

عنوان مقاله:

بررسی اصول گشتالت در طراحی لوگوهای معاصر ایران دهه (80 - 40)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم مهندسی (ICIRES ۲۰۱۹) (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

زهرا خوشرو - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، موسسه آموزش عالی هنر شیراز، ایران،

حمید حمیدی - مدرس موسسه آموزش عالی هنر شیراز، ایران،

خلاصه مقاله:

امروزه یکی از مسائل مهم در طراحی گرافیک، بهبود آثار گرافیکی و دستیابی به ایده‌های خلاقانه است؛ که به بهترین و ساده ترین شکل، با مخاطب خود ارتباط برقرار کند. گشتالت به عنوان یک مکتب روانشناسی نقش مهمی در پدید آمدن آثار خلاق و ماندگار در بخشهای مختلف گرافیک خصوصا طراحی لوگو داشته است. در پژوهش حاضر اصول گشتالت در لوگوهای معاصر ایران دهه (80-40) بررسی گشت و به عنوان یکی از اهداف به جمع آوری مطالبی تخصصی در رابطه با اهمیت و کاربرد اصول گشتالت در طراحی لوگو پرداخته شد. پژوهش حاضر به شیوه توصیفی، تحلیلی و روش دستیابی به اطلاعات کتابخانه‌ای و اسنادی است. تجزیه و تحلیل داده ها بر اساس مبانی نظری گشتالت و اصول آن صورت پذیرفته و با استفاده از جداولی میزان استفاده از اصول گشتالت در لوگوهایی که به عنوان نمونه انتخاب شده بررسی گشت. جامعه آماری این پژوهش، لوگوهای طراحی شده از دهه 40 تا 80 در ایران در نظر گرفته شده. یافته های این پژوهش نشان می دهد در طراحی لوگوهای معاصر ایران توجه و استفاده از اصول گشتالت بسیار کم بوده است. در برخی از لوگوها استفاده از اصول گشتالت آگاهانه صورت نگرفته و این امر باعث میشود محتوای ناخواسته و غیر مرتبط با موضوع از سوی مخاطب دریافت گردد.

کلمات کلیدی:

گشتالت، ادراک بصری، گرافیک دیزاین، لوگو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/964975>

