

عنوان مقاله:

تاثیر رسانه های دیجیتال بر تولیدات هنری و گرافیک ایرانی

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی و هفتمین کنفرانس ملی عمران، معماری، هنر و طراحی شهری (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

فاطمه سیف - دانشجوی کارشناسی ارشد هنرهای چندرسانه ای، دانشکده چندرسانه ای دانشگاه هنر اسلامی تبریز

خلاصه مقاله:

هنر در شاخه های مختلف خود زمانی که پیوند عمیق با فرهنگ و هویت و به طور کلی ریشه های هر جامعه داشته باشد، می تواند هویت یک ملت را نشان دهد. مسئله هویت و فرهنگ ایرانی، یکی از مهم ترین مسائل هنر گرافیک ایرانی از بدو شکل گیری بوده است. با رشد فناوری و جهانی شدن ارتباطات بیش از پیش نیاز به درک تاثیرها و دگرگونی هایی که در عرصه های مختلف به ویژه در طراحی گرافیک و هنرهای کاربردی در جریان است، احساس می شود. هدف این پژوهش، آگاهی از فرایند بازنمایی هویت ملی ایرانی در آثار گرافیک به منظور جست و جوی ابعاد نامکشوف عناصر بصری ایرانی در عصر دیجیتال با هدف حفظ و ترویج نمادهای ایرانی در راستای حفظ سرمایه فرهنگی است. سوال پژوهش، چگونگی رسیدن به گرافیکی با هویت ملی و ایرانی در هزاره سوم و عصر دیجیتال است که هسته اصلی مسئله تحقیق پیشرو است. در پاسخ به این مسئله شرح داده می شود که هنر گرافیک در ایران بر مبنای توجه به آثار تاریخی هنر ایرانی و موتیف های سنتی شناخته و پرداخته می شود. روش تحقیق در این پژوهش، روش مطالعه تاریخی، توصیفی - تحلیلی است که برای گردآوری دادهها به روش کتابخانه ای و اسنادی استفاده شده و از نظریه گفتمان و روش تحلیل گفتمان به عنوان چارچوب نظری و روششناختی بهره مند شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که طراحان ایرانی برای هویت نمایی در گرافیک ابتدا با بهره گیری مستقیم از نقوش دوگانه فرهنگ خود هویت نمایی می کردند، اما امروزه باتوجه به جزئیات و بهره گیری از عناصر متنوع و در قالب های جدیدتری در این راستا اقدام می کنند.

کلمات کلیدی:

گرافیک ایران، هنر گرافیک ایرانی، گرافیک ایران و عصر دیجیتال، هویت ملی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2042891>

