

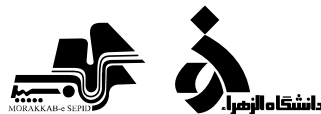
| هوالمصور |

# چالش‌های طراحی جلد کتاب دهه‌ی اخیر در ایران

دکتر میترا معنوی راد  
فاطمه مرسلی توحیدی



انتشارات دانشگاه الزهراء (س)



# چالش‌های طراحی جلد کتاب دهه‌ی اخیر در ایران

دکتر میترا معنوی راد  
فاطمه مرسلی توحیدی

ناشر: انتشارات الزهراء (س)  
ناشر همکار: انتشارات مرکب سپید

طراحی صفحات: کارگاه گرافیک فرگاهی

طراحی جلد: میترا معنوی راد

نوبت چاپ: یکم، ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۰۰۲-۹۸-۰

قیمت: ... ریال

مراکز پخش:

ونک، دانشگاه الزهراء (س) تلفن: ۸۵۶۹۲۷۶۹-۸۸۰۴۸۹۳۳

بلوار کشاورز، نبش ۱۶ آذر، انتشارات دانشگاه الزهراء (س)

وبگاه فروش اینترنتی: <http://research.alzahra.ac.ir>

کلیه‌ی حقوق برای دانشگاه الزهراء (س) محفوظ است.





# فهرست مطالب

۱۷	مقدمه
۲۳	فصل اول: عوامل مؤثر در تحلیل طراحی جلد کتاب
۲۵	اهمیت طراحی جلد کتاب از منظر اجتماعی
۲۵	ارتقای فرهنگ بصری جامعه
۲۶	حضور طرح به عنوان سندی از ذوق جامعه
۲۸	اهمیت پیرامنی جلد کتاب
۲۸	ماندگاری طرح جلد نسبت به سایر رسانه‌ها
۲۹	گستره نشر
۳۰	عوامل مؤثر در شکل‌گیری اثر هنری
۳۱	دنیاهای هنر هوارد بکر
۳۲	دستگاه‌های توزیع
۳۳	قید و بندها و امکانات
۳۳	عرف‌ها
۳۳	طراحی جلد و حوزه کیفی متفاوت: طراحی فاخر، طراحی نازل

۳۴	گرافیک فاخروزیباشناسانه
۳۵	گرافیک بازاری و نازل
۳۵	صنعت فرهنگ
۳۷	کیچ
۳۹	مصادیق کیچ در طراحی جلد کتاب
۴۹	<b>فصل دوم:</b> <b>طرح جلد کتاب</b>
۵۱	اهمیت طراحی جلد کتاب
۵۲	خط سیر طراحی جلد کتاب در ایران
۵۳	طراحی جلد پیش از انقلاب
۶۳	طراحی جلد در زمان انقلاب
۶۴	طراحی جلد پس از انقلاب
۶۸	از ابتدای دهه هفتاد تا حال حاضر
۷۲	تفاوت طراحی جلد کتاب در ایران در مقایسه با جهان
۷۵	اجزای سازنده جلد کتاب
۷۶	عناصر اصلی و مشترک
۷۶	روی جلد
۷۶	پشت جلد
۷۷	عطف
۷۷	عناصر فرعی
۷۷	روکش
۸۰	قاب یا جعبه

۸۰	زبانہ جلد
۸۲	نگاہی به طراحی جلد با رویکرد فرهنگی و فاخر در ایران از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳
۸۴	تایپوگرافی
۸۷	تصویر
۹۵	قطع کتاب
۹۶	روش های مختلف در چاپ
۹۷	جلوه های ویژه در چاپ
۹۹	برش در کتاب
۱۰۱	پوشش UV و سلفون
۱۰۳	چاپ داغی یا طلاکوب
۱۰۴	جنس جلد
۱۰۷	گرافیک حسی و لمسی
۱۱۲	یونیفرم و هویت مشترک
۱۱۵	پیشینه یونیفرم سازی برای جلد کتاب در ایران
۱۱۹	روش های مختلف در طراحی یونیفرم
۱۲۰	تکنیک پردازش در یونیفرم
۱۲۰	پردازش یونیفرم از راه تصویر
۱۲۱	عکاسی
۱۲۹	تصویرسازی
۱۲۹	فتومونتاژ
۱۲۹	کاریکاتور
۱۳۰	تایپوگرافی



۱۳۳	یونیفرم از منظر مبانی گرافیک
۱۳۳	کادر
۱۳۴	موتیف و نقشمایه
۱۴۲	ترکیب بندی نوشته و تصویر
۱۴۵	رنگ
۱۴۶	ریتم
۱۴۹	یونیفرم از طریق تکنیک های خاص چاپ
۱۴۹	برش
۱۴۹	قطع کتاب
۱۵۱	جنس جلد

## ۱۵۳ فصل سوم: طراحان جلد کتاب

۱۵۵	هنرمند در جامعه
۱۵۶	هنرمندان مستقل و هنرمندان وابسته
۱۵۷	بررسی چالش های مربوط به طراحی در ایران
۱۵۸	ضعف آموزشی
۱۵۹	ضعف آموزشی مدرّسان
۱۶۰	تعداد فارغ التحصیلان زیاد
۱۶۱	عدم به روز شدن دروس و توجه به نیاز مخاطب
۱۶۳	عدم استفاده صحیح از ابزارهای تکنولوژی
۱۶۷	مسائل اقتصادی طراحی
۱۶۷	تعرفه انجمن صنفی طراحان

۱۷۳	مقایسه دستمزد طراحی جلد کتاب با دیگر خدمات گرافیک
۱۷۵	عدم مفاهمه و گفتگوی سازنده بین ناشر و طراح
۱۷۹	نداشتن زمان کافی برای طراحی
۱۸۰	عدم سپردن طرح جلد به طراح حرفه‌ای
۱۸۱	عدم مطالعه متن کتاب توسط هنرمند
۱۸۲	عدم توجه به محتوای کتاب در طراحی روی جلد
۱۸۶	عدم آشنایی طراحان با پروسه چاپ
۱۸۷	ضعف ایده در پرداخت جلد کتاب
۱۸۹	ضعف اجرا در پرداخت جلد کتاب
۱۹۱	نبود کار تیمی

۱۹۳

## فصل چهارم:

### ناشران و طراحی جلد کتاب

۱۹۵	معرفی ناشر
۱۹۵	ضرورت بحث درباره ناشر
۱۹۷	ناشران دولتی و ناشران خصوصی
۲۰۰	عوامل مؤثر در برآیند کار ناشر
۲۰۱	سرمایه مادی کافی
۲۰۱	دانش فنی و مهارت شغلی-تخصصی
۲۰۲	علاقه و دل‌بستگی فرهنگی و هنری
۲۰۲	آینده‌نگری و دوراندیشی
۲۰۳	مخاطره‌پذیری و پویایی
۲۰۳	شناخت صحیح ناشران از مخاطب

۲۰۴	نمونه موردی: نظرسنجی نشر سوره مهر درباره جلد کتاب از ناشرین و مردم
۲۰۷	مدیریت هنری
۲۰۸	شاخص های مدیر هنری کارا و اثربخش
۲۰۸	مدیریت هنری در نشر کتاب
۲۱۰	چالش های مربوط به مدیریت هنری در بازار نشر
۲۱۲	چالش های طراحی جلد از منظر ناشران و مدیران هنری
۲۱۳	اهمیت طراحی جلد از منظر ناشران
۲۱۶	انتظارات ناشران از یک طراح گرافیک
۲۱۸	طرح جلد های پرهزینه
۲۲۰	دستمزد طراحی جلد
۲۲۴	سلیقه و ذائقه بصری مخاطب
۲۲۷	تصمیم گیری نهایی طرح جلد
۲۲۸	نقش حمایتی دولت از ناشران دولتی
۲۳۰	مجرای آشنایی ناشران با نظرات مخاطبان
۲۳۱	نقش یونیفرم و هویت بصری مشترک
۲۳۳	همکاری با مدیر هنری
۲۳۶	طراحی مجدد
۲۳۸	رابطه بین طرح جلد و محتوا
۲۴۱	<b>فصل پنجم:</b>
	<b>مخاطبان و طراحی جلد کتاب</b>
۲۴۳	تعریف مخاطب

۲۴۵	اهمیت و ضرورت پرداختن به مخاطب
۲۴۷	محدودیت‌های شناخت مخاطب
۲۴۸	نظریه سرمایه اجتماعی در حوزه شناخت مخاطب
۲۵۱	سنجش آرای مخاطبان طرح جلد کتاب بر مبنای نظریه سرمایه فرهنگی
۲۵۲	تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از بخش اول پژوهش
۲۵۹	تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از بخش دوم پژوهش
۲۶۷	<b>فهرست منابع</b>

