



مولف: نیمنا ورامینی

تاریخ خلاقیت گرافیک



تفکر خلاق در گرافیک

مؤلف: نیما ورامینی

- مدیر تولید و طراح گرافیک: محسن برآبادی
- لیتوگرافی: چاپ: مصطفی: اندیشه برتر: نوبت
- چاپ: اول ۱۳۹۲: ناشر: هنرنو: شمارگان: ۳۰۰۰
- شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۳۲۶-۷۰۰

قیمت: ۱۷۹۰۰ تومان

تلفن: ۶۶۹۷۹۲۲۴



سرشناسه: ورامینی، نیما

عنوان و نام پدید آورنده: تفکر خلاق در گرافیک

نیما ورامینی

مشخصات نشر: تهران: هنر نو، ۹۲

مشخصات ظاهری: ۱۵۹ ص.، مصور (تک رنگ)

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۳۲۶-۷۰۰

وضعیت فهرست نویسی: فیها

موضوع: گرافیک

موضوع: اندیشه و تفکر خلاق

رده بندی کنگره: ۷۱۳۹۲ ت ۷۱۳۹۲

رده بندی دیویی: ۷۶۰

شماره کتابشناسی ملی: ۳۱۴۱۵۱۵

فهرست مطالب

مقدمه ۷ فصل اول: به یاد داشته باشیم که همه ما می‌توانیم آدم‌های
خلاق باشیم ۱۰ اگر بپذیرفته باشیم که می‌توانیم خلاق باشیم به ملزوماتی
نیاز داریم ۱۲ لطفاً چند لحظه صبر کنید ۱۴ نمی‌دانم در حال اختراعم
یا اکتشاف ۱۷ مسیر خلاقیت را چگونه طی کنیم ۱۸ عوامل موثر بر
خلاقیت چیست؟ ۱۹ الان وقت آن است که به صفحه‌ی سفیدتان معنا
دهید ۲۱ حالا وقت آن رسیده که ایده‌هایمان را به تصویر بکشیم ۲۳
چگونه ایده‌ها را شکار کنیم ۲۴ فصل دوم: رنگ ۲۸ بافت ۴۰ بعد
۴۹ اندازه ۶۰ حرکت ۶۸ نوشتار ۷۶ فصل سوم: بررسی ایده از
زوایای مختلف ۹۰ نگرش واقع‌گرا ۹۷ نگرش نمادین ۱۰۳ استعاره ۱۰۹
سادگی و نگاهی منحصر به فرد ۱۱۵ پیچیدگی و نگاهی منحصر به فرد
۱۲۰ هم‌عرض کردن عناصر بصری غیر مرتبط ۱۲۵ ارزش کادر ۱۳۲
ایده بکر ۱۳۶ وضعیت و شرایط حاکم بر موضوع ۱۳۹ اشتراکات در
مجموعه‌های تبلیغاتی ۱۴۳ جلب توجه ۱۴۹ منابع و مآخذ ۵۸

مقدمه



امروز به عنوان طراح و مدرس گرافیک در ۹۱ین اندیشه‌ام که چگونه می‌توان راهکارهایی عملی و تا حدودی قانده‌مند را به دانشجویان و علاقه‌مندان هنر، خاصه گرافیک عرضه کرد، تا نگرش‌ها و کارکردهای خلاقانه‌تری را در آثارشان جستجو کنیم.

شنیدن عباراتی (چون چه کنیم؟ می‌دانم از کجا آغاز کنیم؟) چندان غریب به نظر نمی‌آیند. خصوصا آن زمانی که سفارش محدود به زمانی خاص و معیارهایی خاص می‌گردد. در اینجا آن فراغ بال نقاش یا موسیقیدان تا رسیدن به احساس و نگرش خلاق وجود ندارد و تنها سفارش دهنده، زمان و صفحه سفید در مقابل ماست. باید صفحه سفید را آنگونه پر کرد، که از اندیشه‌های جالب و قابل توجه سرشار باشد و در عین حال بتواند در میان هزاران اثر گرافیکی دیده شود و با مخاطبان ارتباط برقرار کند. باید توجه داشت که طرح‌ها و اندیشه‌های مطرح شده درخلاء به حقیقت نمی‌پیوندند، بلکه برای تحقق آن یک استراتژی معین لازم است.

خلاقیت، فرآیند پیچیده و گسترده‌ای است که ایده‌ای خلاق از دل آن بیرون می‌آید و سعی در قاعده‌مند و نظام‌مند بیان کردن فرآیند خلاقه، تنها به جهت سهولت در امر مطالعه و ادراک موضوع صورت می‌پذیرد و اشاره بر این امر، که از دیدگاه برخی از روانشناسان و پژوهندگان این گونه دسته‌بندی‌ها همواره عین به عین اتفاق نمی‌افتد امری ضروری است، بدان معنا که برخی مراحل کاملاً توأمان و پیچیده انجام می‌پذیرد و لختی و درنگی برای طی کردن یک مرحله و رفتن به مرحله دیگر نیست؛ تا بدانجا که گاه مرحله خلق یک اثر در لحظه و آنی صورت می‌پذیرد.

البته این اتفاق در لحظه را نباید با شهود یکی دانست. زیرا در عمل خلاقانه بی‌شک تفکر و تعقل آگاهانه و نظام یافتن

روابط، حضوری بلامنازع دارد. در حالی که نگرش شهودی طی مراتب و مراحل مراقبه حاصل می‌گردد و گونه‌ای خلق اتفاقی و خلق الساعه به شمار می‌آید. به عبارت دیگر فرآیند خلاقیت، روندی قابل کنترل با مرحله مشخص است و خلق یک اثر گرافیکی نتیجه تفکر و تعقلی پس منضبط و دقیق است.

در هرهای کاربردی چون گرافیک الهام و شهود تصادفی به قدرت روی می‌دهد، زیرا در بیشتر مواقع، مگر آن لحظاتی که گویی جا پای نقاشان و هنرمندان از این دست می‌گذاریم، همواره در تکاپوی ارتباط و تعاملی چند وجهی هستیم. سفارش دهندگان اثر، نیاز و باز خورد اجتماعی و... همه تأثیرات خود را بر چگونگی خلق اثر می‌گذارند و از این رو لحظه‌ای کامل و درنگ برای رسیدن به امری شهودی غیر ممکن می‌گردد.

نما ورامینی