

## عنوان مقاله:

بررسی اهمیت بهره گیری از رسانه های نوین مبتنی بر نور در تبلیغات محیطی

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی معماری، عمران، شهرسازی، محیط زیست و افق های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

کیارش زبرجد - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع - مدیریت ی مهندسی، گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی،  
واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

رضوان بهزادی نسب - کارشناسی ارشد ارتباط تصویری - ارتباط تصویری، گروه هنر، دانشکده هنر و معماری، واحد تهران مرکز، دانشگاه  
آزاد اسلامی، تهران، ای ران

سونیا بهزادی نسب - دکتری مدیریت بازرگانی - مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن،  
ایران

## خلاصه مقاله:

مقاله حاضر مطالعه ای در خصوص اهمیت بهره گیری از رسانه های نوین مبتنی بر نور در تبلیغات محیطی باز شهر تهران می باشد. به دلیل پیوند گرافیک محیطی با شهرسازی و صنعت تبلیغات، در فناوری های روز جهان از نورآرایی جهت تاثیر بر مخاطبین استفاده می گردد. از آنجایی که تصویر شهر بخشی پر اهمیت از هویت بصری شهر است بنابراین رسانه های نوین مبتنی بر نور یکی از ملزومات زندگی شهری امروزی گردیده است که می توان آن را زیر مجموعه ای از هویت شهری دانست. هویت شهری مبحثی میان رشته ای است بنابراین مستلزم هماهنگی و تناسب میان فعالیت های شاخه های گوناگون رشته های علمی و هنری مانند: برنامه ریزی شهری، طراحی گرافیک شهری، مهندسی فنی، تبلیغات، روانشناسی، جامعه شناسی و... می باشد. در تبلیغات محیطی امکانات متعددی بکار گرفته میشود تا توجه مخاطبان را در جهت رسیدن به هدف مد نظر به خود جلب نماید. در این پژوهش روش گردآوری اطلاعات در بخش اسنادی به شیوه مطالعات کتابخانه ای کتب گوناگون و مقالات مرتبط و در بخش میدانی به صورت مشاهده ی مستقیم انجام گرفته است. ابزار گردآوری اطلاعات کتابخانه ای به صورت فیش برداری و در بخش میدانی از روش مشاهده و تحلیل رسانه های نوین مبتنی بر نور بوده است. در پژوهش حاضر به شیوه ی کیفی به بررسی نقشی که نور در جذب مخاطبان رسانه های نوین (تلویزیون های شهری تبلیغات محیطی شهر تهران) دارد پرداخته شده است.

## کلمات کلیدی:

تبلیغات محیطی، رسانه های نوین، گرافیک، نور، هویت شهری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1614635>

