

عنوان مقاله:

بررسی تاثیرگرافیک محیطی بر تبلیغات شهری با تکیه بر دیجیتال ساینچ

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی معماری و شهر پایدار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

هادی عارفی - استادیار دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی

ساناز بیداد - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به تاثیرگرافیک محیطی در تبلیغات محیطی شهری و سیر تکامل این تبلیغات به سوی عصر جدید و دیجیتالی شدن می پردازد. این تبلیغات حائز اهمیت است، زیرا هم پیامی را منتقل می سازد و هم از لحاظ بصری تاثیر گذار است. پیام می تواند در هویت سازی و فرهنگ نقش به سزایی داشته باشد. امروزه تکنولوژی های جدیدی به کمک صنعت تبلیغات محیطی آمده است تا بتواند برای کسب درآمد بیشتر از اشکال جدید رسانه ای استفاده نماید. این تکنولوژی های جدید در پیرامون ما رشد روز افزون داشته اند و درخور توجه می باشند، زیرا هم از لحاظ بصری تاثیرگذارتر از رسانه های قدیمی می باشند و هم در مخاطب اثرگذاری بهتری دارند و به کمک عنصر حرکت و پویایی آن در ذهن ماندگارتر هستند. ما همه روزه در سطح شهر با این عناصر برخورد داریم، هر قدر زندگی اجتماعی ما با تکنولوژی های نوین بیشتر پیوند بخورد، تنوع و تعداد این نوع تبلیغات در زندگی ما بیشتر خواهد شد. در این پژوهش به بررسی گرافیک محیطی و تبلیغات محیطی دیجیتال (دیجیتال ساینچ) پرداخته شده است و اثر گذاری آن را بر روی مخاطب بررسی می نماید. هدف از این پژوهش بررسی و بهبود بخشیدن تبلیغات محیطی در محیط های شهری می باشد و به دلیل تنوع این تبلیغات در سطح شهر و جدید بودن تکنولوژی دیجیتال نیازمند دانش جامع و شناخت کام به این ابزار نوظهور، تکنولوژی آن، نمود آن در سطح شهر و چگونگی اثر گذاری آن بر مخاطب می باشیم. این تبلیغات نیازمند برنامه ریزی و هدفمند سازی در راستای غنی سازی فرهنگ و تبلیغات می باشد. این پژوهش با روش کتابخانه ای و بررسی مقالات انجام گردیده است.

کلمات کلیدی:

گرافیک محیطی، طراحی گرافیک شهری، تبلیغات محیطی، تبلیغات شهری، شهر، دیجیتال ساینچ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/873037>

