekvence (slika 40), najčešće popraćene bubnjevima ili intenzivnim dijelovima pjesme. Istaknute šiljke u tonovima pjesme se nastoji smanjiti, a to se može postići na nekoliko načina.

Prvo se pomoću keyframeova odrede intenzivne sekvence, koje se zatim mogu odrezati, iako to nije najbolja opcija jer time pjesma gubi na balansu, pa se češće zadanom djelu smanjuje jačina tona na način da se selektira *layer* i dvostrukim pritiskom na tipku L na tipkovnici određuje visina vala.

Podešavanjem visine vala, dobiva se na glazbenoj ritmičnosti, a moguće je i ukomponirati animirane objekte i tekst sa tempom pjesme. Ukoliko se pokaže potreba, *Stero Mixer* može poslužiti za stvaranje laganih ulazaka i izlazaka u pjesmi, ali u ovom slučaju to nije bilo potrebno budući da se koristila originalna verzija koja je već prethodno prilagođena, samo su se za potrebe animacije odrezali određeni nepotrebni dijelovi pjesme na šumovima i malo prilagođavali tonovi. [13]

3.8. Renderiranje

Zadnji korak do završetka cjelokupne uvodne najave je konačno renderiranje svih prijašnjih videa zajedno sa pjesmom. Za izlazne formate kod renderiranja se najviše koriste QuickTime i AVI formati jer spajaju sve individualne frajmove u zajedničku datoteku. Postoje i drugi ponuđeni formati poput TIFF, SGI i PNG sekvence, ali se oni unatoč tome što su također oblik kompresije videa bez gubitka rijetko koriste zbog sporog kodiranja i dekodiranja (slika 41). Time je projekt završen, te se za njegovo pokretanje može koristiti bilo koji program za reproduciranje videa, a moguće ga je i uploadati na YouTube. Završeni video se nalazi na priloženom DVD-u i YouTubeu u na linku: <https://youtu.be/R8dE6N-LYnQ>. Na YouTube se može uploadati mnoštvo različitih formata, a i rezolucija nije problem budući da u novim verzijama prima i 4K rezoluciju. Također, postoji mogućnost skaliranja rezolucije, pa se prilikom *streaminga* ona može smanjivati po određenom algoritmu ukoliko brzina interneta nije dostatna za fluidnu reprodukciju videa. [13]



Slika 41. Prozor za odabir formata

4. ZAKLJUČAK

Dinamička tipografija pomaže gledatelju da se uvede u priču filma te da se poveća njegova zainteresiranost. Samom videu povećava umjetničku i efektivnu vrijednost, a čini ga i estetski ljepšim. Glavni izazovi koji su stavljeni pred tipografiju su brzina, jednostavnost i čitljivost. U radu se specifično promatrala njezina uporaba u filmskoj industriji u kojoj ona ima najveću ulogu. U uvodnim najavama, naslovi i tilovi imaju posebnu ulogu, posebno iz razloga jer na neki način simboliziraju film, postaju njegov zaštitni znak, ne samo u estetske svrhe, nego i u marketinške. Filmska industrija je ogromna, što se može zaključiti jer se danas prodaju šalice, majice, poster, igračke, pa čak i posuđe koje sadrži naslov filma kojeg promovira.

Iz tog razloga se posebna pozornost obraća na dizajn naslova i tilova. Maksimalan se trud ulaže da se tipografski elementi „urežu“ u pamćenje gledatelja, nastojeći da budu u simbiozi sa slikama. Pokušava ih se ukomponirati sa atmosferom i radnjom filma i pri tome koristeći efekte koje današnja tehnologija nudi. U suvremenim filmovima, titlovi su cijelo vrijeme u pokretu, sa različitim animacijama, koje su često toliko kompleksne da neke uvodne najave, makar se savršeno uklapaju u film, mogu djelovati kao zasebna cjelina. U nekim slučajevima uvodna najava postane poznatija i od samog filma.

U radu se pomoću redizajna uvodne najave za filmski klasik Blade Runner pokušao prikazati cijeli postupak pri njezinoj izradi. Od osmišljavanja koncepta, pojedinosti na koje treba obratiti pozornost u njihovom dizajnu i tehnološkim aspektima, od samog naslova i titlova, animacije do glazbene podloge s naglaskom na tipografiju. Pri tome treba paziti na vizualnu prezentaciju, ukomponiranost navedenih segmenata u zajedničku cjelinu, na očuvanje tematike, atmosfere, a voditi računa da pri tome gledatelj i dalje dobije sve informacije koje uvodna najava treba sadržavati.

Kod samog teksta mnogo toga ima ulogu u dizajnu, njegov stil, format teksta, animacija, boja i osvjetljenje, pri čemu se trudi postići harmonija i sinkroniziranost sa drugim elementima u filmu.

Kod redizajna se promijenilo gotovo sve, od fonta, do animacije, veličine teksta, pa čak i sama animacija uvodne najave, ali unatoč tome nastojala ostati vjerna originalu, poštujući sklad žanrovski uvjetovanog stila kinetičkog tipografskog oblikovanja, zadržavajući vizualni identitet koji osigurava prepoznatljivost filma, a da je pri tome ona i dalje u skladu sa današnjim estetskim i tehnološkim zahtjevima.

5. LITERATURA

1. <http://candeo.blogspot.hr/2012/04/lorem-ipsum-test.html>
(datum pristupa: 10.8.2017.)
2. <http://blog.logodesignguru.com/movie-title-typeface-evolution/>
3. <https://chrismcmullen.wordpress.com/tag/genre-fonts/>
4. Timothy Samara. Design Elements, Rockport Publishers (2007.)
5. Ivan Vartanian. Typo Graphic, Goliga Books (2003.)
6. <https://www.smashingmagazine.com/2010/10/the-art-of-the-film-title-throughout-cinema-history/> (datum pristupa: 15.8.2017.)
7. <https://designschool.canva.com/blog/film-titles/> (datum pristupa: 16.8.2017.)
8. <https://www.forbes.com/sites/carminegallo/2014/01/24/mac-1984-steve-jobs-revolutionizes-the-art-of-corporate-storytelling/#71090163ecc5> (datum pristupa: 16.8.2017.)
9. <https://collections.museumvictoria.com.au/items/1231835> (datum pristupa: 16.8.2017.)
10. <http://www.creativebloq.com/typography/great-uses-typography-movies-10134995> (datum pristupa: 17.8.2017.)
11. https://hr.wikipedia.org/wiki/Adobe_After_Effects (datum pristupa: 17.8.2017.)
12. Harold Whitaker. Timing for Animation, Elsevier Ltd (1981.)
13. Chris Meyer. Trish Meyer After Effects Apprentice Real (2016.)

6. POPIS SLIKA

Slika 1. fontovi u nijemim filmovima	3
Slika 2. Space marine font	4
Slika 3. Orbitron font	4
Slika 4. Mashine font.....	4
Slika 5. Auriol font	5
Slika 6. Endor font.....	5
Slika 7. Merienda	5
Slika 8. Lust Script font	6
Slika 9. Shah font	6
Slika 10. Rosewood font	6
Slika 11. Smokum font	7
Slika 12. Creepsville font.....	7
Slika 13. Misproject font	7
Slika 14. Slikovni elemnti u tipografskoj svrsi	9
Slika 15. „Spiderman“ (2002)	11
Slika 16. Titlovi u filmu „Metropolis“ (1927)	13
Slika 17. Titlovi filma „King Kong“ (1933)	14
Slika 18. Uvodna najava u filmu „The good, the bad and the ugly“ (1966).....	15
Slika 19. Uvodna najava u filmu filmu „The Man With the Golden Arm“ (1955)	17
Slika 20. Uvodna najava u „James Bond“ serijalu	17
Slika 21. Naslovni titlovi u filmu „Pink Panther“ (1963).....	18
Slika 22. Naslov u filmu „Dr. Strangelove“ (1964.)	19
Slika 23. Sučelje programa VideoWorks	20
Slika 24. Uvodna najava u filmu „Star Wars: Return of the Jedi“ (1983)	21
Slika 25. Uvodna najava u filmu „Se7en“ (1995).....	22
Slika 26. Naslov u filmu „Chatch me if you can“ (2002).....	24
Slika 27. Skica za zgrade i letjelicu sa bočnog profila	28
Slika 28. Skice letjelice i glavnog lika	29
Slika 29. Crtež grada u Illustratoru	30
Slika 30. Crtež letjelice u Illustratoru	31
Slika 31. Crtež glavnog lika	31
Slika 32. Najčešće korištene rezolucije	33
Slika 33. Prozor za podešavanje opcija za kompoziciju	34
Slika 34. Sučelje programa	36
Slika 35. Osnovne opcije pri animaciji teksta	38
Slika 36. Manipulacija tekstem	39
Slika 37. Prozor za manipulaciju tekstem.....	40
Slika 38. Naslov filma u sučelju programa	43
Slika 39. Ispis radnje teksta.....	45
Slika 40. Povezivanje kompozicija sa pjesmom u pozadini	46

Slika 41. Prozor za odabir formata 48