

عنوان مقاله:

بررسی نقش عکس در طراحی بیلورد های تبلیغاتی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

فرشته دیانت - عضو هیات علمی گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، ایران.

مرضیه اله دادی - عضو هیات علمی گروه طراحی صنعتی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، ایران.

خلاصه مقاله:

تبلیغ ریشه در زندگی اجتماعی انسانها دارد. شیوه ای است برای انتقال پیام و اطلاع رسانی و از روش های گوناگونی بهره می گیرد. یکی از این روش ها و شاید یکی از قدیمی ترین آنها بیلورد است. نصب بیلوردهای تبلیغاتی در شهرها و جاده ها، یک پتانسیل بالقوه برای تبلیغات می باشد که اگر با اصول موثر هدایت شوند، موجب توجه و تمایل بیشتر مخاطبان در جهت خرید محصول یا خدمت ارائه شده می گردند. پوسترهایی به ابعاد بزرگ که عکس ها و نوشته های روی آن بیشترین نقش را در جلب توجه مخاطب دارند. پرسشی که مطرح می شود این است که ضرورت شکل گیری بیلورد چه بوده و جایگاه طراحی بیلورد و عکس در آن چیست؟ در این مقاله سعی شده است ضمن ارائه مفاهیم مربوط به تبلیغات محیطی و بیلورد، به اهمیت طراحی پیکره بیلورد و نقش عکس در آن پرداخته شود. از آنجاکه عکس ابزاری شفاف و گویا در جذب اعتماد و بیان امکانات محصول است، لذا بهترین ابزار برای پرداختن به ویژگی های محصول و معرفی آن است. لذا نقش عکس در بیلورد در کنار طراحی مناسب پیکره، اساسی و انکارناشدنی است. به همین منظور با استفاده از روش توصیفی تحلیلی به بررسی - خلاقیت و نوآوری در تصویر، جذابیت در طرح بصری، ایجاد همگونی رنگ، پیام و ماهیت محصول در بیلورد، اندازه مناسب و طراحی پیکره بیلورد پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

تبلیغات، بیلورد، عکس، طراحی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/447213>

