

از همان آغاز تمدن بشر، انسان‌ها به هنر گرافیک علاقه‌مند بودند و از آن به‌عنوان نماد قدرت استفاده می‌کردند. بی‌گمان اولین مثال‌ها از طراحی گرافیک می‌توانند پرچم‌ها و سکه‌هایی باشند که صورت امپراتورها روی آن‌ها حک شده‌اند. از زمان انقلاب صنعتی نیز طراحی، نقش اصلی در جوامع مدرن را ایفا کرده است. این تلاش برای ایجاد یک زندگی بهتر برای مردم و اطلاعات و تکنولوژی انسانی است. امروزه هنر طراحی چنان در تاروپود زندگی صنعتی تنیده شده که بی‌اغراق شاید قرن ۲۱ را نتوان بدون آن تصور کرد. ویکتور پاپانک در طراحی برای دنیای واقعی نوشت: "تمام طراحی باید یک نیاز انسانی را برکند"

گرافیک محیطی شکلی از گرافیک که از تابلوهای نشانگر در خیابان‌ها تا طراحی ساختمان‌های مدرن وسعت یافته است و یکی از کاربردی‌ترین جلوه‌های هنر گرافیک است که با کمک معمارانی متخصص و گرافیست‌هایی زبده در خدمت فضای زندگی انسان آمده است و به جرئت می‌توان گفت که جز لاینفک زندگی مدرن می‌باشد. گرافیک محیطی به برقراری ارتباط گرافیکی در محیط ساخته‌شده گفته می‌شود که بخش عمده‌ای از آن را فعالیت‌های تبلیغاتی و تجاری در برمی‌گیرد. این طراحی گرافیک در محیط‌های جامعه می‌تواند به‌صورت اعلان‌های تبلیغاتی و تجاری تلویزیون، سینما، بسته‌بندی کالاها، علائم راهنمایی و رانندگی، ویتترین مغازه‌ها، تزئین خیابانی و عمومی نظیر هتل‌ها، فرودگاه‌ها، متروها و... خود را نشان دهد.



انسان به‌واسطه‌ی گرافیک محیطی با محیط پیرامون خود سخن می‌گوید و با دیگران ارتباط برقرار می‌کند. مقصود از تمام طرح‌های گرافیکی برای محیطی داخلی و خارجی ایجاد فضای مطلوب برای زندگی پرنشاط و سالم است. هنگامی‌که ما روز خود را شروع می‌کنیم، از تابلوهای روی دیوار تا رنگ‌آمیزی محیط پیرامون ما، تابلوهای تبلیغاتی، برنامه‌های تلویزیونی، طراحی ساختمان‌ها، رنگ‌آمیزی شهری، کتاب و پوشه‌هایی که پشت میز کار ماست، صفحات اینترنتی که به آن مراجعه می‌کنیم تا کارت ویزیت شخصی و ... همه و همه محصول زحمات و تفکر هنرمندان گرافیک است که مستقیم و غیرمستقیم با ما و زندگی ما در ارتباط است که این ارتباط بسیار نزدیک از اهمیت بالای طراحی گرافیک و گرافیک محیطی خبر می‌دهد. هنر گرافیک محیطی به دلیل پیوندی که با علوم انسانی و اجتماعی نظیر شهرسازی، ارتباطات، جامعه‌شناسی و غیره دارد، از ارکان زندگی اجتماعی قلمداد می‌شود. از مهم‌ترین اهداف طراحی گرافیک محیطی، عواملی نظیر تسهیل در امر ارتباط، ادراک محیط، ایجاد هویت بصری، ایجاد محیطی زیبا و غیره می‌باشد. با این البته گرافیک محیطی را با یکی از شاخه‌های تخصصی آن یعنی تبلیغات محیطی که مخاطبانی خاص را در جهت اهداف عموماً تجاری، هدف قرار می‌دهد، نباید اشتباه گرفت و محدود کرد.



از میان اهدافی که گرافیک محیطی مدنظر دارد، هدف‌های کاربردی از بقیه مهم‌تر و در حقیقت در اولویت قرار داد که البته بعد از دستیابی به اهداف گوناگون کاربردی خود، می‌باید فرهنگ‌ساز نیز باشد و اگر گرافیک محیطی با اصولی صحیح و متناسب انجام شده باشد تا حدود بسیار زیادی می‌تواند در گسترش فرهنگ جامعه تأثیر داشته باشد. رشد گرافیک محیطی به چند عامل وابسته است؛ ازجمله: رشد کیفی فکری مدیریت‌ها و وجود طراحانی با خلاقیت‌های بالا. البته این رشد تنها به گرافیک بر نمی‌گردد، بلکه به مجموعه عواملی منتهی می‌شود که ساختارهای اخلاقی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نیز در آن رشد یافته باشند.

مشخصه‌های سنتی و فرهنگی می‌تواند در برقراری ارتباط بهتر و سریع‌تر نقش مهمی داشته باشند زیرا افرادی که در یک جامعه زندگی می‌کنند دارای فرهنگ خاص آن اجتماعی نیز می‌باشند؛ بنابراین بهتر است ارسال پیام برای آنان به زبان و شیوه‌ای آشنا و سنت‌های خودشان طراحی شود که برایشان ملموس‌تر و گویاتر باشد تا در قالب‌های فرهنگی و سنتی بیگانه. رنگ، نقش مهمی در یک طرح دارد که اولین وظیفه آن جلب‌توجه مخاطب است و در مرحله بعدی نقش مکمل عناصر تصویری دیگری برای موفقیت در ارسال پیام را ایفا می‌کند. حروف نوشتاری نیز در برقراری ارتباط سریع‌تر، نقش مهمی دارند و در واقع آن‌ها تکمیل‌کننده یا تأکید کننده تصویر می‌باشند.



بنا بر آنچه گفته شد، اولین اهمیتی که برای گرافیک محیطی قائل می‌شویم، همان برقراری ارتباط برای راهنمایی و اطلاع‌رسانی به مخاطب است و در دومین نقش خود، وظیفه زیباسازی محیط را بر عهده می‌گیرد؛ زیرا انسان به‌طور ناخودآگاه خواهان زیبایی و توازن و تعادل و آراستگی است و از زشتی‌ها و ناهنجاری‌ها دوری می‌جوید. حضور در محیطی که همه عناصر آن به‌طور صحیح در جای خود قرار گرفته باشد و رنگ‌ها در هماهنگی و تضاد، هرکدام به وظیفه خود به‌درستی عمل کنند، برای هر انسانی، به‌راستی لذت‌بخش است و روح خسته از کشاکش و مسائل روزمره زندگی او را به آرامش دعوت می‌کند.

