

عنوان مقاله:

بررسی رابطه نقش تبلیغات تعاملی در توسعه فرهنگ شهرنشینی و فضای شهری

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی عمران، معماری و طراحی شهری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سارا جهانگیری - دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، دانشگاه کمالاتک نوشهر، مازندران، ایران

سید نظام الدین امامی فر - استادیار دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، شهر تهران، ایران

خلاصه مقاله:

رشد فرهنگی، یکی از مهمترین ارکان تعالی جامعه شهری است. انتقال داده های فرهنگی یا همان پیام رسانی فرهنگی یکی از مهمترین و پر کاربردترین ابزارهای این فرایند است. پیشرفت هر روزه علم و تکنولوژی مسیری را برای خلق قالب های مختلف تبلیغاتی و ایجاد روش های نوینی در توسعه فرهنگ جامعه شهری بوجود آورده است که در راستای جذب مخاطب، تاثیرات بسزایی گذاشته است. فناوری های دیجیتال همواره تاثیر بسزایی در هنر و فرهنگ معاصر داشته اند. این فرم از هنر از دل انقلاب الکترونیکی، جهانی شدن رسانه ها، و شبکه اینترنت زاده شده است. تبلیغات با در نظر گرفتن مخاطب و توانایی درک او، اثر بخش است. پایه و اساس هنر تعاملی بر مبنای دعوت کردن مخاطب در فرایند شکل گیری اثر است. هدف از این پژوهش بررسی رابطه توسعه فرهنگ شهرنشینی و تبلیغات تعاملی و نقش بی بدیل آن در پیشرفت فرهنگ جامعه و همچنین استفاده از عنصر تعامل در تبلیغات فرهنگی و بالا بردن کیفیت زندگی شهری و آرامش روانی جامعه است. روش انجام تحقیق بر مبنای ماهیت توصیفی-تحلیلی بوده است و شیوه گردآوری اطلاعات به صورت ترکیبی (کتابخانه ای و میدانی) است تعداد نمونه 4 تصویر می باشد. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز کیفی است. نتایج به دست آمده از بررسی ها نشان می دهد که در تبلیغات تعاملی، تاکید عمده بر نقش فعال مخاطب و مشارکت است، خصیصه که البته در عین حال مبتنی بر نوعی روحیه ی اجتماعی برای حضور فعال در محیط زندگی است. تعامل مخاطب را اقناع میکند که دسترسی به حس خوب استفاده از محصول مورد تبلیغ امری ملموس است. تبلیغات تعاملی، موجبات جلب توجه و احساسات مخاطب را در قیاس با همتای سنتی خود فراهم می کند. برای تغییر روند فرهنگی در جامعه نیاز به برنامه ریزی دقیق و تامین ابزارهای لازم است بنابراین میتوان از تبلیغات تعاملی بعنوان ابزاری نو در تبلیغات نام برد که به منظور توسعه فرهنگ شهرنشینی و پیشرفت فضای شهری مورد توجه قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

هنر تعاملی، تبلیغات تعاملی، فرهنگ شهرنشینی، فضای شهری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/805914>

