

## عنوان مقاله:

بررسی و ارزیابی جایگاه تبلیغات در فضاهای شهری (پژوهش موردی شهر سبزوار)

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تاکید بر مولفه های شهر اسلامی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

محمد سلمانی مقدم - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه حکیم سبزواری

حمید جوادیان - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه پیام نور مشهد

## خلاصه مقاله:

تبلیغات شهری یکی از کارکردهای مهم شهرهای امروزی است که به دلیل اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود جایگاه خاصی را در شهرها بدست آورده است. تبلیغات نقش کلیدی در اداره شهر، فرهنگ سازی و تغییر نگرش شهروندان دارد و بر این اساس جایگاه ویژه ای در برنامه ریزی شهری برآیند قائل هستند. بررسی و تحلیل جایگاه تبلیغات شهری در مناطق شهری می تواند کمک بسزائی به اثرگذاری بیشتر تبلیغات در راستای فرهنگ سازی شهری و ساماندهی فضاهای شهری و برنامه ریزی مطلوبتر شهر بنماید. شهر سبزوار همانند بسیاری از شهرهای دیگر ایران با فرصت تبلیغات شهری مواجه است. بررسی و ارزیابی جایگاه تبلیغات در این شهر کمک خواهد کرد که با تحلیل وضع موجود برنامه ریزی مناسبی برای ارتقا کیفی و کمی تبلیغات شهری در این شهر صورت گیرد. این تحقیق به بررسی جایگاه تبلیغات شهری در شهر سبزوار پرداخته است. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی-تحلیلی است و از روش کتابخانه ای و اسنادی همراه با تکمیل پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است از مسئولین، مدیران و کارشناسان دولتی به صورت همه شماری پرسشنامه تکمیل شده، لکن برای کسب اطلاعات از مردم با اتکا به روش آماری کوکران که تعداد نمونه ها در آن 380 مورد تعیین گردید پرسشنامه تکمیل شده و در نهایت تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گردیده است. نتایج تحقیق نشان میدهد که وضع موجود تبلیغات شهری در شهر سبزوار مطلوب نیست علاوه بر آن جایگاه تبلیغات شهری در این شهر نیز جایگاه مناسبی نمی باشد و از سوی دیگر تبلیغات موجود در شهر نیز تاثیر گذاری متوسطی بر شهروندان را نشان میدهد.

## کلمات کلیدی:

تبلیغات شهری، فضاهای شهری، ارزیابی، شهر سبزوار

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/349654>

