

طراحی روی بدنه یا داخل وسایل نقلیه

در جوامع شهری اثر مردم بخشی از اوقات خود را صرف تردد در مسیر های پر رفت و آمد میکنند. در کلان شهرها به دلیل ترافیک سنگین مدت این تردد بسیار است بنابراین طراحان وسایل نقلیه را وسیله ی مناسبی برای اهداف تبلیغاتی و اطلاع رسانی خود قرار میدهند بنابراین میتوانند پیام خود را در مسیر های ارائه کنند وسایل نقلیه عمومی بزرگ مثل اتوبوس ها چون سطح بزرگی دارند بیشتر مورد توجه قرار میگیرند اما قرار گرفتن طرح روی بدنه این گونه وسایل نقلیه محدودیت هایی دارد.

1. از آنجا که پنجره ها روزنه ای به بیرون اند و مسافران از طریق این روزنه ها به بیرون وسیله نقلیه نگاه میکنند و احتمالاً تعیین مسیر میکنند و مناظر مختلف را میبینند بنابراین ایجاد هر گونه محدودیت دید مشکلاتی را برای مسافران پدید می آورد که باید از آن دوری کرد و سطوح رها شده و بدون کاربرد بهره گرفت و از وجود پنجره ها بصورت بخشی از طرح استفاده کرد پس طراح باید نقشه دو طرف جانبی اتوبوس را پیش روی قرار دهد و جای درها و پنجره های ثابت و متحرک را مشخص کند و فضای بین این پنجره ها را به دقت محاسبه و در طراحی خود بکار گیرد. طراح از قسمت عقب این گونه وسایل که مانعی برای دید مسافر در آن وجود ندارد بیشتر میتواند استفاده کند. چون وسایل نقلیه عمومی خصوصاً اتوبوس ها در تردد سرعت زیادی ندارند مکان مناسبی برای طراحی طرحهای حجمی خاص اند که تاثیر مضاعفی بر مخاطب دارد ماشین های کوچک حمل و نقل عمومی مثل ماشین های استیشن یا حتی انواع سواری ها فضای تبلیغی کمتری را در اختیار طراح قرار میدهند که اکثراً نام شرکت یا آرم و نشانه ای از شرکت روی آن منقوش است.

2. طراح باید دقت باشد که افراد زمان بیشتری را داخل وسایل نقلیه صرف میکند و کمتر از بیرون به داخل آنها نگاه میکنند بنابراین ناظر میتواند به جزییات موضوع مورد تبلیغ بیشتر پردازد در عین حال فاصله ناظر تا شکل تبلیغ بسیار نزدیک است و اغلب این فاصله از دو یا سه متر بیشتر نیست اما همچنان شیشه و پنجره ها از داخل نیز نباید با تبلیغات پوشیده شود گاهی از سقف وسایل نقلیه نیز میتوان استفاده کرد امکان تبلیغ داخل وسایل نقلیه کوچکتر بسیار محدود است بجز علائمی که روی فرمان اتومبیل مثل آرم شرکت سازنده یا برجسب هایی که در اطراف شیشه ی جلوی ماشین قرار دارد فضای بیشتری وجود ندارد وسایل حمل و نقل بزرگتری وجود دارند که فعالیت های گرافیک محیطی در عین محدودیت های خاص (مثلاً سفرهای برون مرزی به کشورهای دیگر) همچنان در آنها بکار گرفته میشود کشتی ها، هواپیما ها

جرتقیل های غول پیکر و تریلی ها در این طیف قرار میگیرند. عموم مردم مخاطب این وسایل نقلیه برون مرزی نیستند اما چون بیشتر با کشورهای دیگر در تماس اند تبلیغاتی مانند نام شرکت یا سازمان و نام کشور در اکثر آنها به چشم میخورند ، خصوصا در مورد هواپیما ها و کشتی ها که اکثرا به کشورهای مختلف رفت و آمد می کنند موضوعات فرهنگی نمود بیشتری به خود می گیرند.



شکل ۱۱۱.۳



شکل ۱۱۷.۳



شکل ۱۱۲.۳



شکل ۱۱۸.۳



شکل ۱۱۹.۳

