

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا

ایده یابی خلاق در طراحی گرافیک

سهیلا یداله زاده



انتشارات نظری

سرشناسه	: یداله زاده ، سهیلا
عنوان و نام پدیدآور	: ایده یابی خلاق در طراحی گرافیک / سهیلا یداله زاده
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات نظری ۱۳۹۳
مشخصات ظاهری	: ۱۳۶ ص..
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۲۸۹-۱۹۵-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: گرافیک—طراحی
موضوع	: خلاقیت هنری
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۳ الف ۹/ی NC۹۹۹۷
رده بندی دیویی	: ۷۴۱/۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۵۴۸۵۷۲

نام کتاب: ایده یابی خلاق در طراحی گرافیک

نویسنده: سهیلا یداله زاده

نوبت چاپ: اول-۱۳۹۴

شمارگان:

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: فرداد - اشراقی

طراح جلد: سهیلا یداله زاده



انتشارات نظری

«کلیه حقوق چاپ و نشر مخصوص و محفوظ ناشر می باشد»

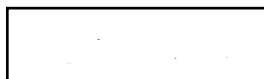
دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولی عصر (عج)، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی (یوسف آباد)

نیش خیابان فتحی شقایق، جنب بانک انصار، پلاک ۳۲، طبقه ۲، واحد ۱۷

www.nashrenazari.com **info@nashrenazari.com**

تلفن: ۸۸۱۰۲۷۷۵ همراه: ۰۹۱۹۰۱۲۹۴۵۵

پیام کوتاه: ۱۰۰۰۰۸۸۱۰۲۷۷۵



اگر سفری را آغاز کردم همه از عشق تو بود اگر مهربانی داشتم همه از مهر تو بود.
اگر کسی را کم داشتم ، همراهی بی دریغ از تو بود.

تقدیم به پدر و مادر مهربان و صبورم...

باسپاس فراوان از استاد ارجمند
آقای احسان مرادی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول

۱۵	۱- ایده چیست؟
۱۸	۲- نشانه‌ها و کاربرد آن در ایده‌یابی
۲۰	۳- تداعی آزاد
۲۳	۴- انواع مجاورت‌ها
۲۴	۵- مشابهت
۲۴	۶- تباین
۲۸	۷- روش استفاده از مهندسی ایده یا تداعی آزاد برای ایده‌یابی
۲۹	۸- قاعده جانشینی
۳۱	۹- همجواری
۳۳	۱۰- تلفیق
۳۵	۱۱- انطباق
۳۸	۱۲- اساس روش مهندسی ایده
۳۹	۱۳- چگونه ایده‌ها را بیابیم؟
۴۰	۱۴- بررسی ایده از زوایای مختلف
۵۱	۱۵- چگونه ایده‌ها را شکار کنیم؟
۵۹	۱۶- اساس ایده‌یابی
۵۹	۱۷- خلق ایده

فصل دوم

۶۳	۱- دیدن مهمترین فرایند در روند خلاقیت
۶۵	۲- تفاوت تفکر بصری با تفکر به طور کلی

صفحه	عنوان
۶۶	۳- تفکر و انواع آن
۶۷	۴- تفکر خلاق
۶۸	۵- خلاقیت
۷۲	۶- همه ما می‌توانیم خلاق باشیم؟
۷۵	۷- چگونه تصور را برای رسیدن به خلاقیت به کار گیریم؟
۷۷	۸- تصور و تداعی
۷۸	۹- مسیر خلاقیت را چگونه طی کنیم؟
۸۰	۱۰- عوامل مؤثر بر خلاقیت چیست؟
۸۳	۱۱- قابل رویت کردن افکار
	فصل سوم
۸۹	۱- طراحی چیست؟
۹۱	۲- تاریخچه گرافیک
۹۱	۳- مراحل پیدایش و تکوین گرافیک
۹۲	۴- طراحی گرافیک
۹۴	۵- زبان تصویر
۹۶	۶- پیام طراحی گرافیک
۹۷	۷- تقسیم‌بندی کلی گونه‌های گرافیک
	فصل چهارم
۱۰۱	۱- اندیشیدن نگریستن - دست به کار شدن
۱۰۴	۲- پیش روی برای پرورش ایده‌ها یا ایده‌پروری
۱۰۶	۳- تولید ایده‌ها
۱۰۶	۴- راه‌حل‌ها و نتایج برای ایده‌ها

عنوان	صفحه
۵- گام‌هایی برای نمود خلاقیت	۱۰۹
۶- اجرای ایده‌ها و انتخاب تکنیک	۱۳۲
۷- جدول پیشنهادی	۱۳۳
۸- لایه‌بندی	۱۳۴
۹- انتخاب تکنیک مناسب	۱۳۵
۱۰- ارزیابی نتایج و ارائه ایده‌ها	۱۳۶
۱۱- منابع	

چکیده

ایده^۱، فکر تصویری بالقوه قابل اجر و ساده‌ترین راه حل یک مسأله است که می‌تواند مضمون با مفهوم را به فشرده‌ترین شکل بیان کند. نشانه^۲ها حامل‌های انتقال پیام هستند، چیزی که از طریق حواس انسان درک می‌شوند. نشانه‌هایی را که در مسیر ایده‌یابی می‌یابیم باید دارای دو جنبه مهم شکلی و مفهومی باشد. که با استفاده از قانون تداعی آزاد^۳ می‌توان آن را به ایده‌ای بکر بسط و گسترش داد. به موجب تداعی آزاد، هنگام فکر کردن درباره یک کلمه یا یک شکل تمامی آنچه را که به ذهن می‌رسد را از طریق سه قانون م^۴ مجاورت، مشابهت^۵ و تباین^۶ شناسایی و در نهایت منجر به ایده‌ای خلاق می‌شود.

-
1. Idea
 2. Sign
 3. Free association
 5. Similarity
 6. Contrast

پیش‌گفتار

مهمترین ارتباطی که بشر توانسته از طریق آن به ارتباطی دست یابد، دیدن است و دیدن مهمترین حسی است که در ارتباط با یک اثر هنری و یا دیگر آثار به خصوص آثار تحریک کننده این حس از حواس پنجگانه باشد، نقش مهمی را ایفا می‌نماید.

گرافیک از جمله هنرهای کاربردی و شاخه‌ای از هنرهای تجسمی می‌باشد واژه گرافیک از مصدر یونانی "Graphein" به معنای نوشتن گرفته شده است و ریشه آن در اصل به معنای خراشیدن، حک کردن و نقد کردن است.^۱

۱- حسینی، سید رضا، شناخت هنر گرافیک، انتشارات مارلیک با همکاری انتشارات عفاف،

طراحی گرافیک یعنی خلق و سامان دادن یک سلسله عوامل تصویری برای بیان یک مفهوم یا یک پیام و یا اطلاعات در جهت هدفی مشخص و معین.

ایده و فکر در جریان عمل طراحی تولید می‌شود. که در طی آن طراح گرافیک تحقیق می‌کند، مرتب می‌کند، اطلاعات را تفسیر می‌کند، هدف را معین، ایده‌ها را ابداع و یک شکل و تمایل تصویری جدید را خلق می‌کند.^۱

۱- مثقالی، فرشید، مقدمه‌ای بر گرافیک دیزاین، مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر، چاپ