



Explaining the Aesthetic Aspects of the New Media

Abstract

The increasing influence of the new media on societies has drawn attention to the media's potentials and performance in different areas such as economics, politics, communications, philosophy and aesthetics. Given that the dimensions and aspects of the media aesthetics are defined considering the potentials and expressive capabilities of any media, studying them in terms of aesthetics provides an opportunity to explore methods and criteria for creation and transmission of effective communications in the media. Therefore, this study sought to explain the aesthetics in the new computer-based media by examining the way and quality of creating meaning and feeling in the media. It also addresses the aesthetic concept in the new media to draw more attention towards the aesthetic principles of the media. This was a descriptive-analytic research and the data were collected through a desk research. The results indicated that aesthetic aspects can be considered as an important approach in the study of the new media.

keywords: aesthetics, media, new media, media aesthetics.



تبیین ابعاد زیبایی شناختی رسانه‌های جدید

سمیرا سیف علی^۱، دکتر اصغر فهیمی فر^۲، دکتر امیرعبدالرضا سپنجی^۳

چکیده

تأثیرات روز افزون رسانه‌های جدید در جامعه سبب شده است ظرفیت‌ها و نوع عملکرد این رسانه‌ها در حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، سیاست، ارتباطات، فلسفه و زیبایی شناسی مورد توجه قرار گیرد. نظر به اینکه ابعاد و جنبه‌های زیبایی شناسی رسانه در چارچوب قابلیت‌های بیانی و ظرفیت‌های هر رسانه‌ای تعریف و آشکار می‌شود، مطالعه رسانه‌ها از منظر زیبایی شناسی امکان پالایش شیوه‌ها و معیارهایی برای ایجاد و انتقال پیام‌های مؤثر و کارآمد در ارتباطات رسانه‌ای را فراهم می‌آورد، از این رو پژوهش حاضر، با طرح پرسش از چگونگی و کیفیت ایجاد معنا و احساس در بیان رسانه‌ای سعی در تبیین زیبایی شناسی رسانه‌های جدید مبتنی بر رایانه دارد و با هدف فهم دقیق‌تر اهمیت توجه به اصول زیبایی شناختی در بیان رسانه‌ای، مفهوم زیبایی شناسی در این رسانه‌های جدید را مورد توجه قرار می‌دهد. روش این پژوهش توصیفی-تحلیلی و شیوه جمع‌آوری اطلاعات بر اساس رجوع به منابع کتابخانه‌ای می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد ملاحظات زیبایی شناختی می‌تواند به عنوان رویکردی مهم در زمینه مطالعات رسانه‌های جدید در نظر گرفته شود.

واژگان کلیدی: زیبایی شناسی، رسانه، رسانه‌های جدید، زیبایی شناسی رسانه‌ها.

^۱-دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس samira.saef@gmail.com

^۲- دانشیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس Fahimifar@modares.ac.ir

^۳- استادیار گروه مطالعات راهبردی فرهنگ و ارتباطات، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی aasepanjy@gmail.com