



بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت آثار گرافیکی در تبلیغات شهری با رویکرد پست‌مدرن

معصومه کماسی*

هنرآموز آموزش و پرورش شهرستان سنقرکلیایی
Komasi1366@yahoo.com

چکیده

امروزه به واسطه پیشرفته شدن ابزارها و نرم‌افزارهای مختلف گرافیکی، آثار گرافیکی تبلیغات شهری نیز پیچیده و متنوع شده‌اند. اما همچنان در صورتی که استانداردهای لازم در طراحی گرافیکی تبلیغات، رعایت نشود، اثر گرافیکی خلق شده جذابیت آنچنانی نخواهد داشت. هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت آثار گرافیکی در تبلیغات شهری با رویکرد پست‌مدرن می‌باشد. پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی است که با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای- اسنادی صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داد که در مجموع 10 عامل بر موفقیت آثار گرافیکی در تبلیغات شهری تأثیرگذارند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که در صورت عدم رعایت استانداردهای گرافیکی در تبلیغات شهری، تبلیغات موفق نخواهند شد.

واژگان کلیدی: گرافیک، آثار گرافیکی، تبلیغات، تبلیغات شهری

مقدمه

با رشد تکنولوژی و جهانی شدن ارتباطات و رقابتی شدن بازارهای جهانی بیش از پیش نیاز به فهم و درک دگرگونی‌هایی که در عرصه‌های مختلف طراحی گرافیک و دیگر هنرهای کاربردی در جریان است احساس می‌شود. امروزه طراحان گرافیک در گوشه و کنار جهان به دنبال راهی برای پیشی گرفتن از دیگر رقبا، به روز شدن هر چه بیشتر و بالابردن سطح کیفی آثار هستند. در این بین شناخت گرافیک پست‌مدرن با به خدمت گرفتن تکنولوژی روز و منابع تاریخی و تکنوگرایانه ذاتی اش، عامل مثبتی به شمار می‌رود (جوبیاری، 1390: 57). پیش‌بینی می‌شود تا سال 2050 بیش از 68 درصد جمعیت جهان در شهرها زندگی کنند (Komasi et al, 2022). این افزایش روند شهرنشینی سبب پیچیده‌تر شدن برنامه‌ریزی و مدیریت در شهرها شده است (Aliakbari et al, 2018). گرافیک شهری با هدف ایجاد