

عنوان مقاله:

اثر هیجان حاصل از کدهای غیرکلامی در محیط های تجاری بر ادراک مخاطب از پیام تجاری

محل انتشار:

فصلنامه بررسی های مدیریت رسانه، دوره 2، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 44

نویسندگان:

حمیدرضا کرکه آبادی - دانشجوی دکتری گروه مدیریت رسانه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

حسن عشایری - استاد دانشکده توانبخشی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تهران، ایران.

علی دلاور - استاد دانشکده روانشناسی و تربیت، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

علی اکبر فرهنگی - استاد گروه مدیریت رسانه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: محیط در تمام مدت فعالیت بشری در حال برقراری ارتباط با انسان است و علاوه بر اثربخشی، اثرگذار هم هست. با مطالعه فرایند شکل گیری رفتار مشخص می شود که انسان در پاسخ به محرک ها به صورت مشهود و نامشهود عکس العمل نشان می دهد که با مفهوم «رفتار» مطالعه می شود. بر این اساس در این مقاله تلاش شده است که کدهای غیرکلامی محیط تجاری موثر بر فرایند ارتباطات تجاری، شناسایی و اثرهای آن ها بر شدت و ظرفیت هیجانی و رفتارهای ادراکی و فیزیولوژیکی مخاطبان بررسی شود. روش: در این مطالعه بر اساس شیوه آزمایشگاهی از نوع درون آزمودنی و پس آزمون (یا شیوه سنجش مکرر) به بررسی روابط مدل مفهومی، با طراحی ۱۳ آزمون روا و پایا پرداخته شده است. جامعه پژوهش دانشجویان دختر در دسترس شهر تهران است که از بین آن ها ۵ گروه آزمودنی اصلی ۶ نفره و ۵ گروه فرعی ۳ نفره به صورت داوطلبانه و بر اساس متغیرهای مشتبه کننده، غربالگری و انتخاب شده اند. ابزارهای مهم جمع آوری اطلاعات در مراحل پژوهش عبارت اند از: دستگاه فشارسنج Beurer BM۵۸، دستگاه Accumed HB۵۰۰، دستگاه Pals Oximeter MD۳۰۰C۱۳، لوکس متر و مشاهده. یافته ها: یافته ها نشان داد که رنگ، نور، مصالح و بوی محیط بر رفتارهای فیزیولوژیکی، ظرفیت و شدت هیجانی مخاطب موثر است. نتیجه گیری: بر اساس یافته ها می توان ادعا کرد که با تغییر کدهای غیرکلامی محیط تجاری، می توان علائم حیاتی، شدت و ظرفیت هیجانی مخاطب را تغییر داد که حسب نوع هیجان ایجاد شده در مخاطب، ادراک ایشان از مفاهیم موجود در محیط تجاری دستخوش تغییر می شود.

کلمات کلیدی:

ارتباطات غیرکلامی، محیط تجاری، ارزش هیجانی رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1779648>

