

عنوان مقاله:

هماهنگی ذهنیت خالق اثر موسیقائی و مخاطب در نشانه ها و ترکیب بندی های تجسمی جلد آلبوم های موسیقی در ایران

محل انتشار:

پژوهشنامه گرافیک نقاشی، دوره 2، شماره 3 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

فهیمة دانشگر - دانشیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

مونا طاهری - مونا طاهری، مربی گروه گرافیک، دانشگاه آزاد واحد یادگار امام، تهران، ایران، نویسنده مسئول.

خلاصه مقاله:

اختلاف موسیقی و تصویر، قابل رویت و غیرقابل رویت بودن آن هاست. تبدیل این اختلاف به اشتراک امری مهم برای ماندگار شدن آثار موسیقایی در جلد آلبوم می باشد. احساسی که موسیقی در شنونده می آفریند با زبان قابل توصیف نیست؛ مگر نیروهای درونی آن، تجسم شود. برای دعوت مخاطب به خرید آلبوم موسیقی، تبدیل شکل موسیقایی به تجسمی ضروری است. هم چنین، تاویل های خالق اثر موسیقایی و مخاطب، براساس پیش زمینه ذهنی هریک صورت می گیرد؛ اما هماهنگی این دو به عهده طراح گرافیک است. در این پژوهش، به بررسی نوع نشانه های تصویری و ترکیب بندی هایی که طراحان استفاده می نمایند، پرداخته شده است. پرسش های مورد بررسی در پژوهش این است که، طراح از چه نوع نشانه هایی برای هماهنگ کردن ذهن خالق اثر و مخاطب استفاده می کند از چه ترکیب بندی هایی برای نیل به این هم سویی بهره می برد روش پژوهش توصیفی زمینه یاب و گردآوری اطلاعات به روش اسنادی و آماری است. هدف بررسی تاثیر جلد آلبوم موسیقی بر ذهن مخاطب ایرانی و روش های تاثیرگذاری نشانه های تصویری آن هاست. نتایج نشان می دهد: طراحان، در جلد آلبوم موسیقی سنتی ایران و کلاسیک غرب، بیش تر از نشانه های ارجاعی و در موسیقی راک، جاز، الکترونیک بیش تر از نشانه های قراردادی استفاده می کنند. هم چنین، هماهنگی ترکیب بندی جلد آثار با اثر موسیقایی، در موسیقی سنتی ایران 73%، موسیقی کلاسیک غرب 32% و موسیقی راک، جاز و الکترونیک 15% است؛ که نشان می دهد، طراحان با موسیقی سنتی ایران آشنایی بیش تر و با موسیقی راک، جاز و الکترونیک آشنایی کم تری دارند.

کلمات کلیدی:

تغییر ذهن، نشانه های موسیقایی، هماهنگی موسیقی و تصویر، ترکیب بندی تجسمی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1009354>

