

صفحه آرایشی

و

تأثیر آن بر تبلیغات

مؤلف : محمد فاضلی

سرشناسه	: فاضلی، محمد، ۱۳۶۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: صفحه‌آرایی و تأثیر آن بر تبلیغات / مولف محمد فاضلی.
مشخصات نشر	: تهران : هزار رنگ، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۷۶ ص.: مصور؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
شابک	: 978-600-93867-2-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: صفحه‌آرایی
موضوع	: تبلیغات
موضوع	: آگاهی‌های تبلیغاتی -- صفحه‌آرایی و حرفه‌بینی
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۲۷ ص۲ / ۲۴۶۲
رده بندی دیویی	: ۶۸۶/۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۲۱۰۷۷۱

صفحه آرایی و تأثیر آن بر تبلیغات

مولف : محمد فاضلی

ناشر : هزار رنگ

نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۲

شمارگان : ۲۰۰۰

قیمت : ۴۰۰۰ تومان

شابک : ۷ - ۲ - ۹۳۸۶۷ - ۶۰۰ - ۹۷۸

دفتر مرکزی : ۸۸۳۴۰۲۴۰

چکیده

در این کتاب ابتدا نگاهی به تاریخچه صفحه آرایی در جهان و ایران شده است. همچنین مواد و مصالحی که در گذشته مورد استفاده بوده بررسی شده اند. سپس به آشنایی با صفحه آرایی و اصول آن پرداخته و در مرحله بعد انواع صفحه آرایی از جمله مجله، کاتالوگ و کتاب معرفی شده است. در رابطه با صفحه آرایی کتاب به ترکیب بندی و تصویر سازی نیز پرداخته شده است.

پس از صفحه آرایی کتاب به مرحله تبلیغات رسیده که در این زمینه به طور کلی صحبت شده است. همچنین نگاهی به گذشته تبلیغات شده که در این رابطه بیشتر تبلیغات کتاب در گذشته مورد توجه بوده است.

در آخرین مرحله ابزارهای یک کمپین تبلیغاتی معرفی شده و در زمینه طراحی و اصول هر کدام مطالبی بیان شده است. همچنین در مورد تبلیغات و گرافیک محیطی و تاثیرات آن صحبت شده است.

فهرست مطالب

۷	 مقدمه
۹	 فصل اول : تاریخچه
۹	 ۱-۱ تاریخچه صفحه آرایی و کتابت
۹	 ۱-۲ آغاز نگارش و ابداع خط
۱۱	 ۱-۳ صفحه آرایی و کتابت در ایران
۱۷	 فصل دوم : صفحه آرایی
۱۷	 ۲-۱ تعریف صفحه آرایی
۱۹	 ۲-۲ عناصر مورد بحث در صفحه آرایی
۲۰	 ۲-۳ مواد و مصالح
۲۶	 ۲-۴ ارتباط عناصر بصری در صفحه آرایی
۳۰	 ۲-۵ نقطه کانونی
۳۰	 ۲-۶ ارزش خاکستری
۳۲	 ۲-۷ رنگ
۳۳	 ۲-۸ حروف
۳۴	 ۲-۹ حروف دیجیتالی
۳۶	 ۲-۱۰ تیترا

۳۷.....	۲-۱۱ به کار گیری رنگ در تیمتر
۳۹.....	فصل سوم : انواع صفحه آرایى
۳۹.....	۳-۱ صفحه آرایى مجله
۴۵.....	۳-۲ بروشور و کاتالوگ
۵۱.....	۳-۳ صفحه آرایى کتاب
۶۳.....	فصل چهارم : کمپين تبلیغاتی
۶۳.....	۴-۱ تبلیغات در گذشته با تاکید بر آگهی کتاب
۶۵.....	۴-۲ تبلیغات
۶۶.....	۴-۳ تبلیغات محیطی
۷۰.....	۴-۴ بیلبورد
۷۱.....	۴-۵ پوستر
۷۴.....	۴-۶ طراحی روی اتوبوس و مترو، استند، بنر
۷۵.....	فصل پنجم: نتیجه گیری

مقدمه

برای فروش یک کالا اولین قدم تبلیغ و معرفی به بازار است. برای یک تبلیغ خوب نیازمند یک کمپین تبلیغاتی مناسب هستیم تا با توجه به نوع محصول و شناخت فضای بازار بستر لازم را فراهم آوریم. هدف کمپین تبلیغاتی معرفی و شناساندن کالا به مخاطب و یا ایجاد یک برند و یا فرهنگ سازی برای یک مساله اجتماعی می باشد. کمپین تبلیغاتی تمامی ابزارهای موجود تبلیغاتی را برای برآورده سازی هدف به کار می گیرد، که شامل پوستر، برشور، کاتالوگ، بیلبرد، تابلوهای شهری مانند تابلوهای پل عابر، تراکت و... می باشد.

معمولا در تمامی این گزینه ها عناصر ثابتی مانند رنگ، لوگو و شعار مشترک است و به این وسیله کالای تبلیغ شده در هر جا که دیده شود برای مخاطب آشناست.

متأسفانه همیشه به صفحه آرایي به عنوان یک کار کسالت آور نگاه شده است و به این دلیل منابع زیادی در این زمینه موجود نیست. در صورتی که کتاب و کتاب خواندن نقش مهمی در رشد فرهنگ و سواد جامعه داشته و توجه به صفحه آرایي زمینه مناسبی برای کمک به این مهم می باشد.

یک کتاب برای خواننده شدن نوشته می شود. بسیاری از کتاب ها به دلیل شناخته نشدن ناخوانده باقی مانده و چه بسا فرد یا افرادی در جست و جوی آن بوده ولی به دلیل ناشناخته بودن به آن دسترسی نداشته اند. برای مثال اگر یک کتاب آموزش فیلم سازی برشور یا کاتالوگ خود را در مکان هایی مانند تاتر شهر یا دانشکده های هنر قرار دهد اشخاصی که نیازمند این زمینه از آموزش هستند سریع تر به مقصود خود خواهند رسید و همچنین انتظارات ناشر برآورده خواهد شد.