

دانش طراحی بلبورد

مردآوردنده : ندا شیرازی



CHEROO PUBLICATIONS
چروو پبلیکیشنز

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات ناشر
مشخصات ظاهری
شابک

شیرازی، ندا، ۱۳۵۷ - . گردآورنده
دانش طراحی بیلپورد/گردآورنده ندا شیرازی.
تهران: انتشارات چرو، ۱۳۹۳ .
شش . ۷۴ ص . : مصور (رنگی).
۹۷۸-۶۰۰-۹۳۵۹۴-۰۰-۰۰

وضعیت فهرست نویسی
یادداشت
موضوع
موضوع
موضوع
رده بندی کنگری
رده بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی

فیفا
کتابنامه: ص . ۷۴ : همچنین به صورت زیر نویس.
آگهی های تبلیغاتی خیابانی
هنر محیطی
تابلوهای تبلیغاتی
HF ۵۸۴۳/۵:۹۵۲ ۱۳۹۳
۶۵۹/۱۳۴۲
۳۴۹۲۴۱۳

دانش طراحی بیلپورد

گردآورنده: ندا شیرازی
چاپ: اول . تابستان ۱۳۹۳ . تیراز .
ناشر: نشر چرو
نشانی: تهران - خیابان فلسطین - پلاک ۳۲۸ - چرو
تلفن: ۶۶۹۵۵۳۶۲ - ۰۲۱
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۵۹۴-۰۰-۰۰
طراح جلد: امیر حسین براتلو
طراح صفحات داخلی و صفحه آرای: ندا شیرازی
چاپ: کهن
قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال



KANOON PUBLICATIONS
چاپ و نشر کانون

پیشگفتار	۱
مقدمه	۲

فصل اول: گرافیک محیطی

۱-۱ تعاریف	۱
۲-۱ تاریخچه گرافیک محیطی	۷
۳-۱ گرافیک محیطی	۲۲
۴-۱ کاربرد تبلیغی	۲۲
۵-۱ کاربرد آموزشی	۲۵
۶-۱ کاربرد هدایتی	۲۶
۷-۱ کاربرد تفریحی	۲۷
۸-۱ ابزارهای رایج در گرافیک محیطی	۲۸
۹-۱ اصل تغییر اندازه ها	۲۸
۱۰-۱ اصل ردیابی	۲۹
۱۱-۱ اصل تضاد	۳۰
۱۲-۱ خط در گرافیک محیطی	۳۱
۱۳-۱ انواع گرافیک محیطی دوبعدی	۳۴
۱۴-۱ علائم و پیکتوگرام ها	۳۴
۱۵-۱ ورودی و تابلوی سردر	۳۸
۱۶-۱ استندها	۳۹
۱۷-۱ نقشه ها	۴۰
۱۸-۱ کاغذ دیواری و پرده	۴۲
۱۹-۱ کف مکان ها	۴۳
۲۰-۱ دیوارها، جداکننده ها (پارتیشن بندی)	۴۳
۲۱-۱ سقف ها	۴۴
۲۲-۱ بلبورد	۴۵

فهرست مطالب

- ۱۰- نقاشی دیوار و دیوار نوشته ها ۴۵
- ۱۱- طراحی بر روی بدنه یا داخل وسایل نقلیه ۴۷
- ۱۲- ماکروتلوویژون ها ۵۱

فصل دوم: تبلیغات محیطی

- ۱-۳ تعاریف ۵۳
- ۲-۱ تشریح رسانه تبلیغات محیطی ۵۶
- ۳-۲ دوازده مزیت مهم تبلیغات محیطی ۵۷

فصل سوم: بیلبورد

- ۱-۳ تعاریف ۶۱
- ۲-۳ انواع بیلبورد ۶۴
- ۳-۳ طراحی بیلبورد ها ۶۷
- ۴-۳ نظری به تبلیغات بیلبورد در ایران ۷۲

- فهرست منابع و مآخذ ۷۳

پیسگفتار

در این کتاب، تلاش شده است تا با گردآوری و پراکنش منابع و پناهگاه من بوده است؛ همچنین از خانواده مهریام به رشید و پدرم که در تهیه این اثر از پشتیبانی و یاری همه جانبه آنها بهره مند شده است.

شایسته می باشد تا این کتاب را از دوستان و اساتید بزرگواری که در این مسیر مرا یاری نمودند، گردانم کنم. به ویژه استاد گرانقدر و دلسوزم آقای "هیوا پاشایی" که با تمرکز و تخصص خویش راهنمایم بوده و در انتخاب "عنوان کتاب" مرا یاری نموده، سپاسگزاری نمایم.

بطور کلی یکی از پایه های اساسی توسعه و پیشرفت کشور، حضور نسل جوان در زمینه های علمی، پژوهشی و ... است. امید است که با این همواره زیباترین و دلکش ترین پدیده های احساسات و عواطفی این مرز و بوم که با وجود آورده اند و با تراوشات فکری و ذوق آفریننده آثار گوناگونی از مفاهیم بوده اند.

اینجانب جهت گردآوری این مجموعه منابع و مآخذ گوناگونی را در اختیار ارزیابی و همیزی قرار داده تا بتوانم آنچه را که می تواند مورد استفاده قرار گیرد، ارائه دهم.

هنرمندان بزرگ تاریخ، ارزش ساده گویی را می دانستند؛ و اغلب آنها با ساده گویی به این نکته خدمت بزرگی را به هنر جهان نمودند. این مورد شامل طراحی بیلورد نیز می باشد، که هرچه ساده تر باشد تأثیر آن بیشتر ماندگارتر می باشد.

بیلورد یکی از ابزارهای تبلیغاتی می باشد که امروزه بخش مهمی از زندگی روزمره انسان را تشکیل می دهد. این ابزار نه تنها از لحاظ تبلیغاتی بلکه از لحاظ روانی و اجتماعی نیز می تواند بسیار مؤثر باشد. پس در نتیجه شناخت این ابزار طراحی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. اما قبل از آنکه بیلورد و تبلیغات محیطی را مورد بررسی قرار دهیم، باید گرافیک محیطی و تبلیغات محیطی را به خوبی بشناسیم زیرا که بیلوردها بخشی از گرافیک محیطی می باشند که برای شناخت بهتر آن نیازمند به دانستن تعاریف گرافیک محیطی، تاریخچه ای آن، انواع آن، و همچنین عوامل مؤثر بر آن می باشیم. که در فصل اول به صورت جامع و کامل به آن اشاره شده است.

همچنین اغلب بیلوردها در خدمت تبلیغات تجاری (تجاری) می باشند. در نتیجه شناخت تبلیغات محیطی از ابزارهای این مجموعه است، و فصل دوم این مجموعه مربوط به این بخش است. بیلوردها از انواع مختلف تشکیل شده اند و یک طراح باید برای طراحی آنها نیازمند به دانستن دانش طراحی بیلورد است، که در فصل سوم به صورت کامل و جامع به آن اشاره شده است.