

مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک
در ارتباط تصویری

۲۲۳۴۳۲۱

۱۴۰۰، ۷، ۲۰

طراحی بسته بندی

بیژن جناب

www.ketab.ir



نظارت بر چاپ: علی محمدپور
لیتوگرافی: نقش سبز
چاپ و صحافی: زعفران

طراحی جلد و یونیفرم داخلی: مسعود سپهر
صفحه‌آرایی: علی ابوالحسنی
نمونه‌خوانی: ابوالفضل بیرامی

مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک در ارتباط تصویری طراحی بسته‌بندی

مؤلف: بیژن جناب

دبیر مجموعه: مسعود سپهر

ویراستار صوری - زبانی: فرید مصلحی مصلح‌آبادی

ناشر: انتشارات فاطمی

چاپ اول، ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۶۹۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۶۴-۲۸-۰

ISBN: 978-622-7564-28-0

کلیه حقوق این اثر برای انتشارات فاطمی محفوظ است. تکثیر، انتشار، ذخیره‌سازی تمام یا بخشی از این اثر به هر شکل (چاپی، الکترونیکی و ...) و با هر هدف بدون مجوز از ناشر، غیرقانونی و قابل پیگرد است.

نشانی دفتر: میدان دکتر فاطمی، خیابان جویبار، خیابان میرهادی شرقی، شماره ۱۴،

کدپستی: ۱۴۱۵۸۸۴۷۴۱، تلفن: ۸۸۹۴۵۵۴۵ (۲۰ خط)

www.fatemi.ir * info@fatemi.ir

نمابر: ۸۸۹۴۴۰۵۱

نشانی فروشگاه: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، تقاطع شهدای ژاندارمری

نمابر: ۶۶۹۷۳۷۱۰

تلفن: ۶۶۹۷۳۴۷۸



انتشارات فاطمی

جناب، بیژن، ۱۳۳۵-

طراحی بسته‌بندی/بیژن جناب: دبیر مجموعه مسعود سپهر؛ ویراستار صوری زبانی فرید مصلحی مصلح‌آبادی. - تهران: فاطمی، ۱۴۰۰.

۱۱۹ص: مصور(رنگی).

ISBN: 978-622-7564-28-0

فروست: مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک در ارتباط تصویری.

فیپا.

۱. بسته‌بندی -- طراحی، Design -- Packaging. ۲. گرافیک -- طراحی، Graphic arts -- Design.

۶۸۸/۸

TS۱۹۵۴

۱۴۰۰

۸۴۷۶۸۵۷

کتابخانه ملی ایران

سخن دیر مجموعه

مجموعه کتاب‌های مبادی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک در ارتباط تصویری بر اساس مباحث آموزشی در سطح کارشناسی این رشته تهیه شده‌اند. نام مجموعه بر اساس نگرش کلی‌ای است که در تألیف و انتشار آن‌ها مد نظر بوده است؛ بدین معنی که مؤلفان، شیوه طرح موضوع در این سطح را با ساختاری منضبط، سرآغاز کار قرار داده یا به عبارت دیگر، مبادی مباحث تلقی کرده‌اند. زیرا با این‌که بیشتر این مباحث سال‌هاست سرفصل درس‌های معلمان و اساتید با تجربه رشته طراحی گرافیک در آموزشکده‌ها و دانشکده‌ها بوده، و ترتیب و مدت زمان ارائه آن‌ها در طول هر دوره آموزشی مشابه، کم‌وبیش یکسان بوده است، ولی از این دوره‌ها و کلاس‌ها تقریباً هیچ جزوه درسی، تمرین‌های نمونه یا مستنداتی نگذاشته شده است. از این رو این مجموعه بر آن است که علاوه بر ارائه اصول اولیه و محتوای مباحث طراحی گرافیک در ارتباط تصویری با ساختار آموزشی مناسب، راهنمایی برای معلمان و اساتید جوان‌تر امروزی و نیز هنرجویان و دانشجویان آن‌ها باشد، تا روحیه جستجوگری و انگیزه فراگیری در میان آن‌ها تقویت شود. تنظیم و تألیف متون به گونه‌ای است که هر کتاب برای عموم علاقه‌مندان، هنرجویان و مدرسان این رشته، کتاب آموزشی و راهنمای مفیدی باشد. به این منظور برای استفاده مؤثرتر در پایان هر بخش، تمرین‌هایی به صورت نمونه آورده شده است.

تفاوت بنیادی کتاب‌های این مجموعه با سایر کتاب‌های این رشته در این است که مباحث و دیدگاه‌های معمول یا سنتی آموزش طراحی گرافیک بازنگری شده و با توجه به نیازهای روز تدوین شده‌اند و عنوان‌هایی جدید و برخاسته از گرایش‌ات نو در تخصص و حرفه طراحی گرافیک نیز به آن‌ها افزوده شده و تألیف و تدوین آن‌ها بر اساس شیوه‌های تدریس امروزی نهاده شده است. بسیاری از نویسندگان این کتاب‌ها علاوه بر پیشینه اشتغال موفق در حرفه طراحی گرافیک، مدرس همان مبحث در مراکز آموزشی نیز هستند.

هدف این مجموعه، افزودن دانش نظری اولیه و نیز مهارت‌های کاربردی دانشجویان طراحی گرافیک و علاقه‌مندان است. به این منظور در نظر است به تدریج کلیه درس‌های پایه رشته طراحی گرافیک منتشر شود. مهم‌ترین مباحث این رشته با توجه به نیازهای روز جامعه و تخصص‌های در حال گسترش عبارت‌اند از: طراحی خط، نوشته و فونت فارسی، صفحه‌آرایی و کتاب‌آرایی، تجزیه و تحلیل آثار گرافیک، رنگ و ترکیب‌بندی رنگ، طراحی نشانه، طراحی هویت جامع بصری، طراحی پوستر، بسته‌بندی، گرافیک محیطی، طراحی گرافیک برای تبلیغات، طراحی گرافیک در فضای مجازی، تاریخ گرافیک ایران و جهان، که بر حسب گستره موضوع ممکن است هر مبحث بیش از یک کتاب را به خود اختصاص دهد.

سیاس‌گزاری

شکل‌گیری این مجموعه به صورت حاضر بدون ابتکار، پیگیری و پیشقدم شدن انتشارات فاطمی که کلیه امکانات آماده‌سازی و تولید و نشر خود را در اختیار آن گذاشت ممکن نبود و چه بسا همچنان به صورت آرزویی در ذهن مؤلفان آن باقی می‌ماند و نیز توجهات خاص آقای فرید مصلحی مصلح‌آبادی به عنوان سرویراستار و سرپرست بخش نمونه‌خوانی و تصحیح که یک یک متن‌ها را بارها با شکیبایی و دقت از نظر گذراندند، به طوری که روانی و سهولت در خواندن متن، همراه با حفظ شیوه خاص بیان هریک از نویسندگان، در خور قدردانی و سپاس بسیار است.

مسعود سپهر

فهرست

مقدمه | ۱۱

بسته بندی در گذر زمان | ۱۲

تکامل بسته بندی: محصول یا بسته بندی؟ | ۱۳

فصل اول: عوامل مؤثر در بسته بندی | ۱۵

حس اطمینان و اعتماد به محصولات

بسته بندی شده | ۱۵

شهرنشینی و صنعتی شدن | ۱۷

افزایش رقابت | ۱۸

نقش تغییر دهنده بسته بندی | ۱۹

گسترش خلاقیت | ۲۰

چرخه عوامل مؤثر در بسته بندی | ۲۰

قدرت طراحی | ۲۱

تمرین | ۲۲

فصل دوم: هنر و علم بسته بندی | ۲۳

نوآوری، محصول مشترک هنر و علم | ۲۳

ایجاد ارتباط منطقی و حسی | ۲۴

- شش هدف بسته‌بندی | ۲۵
- ساختار و فرم بسته‌بندی | ۲۶
- اهمیت فرم و هندسه در بسته‌بندی | ۲۷
- تأثیرگذاری مواد بر روی گرافیک | ۳۰
- تعامل طراحی صنعتی و گرافیک | ۳۱
- نیاز و خواسته | ۳۱
- رویکرد رایج یا نوآوری | ۳۲
- معیارهای انتخاب مواد | ۳۲
- ایجاد انگیزه از طریق ساختار | ۳۲
- تمرین | ۳۷
- فصل سوم: طراحی بسته‌بندی | ۳۹
- ارزش طراحی بسته‌بندی | ۳۹
- بریف چیست؟ | ۳۹
- طراحی گرافیک: چه چیزی بسته‌بندی
برتن کند؟ | ۴۱
- عکاسی یا تصویرسازی؟ | ۴۱
- اهمیت عناصر بصری در بسته‌بندی | ۴۲
- عناصر گرافیکی | ۴۲
- رنگ | ۴۴
- تأثیر رنگ در شناسایی برندها | ۴۵
- Pantone (PMS) | ۴۸
- CMYK | ۴۹
- RGB | ۵۰
- بررسی رنگ در بسته‌بندی | ۵۴
- نقش رنگ‌ها در اثربخشی بسته‌بندی‌ها | ۵۵

- کاربرد روان‌شناسی رنگ
- در طراحی بسته‌بندی | ۵۷
- رابطه بین محصول و رنگ بسته‌بندی | ۵۷
- تأثیر لوگو و لوگوتایپ بر بسته‌بندی | ۵۸
- لی‌آوت و مسائل نوشتاری | ۶۰
- استفاده از هنر تایپوگرافی | ۶۱
- دایکات (برش و خط تا) و چالش‌های طراحی محصول | ۶۱
- آگاهی از چاپ | ۶۱
- انتخاب نحوه درست چاپ در بسته‌بندی | ۶۲
- پیچیدگی بیشتر | ۶۴
- انعطاف بیشتر | ۶۵
- روند (Trend) بسته‌بندی | ۶۶
- نحوه عملکرد روندها | ۶۶
- چگونگی عملکرد روندها در بسته‌بندی | ۶۶
- طراحان چگونه با روندها کار می‌کنند؟ | ۶۷
- رابطه با سفارش دهنده | ۶۷
- کار گروهی و تیمی | ۶۷
- مسیر خلاقانه | ۶۸
- افزایش اشتها | ۶۸
- قفل کردن قفسه | ۶۹
- تصویر | ۶۹
- تیم طراحی | ۷۵
- اعضای تیم بسته‌بندی | ۷۶
- مدیر هنری | ۷۷
- مدیر هویت‌سازی | ۷۷