

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۳۲۵۹۲



دانشگاه شاهرود

دانشکده هنر

پایان نامه

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

رشته ارتباط تصویری

عنوان

تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات مطبوعاتی

استاد راهنما

آقای پرویز اقبالی

استاد مشاور

آقای محسن محمدی

۱۳۸۸ / ۱۲ / ۱۷

نام دانشجو

معصومه اشرفی

دی ماه و سال ۱۳۸۷

تعمیرات درازمدتی
تعمیرات



۱۳۲۵۹۲



دانشگاه شاهرود
دانشکده هنر

به نام خدا

تمامی حقوق مادی و معنوی این پایان نامه تحصیلی متعلق به دانشگاه شاهرود است و هر گونه نقل مطالب یا ذکر نام دانشگاه شاهرود، نام استاد راهنما و دانشجو بلامانع است. دانشجویان در صورتی می توانند نسبت به چاپ مقاله مستخرج از پایان نامه خود اقدام کنند که مقاله مورد تأیید استاد راهنما قرار گرفته باشد. همچنین به هنگام چاپ مقاله ذکر نام استاد راهنما ضروری است. عدم رعایت موارد فوق موجب پیگرد قانونی است.

معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی



دانشگاه هنر
دانشکده هنر

پایان نامه

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

رشته ارتباط تصویری

عنوان پایان نامه : تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات

مطبوعاتی

استاد راهنما: آقای پرویز اقبالی

عنوان پروژه عملی : تصاویر دنباله دار گرافیکی تبلیغاتی

استاد راهنما: آقای علیرضا کاویان راد

استاد مشاور: آقای محسن محمدی

نام دانشجو

معصومه اشرفی

دی ماه سال ۱۳۸۷



صورتجلسه دفاع

بدین وسیله جلسه دفاعیه کارشناسی ارشد خانم معصومه اشرفی دانشجوی رشته: ارتباط تصویری رساله نظری: نقش تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات مطبوعاتی پروژه عملی: تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات

در تاریخ ۱۷/۱۱/۲۹ برگزار و نمره رساله نظری ۱۸۱۸ و پروژه عملی ۱۷۳۲ و میانگین آن به عدد ۱۸۱.۹ و به حروف هجده و سه اعلام می گردد.

اعضای هیات داوران

امضاء

۱- آقای پرویز اقبالی (استاد راهنما)

امضاء

۲- آقای علیرضا کاویان راد (استاد پروژه عملی)

امضاء (غائب)

۳- آقای محسن محمدی (استاد مشاور)

امضاء

۴- آقای مجتبی رمزی (داور مدعو)

امضاء

۵- آقای سید نظام الدین امامی فر (داور داخلی)

امضاء

۶- آقای مهدی پورضائیان (نماینده تحصیلات تکمیلی)

مدیر گروه رشته: ارتباط تصویری - گرافیک

نام و نام خانوادگی: عبدالرضا جارئی

امضاء

تقدیم به عزیزتر از جانم ، همسرم ...

و دو فرزند دلبندم

با تشکری وافر از جناب پرویز اقبالی که در امر تحقیق و تهیه
موضوع رساله از هیچ کوششی دریغ نورزیدند و با تشکر از
جنابان علیرضا کاویان راد و محسن محمدی که با ذکر نکات
ضرور در زمان مقتضی راهنمایم بودند.



دانشکده هنر دانشگاه شاهد

چکیده پایان نامه

این چکیده به منظور چاپ در نشریات دانشگاه تهیه شده است

عنوان پایان نامه: تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات مطبوعاتی

استاد راهنما: آقای پرویز اقبالی

استاد مشاور: آقای محسن محمدی

نام دانشجو: معصومه اشرفی

شماره دانشجویی: ۸۴۷۴۹۷۰۰۱

رشته: ارتباط تصویری

چکیده

این تحقیق در مورد تصاویر دنباله دار گرافیکی تبلیغات مطبوعاتی بود که انجام شد. نمونه هایی تصویری به دست آمد لکن از منابع مربوط به آن چیزی یافت نشد. لذا پس از بررسی، منابعی را که به طور غیر مستقیم زیربنای این نوع آثار بود تهیه و مطالعه شد. نتیجه این شد که «قطعاً» باید برای تبلیغ محصول داستانی خلق، سپس با نگاه مدبرانه، به فیلمنامه و دکوپاژ تبدیل شود. آنگاه خلق شخصیت و تصویرسازی انجام گیرد. ایجاد انگیزش در مخاطب برای دنبال کردن داستان، نتیجه مهم فیلمنامه و دکوپاژ است. پس از آن، تصویر خلق شده، داستان را در خود می بلعد. این تصاویر واسطه میان ذهن طراح و ذهن مخاطب است.

اجرای این آثار ابتدا به طریق دستی، طراحی شد و سپس در رایانه اجرای کامل صورت گرفت. اگرچه این نوع آثار در جامعه آزمایش نشده اما با گرایش پیشین جامعه به داستان های مصور امید است این روش نوین و شیوا یک راه بیانی مناسب برای گفتن بهترین پیام باشد که به صنعت تبلیغات اضافه می شود.

واژگان کلیدی: تصویر دنباله دار (Comic Strip)، تبلیغات (Advertising)، زمان بندی تصاویر،

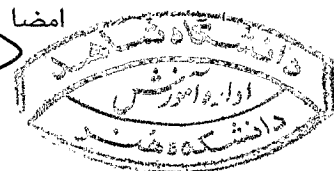
(Time In Picture)، کادر (Frame)، حرکت (Motion).

نظر استاد راهنما: برای چاپ در نشریات مربوط به دانشگاه مناسب است.

تاریخ

۸۸ / ۲ / ۱

امضا



Handwritten signature and name of the supervisor, 'واهنه' (Vahaneh).

فهرست مطالب

۱ - مقدمه ۱

۲- فصل اول

بخش اول

۹ - تصویر چیست؟ ۹

بخش دوم

۲۲ - معنی تصویرسازی کدام است؟ ۲۲

بخش سوم

۴۸ - تجلیات متنی زبان ۴۸

۵۴ - تجلیات متنی تصویر ۵۴

۶۱ - رابطه میان کلمه و تصویر ۶۱

بخش چهارم

۷۰ - تصویر سازی کتاب ۷۰

۸۷ - تصاویر دنباله دار گرافیکی ۸۷

۹۷ - گرافیک ۹۷

۲ - فصل دوم

بخش اول

۱۱۰ - تصاویر دنباله دار گرافیکی (داستانهای تصویری) کدامند؟ ۱۱۰

۱۲۲ - دکوپاژ ۱۲۲

۱۲۶ - تاریخچه این نوع آثار در جهان ۱۲۶

۱۶۳ تاریخچه این نوع آثار در ایران -

بخش دوم

۱۸۸ عناصر اصلی در تصاویر دنباله دار گرافیکی -

۱۹۷ حرکت -

۲۰۵ کادر -

۲۱۳ زوایا -

۲۱۹ ریتم -

۲۲۰ بالن -

۲۲۳ رنگ -

۳- فصل سوم

بخش اول

۲۲۹ تبلیغات و انواع آن -

۲۳۳ انواع تبلیغات -

بخش دوم

۲۳۸ پیام تبلیغات -

۲۳۸ پیام تبلیغات تصویری -

۲۴۰ پیام تبلیغات نوشتاری -

۲۴۰ پیام تبلیغات شنیداری -

بخش سوم

۲۴۴ سازماندهی تصویر -

۲۴۵ ماهیت ظاهری -

۲۴۷ ماهیت درونی -

۲۴۹ زبان تصویری در تبلیغات -

- نگارش در تصویر برای تبلیغ ۲۵۴

بخش چهارم

- تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات مطبوعاتی (تجاری) ۲۵۸

- فیلمنامه و دکوپاژ ۲۷۴

بخش پنجم

- طراحی، اجرا و جاذبه های تصویری آن ۲۸۲

بخش ششم

- تجزیه و تحلیل نمونه آثار به دست آمده ۳۱۲

نتیجه گیری ۳۴۹

فهرست منابع و مأخذ ۳۵۱

فهرست اشکال ۳۵۴

فهرست اشکال تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات (تجزیه و تحلیل) ۳۵۸

فهرست تصاویر پروژه عملی ۳۵۹

عنوان پروژه عملی ۳۶۰

تصاویر پروژه عملی ۳۶۲

چکیده لاتین

عنوان لاتین

پیشگفتار

زمانی که وقت انتخاب موضوع رساله ام فرا رسید، باید پاسخگوی ضمیرم که مدت ها منتظر آن بود، می شدم. از آن جایی که اصولاً به هر چیزی که می نگرم، ناخودآگاه به درون و برونش می اندیشم و معمولاً موضوعاتی چند که در مقابل دیده گانم قرار گیرند؛ بالفطره مورد تجزیه ... و تحلیل قرار می دهم، لذا جهت انتخاب به یک موضوع بنیادی وریشه ای روی آوردم، «هنر در دنیای کودک». البته این را با توجه به تحقیقات گذشته ام انتخاب کرده بودم. همراه با مطالعه و تحقیق، مدت زمانی را صرف آموزش کودکان کردم، تا هر آنچه که در کتب تألیف شده، خوانده بودم، به عینه دیده و درک کنم. چیزهایی متوجه شدم که جذابیت موضوع را برایم چند برابر کرد. لذا تصمیم بر آن داشتم که موضوع رساله ام قرار گیرد.

هنگامی که می بایست پایه های این موضوع را می چیدم به دنبال مقدماتش رفتم. با اساتیدی در مورد موضوع مطروحه، مشورت کردم (با کسانی که تا حدودی آگاهی در این زمینه داشتند). نتیجه مشورت ها، انصراف از انتخاب موضوع بود. زیرا گستردگی آن در حدی بود که «شاید» از پس بلند کردن این بار سنگین بر نمی آمدم. پیشنهاد استاد را محترم شمرده و به موضوع دیگری که البته بر همین بنا به طریقی نهاده شده بود، روی آوردم. ناگفته نماند چون در مورد موضوع دوم، هم تحقیق داشته و هم نمونه ای انجام داده بودم، این تصمیم را گرفتم.

موضوع رساله نظری ام «داستان های گرافیکی دنباله دار» بود. این موضوع را در پیش طرح نامه نوشته و ارائه نمودم ، سپس منتظر پاسخ جهت تأیید یا عدم آن ماندم . مدتی پس از طرح موضوع در شورای تحصیلات تکمیلی دانشگاه ، عنوان موضوع رساله به «تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات مطبوعاتی» تغییر نام یافت . موضوع برایم جذاب تر نمود و با علاقه مندی پذیرفته و درصدد تهیه مقدمات جهت پی ریزی بنای آن برآمدم . ریشه های موضوع را بررسی کردم . در تک تک معانی هر ریشه نفوذ کردم . البته تا جایی که زمان و توانم اجازه می داد . زیرا تجربه ها ، اندوخته ها و آگاهی های ذهنم ، توانم را رقم می زد .

این مبحث ریشه در چندین تخصص دارد : ۱- علم روان شناسی ۲- هنر و فن ارتباط تصویری ۳- هنر تصویر سازی ۴- هنر نویسندگی و فیلمنامه نویسی ۵- هنر کمیک استریپ (Comic Strip) ۶- فن طراحی دقیق . این فنون تخصصی هر کدام دامنه وسیع داشته و برای آموختن هر کدام به طور جداگانه زمان می خواهد .

به دنبال تصاویری که تا آن زمان ، نه دیده و نه به آن اندیشیده بودم ، می گشتم . البته «شاید» تصاویری در این مورد بخصوص دیده اما به دلیل عدم آشنایی روی تخصصی بودن این شاخه ، نظرم جلب نشده بود . در هر صورت ، در آن زمان ، دستم کاملاً تهی بود . به دنبال پیشینه این شاخه تخصصی گشتم . بسیار گشتم . به کتابخانه های دانشگاه شاهد و دانشگاه هنر مراجعه ، همچنین سایت های متعدد شبکه جهانی را جستجو کردم . در شبکه جهانی چیزی نیافتم . حتی بعد از کنترل شبکه اینترنتی از کتابخانه های دانشکده های هنر در سطح ایران (توسط پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران وابسته به وزارت علوم تحقیقات و فن آوری) نیز در این زمینه بخصوص نمونه ای نیافتم . حتی به افرادی که احتمال می دادم منابعی دارند ، مراجعه کردم . از استاد راهنمایم کتبی چند به امانت گرفتم .

در آخر با بررسی چندین و چند کتاب «Show Case» موفق به یافتن ۹ نمونه به عنوان پیشینه این آثار ، شدم . البته فقط تصویر نه متن . لازم به ذکر است که متون مرجع را برای ریشه های متعدد یافته ، مطالعه و بررسی کردم .

بر مبنای آن ها باز هم نظرم به ریشه هایی دیگر جلب و عزم به بررسی آن ها نمودم تا بدانم چه منابع دیگری باید بیابم . بیش از یکسال تحقیق و مطالعه ، اقدام به تألیف رساله کردم البته پروژه عملی ام را نیز با همین عنوان برگزیدم تا موضوع منتخب برایم کاملاً ملموس شود .

لازمه زندگی انسان زنده بودن است و لازمه زنده بودن حرکت . زیرا انسان در جهانی می زید که به حرکت ، زنده است . همین حرکت در جهان ، وجوهی را نمایش می دهد و وجوهی را از دیده ها پوشیده می دارد . از یک طرف قلیلی از انسان ها به دلایلی وجوه رؤیت شده و درک شده را به ثبت می رسانند تا ودیعه ای برای آیندگان باشد . پیروان و جویندگان نور و آگاهی ، هر کدام با ظرفیت هایی دریافتش می کنند . گرچه صرفاً وجوهی اندک از بی نهایت مجهولات به معلومات تبدیل می شود . هنر یکی از بسترهایی است که در آن ودیعه های به ارث مانده تجلی می کند . هنر به طور فطری در مغز و قلب انسان ثبت می شود . همگام با خاطره ها زنده می شود ، به فراخور زمان ، تحلیل و با امکانات معاصر انسان ، در زندگی جریان می یابد . این رودخانه افکار ، گاه با اوهام همراه است و گاه خلوصش موجب دیده شدن دیگر وجوه می شود . گاه آرام است گاه خروشان و گاهی نیز به دلایل عدیده ، با معجونی چون برتری طلبی ، خواسته های نابجا و دیگر آلاینده های فکری چنان در هم و آشفته می شود که گویی کلافی سر در گم است و هرگز رنگ شفافیت را نخواهد دید . لذا پالاینده هایی فکری می طلبد تا تصفیه کند این جریان به خروش افتاده از مسیر خارج شده را .

از طرفی دیگر ، چون به عینه منقذهای متعددی در جامعه ، جهت نفوذ افکار بیگانه (بیگانه از راه حق) مشاهده کرده و می کنم ، سنگینی بار مسئولیت را بیش از پیش احساس می نمودم . به طور طبیعی افرادی که گام هایی بیشتر و پیشتر از عام جامعه به هر طریق ممکن و به هر میزان ، بر می دارند ، دیده بانان جامعه اند . لذا هوشیاری بیش از پیش ، ضرورتی خاص دارد . در لاک خود فرو رفتن و به دور خود باورهای کسب شده را بارها و بارها تنیدن ، هرگز جایز نبوده ، نیست و نخواهد بود . پیش رفتن ، از بن بست ها نهراسیدن ، با تلاش های پیگیر ، راه های مسدودی که رو به تزیاد است ، گشودن و خسته ناپذیر بودن را سرلوحه قرار دادن ، امتیاز است که باید در کسب آن ها سبقت گرفت . « والسَّابِقُونَ السَّابِقُونَ اولئک المقربون » .

زیرا بیگانگان با راه حق ، لحظه ای آرام و قرار ندارند . به طور دائم با تلاش های پیگیرشان و با بیگانه کردن دوستانمان به تعدادشان می افزایند . لذا از بعد کمیّت رشد و قوّت یافته و بر عکس از نیرو و توان متخصصین متعهد کاسته می شود و ضایعاتی به بار خواهد آمد که شاید نتوان جبران کرد . پس لحظه ای خوش باوری ناشی از عدم آگاهی و یا بی تفاوتی و بی تعهدی ، طبق حکم الهی جایز نمی باشد . پس با عزمی جزم طبق پیشینه فکری ام ، مسیرم را انتخاب نمودم . اینک هنگامه آن ، تألیف رساله ای است که پیش رو قرار دارد . سعی ام بر آن بود تا اثری ارائه دهم که روشنگر راه مراجعه کنندگان باشد . تا بخوانند ، بفهمند ، سپس ... ببینند ! تلاش از من ، قضاوت از مخاطبین و جزا از خداوند .

مقدمه

آنگاه که تصوّر ذهن مصوّر شود ، قابل رؤیت می شود . رؤیت تصوّرات ذهنی موجب می شود تا ما ببینیم و بفهمیم . همین فهم موجب ارتباط و ارتباط موجب اندیشه و اندیشه راهگشای مسیر خواهد شد . مسیری که انسان را گریزی از آن نیست . رسالتی که بر دوش نهاده و خود نمی داند . اکنون رسالت بر دوش نهاده را حمل می کند تا به مقصد برسد . و این جز با نیک دیدن و نیک اندیشیدن میسر نمی شود که غیر از این ، کوره راهایی خواهد شد که انسان را به ناکجا آباد ترسیم شده هر فرد ، خواهد رساند .

تاریخ زندگی بشر مملوّ از آثار تجسّم یافته و منقوش شده اوراق ، لوحه های گلی ، سنگ های سخت صخره ها ، غارها و یا به هر شکلی که زمانه و محیطش بر او مهیا کرده ، می باشد . اگر سخنی می گوئیم بر مبنای خلقت انسان است با ویژگی هایش . انسانی که نیازمند است و برای رفع نیازش به هر دری می کوبد . یکی از راههای رفع نیاز به تصویر کشیدن آنچه که می خواهد یا آنچه که موجب اضطراب یا طیب خاطرش می باشد . لذا در هر مقطعی از تاریخ ، همین نیازها با آداب و سنن همان زمان ، انسان را به دنبال خود کشیده است . تا کنون نیز نیازش را گاه به زبان آورده و گاه با منقوش کردن ثبت کرده است . آثار به جای مانده گواه این مطلب است .

ریشه اصلی خلق این تصاویر، نیاز به «بیان» است . بیان آنچه که انسان می داند یا می خواهد بداند . بدین ترتیب تاریخ اینگونه بیانگریها

ادامه داشته و در دوران معاصر ما به قله هایی از رشد خود رسیده است . با این سرعت که پیش گرفته ، امید است فردا قله های مرتفع تر ، با منظره هایی زیباتر و وسیع تر کشف کند .

تعریف نیاز بسیار گسترده تر از آنی است که در محدوده ای از اوراق بگنجد . پس به ناچار هر بار باید فقط جزئی از آن را مورد بررسی قرار داد . عنوان رساله «تصاویر دنباله دار گرافیکی در تبلیغات مطبوعاتی» است . پس محور سخن تبلیغات مطبوعاتی می باشد . در فصلها و بخشهایی که خواهد آمد ، توضیحاتی در مورد نحوه خلق این قبیل آثار به همراه چند نمونه اثر، ارائه خواهد شد . دامنه اطلاعات حول «تبلیغات مطبوعاتی» بسیار گسترده می باشد ، چون هر آنچه که به «طبع» رسد را در بر دارد . لذا جهت توضیحاتی مفید ، خاص و ریشه ای ، بهتر آن است که روی محوری خاص تر انگشت نهاده و مطالب لازم گرد آن آورده شود . در این صورت هم مطالب تبلیغاتی به طور عام و همه گیر ، مطرح خواهد شد ، هم خاص مطبوعات آورده می شود و هم اختصاصی تر حول محور تبلیغ تجاری توسط رسانه مورد نظر ، توضیحاتی داده می شود که همه با هم ، سلسله وار به یکدیگر متصل اند .

در جامعه ما تا کنون تبلیغات به شکلهای گوناگون صورت گرفته است که گاه به طور مناسب و گاه نامناسب حضور یافته اند . مناسب بودنشان بر مبنای آگاهی و مهارت و نامناسب بودنشان بر بی اطلاعی و ناتوانی بنا شده است . رسالت تبلیغات علاوه بر معرفی موضوع مورد تبلیغ و ایجاد حلقه ارتباطی بین تولید کننده و مصرف کننده ، در روح و روان مردم جامعه اثر «سازنده» یا «مخرّب» خواهد داشت . پس باید دانست که چگونه می توان «خوب» عمل کرد .

کلیات این تحقیق شامل موارد زیر می باشد :

تعریف مسأله :

در میان شیوه های مختلف تصویرسازی ، تصاویر دنباله دار گرافیکی از قابلیت های بیانی خاصی برخوردارند ، بر همین اساس ما شاهد بکار گیری اینگونه آثار در عرصه هنر گرافیک و تبلیغات و بخصوص تبلیغات تجاری هستیم . اما مسأله در این است که :

- ۱- نحوه بکارگیری آن در مطبوعات تا چه اندازه موفقیت آمیز است ؟
- ۲- آیا می توان در عرصه تبلیغات تجاری در مطبوعات از تصاویر دنباله دار گرافیکی استفاده کرد ؟
- ۳- آیا بدون نوشته و فقط با تصاویر دنباله دار گرافیکی می توان یک محصول تجاری را معرفی کرد ؟
- ۴- در تصاویر دنباله دار گرافیکی کدام روش هنری (تصویرسازی یا عکاسی) در نمایش محصولات تجاری مؤثرترند ؟

پیشینه :

پیشینه این تحقیق در حد قابل ملاحظه ای در خصوص تصاویر دنباله دار گرافیکی می باشد و ضرورت انجام تحقیق ، تلفیق تبلیغات تجاری با این نوع آثار جهت گسترش نوع دیگری از تبلیغات می باشد . نمونه هایی چون :

- ۱- پایان نامه مسعود شجاعی طباطبایی با عنوان «تصاویر گرافیکی دنباله دار» با راهنمایی استاد ابوتراب احمد پناه در دانشکده هنر دانشگاه تربیت مدرس در مقطع کارشناسی ارشد در سال ۱۳۷۴ . مهمترین نقاط قوت این پژوهش عبارتند از بیان کیفیت شکل گیری این نوع داستانها و دلایل آنها و بیان چگونگی موقعیت فعلی آن تا سال ۱۳۷۴ است .
- ۲- پایان نامه معصومه بهرمن با عنوان «داستانهای تصویری دنباله دار» با راهنمایی استاد پرویز اقبالی در دانشکده هنر دانشگاه شاهد در مقطع کارشناسی در سال ۱۳۸۱ . مهمترین نقاط قوت این پژوهش نیز عبارتند از: بیان ارتباط این نوع داستانها و طرحهای تداومی (استوری بورد) با سینمای پویانمایی (انیمیشن) و چگونگی ارتباط تسلسل وار این قبیل آثار می باشد .

۳- فصلنامه پژوهشی تحلیلی و آموزشی به نام «پژوهشنامه ادبیات کودک و نوجوان» شماره های ۴ و ۵، سال دوم، تابستان ۱۳۷۵. دو کتاب مذکور در مورد این نوع آثار بحثهای مفصّلی داشته و از طریق مصاحبه با اهل فن، گروه موافق و مخالف و بیان دیدگاهها و علت آن را تشریح می کند. نکته مهم مشخص شدن دیدگاههای اهل فن است که علت مخالفت یا موافق بودن را آشکار می کند.

۴- صرفاً چند جلد از شماره های متعدّد مجله کیهان کاریکاتور در زمانهای مختلف طی مصاحبه هایی به این موضوع پرداخته است و با نظر خواهی از اهل فن، به بررسی ابعاد مختلف این نوع آثار (نه به طور پی در پی) پرداخته است.

فرضیه ها:

- ۱- جذابیت تصاویر دنباله دار گرافیکی در مطبوعات بهانه ای می شود برای جلب نظر مخاطبان به محصول تجاری.
- ۲- بدون نوشته و فقط با تصاویر دنباله دار گرافیکی می توان یک محصول تجاری را معرفی کرد.
- ۳- تصویر سازی در تصاویر دنباله دار گرافیکی نقش مؤثری در معرفی محصولات تجاری دارد.

هدف:

هدف اصلی، شناسایی قابلیت های تصویری در تصاویر دنباله دار گرافیکی با توجه به نوع زیبایی شناسی حاکم بر آنهاست.

هدف فرعی، الگوسازی برای هدف اصلی بعد از شناختن ویژگی های فنی و روش های مختلف اجرایی بکار رفته در تصاویر دنباله دار گرافیکی جهت بکارگیری آنها در تبلیغات تجاری می باشد.

نتایج اصلی این تحقیق و کاربرد آن:

ایجاد تحوّل و تنوع در نوع تبلیغات تجاری، همچنین تأثیرگذاری خاص این

تبلیغ بر مصرف کنندگان کالاهای تجاری می باشد .

ویژگی جدید بودن :

شناساندن تبلیغات به شیوه تصاویر دنباله دار برای نشریات داخلی علت نو بودن این تحقیق می باشد .

روش انجام تحقیق :

روش تحقیق ، توصیفی - تحلیلی است ، همچنین روش گردآوری اطلاعات از طریق کتابخانه و روش تصویرخوانی و متن خوانی آثار به دست آمده می باشد .

معرفی جامعه آماری :

کتابهای تصویرسازی خارجی (show case) ،

روش نمونه گیری ، تصادفی ،

تعداد نمونه ها ۹ اثر .

روش تجزیه و تحلیل :

کیفی .

این کلیات در سه فصل (هر فصل شامل بخشهایی) می باشد . فصل اول به ریشه و ماهیت تصویر و تصویرسازی ، فصل دوم به تصاویر دنباله دار گرافیکی ، تاریخچه آن در جهان و ایران ، همچنین عناصر تشکیل دهنده ، و فصل سوم به تبلیغات و تلفیق آن با این نوع آثار می پردازد .

مسیر تبلیغات به طور عام همچنین شیوه ارائه شده به طور خاص مسیر پر پیچ و خمی است که هر روز به اطلاعات جدید و وسیع نیازمند است . زیرا این فن یک فرایند علمی است . به علم روز زنده است و با جامعه رشد می کند و اگر صحت بهره برداری آن مد نظر باشد ، برای زندگی بشر نیز بسیار مفید است ، در غیر این صورت یا بی تأثیر است یا مخرب .