

## عنوان مقاله:

بررسی تصویرسازی در تبلیغات شهری و نقش آن در سیمای شهر

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مهندسی عمران، معماری و مدیریت شهری و پنجمین نمایشگاه تخصصی انبوه سازان مسکن و ساختمان استان تهران (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

هانیه اسحق زاده تربتی - عضو هیئت علمی دانشگاه بجنورد، دانشکده هنر، گروه ارتباط تصویری، بجنورد، ایران

## خلاصه مقاله:

یکی از روشهای مورد استفاده طراحان گرافیک در خلق آثارشان، تصویرسازی است. تبلیغات شهری نیز یکی از زیر شاخههای تبلیغات محیطی است (هر دو در حیطه گرافیک محیطی قرار میگیرند) که علاوه بر جنبه تبلیغات، میتواند بر جنبههای دیگر از جمله سیمای شهر تاثیرگذار باشد. در واقع تصویرسازی تبلیغاتی بهطور کلی فعالیتی است که طی آن تصویری برای تبلیغ محصول یا کالایی خاص، طراحی میشود. چنانچه این تصویر در محیط شهر قرار گیرد جزئی از تبلیغات شهری است و از آنجاییکه امروزه تبلیغات در همه جا حضور دارد، چنانچه مدیریت و برنامه ریزی درستی در این راستا صورت نگیرد، نه تنها اثر منفی بر سیمای شهر میگذارد، بلکه ناخواسته سبب هرج و مرج و عدم آرامش و راحتی ساکنین نیز خواهد شد. مقاله حاضر با هدف بررسی تصویرسازی در تبلیغات شهری و نقشی که میتواند در سیمای شهر داشته باشد، صورت پذیرفته است و در نهایت، نشان میدهد که تصویرسازی در تبلیغات شهری یکی از روشهایی است که میتواند هم در زمینه تبلیغ و هم تاثیر مثبت بر سیمای شهر موفق عمل کند. در واقع توجه و تمرکز به هدف مشترک، موردی است که باید به آن توجه شود.

## کلمات کلیدی:

گرافیک محیطی، تصویرسازی، تبلیغات شهری، تصویرسازی تبلیغاتی، سیمای شهر

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/927210>

