

عنوان مقاله:

مطالعه تاثیرات تایپوگرافی بر تبلیغات در دهه معاصر در ایران (مفهوم واژه تایپوگرافی معاصر ایران بر آثار هنری گذشته و معاصر)

محل انتشار:

ماهنامه دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی، دوره 2، شماره 18 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

عطیه نتاج مجد - دکتری فلسفه هنر عضو هیات علمی موسسه غیرانتفاعی طبری (بابل)

سمیه فلاح خورشیدی - کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، موسسه آموزش عالی طبری

خلاصه مقاله:

متاسفانه تاکنون تایپوگرافی در ایران معاصر به دلیل عدم شناخت طراحان گرافیک و چند و چون خط فارسی آن را در اقلام مختلف خوشنویسی و یا تمایل به شیوه ها و ملاک های زیبایی شناسی و نوع نگارش در تایپوگرافی غرب دچار مشکلات فراوانی بوده و می باشد. هرچند قصد نداریم حرکت های درست و اصولی را از جانب طراحان با تجربه و آشنا با خط ولوبسیار ازدرک را نادیده بگیریم. ولی شایان ذکر است که بسیاری از فعالیتهایی که تا به امروز در این رشته در ایران صورت گرفته، خصوصاً نشانه های نوشتاری، به دلیل موارد ذکر شده فاقد اصول زیبایی شناسی و قوانین نگارش خط فارسی صورت گرفته است. پیشینه خط فارسی و تلاش های صورت گرفته در روند تکامل آن باقی که سزاوار توجه بیشتری است. بررسی و تجزیه و تحلیل آثار موفق و ماندگار، بیانگر این است که هدف از تایپوگرافی ارسال هرچه موثرتر پیام، برقراری ارتباط لازم، ایجاد تفهیمو تفاهم نفوذ بیشتر نسبت به نوشتار عادی بوده است. بعد از گذشت سالیان، هنوز هم این اهداف کم و بیش در کار تایپوگرافی وجود دارد و هدفهایی را هم کم کم به خود اختصاص داده که این هدف ها را، در مرحله اول می توان به: اهداف فرهنگی، آموزشی، پرورشی، اهداف موضوعی و اهداف اقتصادی و تجاری بخش بندی کرد. با گذشت زمان و توجه به هنر گرافیک و گسترش خدمات آن در جهت برقراری ارتباط تصویری به این قضیه توجه ویژه ای شد و کشف ظرفیت های بصری خط و درموردی همراهی تصاویر با خط در طراحی عناوین با علاقه بیشتری دنبال شد.

کلمات کلیدی:

تایپوگرافی، تبلیغات، فرم، آرام، پوستر، خوشنویسی، تیزر تبلیغاتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1352902>

