

عنوان مقاله:

هنر عمومی، مشارکت مخاطب و بیلبردهای دیجیتال

محل انتشار:

نخستین همایش ملی هنرهای نمایشی و دیجیتال (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

عفت السادات افضل طوسی - دانشیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر دانشگاه الزهرا (س)

فریمه فاطمی - دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر دانشگاه الزهرا (س)

خلاصه مقاله:

با توجه به رشد و توسعه فناوریهای دیجیتال، شاخه های مختلف هنری با استفاده از این فناوری، شیوه های متفاوتی را در جهت ارائه پیام و جلب مخاطب مورد استفاده قرار داده اند. یکی از انواع هنرهایی که با فناوری دیجیتال تلاشی در جهت خلق آثاری متفاوت با تاثیرگذاری بیش از گذشته کرده، بیلبردهای دیجیتال می باشد؛ استفاده از این شیوه ارائه در سطح شهر مسبب ایجاد فضایی متفاوت و چشمگیر شده است و میتوان به صراحت این شیوه را در میان دیگر انواع ارائه در عصر حاضر موفق و قابل تامل دانست؛ همچنین یکی از مواردی که فناوری دیجیتال در بیلبردها ایجاد کرده است، تعاملی بودن آن است. بیلبردهای تعاملی به عنوان هنر عمومی در سطح شهر، مشارکت مخاطبان را بیش از پیش کرده و این عامل موجب برقراری ارتباط موثرتر خواهد شد. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و شیوه جمع آوری اطلاعات به صورت اسناد کتابخانه ای قصد دارد به تحلیل و بررسی بیلبردهای دیجیتال مشارکتی به عنوان هنر عمومی بپردازد. این شیوه تبلیغ به دلیل به مشارکت طلبیدن مخاطب و تعامل وی سبب ساز ایجاد فضای مشارکتی در تولید معنا شده است و مخاطب را بیش از پیش با پیام تبلیغاتی هم راستا می کند که این امر خود از اهداف اصلی و اولیه تبلیغات است.

کلمات کلیدی:

هنر عمومی، هنر دیجیتال، بیلبرد دیجیتال، هنر مشارکتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1011795>

