



نقش تبلیغات محیطی در آلودگی‌های بصری فضاهای شهری مطالعه موردی: تبلیغات محیطی شهر بابل

مرجان نادری گرزالدینی^{۱*}، اطلس اردیبهشتی^۲

چکیده

تبلیغات محیطی یکی از پرکاربردترین رسانه‌های تبلیغاتی است که طیف گسترده و متنوعی از آن عرصه‌های عمومی فضاهای شهری را در بر می‌گیرد. این رسانه، علاوه بر جنبه‌های مثبت، در صورت عدم سازماندهی صحیح به عنوان یکی از مهم‌ترین علل آلودگی بصری، تأثیرات نامطلوبی بر کیفیت محیط شهری و آسایش روانی شهروندان ایجاد می‌کند. در این پژوهش، نگارنده بر آن است، تبلیغات محیطی شهر بابل را با توجه به شاخص‌های آلودگی بصری و ضوابط و استانداردهای تبلیغات شهری بررسی نماید، تا با شناسایی عوامل مؤثر در این آلودگی‌ها زمینه کاهش آن و ارتقاء کیفیت محیط شهری فراهم آید. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی-تحلیلی و ابزار گردآوری اطلاعات آن کتابخانه‌ای و میدانی است. یافته‌ها نشان می‌دهد که آلودگی بصری در محدوده مورد مطالعه، ناشی از جایگیری نامناسب تابلوهای تبلیغاتی، تداخل و اختلاط تابلوها، ناهماهنگی در چیدمان و نحوه قرارگیری آن‌ها، تراکم تابلوها، عدم رعایت حریم نصب تابلو و عدم تناسب تابلوها با محیط اطراف می‌باشد.

واژگان کلیدی: تبلیغات، تبلیغات محیطی، آلودگی بصری، شهر بابل

۱- عضو هیئت علمی دانشکده فنی حرفه‌ای دختران بابل (مسئول مکاتبات) (Naderi.marjan43@yahoo.com)

۲- دانش‌آموخته دانشکده فنی حرفه‌ای دختران بابل