



[Warner Bros. Pictures Animation](#) از هویت بصری تازه خود رونمایی کرد؛ لوگویی که در نگاه اول شاید تغییر بزرگی به نظر نرسد، اما در واقع آغاز فصل جدیدی برای این استودیوی انیمیشن‌سازی محسوب می‌شود. طراحی جدید با کنار گذاشتن جلوه‌های سه‌بعدی و فلزی گذشته، به سمت ظاهری ساده، دست‌ساز و هنرمحور حرکت کرده است؛ تغییری که با استراتژی تازه استودیو برای تولید آثار آینده نیز هم‌راستا است.

این هویت بصری جدید نخستین بار در جشنواره بین‌المللی انیمیشن Anecy معرفی شد؛ جایی که Warner Bros. Pictures Animation علاوه بر نمایش لوگوی تازه، برنامه تولید و اکران آثار سینمایی خود تا سال 2028 را نیز معرفی کرد.

خدا حافظی با افکتهای فلزی و سه‌بعدی

مهم‌ترین تغییر در لوگوی جدید، حذف ظاهر براق و فلزی سپر معروف [Warner Bros](#) است. در نسخه تازه، سپر کلاسیک همچنان حفظ شده اما با طراحی تخت، رنگ‌های مات و خطوط ساده‌تر نمایش داده می‌شود.

در بخش پایینی لوگو نیز کلمه «Animation» با تایپوگرافی دست‌نویس قرار گرفته است؛ انتخابی که از همان ابتدا بر ماهیت هنری و دست‌ساز انیمیشن تأکید می‌کند و حس خلاقیت بیشتری نسبت به نسخه‌های رسمی و صنعتی گذشته منتقل می‌کند.

[پیشنهادی: راز هارمونی رنگ؛ آموزش کامل ترکیب رنگ‌های حرفه‌ای در طراحی](#)

اینتروی جدید؛ از یک طراحی مدادی تا لوگوی نهایی

همراه با لوگوی تازه، این استودیو یک اینتروی جدید نیز معرفی کرده است. انیمیشن لوگو با یک اسکیچ مدادی آغاز می‌شود و به تدریج رنگ و جزئیات به آن اضافه می‌شود تا در نهایت نشان کامل استودیو شکل بگیرد.

حضور کوتاه شخصیت محبوب Tweety در این سکانس نیز ادای احترامی به تاریخ طولانی Warner Bros. Animation و شخصیت‌های کلاسیک آن محسوب می‌شود.

این سبک اجرا، برخلاف بسیاری از اینتروهای پرزرق‌وبرق امروزی، بیشتر بر فرآیند خلق اثر تمرکز دارد؛ موضوعی که پیام اصلی برند جدید را تقویت می‌کند.



هویتی که هنرمندان را در مرکز قرار می‌دهد

مدیران Warner Bros. Pictures Animation اعلام کرده‌اند که مسیر آینده این استودیو بر پایه فلسفه «Artists First» شکل گرفته است.

بر اساس این رویکرد، هر پروژه قرار نیست از یک سبک بصری ثابت پیروی کند. در عوض، هر فیلم می‌تواند هویت هنری، زبان تصویری و سبک طراحی مخصوص به خود را داشته باشد.

این تصمیم تفاوت مهمی با بسیاری از استودیوهای بزرگ انیمیشن ایجاد می‌کند؛ استودیوهایی که معمولاً تلاش می‌کنند تمام آثارشان از یک زبان بصری مشترک پیروی کند. Warner Bros. اکنون قصد دارد تنوع هنری را به یکی از ویژگی‌های اصلی برند خود تبدیل کند.

لوگویی که گذشته و آینده را به هم متصل می‌کند

یکی از جذاب‌ترین جنبه‌های طراحی جدید، ارتباط آن با تاریخ این استودیو است.

اسکچ اولیه لوگو یادآور روزهایی است که انیماتورها طراحی شخصیت‌ها را با مداد روی کاغذ آغاز می‌کردند. همچنین مدیران استودیو در مراسم رونمایی به ساختمان تاریخی Termite Terrace اشاره کردند؛ مکانی که بسیاری از شخصیت‌های افسانه‌ای Warner Bros. مانند Bugs Bunny، Daffy Duck، Porky Pig و Tweety در آن متولد شدند.

به همین دلیل، لوگوی جدید تنها یک تغییر ظاهری نیست؛ بلکه ادای احترامی به میراث هنری این استودیو نیز محسوب می‌شود.

هم‌زمان با معرفی آثار جدید

در کنار رونمایی از هویت بصری، Warner Bros. Pictures Animation بخشی از برنامه آینده خود را نیز معرفی کرد.

[بیشتر بخونید : برند بوک چیست؟ راهنمای جامع برای درک هویت برند](#)



از جمله پروژه‌هایی که در این رویداد معرفی شدند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- The Cat in the Hat
- Bad Fairies
- The Lunar Chronicles
- Margie Claus

همچنین انیمیشن کوتاه Daffy Season نیز به‌عنوان یکی از تولیدات آینده این استودیو معرفی شد.

این برنامه نشان می‌دهد که Warner Bros. Pictures Animation قصد دارد طی سال‌های آینده حضور پررنگ‌تری در سینمای انیمیشن داشته باشد.

جمع‌بندی

لوگوی جدید Warner Bros. Pictures Animation تنها یک بازطراحی ساده نیست، بلکه نمایانگر تغییر رویکرد این برند به خلاقیت و فرآیند تولید آثار انیمیشنی است. حذف جلوه‌های سه‌بعدی، استفاده از تایپوگرافی دست‌نویس و نمایش فرآیند طراحی در اینتروی جدید، همگی بر ارزش هنر دست و نقش هنرمندان در شکل‌گیری هویت استودیو تأکید دارند.

این بازطراحی نشان می‌دهد که حتی برندهای با سابقه نیز برای حفظ ارتباط با مخاطبان امروزی، گاهی به جای حرکت به سمت جلوه‌های پیچیده‌تر، سادگی، اصالت و روایت بصری را انتخاب می‌کنند؛ رویکردی که می‌تواند الهام‌بخش بسیاری از پروژه‌های طراحی هویت بصری در سال‌های آینده باشد.

منبع : community.designtaxi.com