



گرافیک تبلیغات

نویسندگان:

بابک شمس ناتری

مهسا نیکنام

حامد باقری توستانی

مشخصات کتاب

سرشناسه: شمس ناتری، بابک،
عنوان و نام پدیدآور: گرافیک تبلیغات
نویسنده: بابک شمس ناتری
مهسا نیکنام
حامد باقری توسستانی
مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۱
مشخصات ظاهری: ۲۱۸ صفحه
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۶۷-۲
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
موضوع: آگهی های تبلیغاتی
موضوع: طراحی گرافیک (چاپ)
رده بندی کنگره: HF۵۸۲۳

دست اندرکاران

صفحه آرا: فاطمه رحمتی
طراح جلد: رضا رضوانی
شمارگان: ۵۰۰ جلد
قیمت: ۱۳۰۰۰۰ تومان
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱
نوبت چاپ: اول
چاپ و صحافی: سردی

رده بندی دیویی: ۶۵۹/۱
شماره کتابشناسی ملی: ۹۱۰۷۲۱۷

انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب های مدیریت،
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز
می باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی،
تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون اجازه
ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

پلاک ۳۰۰، طبقه اول، واحد ۴

تلفن ۱۵-۶۶۹۵۶۸۱۲

پیشگفتار

این اعتقاد وجود دارد که طراحی گرافیک، پیشه یا هنر ارتباط بصری است، واقعیت کلام هم این است که در جامعه امروز کارکرد متفاوت تری از گذشته دارد و هرروز نیز اثرگذاری آن در حوزه‌های مختلف بیش از پیش نمایان است. با پیشرفت تکنولوژی و گسترش شبکه‌های اجتماعی، اشکال جدیدی از اقداماتی که می‌توان با گرافیک به وجود آورد پدیدار می‌شود، اتفاقاتی کم‌نظیر که قطعاً در خیلی از رشته‌های هنری، خیلی از تخصص‌ها، حرفه‌ها و ... مؤثر است.

نیک می‌دانیم که تاریخ هنر گرافیک دارای مراحل پیدایش، تدوین و تکامل یک هنر فاخر است، در دوران اولیه هنر، گرافیک سنتی و گرافیک مدرن شاهد رخدادها و رویدادهایی هستیم که موبک غنای تاریخی این هنر است. گرافیک اگرچه با دو مفهوم سنتی و نوین متمایز دیده می‌شود ولی آنچه در دنیای امروز کاربردی است شکلی جدا از این دو مفهوم نیست و به تعبیری مفاهیم گرافیک قدیم و جدید هر دو در جای خود کارکرد، کاربرد و ... دارند. گرافیک حیطة‌ای از هنرهای تجسمی است ولی باید این واقعیت را پذیرفت که این هنر دارای کاربردهای متنوع، متعدد و گسترده‌ای است.

همان‌طور که می‌دانیم و بارها اشاره شد، گرافیک اثری هنری است و این اثر، قابلیت آن را دارد که در کوتاه‌ترین زمان ممکن از طریق کارکرد بصری پیامی را به گیرنده یا مخاطب برساند. طراحی گرافیک و چگونگی کاربرد آن در تبلیغات، یکی از موضوعات اساسی است که اگر به صورت اصولی مورد بحث قرار گیرد، قطعاً این موضوع مهارتی می‌تواند شکلی مؤثرتر داشته باشد.

اشاره شد که یکی از اهداف اصلی طراحی گرافیک ارسال پیام خاصی است، اما باید افزود که در پی آن انتقال پیام، نتیجه‌ای مطلوب حاصل خواهد شد. در طراحی گرافیک، تخصص‌ها، مهارت‌ها، حیطه‌ها و... متعدد و مختلف وجود دارد و کاربردهای امروز طراحی گرافیک با توجه به گسترش اشکال چشمگیر فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و... مخاطبان فراوانی دارد. شناخت گرافیک و تأثیر آن بر تبلیغات می‌تواند ما را یاری کند که بدانیم طراحان تبلیغات نیازمند چه مهارت‌هایی هستند، به چه توانایی، دانش و تخصصی برای انجام کار حرفه‌ای خود نیاز دارند.

در کتاب "گرافیک و تبلیغات" به دو کلیدواژه گرافیک و تبلیغات به صورت دقیق پرداخته شد، این نوع نگاه در پرداخت کتاب می‌تواند عاملی باشد که با بهره‌مندی از دانش و تجربه، طراحان گرافیکی کارهایی فاخر تولید کنند. طراحان گرافیکی با ویژگی‌هایی مثل، ایده پردازی، خلاقیت، هوشمندی، ابتکار، جذابیت و... می‌توانند آثاری مثال‌زدنی تولید کنند، آثار هنری وزین که دارای کاربرد و کارکرد اثربخش باشد. در کتاب "گرافیک و تبلیغات" به موضوعات مرتبط با هنر گرافیک، تبلیغات و... پرداخته می‌شود.

تلاش شد با یک کار تیمی و با دقت بالا، اثری اگرچه تخصصی اما روان برای مخاطبان باشد، امید آن داریم این اثر فرهنگی بتواند بخش کوچکی از نیاز جامعه فرهنگی و هنری، مطالعاتی و علمی در حوزه‌های مرتبط برآورده سازد. سعی شد از منابع متعدد، مختلف و متنوع، برای انتقال مطالب، مفاهیم و موضوعات مورد نیاز استفاده شود. البته در مسیر گردآوری محتوا، تلاش شد تا نهایت امانت‌داری صورت گیرد، سعی شد در تولید محتوا هم کیفیت قربانی افزایش مطالب و کمیت محتوایی نشود. امید آن داریم "گرافیک و تبلیغات"، کتابی وزین و موردپسند، طبع مشکل‌پسند اهالی خرد و دانایی قرار گیرد.

بابک شمس نائری

مهسا نیکنام

حامد باقری توسستانی

فهرست

صفحه

عنوان

۱۱ مقدمه

۱۳	فصل اول: کلیات
----	----------------

۱۳ مقدمه

۱۴ هنر

۱۴ تعریف هنر

۱۶ تعریف صنعت

۱۷ هنر و صنعت

۱۸ رابطه هنر و صنعت

۲۰ صنعتی شدن فرهنگ و هنر - مکتب انتقادی

۲۲ تأثیرات صنعتی شدن بر هنر

۲۵ تأثیرات هنر بر صنعت

۲۶ بررسی موردی: سینمای هالیوود

۲۷ هنرهای بصری

۳۲ هنر تصویری

۳۵ نتیجه گیری

۳۷ سؤال های فصل اول

۳۹	فصل دوم: گرافیک
----	-----------------

۳۹ مقدمه

۴۰ تعریف گرافیک

۴۱ انواع گرافیک

۴۱	خاستگاه‌های هنر گرافیک
۴۳	گرافیک سنتی
۵۳	مفاهیم بصری و دیداری گرافیک
۵۳	گرافیک مدرن
۵۴	ابداع چاپ سنگی و تأثیر آن در گرافیک
۶۳	مبانی گرافیک
۸۲	رنگ و تأثیر آن در گرافیک
۸۴	تناسب طلایی
۸۵	تعریف تناسب طلایی
۸۵	سبک‌های گرافیک
۹۱	گرافیک و تکنیک‌های ارائه
۱۰۲	زیبایی‌شناسی و گرافیک
۱۰۳	روانشناسی گرافیک
۱۰۴	اطلاعات و گرافیک
۱۱۱	گرافیک و تصویرسازی
۱۱۲	گرافیک تزئینی و محیطی
۱۱۵	گرافیک محیطی در جامعه امروزی
۱۱۶	گرافیک در خدمت معماری
۱۲۱	گرافیک در خدمت محیط شهری
۱۲۲	هنر گرافیک در سینما و تلویزیون
۱۲۴	هنر گرافیک در عکاسی
۱۳۱	گرافیک در عصر انقلاب الکترونیک
۱۳۳	طراحی گرافیک در دهکده جهانی
۱۳۵	نتیجه‌گیری
۱۳۷	سؤال‌های فصل دوم

۱۳۹	مقدمه
۱۳۹	مبانی تبلیغات
۱۴۱	پیام
۱۴۱	ارتباط
۱۴۲	انواع تبلیغ
۱۴۷	ضرورت و اهمیت تبلیغات
۱۴۷	نگاهی اجمالی به تاریخچه تبلیغ
۱۵۰	نیاز انسان و کاربرد آن در تبلیغ
۱۵۵	مخاطب‌شناسی در تبلیغات
۱۵۷	تعریف تبلیغات تجاری
۱۵۸	مؤلفه‌های تبلیغات تجاری
۱۵۹	آشنایی با رسانه‌ها به عنوان ابزار فعالیت‌های تبلیغاتی
۱۶۳	استراتژی ارتباطی و ایده پردازی خلاق
۱۶۴	خلاقیت در تبلیغ
۱۶۶	بازار سنجی و پژوهش تبلیغ
۱۶۷	تعیین بودجه تبلیغاتی
۱۷۵	کمپین تبلیغاتی
۱۸۰	طراحی آگهی تبلیغاتی
۱۸۴	نتیجه‌گیری
۱۸۵	سؤال‌های فصل سوم

۱۸۷ مقدمه
۱۸۸ رابطه تبلیغات و گرافیک
۱۸۹ نقش طراحی گرافیک در تبلیغات
۱۸۹ موشن گرافیک
۱۹۱ تلاش های معاصر در بازنمایی حرکت
۱۹۴ نخستین حرکت ها
۱۹۴ نخستین حرکت های تعاملی
۱۹۵ فناوری جدید
۱۹۶ تولید تصاویر سه بعدی در محیط ها
۱۹۸ طراحی داخلی
۱۹۹ طراحی نمایشگاه
۲۰۰ سطوح خارجی متحرک (Animated Exteriors)
۲۰۰ اجرا
۲۰۱ ایده پردازی در طراحی آگهی تجاری
۲۰۲ بررسی هنر طراحی گرافیک در عرصه تبلیغات و بازاریابی
۲۰۳ فعالیت های اصلی طراحان تبلیغاتی
۲۰۳ ویژگی های یک طرح تبلیغاتی برتر
۲۰۴ تأثیر طراحی گرافیک در تبلیغات
۲۰۶ طراح تبلیغات و طراح گرافیک چگونه باهم کار می کنند؟
۲۰۷ نتیجه گیری
۲۰۸ سؤال های فصل چهارم
۲۰۹ منابع

مقدمه

به نام خداوند، برترین هنرمند هستی

در دنیایی زندگی می‌کنیم که سرشار از هنر و زیبایی است و خالق این هنر خداوند متعال است. انسان را می‌توان تنها موجودی این جهان هستی عنوان کرد که دارای تفکر، تعقل و اندیشه است، لذا با بهره از این فرصت می‌بایست برای درک بهتر جهان هستی از آن بهره‌مند شود تا در مسیر تعالی قرار گیرد.

یکی از ابزارهای مؤثر در توسعه پایدار، تبلیغات است، این ابزار نقش بسیار مهمی در توسعه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ایفا می‌کند. هنگامی تبلیغات می‌تواند تأثیرگذار و اثربخش باشد که بتواند از تمامی مفاهیم و تکنیک‌های هنری بهره‌گیرد و این بهره‌مندی منجر به اتفاقات بزرگ شود.

یکی از تکنیک‌های مفید و ارزنده برای تبلیغات کاربردی و اصولی، آشنایی با هنر گرافیک و استفاده درست و بجا از آن است. آشنایی هنر گرافیک و بهره‌مندی از آن در تبلیغات می‌تواند یک فرصت برای انتقال مفاهیم همراه با یک اجرای اصولی باشد. باید اذعان داشت که در سال‌های اخیر به این جنبه از تبلیغات نگاه ویژه‌ای شده، اما همواره لازم است به وجوه مختلف تبلیغات توجه شود تا بتوان درک بهتری از موضوع به دست آید.

کتاب حاضر به قلم نویسندگانی به زیر طبع آراسته شد که در عرصه هنر و تبلیغات از تجربه چندین ساله برخوردار بوده‌اند و نگاه جامع و عمیقی که منتج به کاربردی شدن گرافیک در تبلیغات بوده در صفحات مختلف کتاب به خوبی دیده می‌شود. این کتاب به اهمیت گرافیک و نقش خلاقیت در آن نگاه ویژه‌ای داشته و نیز به رابطه گرافیک و تبلیغات و استفاده از ترندهای گرافیکی به عنوان ابزاری کاربردی در تبلیغات به زیبایی پرداخته است.

در پایان اینکه، کتاب توانست با استفاده از محتوای مرتبط با تبلیغات به عنوان موضوعی که بسیاری از هنرها را به خدمت گرفته، هدفمند عمل کند. با مطالعه فصول مختلف این اثر می‌توان دریافت، چیدمان مطالب توانسته از تبلیغات که اصلی‌ترین وظیفه خود یعنی انتقال پیام در حوزه‌های مختلف از جمله فرهنگ و کسب‌وکار است استفاده نماید تا بتواند اطلاعاتی را به مخاطب برساند و در او مؤثر شود.

مریم کیا کجوری

رئیس هیئت مؤسس دانشگاه علمی کاربردی مرکز فرهنگ و هنر ۲ مازندران - نوشهر