



مطالعه تطبیقی طراحی داخلی و گرافیک محیطی در مراکز خرید و فروشگاهها

۱- مهشید فیض شاهی * ۲- دکتر پروانه قریب گرکانی *

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد معماری داخلی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد پردیس، پردیس، ایران
mah.f3497@gmail.com

۲- مدرس گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد پردیس، پردیس، ایران
gharibazin@yahoo.com

چکیده

امروزه تعداد سایت های خرید و فروش و آنلاین بی شمار و خریدهای اینترنتی پروتق شده و میتوان اذعان نمود که نقش "فضاهای تجاری مجازی" در شیوه داد و ستد عمومی روز به روز پرنگ تر می شود با این تفسیر پیداست که برای دعوت از خریداران جهت خروج از منزل و حضور در فضاهای تجاری می بایست ترغیبی در کار باشد، کششی که بخش عمده ای از آن در دستان معماران، طراحان داخلی و گرافیست ها می باشد. بسیاری از موضوعات مطرح شده در زمینه " دکوراسیون داخلی و گرافیک محیطی" قابل تطبیق با یکدیگر می باشند. موضوعاتی هم چون چیدمان، رنگ، نشانه ها و علائم، نورپردازی ... که در جذب مشتری موثر هستند. در این پژوهش به بررسی موضوعات مشترک و قابل تطبیق بین دکوراسیون داخلی و گرافیک محیطی جهت جذب مشتری پرداخته می شود.

واژه های کلیدی: چیدمان " دکوراسیون داخلی " گرافیک محیطی " فروشگاه "

مقدمه

دکوراسیون داخلی که به عنوان یک حرفه، یک هنر و یک صنعت در دنیا شناخته شده است {۱} باعث بهینه سازی فضاهای داخلی ساختمان می شود و از جمله این فضاها، فضاهای تجاری است که نحوه ارائه اجناس مختلف همانند لباس، غذا، لوازم الکترونیک و یا سایر اجناس بسیار با اهمیت است، محیطی که در آن این اجناس ارائه می شوند می بایست چیزهای زیادی را القا کند، چرا که یک مغازه فقط یک محصول ساده را به فروش نمی گذارد بلکه یک سبک زندگی را عرضه می دارد {۲} و هم چنین گرافیک محیطی که در آن چگونگی استفاده از فرم ها، رنگ ها، نقش ها و تصاویر به شکل ماهرانه و اصولی در جهت بهتر شناختن و شاده شدن روابط و ارتباطات و هم چنین کامل تر ساختن زیبایی محیط مطرح شده مورد بررسی قرار میگیرد.

بیان مسئله

از لحاظ روحی - روانی یک محیط داخلی باید به گونه ای باشد که تاثیر مثبتی بروی افراد داشته باشد. در دکوراسیون داخلی یک مجموعه تجاری، گرافیک بسیار راه گشاست و نوع رنگ بندی، چیدمان، نورپردازی، المان های تصویری بسیار موثر هستند.