

## عنوان مقاله:

آلودگی دیداری و تبلیغات محیطی سازمانی؛ با محوریت نهاد کتابخانه های عمومی کشور

## محل انتشار:

دومین کنفرانس سراسری دانش و فناوری علوم تربیتی مطالعات اجتماعی و روانشناسی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

احسان کرمی - اداره کل کتابخانه های عمومی استان کرمانشاه

رضوان اجاقی - اداره کل کتابخانه های عمومی استان کرمانشاه .

## خلاصه مقاله:

مقدمه و هدف: تبلیغات محیطی یکی از شیوه های برتر تبلیغات است که شامل عناصر بصری باقابلیت اجرا است که مهمترین نکته آن چشم گیر بودن است. زیرا مخاطبان ناگزیر به دیدن تبلیغات محیطی بوده و نمی توانند چشم خود را از رنگ های اطراف خود بگیرند. لذا پژوهش حاضر با هدف پایش آلودگی دیداری در تبلیغات محیطی سازمانی، از دیدگاه صاحب نظران در استان کرمانشاه به مطالعه پرداخته است. روش پژوهش: مطالعه از نوع کیفی به روش مطالعه نیمه ساختاریافته است. تجزیه و تحلیل داده ها به روش تحلیل موضوعی انجام شن. حجم نمونه به اشباع اطلاعات بستگی داشت و اساتید و صاحب نظران در حیطه تبلیغات، روابط عمومی و کارشناسان اداره کل کتابخانه های عمومی استان جامعه مورد نظر را تشکیل داده اند. نتایج: به طور کلی یافته ها در 3 موضوع انگاره های نظام دیداری، تاثیر آلودگی دیداری، راهکارهای پایش آلودگی دیداری و 11 زیر موضوع دسته بندی شدند. - نتیجه گیری و جمع بندی: نتایج نشان میدهد آلودگی دیداری توسط انواع تبلیغات در قالب پوستر، بنر، استند، تابلو، بروشور، در کتابخانه های عمومی به دلیل ایجاد آلودگی بصری دارای تاثیرگذاری کمتر و ایجاد مشکلات چنانچه هستند.

## کلمات کلیدی:

آلودگی بصری، تبلیغات محیطی، تبلیغات سازمانی، کتابخانه های عمومی، نهاد کتابخانه های عمومی کشور

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/547107>

