

عنوان مقاله:

بررسی استفاده از تصویر در اعلان برخی از فیلمهای سینمایی با اعتبار بر محور همنشینی و جانشینی در علم نشانه شناسی

محل انتشار:

سومین سمپوزیوم ملی روز جهانی گرافیک (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

سارا رجبی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری، دانشکده هنر و معماری اردکان، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

در این مقاله در پی یافتن پاسخی دقیق به چگونگی همنشینی، جانشینی و تاثیرگذاری واژه و تصویر در پوستره‌های فیلم های انتخابی هستیم و هدف نهایی ایجاد ارتباط هر چه موثرتر با مخاطب است. چرا که مخاطب مجبور است در اعلان هایی که می بیند، در یک لحظه؛ ساختار، نشانه، دلالت و معنا را همزمان بشناسد و درک کند. از این رو مقاله حاضر ترکیبی خواهد بود از نشانه شناسی تصویر و کاربرد واژه در کنار تصویر. نگرش و تحلیل ما در این مقاله؛ نشانه ها را به کوچک ترین واحدهای دلالتی تقسیم کرده است، سپس به تحلیل بعد جانشینی عناصر و در آخرین مرحله به بررسی روابط همنشینی پرداخته ایم و قطعا در عمل تحلیل، بارها و بارها میان دو روش همنشینی و جانشینی حرکت کرده ایم. اما آیا می توان گفت دلالت فوری و مستقیم تصویر، آن را بی ارزش تر از واژه می سازد و در ادامه، تکلیف دلالت های ضمنی تصویر چه خواهد شد و آیا استفاده از تصویر در اعلان ها، از اهمیت واژه می کاهد بنابراین در این مقاله ردپایی از مفهوم تصویر و واژه به چشم می خورد که ما برای بیان این مفهوم به گذشته نگاهی داشته ایم، چرا که روشی ویژه برای پژوهش زمان حاضر است. روش پژوهش توصیفی تحلیلی است. داده های موجود تحلیل و سپس مبانی فرضیه با نتایج تحلیل محک زده می شود. داده های موجود با استفاده از منابع کتابخانه ای، مشاهده و تحلیل به دست آمده است و تا حدی که لازم بود، عین اعلان در مقاله منعکس شده است و در نهایت می توان نتیجه گرفت که تصویر و واژه به هیچ رو متضاد یکدیگر نیستند، بلکه هوادار یکدیگر نیز هستند، با هم نسبت دارند و گونه ای همزیستی، در دل نسبت هایشان نهفته است.

کلمات کلیدی:

نشانه شناسی، تصویر، واژه، نشانه، همنشینی، جانشینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/954655>

