

عنوان مقاله:

تحلیل نقش عناصر بصری تابلوهای تبلیغاتی در منظر خیابان مدرس مشهد

محل انتشار:

مجله انسان و محیط زیست، دوره 18، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

مهسا ضمیری - مربی، عضو هیئت علمی دانشگاه بجنورد، کیلومتر ۴ جاده اسفراین، دانشگاه بجنورد، دانشکده هنر، گروه شهرسازی

آزاده شریفی - مربی، عضو هیئت علمی دانشگاه بجنورد، کیلومتر ۴ جاده اسفراین، دانشگاه بجنورد، دانشکده هنر، گروه ارتباط تصویری

خلاصه مقاله:

تبلیغات شهری یکی از مهم ترین شاخه های دانش تبلیغات و یکی از عناصر سازنده منظر شهری در سکونتگاه های انسانی به شمار می رود به نحوی که به عنوان بخشی جدایی ناپذیر از کالبد شهرها شناخته شده و بخش مهمی از فعالیت های تجاری در شهرها به این موضوع اختصاص یافته است. بکارگیری صحیح عناصر بصری در ایجاد هویت بصری و تقویت خوانایی تابلو های تبلیغاتی نقش چشمگیری دارند. تابلو های تبلیغات شهری می تواند نمودی فعال و تاثیرگذار در منظر عمومی یک شهر داشته باشد. هدف از انجام این پژوهش شناخت مولفه های آسایش بصری و تحلیل آن در محدوده خیابان مدرس مشهد به منظور بهره گیری از آن در جهت ارتقا کیفیت منظر آن بوده است. بدین منظور اطلاعات مربوط به تابلوهای تبلیغاتی موجود در خیابان مدرس جمع آوری و با استفاده از روش های تحلیلی و با بررسی قوانین و آیین نامه های موجود و همچنین مشاهده مورد پژوهشی، اطلاعات حاصل پردازش شده تا با استفاده از روش تحلیل SWOT راهکارهایی اجرایی برای بهبود وضعیت تبلیغات شهری در خیابان مدرس پیشنهاد گردد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد که ارتقاء سطح مولفه های آسایش بصری تاثیر متقابل و دوسویه ای را بر منظر شهری گذاشته و عدم توجه به آن منجر به آشفتگی، ناهمگونی و اغتشاشات بصری محیط می شود. بر این اساس تشویق استفاده از تجهیزات مناسب تبلیغاتی، حذف تبلیغات غیرمجاز و پیشگیری از بروز آنها و توجه به نیازهای صاحبان مشاغل کوچک و همچنین تبلیغات موقت محیطی به عنوان پیشنهاد های راهبردی این پژوهش ارائه گردیده اند.

کلمات کلیدی:

فضای شهری، تابلوهای تبلیغاتی، منظر شهری، عناصر بصری، کیفیت بصری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1872075>

