

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مرکز آموزش علمی – کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۳۴ تهران

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی

گرافیک/تصویرسازی

عنوان :

نقش تصویرسازی و گرافیک محیطی در زیبا سازی فضاهای شهری

استاد راهنما : آقای استاد شهریار آریافر

نگارش : سجاد ارجمند حقیقی

بهمن ماه ۱۳۹۲

با تشکر

از استاد گرامیم جناب آقای شهریار آریافر که بدون راهنمایی های ایشان
انجام این پایان نامه بسیار مشکل بود.

چکیده

تصویر سازی و گرافیک محیطی نیز هم چون هوا در تمام کره ی زمین ما را محاطه کرده است. امروزه کمتر جایی می توان یافت که ردپای گرافیک محیطی در آن نباشد. ضرورت وجود گرافیک محیطی با پیچیده تر شدن شهرها و افزایش جمعیت آن ها افزایش یافته است، می توان اذعان داشت که تصویرسازی محیطی در شهرهای امروزی نقشی حیاتی را ایفا می کند. برای بهره گرفتن از تمام پتانسیل این رسانه باید با بخش های مختلف آن آشنا شد و نقش عوامل بصری هم چون رنگ، حجم، فرم و نور را در آن مورد بررسی قرار داد. در پژوهش حاضر که به صورت توصیفی تحلیلی انجام شده است، سعی شده تا با ارائه تعریفی مناسب از گرافیک محیطی و تصویرسازی، معرفی زیر شاخه های آن و ارائه مثال هایی برای هر کدام از این زیرشاخه ها به تحلیل عملکرد رنگ و حجم در آن ها پرداخته شود.

بسیاری از موارد معرفی شده در قالب گرافیک محیطی خود مطلبی مستقل و قابل بحث و توسعه تشریحی بوده اند.

نتایج تحقیق حاضر مبین آن است که در تمام کارهای تصویر سازی محیطی و گرافیک محیطی موفق، تعاملی در خور میان عنصر حجم، فرم و نور برقرار است.

واژگان کلیدی: تصویرسازی، گرافیک محیطی، حجم، فرم و نور.

فهرست

مقدمه

فصل اول

۱۱	تعریف تصویر سازی
۱۲	تاریخچه تصویر سازی
۱۳	تعریف گرافیک
۱۳	تاریخچه هنر گرافیک
۱۴	تعریف گرافیک محیطی
۱۵	گرافیک محیطی مسطح یا دو بعدی
۱۷	تقسیم بندی گرافیک محیطی یا سه بعدی
۲۱	تفاوت گرافیک محیطی و تبلیغات محیطی
۲۳	اهداف تصویرسازی شهری و گرافیک محیطی
۲۳	گرافیک محیطی و تاثیر آن بر جامعه

فصل دوم

۲۶	پیکتوگرام ها
۲۷	مشخصات علائم تصویری
۲۷	کد رنگ و شکل در پیکتوگرام
۲۸	طراحی علائم و تابلوهای شهری
۳۰	سیستم های هدایت بصری

۳۲	طراحی تبلیغاتی به شکل بالن ها
۳۳	تابلوهای سردر
۳۶	طراحی مبلمان شهری
۳۹	طراحی روی بدنه وسایل نقلیه
۴۳	طراحی روی بدنه ساختمان ها
۴۷	بیلبورد
۴۷	ورد یا تابلوهای بزرگ تبلیغات شهری
۴۸	بیلوردهای مستقل و کامل
۴۹	بیلوردهای سریالی
۵۰	بیلوردهایی که توسط تاثیرات محیطی کامل می شوند
۵۲	استند چیست ؟
۵۷	فصل سوم
۵۸	نور پردازی در گرافیک محیطی
۶۰	نورپردازی در گرافیک محیطی داخلی
۶۴	نورپردازی در گرافیک محیطی خارجی - شهری
۶۵	نتیجه گیری
۶۶	منابع و ماخذ

مقدمه

پیشینه ی طراحی محیطی و گرافیک محیطی را می توان هم زمان با پیدایش انسان دانست ، آفرینش جهان نخستین نمونه ی طراحی محیطی است . نقاشی های یافت شده در غار لاسکو که مربوط به 15000 - 10000 سال پیش از میلاد است از نخستین نمونه های کشف شده ی گرافیک محیطی است، نقاشی هایی که بازرگانان فنیقی برای تبلیغ کالاهای خود بر صخره ها می نگاشتند، نمونه متجددتری از گرافیک محیطی دنیای باستان است.

گرافیک محیطی امروزی که خود بخشی از طراحی محیطی است ریشه در انقلاب صنعتی دارد، در این دوره علم و صنعت پیشرفت کردند و شهرهای امروزی شکل گرفتند و زندگی حرکت سریع تری به خود گرفت. این شهرهای بزرگ مستلزم نظم و منطقی بودند تا ساکنان آن ها در شرایط راحت تر زندگی کنند. قبل از انقلاب صنعتی ساخت شهرهای بزرگی مانند رم باستان، آتن و یونان باستان با هدف بیان شوکت، شکوه و قدرت حکومت بود. بعد از انقلاب صنعتی مقوله ایجاد شهرهای کاربردی عنوان شد. شهرهای این دوره صرفاً نمی توانستند به زیبایی محض توجه کنند و این سوال که چه عناصری باید براساس نظم و منطق در کجای شهر قرار گیرد، جایگاه بسیار مهمی یافت. در شهرهای مدرن فراتر از طراحی، مسئله کاربرد مطرح است ، هر آن چه که می سازیم باید با هدف زندگی راحت تر، سیستم های اطلاع رسانی قوی و سیستم های بازدارنده قانونی باشد. با توجه به افزایش جمعیت، تولید انبوه و صنعتی شدن، به قاعده و قانونی نیازمندیم که بتوانیم به خوبی زندگی کنیم و دچار هرج و مرج نشویم. هم چنین در طراحی شهر باید به نحوی عمل کرد که محیط شهر را برای افراد ساکن در آن به لحاظ روحی و روانی قابل تحمل تر کنیم. در گذشته تزئین شهرها اغلب در مناسبت های مذهبی انجام می شد که نمونه ای از این کاربرد در عصر رنسانس، ساخت باغ ها نظیر پارک لوگزامبورک و تی لری و همچنین ساخت خیابان شانزلیزه در پاریس است. قرن دوازدهم آغاز نام گذاری خیابان ها در فرانسه و ایتالیاست. خیابان ها را از این دوره سنگ فرش می کردند. قبل از آن خیابان های شهرها خاکی بود، در این دوره پارک سازی آغاز و استفاده از پرچم به عنوان اِلمان گرافیک محیطی مطرح شد.

زمانی که قرن بیستم آغاز می شود گرافیک شکل امروزی به خود می گیرد و استفاده از طراحی گرافیک برای اجرای قوانین و مقررات انجام می شود. امروزه هنر مقوله ای است که بیشتر از آنچه در گذشته متصور بوده برای بهبود شرایط زیست و ایجاد زندگی بهتر مشارکت فعالی دارد. طراحی گرافیک محیطی پس از جنگ جهانی دوم و تا دهه 70 سهم عمده ای را برای توسعه اقتصادی جامعه ایفا کرده است.

عمده ترین گرایش ها نیز در این دوره پدید آمده اند. گرایش نخست پیکتوگرام ها است. پیکتوگرام ها، سمبول ها و نشان هایی هستند که در سطح شهر با عنوان راهنما از آن ها استفاده

می کنیم. ریشه پیکتوگرام ها، ایزوتایپ است. ایزوتایپ سیستمی است که هدف آن سخن گفتن با مخاطب است. در واقع پیکتوگرام ها علائم و نشانه های راهنمایی و رانندگی است تا وسایل نقلیه، قانون عبور و مرور را رعایت کنند. در سطح شهر تهران می بینیم که همین پیکتوگرام ها راهنمای افراد در خصوص رعایت مقررات راهنمایی و رانندگی است که از طریق کد بندی رنگ ها و برخی علائم، قانون را به نوعی اجرا می کنند. امروزه پیکتوگرام ها علائم بین المللی ثبت شده هستند که در سطح جهان کاربرد دارند. بخش دوم، تابلوهای مربوط به ترافیک خیابان ها و بزرگراه ها هستند که برای ایجاد نظم و منطقی مناسب در سطح شهر نیازمند آن ها هستیم. وظیفه آن ها ارائه اطلاعات است و این تابلوها به نوعی راه های افراد برای شناسایی مسیر مورد نظر است. هم چنین رنگ برای برخی کدگذاری ها در تابلوها استفاده می شود. این سیستم ها تصویری و یا نوشتاری اند که به نوعی راهنمای افراد در شهرها هستند. در مکان های عمومی به سیستم های نصب می توان اشاره کرد که شما را در رسیدن به مقصد هدایت می کند. در واقع، تدریجاً از علائم مجرد به سمت تابلوهایی با اطلاعات ترکیبی می رسم که اطلاعات مشروح را به افراد ارائه می دهند. تابلوهایی که بر روی محلی نصب می شود همه متشکل از عناصر گرافیکی نظیر علائم، فرم و نوشتار است.

در مرحله بعد معماری به گرافیک و نقاشی نزدیک می شود. معماری باید فصل مشترکی با گرافیک پیدا می کرد. در واقع گرافیک محیطی مرز مشترک هنر معماری و طراحی گرافیک است. نصب مجسمه در سطح شهر و تصویرسازی های دیواری شامل این موارد می شود. استفاده از حروف معماری روی بدنه ساختمان ها از جمله دیگر موارد است. بخش دیگر، سوپرگرافیک **graphic super** به معنای گرافیک در ابعاد بزرگ است. پوستر ها و بیلبوردهایی که در سطح شهر نصب می شود و از آن به عنوان گرافیک با ابعاد بزرگ یاد می شود. دیوارهایی که از حالت بی جان به حالت زنده تبدیل می شود، چرا که مقابل چشمان افراد بسیاری است.

هدف طراح گرافیک محیطی این است که از حس عدم هویت محیطی در طرح ها پرهیز شود، محیط باید دارای هویت باشد. هویت بصری شهر اهمیت بالایی دارد، این هویت از سردرگمی افراد و عدم تعلق خاطر جلوگیری می کند. افراد باید احساس دل بستگی نسبت به شهر خود داشته باشند. باید فضای مناسب و با نشاط و نه رنج و فرسایش را در اطراف خود حس کنند و نوعی آسایش و الفت را در افراد ایجاد شود، در این کار با طرح شایسته همراه با فرم چشم نواز و ترکیب حجم و نور مناسب امکان پذیر است.^۱