

تحلیل ویژگی های بصری - خلاقانه عکاسی تبلیغاتی مواد غذایی بیلبوردهای منطقه ۵ شهر تهران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۲

کد مقاله: ۲۶۵۱۸

آمنه جباری نیک^{۱*}، منصور مهرنگار^۲، پژمان دادخواه^۳

چکیده

در عرصه شهری، دو فرایند "گرافیک محیطی" و "تبلیغات محیطی" نقش اثر گذاری را در جذب مخاطبان دارند و بیلبوردها که از مهم ترین عناصر تبلیغی در گرافیک شهری می باشند، سعی بر معرفی جدی محصول، جذب مخاطب و مانایی در ذهن دارند. نقش عکاسی در بازار تبلیغات مواد غذایی بیلبوردهای شهر تهران بسیار حائز اهمیت می باشد. در تبلیغات بیلبوردها استفاده از عکس تاثیر به سزایی در جلب توجه مخاطبان داشته، آن چنان که حتی عکس ها زودتر از متن دیده می شوند و در ذهن ماندگارترند. هدف از نگارش این مقاله، تحلیل ویژگی های بصری و خلاقانه بیلبوردهای تبلیغ مواد غذایی با حجم نمونه ای در منطقه ۵ تهران می باشد. نوع تحقیق، کیفی، روش در بررسی داده ها، توصیفی-تحلیلی و شیوه گردآوری، پیمایشی (مشاهده و ثبت اثر) می باشد. نگارندگان در پی پاسخ گویی به سوال اصلی تحقیق می باشند. ویژگی های بصری و خلاقانه عکس تبلیغی در فرایند اثر گذاری بر مخاطب چیست؟ نتایج تحقیق نشان می دهد که عکس های خلاقانه بیلبوردهای تبلیغاتی به شدت در معرض دید و مرکز توجه قرار دارند و بسیاری از مخاطبین بر اثر مواجهه با این بیلبوردها، تحت تاثیر قرار گرفته و محصولات تبلیغ شده را خریداری و احساس رضایت مندی در ذهن خود دارند.

واژگان کلیدی: عکاسی تبلیغاتی، بیلورد های شهری، عکاسی مواد غذایی

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران (نویسنده مسئول)
jabbarinik.a@hnhk.ac.ir

۲- استادیار و عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

۳- مدرس گروه هنر، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران