

عنوان مقاله:

تبلیغات شهری با رویکرد گرافیک محیطنمونه موردی: خیابان شریعتی عظیمیه کرج

محل انتشار:

همایش ملی فرهنگ، کالبد و محیط در معماری و شهر اسلامی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

میناسادات میرخانی - کارشناس شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد قزوین

مریم سلحشور - کارشناس شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد قزوین

خلاصه مقاله:

در فضای شهری شامل عناصر و اجزاء مختلف و متنوعی است که در مجموع کلیت منظر شهری را تشکیل می‌دهند. یکی از اجزاء تشکیل دهنده فضای شهری، عناصر تبلیغاتی در سطح شهر می‌باشند که نیاز روزافزون به معرفی کالاها و رقیابتی بودن بازار در شهرها حضور هرچه بیشتر این عناصر را ضروری نموده است. امروزه عناصر تبلیغات شهری بخی جیدایی ناپذیر شهرها محسوب میشوند. اما مسأله زمانی پدیدار میگردد که عناصر تبلیغاتی به صورت بی برنامه و بدون رعایت تناسب مکانی و هویت و جذابیت در سطح شهرها به ایفای نق پرداخته و باعث آلودگی های بصری و گاهی صدمه های فیزیکی به شهروندان میگرددند. اگر فضای شهری را هنر یکپارچگی بخشیدن بصری و ساختاری به مجموعه عناصر تشکیل دهنده یک شهر تلقی شود، می توان با رعایت اصول و استانداردهای مربوط به فضای شهری، زیبایی شهرها از یک طرف و کارایی عناصر تبلیغاتی را از طرف دیگر بهبود بخشید. به جهت زیباسازی، افزایش جذابیت، کارایی مسئله ای به عنوان گرافیک محیطی مطرح می شود که با استفاده از این مفهوم تبلیغات شهری به معرض نمای قرار می گیرند تا مولفه های مورد نظر به تحقق برسند، گرافیک محیطی از یک سو بخشی از محیی و اشیاء پیرامون خود را بر مبنای معیارها و الگوهای زیباشناختی شکل می دهد. از سوی دیگر به واسطه ی زبان گرافیک با محی و اشیاء و انسانهای دیگر گفتگو و ارتباط برقرار می کند. آشنایی با فرهنگ جامعه و شیناخت هنجارها، ارزشیها و آداب و رسوم و قوانین بیشتریناهمیت را در طراحی گرافیک محیطی دارد. شایسته است عناصر گرافیک محیطی و تبلیغات شهری علاوه بر برخورداری از کیفیت مناسب در کاربرد و ارائه ی خدمات با بهره گیری از عناصر زیبایی شیناختی و روان شناسی به گونه ای طراحی شوند که موجب آسایش، آرام و استقامت انسان در فضای شهری باشد

کلمات کلیدی:

گرافیک محیطی، تبلیغات شهری، فضای شهری، کیفیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/478488>

