



معجزه‌ی رنگ

راهنمای ضروری برای درک
و به‌کارگیری صحیح رنگ در طراحی

نویسندگان:

ادی اپرا و جان کنتول

مترجم:

رویا گذشتی



ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

کتاب معجزه‌ی رنگ ترجمه‌ای است از:

Color Works

Best Practices for Graphic Designers

Eddie Opara & John Cantwell

معجزه‌ی رنگ
راهنمای ضروری برای درک
و به‌کارگیری صحیح رنگ در طراحی
نویسندگان: ادی اپرا و جان کنتول
مترجم: رویا گذشتی

خوشنویسی به نام خداوند خورشید و ماه:
محمد کیانی
طراحی جلد: آتلیه‌ی شرکت سیتِه

مدیر اجرایی: فیروزه یآوری
صفحه‌آرایی: مجید اسماعیلی
ناشر: سیتِه

چاپ نخست: تابستان ۱۴۰۳
۵۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-622-6663-61-8

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۶۳-۶۱-۸

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲ تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

www.citehpub.com



جهت اطلاع از قیمت کتاب
کد بالا را اسکن کنید

سرشناسه	: اوپرا، ادی، ۱۹۷۲- م. Opara, Eddie, 1972-
عنوان و نام پدیدآور	: معجزه‌ی رنگ: راهنمای ضروری برای درک و به کارگیری صحیح رنگ در طراحی / نویسندگان ادی اوپرا و جان کنت؛ مترجم رویا گذشتی.
مشخصات نشر	: تهران: سیته، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۲ص: مصور(رنگی).
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۶۳-۶۱-۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: Color works : best practices for graphic designers : an essential guide to understanding and applying color design principles .c2014.
موضوع	: رنگ در طراحی Color in design
شناسه افزوده	: کانتول، جان
شناسه افزوده	: Cantwell, John
شناسه افزوده	: گذشتی، رویا، ۱۳۴۸-، مترجم
رده بندی کنگره	: NK1۵۴۸
رده بندی دیویی	: ۷۰۱/۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۹۳۶۳۲۱۰

درباره‌ی این کتاب

بینش و نحوه‌ی دیدن ما به جهان هستی و دنیایی که در آن زندگی می‌کنیم، از باورها، سطح آگاهی و دانسته‌های ما تأثیر می‌گیرد.

این که چطور اشیاء را می‌بینیم متأثر از دانسته‌ها و باورهای مان است. نگاه ما به دنیای رنگ‌ها، هم از این قاعده مستثنی نیست. رنگ‌ها بر چگونگی ادراک و آرامش روان ما اثر می‌گذارند و به همین سبب است که هر کدام از ما یک یا چند رنگ ایده‌آل داریم، رنگ‌های خاصی که همراه خود برای ما بار عاطفی دارند. رنگ‌ها همیشه دنیایی از انتخاب و ترکیب‌بندی را در مقابل دیدگان ما قرار می‌دهند. فراتر از آن که در جایگاه یک گرافیسیت، آرشیتکت، یا یک متخصص برند و... چطور می‌توانیم بهتر رنگ‌ها را مشاهده کنیم، باید درک درستی از دنیای رنگ‌ها داشته باشیم، بدانیم چگونه و چطور با آن‌ها ارتباط برقرار کنیم و به درستی آن‌ها را به کار بگیریم و درباره‌اش به درستی با همکاران و مشتریان صحبت کنیم.

کتاب «معجزه‌ی رنگ» یک راهنمای ضروری برای درک و به‌کارگیری صحیح رنگ در طراحی است. مثال‌ها و موارد مطالعه شده در این کتاب تجربه‌های موفق از کارکرد و به‌کارگیری رنگ در پروژه‌های متعدد است. با مطالعه‌ی این کتاب می‌توانید درک شخصی و حرفه‌ای‌تان از رنگ را توسعه دهید و استادانه آن را به کار گیرید.

این رنگ است که تعیین می‌کند ما چه برداشتی از آن داشته باشیم. آگاهی کامل در مورد کیفیت عملکرد رنگ، به ما این امکان را می‌دهد که خلاقیت بیشتری داشته و راهکارهای ملموس‌تری را برای رسیدن به نتیجه‌ی مطلوب پیدا کنیم.



فصل یک:

بافت



فصل دو:

آگاهی



فصل چهار:

تولید و اطلاعات



فصل سه:

دیجیتال



فصل پنج:

مشتری ها و تحلیل های شخصی



فصل شش:

بنیان

فهرست

۸	فصل یک: بافت
۴۴	فصل دو: آگاهی
۸۴	فصل سه: دیجیتال
۱۰۶	فصل چهار: تولید و اطلاعات
۱۴۸	فصل پنج: مشتری‌ها و تحلیل‌های شخصی
۱۸۰	فصل شش: بنیان

وحشت از رنگ به قلم مایکل بیروت

می‌گویند قدم اول این است که بپذیری مشکل داری.

سال‌ها پیش از این، زمانی که برای خودم کار می‌کردم یکی از دوستانم با من تماس گرفت. می‌دانستم به تازگی در یک کارخانه تولید لوازم آرایشی مشغول به کار شده‌ام. برایم یک مأموریت داشت. معروف بود که در تمام فروشگاه‌های عرضه‌کننده‌ی تولیدات این کارخانه، چرخه‌ی رنگی که روی دایره‌های متحدالمرکز آن ده‌ها رنگ نقش بسته‌اند، در معرض دید مشتریان است. زمان آن فرا رسیده بود که این رنگ‌ها به‌روز شوند. با متخصصان زیادی مشورت کرده بودند و نیاز اصلی، تعیین رنگ‌هایی بود که باید تغییر می‌کردند و تبیین ویژگی‌های آن‌هایی که باید جایگزینشان می‌شدند. این طور که به نظر می‌آمد این کار برای همه زجرآور و ناخوشایند بود. دوستم گفت: خیلی واضح و روشن می‌دانیم که چه چیزی می‌خواهیم ولی هیچکس فرصت اجرای سفارش ما را ندارد. از من پرسید آیا این کار را انجام می‌دهم و گفت که دستمزد ۲۵۰۰ دلار خواهد بود.



۶.۲



۶.۲

البته این کاری نبود که به طراحی گرافیک مربوط باشد. درگیر کار چاپ هم نمی‌شدم ولی در آن زمان مبلغ پیشنهادی برایم خیلی قابل توجه بود و تا آن روز هرگز برای یک پروژه چنین پولی دریافت نکرده بودم. قبول کردم و گفتم همه وسایل مورد نیازم را تهیه خواهم کرد. همه‌ی راهنماهای موجود در زمینه‌ی کار با رنگ را خریدم و تحقیقات فراوانی انجام دادم. بالاخره یک روز دست به کار شدم تا نتیجه‌ی کارهایم را عملی کنم. پشت میز آشپزخانه نشستم و همه‌ی یادداشتهایم را یک طرف و همه‌ی راهنماها را در طرف دیگر قرار دادم. چرخه‌ی رنگ هم وسط میز بود. در بررسی‌هایم متوجه شده بودم که چراغ‌های همه فروشگاه‌های‌شان به طور اتفاقی مشابه چراغ آشپزخانه من است و خیالم راحت بود که در آینده‌ی مشابه همین نور به چرخه‌های رنگ نصب شده در فروشگاه‌ها می‌تابد.



شروع کردم؛ یا بهتر است بگویم تلاش کردم کار را شروع کنم. با عجز و درماندگی به آنچه جلوی رویم جمع شده بود، چشم دوختم و هیچ ایده‌ای نداشتم که از کجا باید شروع کنم. آن قدر نمونه و مستوره و یادداشتهای گنگ و نامفهوم از طرف مشتری دور و برم بود که کلافه شده بودم. برای اولین بار از خودم پرسیدم این کارها برای چیست؟ این چرخه‌ی رنگ چه کمکی به خانم‌ها می‌کند که بتوانند لوازم آرایششان را انتخاب کنند؟ این همه رنگ به چه درد می‌خورد؟ چه کسی تشخیص می‌دهد که فلان رنگ قدیمی شده است؟ آیا این رنگ‌ها به چشم همه مردم درست همان طور است که من می‌بینم؟ آیا خود من رنگ‌ها را درست می‌بینم؟

ساعت‌ها نشستم و فکر کردم و بیشتر از قبل گیج و سردرگم شدم. بالاخره همسرم دوروتی که تلاش می‌کرد آه کشیدن‌های مرا نادیده بگیرد، به سراغم آمد و پرسید: «گفتی این کارها برای چیست؟» دوروتی طراح نیست و هرگز در این زمینه آموزش ندیده، برای همین سعی کردم خیلی دقیق پاسخ بدهم. از اشتیاقی که به خرج داد تعجب کرده بودم. او این چرخه‌ی رنگ را می‌شناخت و گفت که همه آن را دیده‌اند و مثل او فکر می‌کنند که دوره‌ی استفاده از چنین چیزی مدت‌هاست که گذشته. با تعجب پرسیدم: «واقعاً؟» سرش را به علامت تأیید تکان داد و گفت: «خب حالا تو باید چه کاری انجام بدهی؟» همه یادداشتهای خودم و نوشته‌هایی را که درخواست‌های مشتری بود به او نشان دادم. نمونه رنگ‌ها را هم دید. یکی از رنگ‌هایی را که من انتخاب کرده بودم و اسمش را کنارش نوشته بودم برداشت و گفت که این دقیق نیست و خودش دست به کار شد. لابه‌لای نمونه‌ها گشت و یکی از آن‌ها را برداشت. تأیید کردم که انتخاب او به سفارش مشتری نزدیک‌تر است.

Pâle Yellow Gräulich 초록색

از این کار خوشش آمد و ساعتها وقت صرف کرد تا چرخه‌ی رنگ جدید آماده شد. پنج سال تمام این چرخه که هنر دوروتی بود به دیوارهای فروشگاهها نصب شده بودند و راهنمای بانوان برای انتخاب رنگ لوازم آرایش بودند.

 پیش‌گفتار

این‌جا بود که فهمیدم من وحشت از رنگ دارم. از اولین روزهای کارم عاشق سیاه و سفید بودم و این دو رنگ روی من نفوذ داشتند. تا همین امروز گزیده‌ی همه کارهایم در زمینه پوستر، جلد کتاب، لوگو، راهنمای تبلیغاتی و غیره نشان می‌دهند که من دنباله‌رو هنری فورد، طراح اتومبیل فورد هستم که طرفدار رنگ سیاه‌شان بود. گاهی سری به دنیای رمزآلود رنگ‌های رنگین‌کمان می‌زنم ولی در پایان چیزی بیشتر از یک نقطه‌ی قرمز یا یک خط باریک زرد به طرح اضافه نمی‌شود. همیشه آدم‌هایی را که با جسارت از رنگ‌ها بهره می‌برند ستایش کرده‌ام و به نظر من، آن‌ها مثل ماهی می‌مانند که باید در دریا شنا کند تا زنده بماند.

 ۵.۴

می‌گویند به همه ترس‌ها می‌توان غلبه کرد و من آرزو می‌کنم یک روز این وحشتی که از رنگ دارم از وجودم برود. تا آن زمان در صحرای بیکران دو رنگ دلخواهم یعنی سیاه و سفید سرگردان می‌مانم و دل به دریای رنگ نمی‌زنم.

 ۱.۳

گفتگو به زبان رنگ به قلم ادی اپرا

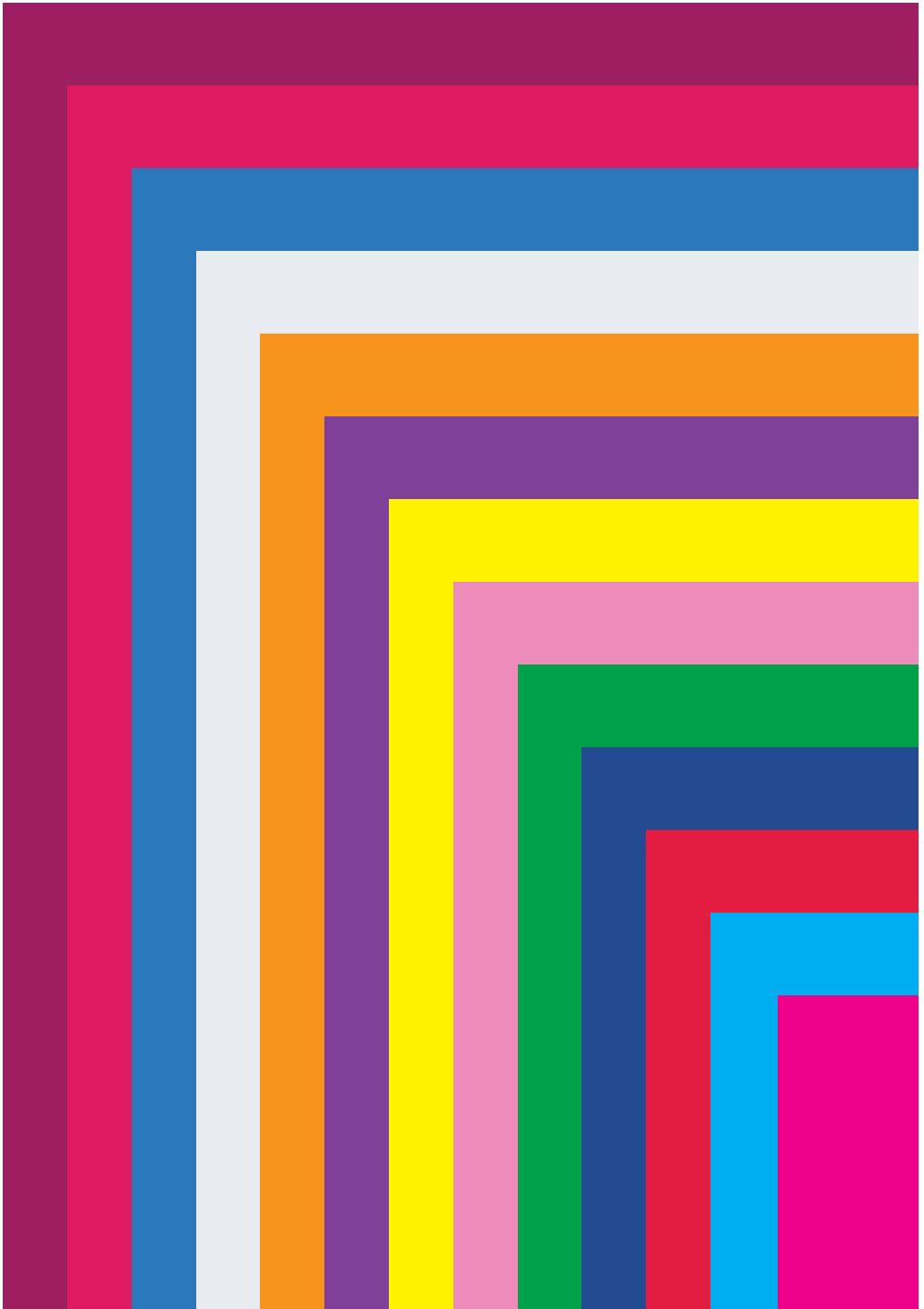
رنگ میراث و بخش جدایی‌ناپذیر طراحی گرافیک است. نمایانگر شخصیت، روحیه، توانایی و قدرت بیان است. چه بخواهیم و چه نخواهیم یک طراح گرافیک باید درک درستی از رنگ داشته باشد و بداند چطور می‌تواند رنگ‌ها را بهتر مشاهده کند، به کار بگیرد، تحت اختیار در آورد و درباره آن‌ها به درستی با همکاران و مشتریان صحبت کند. آشنایی ما با رنگ از سال‌های کودکی آغاز می‌شود و از همان ابتدا از رنگ‌ها درک درستی داریم و بعدها فقط یاد می‌گیریم که با این دانسته‌ها چه کارهایی را می‌توانیم انجام بدهیم.

جان برگر، نویسنده کتاب «هنر دیدن» می‌گوید: «این که چطور اشیاء را می‌بینیم متأثر از دانسته‌ها و باورهای مان است.» این که در دوران‌های مختلف زندگی، تحت تأثیر چه عواملی قرار می‌گیریم بسیار حائز اهمیت و تعیین‌کننده است. رنگ هم از این قاعده مستثنی نیست. رنگ روی نحوه‌ی ادراک و روان ما اثر می‌گذارد؛ هر کدام از ما یک یا چند رنگ ایده‌آل داریم، رنگ‌های خاصی که همراه خود بار عاطفی دارند ولی باید دید که این مسائل چه تأثیری روی عملکرد ما دارند و چطور با رنگ‌ها ارتباط برقرار می‌کنیم. رنگ‌ها همیشه دنیایی از انتخاب و تصویر را در مقابل دیدگان ما قرار می‌دهند. رنگ زبانی دارد که ما ناگزیریم با استادی آن را به کار بگیریم.

۴.۲

کتاب‌های فراوانی در زمینه‌ی کار با رنگ به تحریر در آمده‌اند، پس چه نیازی به یک کتاب دیگر بود؟ همان‌طور که جوزف آلبرس می‌گوید این کتاب حاوی هیچ نظریه‌ی علمی در زمینه‌ی رنگ نیست و به جای پرداختن به پیشینه‌های تاریخی و یافته‌های دانشگاهی، تجربه‌های عملی موفق‌تری را که می‌توانند زیرساخت محکمی برای یک بنای با ارزش باشند، به شما هدیه می‌کند تا درک شخصی خودتان را بر پایه‌ی آن استوار کنید.

۲.۲



y



فصل یک:

بافت

۱.۰ بازنگری

۱.۱ هیالتی کارلسون و یان ویلکر
سیاه و سفید

۱.۲ موراگ مایرزکو
رنگ و فضا

۱.۳ گیلدر هلندی
صنعت رنگ

۱.۴ تونی بروک
مفهوم و رنگ

۱.۵ لوفت هانزا
رنگ و سنت
