



## تأثیر رنگ تابلوهای تبلیغاتی بر عملکرد رانندگان و ایمنی

شیما مهدی زاده نادری، کارشناس ارشد ارتباط تصویری<sup>1</sup>  
علیرضا اسماعیلی، استادیار دانشگاه علوم انتظامی و عضو مرکز تحقیقات و ارتقای ایمنی دانشگاه شهید  
بهشتی<sup>2</sup>

<sup>1</sup>[sh\\_naderi80@yahoo.com](mailto:sh_naderi80@yahoo.com)

<sup>2</sup>[ar.esmaeili2007@gmail.com](mailto:ar.esmaeili2007@gmail.com)

چکیده :

امروزه ترافیک و مشکلات پیرامون آن ، رشد آمار تصادفات و تخلفات رانندگی، تصویری نا پسند از فرهنگ جامعه ایرانی را در اذهان جهانیان به نمایش گذاشته است. رانندگان در مکانهای مختلف اعم از خیابانها، بزرگراهها، میادین، پلهای عابر پیاده ، ایستگاههای مترو و تاکسی ، عرشه های پل با انواع تبلیغات محیطی و حجم وسیعی از اطلاعات و داده ها روبرو میشوند که گاهی به دلیل تراکم ، تجمع و عدم رعایت استاندارد ها و تنوع مفاهیم ، مخاطبین را دچار سر در گمی میکنند، کارشناسان معتقدند که رنگها در سطوح تبلیغی که بیشترین سهم آن ، متعلق به تابلوهای تبلیغاتی است بر عملکرد رانندگان ، آلودگی بصری ، حواس پرتی راننده ، تصادفات و تخلفات و ..... تأثیر گذار است. در این تحقیق باتهییه پرسشنامه و تحقیق میدانی از کاربران وسایل نقلیه این نتیجه دست یافتیم که در فضاهای متراکم و پر ازدحام شهری رنگهای سرد با کنتراست کمتر، بیشتر مورد توجه مخاطبین و برای رانندگان مناسب تر است و استفاده از رنگها و تصاویر شلوغ، بزرگ، گرم و پر کنتراست به مراتب خطر آفرین هستند .

کلمات کلیدی : رنگ ، تابلوهای تبلیغاتی ، ترافیک ، حواسپرتی ، رانندگی