

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تابلوهای تبلیغاتی سطح شهرها در میزان عملکرد رانندگان مورد مطالعاتی: بزرگراه آسیایی مشهد

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

بهزاد علی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه امام رضا مشهد

الناز علی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری، دانشگاه حکیم سبزواری

سارا رئیس المحدثین - دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه امام رضا مشهد

خلاصه مقاله:

امروزه جایگاه اقتصادی تبلیغات در بیشتر شهرهای جهان به رسمیت شناخته شده است و اکثر شهرها بیش از پیش به عنوان بستری برای تبلیغات اقتصادی و تجاری شرکت های بزرگ بدل گردیده اند به گونه ای که امروزه تعداد زیادیز شهرهای بزرگ در حال تبدیل شدن به یک تابلوی تبلیغاتی بزرگ می باشند. هدف در این پژوهش، بررسی تاثیر گذاری و عملکرد تابلوهای تبلیغاتی بر میزان حواس پرتی و جلب توجه رانندگان در سطح شهر مشهد می باشد. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی- تحلیلی و مبتنی بر پژوهش های میدانی و تهیه پرسش نامه می باشد. در انتها نیز از نرم افزار SPSS جهت تعیین میزان همبستگی داده ها استفاده گردید. نتایج نشان از آن دارد بین سرعت وسیله نقلیه نوع و محل نصب تابلو حجم ترافیک خیابانو نیز موقعیت قرارگیری تابلوهای تبلیغاتیبه عنوان عوامل متغیر در حواس پرتی رانندگان و میزان حواس پرتی رانندگان به عنوان متغیر مستقل رابطه معنی داری وجود دارد

کلمات کلیدی:

تابلوی تبلیغاتی، حواس پرتی رانندگان، تبلیغات، مشهد، بزرگراه آسیایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/208016>

