

عنوان مقاله:

کاربرد عکس در تبلیغات تجاری روزنامه‌های عصر پهلوی (مطالعه موردی: روزنامه اطلاعات)

محل انتشار:

پژوهش نامه تاریخ اجتماعی و اقتصادی، دوره 8، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

نگس صالح نژاد - دانشجوی دکتری تاریخ، دانشگاه الزهرا.

خلاصه مقاله:

عکاسی، با عبور از دوره پرفراز و نشیب تاریخی، در عصر پهلوی به تدریج کارکردهای خاص‌تری یافت. یکی از این کارکردها در اعلانات تجاری و به هدف ترغیب و تشویق مردم به خرید محصولات بود. مقاله پیش رو با هدف شناخت جایگاه عکس به‌عنوان ابزاری برای آشنایی مردم با پدیده‌های نوظهور غرب در آگهی‌های تجاری (مطالعه موردی روزنامه اطلاعات) انجام شده است. به این منظور از روش تحلیل محتوا استفاده است. جامعه آماری مقاله پیش رو 252 شماره در فاصله سال‌های 1305-1320 به صورت یکسال درمیان و در هر سال 36 شماره (شماره اول، میان و آخر هر ماه) استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد پدیده‌های نوظهور غرب و تبلیغ مصرف‌گرایی در تصاویر آگهی‌های تجاری دیده می‌شد و نقش مؤثری در ترغیب مردم به مصرف‌گرایی داشت و در لایه‌های پنهان نیز آگهی به‌عنوان ابزاری برای پروژه هویت‌سازی عصر پهلوی مورد استفاده وسیع حکومت پهلوی قرار گرفته و ارزش‌های مصرف‌گرایی غرب را در میان آحاد جامعه تبلیغ می‌کرد.

کلمات کلیدی:

تاریخ ایران، پهلوی اول، مطبوعات، تبلیغات، هویت سازی، عکس‌های تبلیغی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1124219>

