

هفته نامه دیزاین WHITE SPACE

آیا مینیمالیسم مرده است؟

گزارش مراسم اختتامیه کارگاه تخصصی طراحی مبلمان شهری تعاملی
گزارش نشست نود و هفتم سه شنبه دیزاین
بیوگرافی ساول باس
نگاهی بر کتاب اصول طراحی محصول
بررسی پلی تکنیک میلان

8D

IF AWARDS



ENTRY FEE: FREE

ALLWAYS OPEN

A' DESIGN AWARDS



ENTRY FEE: FREE

44 D

EUROPEAN DESIGN AWARDS



ENTRY FEE: 40\$

1D

EPDA



ENTRY FEE: 75\$

روز تا شروع ددلاین
روز تا پایان ددلاین

بررسی پلی تکنیک میلان

POLITECNICO DI MILANO که در سال ۱۸۶۳ تأسیس شد، یکی از برجسته ترین دانشگاه های فنی در اروپا و بزرگترین دانشگاه ایتالیایی در مهندسی، معماری و طراحی است که بیش از ۴۷۵۰۰ دانشجو دارد.

این دانشگاه دارای هفت پردیس است که در میلان و سایر شهرهای نزدیک ایتالیا قرار دارند: لکو، کرمونا، مانتوا و پیاچنزا. در ۱۲ گروه و در ۴ مدرسه به ترتیب به تحقیق و آموزش اختصاص یافته است.

رشته های دیزاین:

کارشناسی ارشد	کارشناسی
طراحی ارتباطات	طراحی فشن
طراحی داخلی	طراحی داخلی
طراحی محصول یکپارچه	طراحی ارتباطات
طراحی برای سیستم مد	طراحی محصول
طراحی دیجیتال و تعاملی	

زبان مورد نیاز:
TOFEL 59+ IELTS5+

شهریه:
4000EUR

رتبه‌بندی:
جهان #123
اروپا #47



با ما همکاری کنید

گروه وایت اسپیس همیشه پذیرای انتقادات و اعضای جدید است، برای همکاری نیازی به هیچگونه سابقه ندارید نظرات و درخواست همکاری خود را به آیدی زیر در تلگرام ارسال کنید:

@WHITE_SPACE_ADMIN



تلفن: ۰۹۱۳۹۶۹۲۶۳

@WHITE_SPACE_JOURNAL

همکاران این شماره:
محمدامین اسکندری پور، یاسمینا چارسوقی

صفحه آرا:
امیرمحمد براتی

ویراستار:
فاخته عطارنژادیان

گزارشگر:
زهرا شیری

تیم ترجمه:
تارا لاکانی، زهرا شیری

سر دبیر:
فاطمه رنجبر

مدیر مسئول:
امیرمحمد براتی

صاحب امتیاز:
بنیامین بروجنی

شماره ۱:

آیا مینیمالیسم مرده است؟

گزارش مراسم اختتامیه کارگاه تخصصی طراحی مبلمان شهری تعاملی
گزارش نشست نود و هفتم سه‌شنبه دیزاین
بیوگرافی ساول باس
نگاهی بر کتاب اصول طراحی محصول
بررسی پلی تکنیک میلان

دانشجویان ورودی ۱۴۰۲

پا قدمتان مصادف شد با اولین شماره تنها نشریه دانشجویی دیزاین در دانشگاه هنر. ضمن تبریک و خوشامد، به عنوان سال بالایی‌های شما، گفتنی‌هایی داریم تا شاید در این فصل جدیدی که به زندگیتان باز شده توشه راهنما باشد.

خانواده دیزاین در ایران کوچک و نوپاست ولی جامعه‌ای پویاست که بهتر از هر قشر دیگری می‌تواند عصای دستتان و راهنمای مسیرتان باشد، حمایت از یکدیگر رمز بقای ما در بازاری قیمت محور است. بزرگ فکر کنید چون کارتان بزرگ است، نوک دماغتان را نبینید چراکه هر دیزاین شما جهان را ذره‌ای بهتر می‌کند پس مسئول باشید، اما عاشق دیزاین خود نشوید، این عشق چشم انتقاد را کور می‌کند. تخصص خود را پیدا کنید ولی چاقوی سوییسی باشید. به بقیه ثابت کنید که هم توانایی‌های لازم را دارید هم تخصص کافی را. و در آخر، از دیزاین لذت ببرید. شما بین اندک شمار از جوانان ایرانی هستید که می‌توانید از آزادی‌ها و خلاقیت‌های این رشته بهره ببرید پس قدرش را بدانید و هر روز دانشجویی نوورود باشید.

گزارش نود و هفتمین رویداد "سه‌شنبه دیزاین" تحت پوشش انجمن علمی طراحی صنعتی دانشگاه تهران

با عنوان: هوش مصنوعی و دیزاین: ارائه خلاقیت به وسیله **GENERATIVE ML** با حضور جناب آقای احسان سیاد، گرافیکست مشغول در شرکت بلیزارد. | گزارشگر: زهرا شیری

این جلسه ۳ آبان ماه برگزار شد در قسمت اول این جلسه پاره‌ای از توضیحات برای درک درست و شفاف‌سازی از چیستی موضوع مورد بحث یعنی **AI** (هوش مصنوعی)، که امروزه مورد توجه همگان واقع شده، ارائه شد.

"هوش مصنوعی برای انجام فعالیت‌هایی که انسان انجام می‌دهد، شکل گرفت."

در قسمت بعدی این جلسه بحث در مورد **MACHINE LEARNING** و چگونگی استفاده برای مدلسازی و ارائه آثار تصویری و بصری برای کمک به پروسه دیزاین بود.

در بخش دوم صحبت‌ها با **GENERATIVE AI**

به توضیح برخی مثال‌های ملموس برای ارائه تعریف ذهنی مخاطبان پرداختند و با تعریف گسترده تنوع آن بحث را پیش بردند. در آخر با نمایش نمونه‌های طریقه استفاده از **CHATGBT** باعث نقطه تماس دانشجویان با هدف اصلی این رویداد شدند. در آخر با تشویق نسل دانشجویان به امتحان علایق خود و نترسیدن از گمراهی مسیر، به تلاش بیشتر تشویق کرده و خود را آماده ارتباطات بیشتر نشان دادند. صوت کامل این جلسه را می‌توانید در کانال تلگرام سه‌شنبه دیزاین به آدرس **T.ME/TUESDESIGN** پیدا کنید. با تشکر از جناب احسان سیاد و انجمن علمی طراحی صنعتی دانشگاه تهران برای این رویداد.

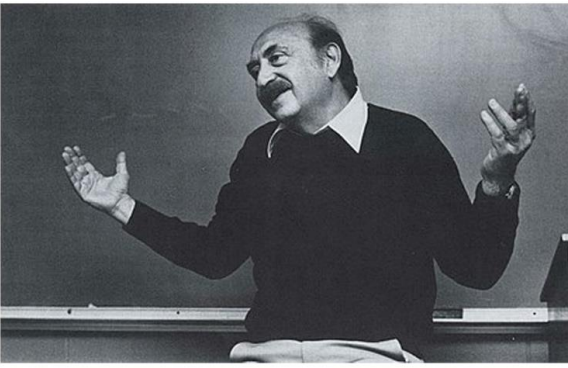
اختتامیه کارگاه طراحی مبلمان شهری تعاملی با رویکرد بازیگونه

"این نشان از عزم جدی مدیریت کلان شهری در انسانی نمودن چهره شهر و گام برداشتن در مسیر توسعه پایدار شهریست."

شنبه این هفته، ۷ آبان، مراسم تقدیر از برگزارندگان کارگاه تخصصی مبلمان شهری بازیگونه در خانه تاریخی اتحادیه برگزار شد. این کارگاه خردادماه امسال توسط سازمان زیباسازی شهر تهران در مکان مذکور و به مدت دو روز برپا شده بود. از مجموع ۴۳ سه طرح ارسال شده از دانشجویان دانشگاه‌های برتر تهران در رشته طراحی صنعتی، سه طرح شایسته تقدیر از دانشگاه هنر؛ سه طرح در جایگاه سوم از دانشگاه‌های هنر، آزاد اسلامی تهران مرکز و الزهرا؛ دو طرح در جایگاه دوم از دانشگاه‌های آزاد اسلامی تهران مرکز و علم و صنعت؛ و جایگاه اول به طرحی از دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز رسید.

گفتگوی با گروه اول کارگاه:

ضمن تبریک به تمامی اعضای گروه منبع الهام و هدف شما از این طرح چه چیزی بود؟
ادامه متن در صفحه بعد >



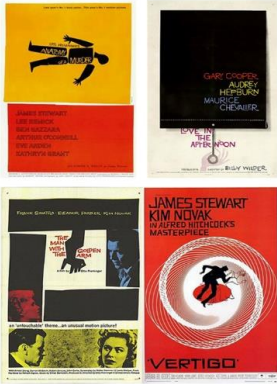
ساول باس: مردی که طراحی گرافیک را تغییر داد.

نویسنده: الکس بیگمن
منبع: 99DESIGNS
مترجم: زهرا شیری

ساول باس ممکن است موفق ترین طراح گرافیک تاریخ باشد که در اواسط قرن بیستم، زمانی که اهمیت طراحی گرافیک در حال افزایش بود، مجموعه ای خیره کننده از شرکت های بزرگ را با طرح های نمادین و مینیمال خود معرفی کرد. برای حدود ۵۰ سال، اگر به دنبال طراحی تمیز و متفکرانه ای بودید که دوام داشته باشد، این مردی بود که نام آن را می شنیدید. طراحی لوگو تمام چیزی نیست که باس به آن معروف است. باس در سال ۱۹۲۰ در شهر نیویورک متولد شد. او یک کودک خلاق بود و دائماً نقاشی می کرد. برای کالج، او در کلاس های شبانه لیگ دانشجویان هنر شرکت می کرد و در آنجا، زیر نظر گیورگی کپس، استاد زیبایی شناسی کاربردی باهاوس، تحصیل کرد. در دهه ۱۹۴۰ باس به منظور طراحی گرافیک در فیلم به کالیفرنیا رفت. او تا اولین وقفه کاری خود بیشتر برای تبلیغات کار می کرد: پوستری برای فیلم جونزکارمن در سال ۱۹۵۴. سازندگان فیلم به قدری تحت تاثیر کار پوستر او قرار گرفتند و از او دعوت کردند تا تیتراژ عنوان را نیز طراحی کند. باس با سبک مینیمال متمایز خود، پیچیدگی پوستره های فیلم را افزایش داد و نقش تیتراژ فیلم را کاملاً متحول کرد. به طور سنتی، تیتراژها ثابت و ضعیف بودند. با این حال، باس متعهد بود که زندگی را به این گرافیک ها تزریق کند و آنها را به اندازه هر چیز دیگری، بخشی از تجربه سینمایی کند. باس در ادامه ده ها پوستر و تیتراژ فیلم نمادین خلق کرد. آخرین پروژه ای او قبل از مرگش در سال ۱۹۹۶ تیتراژی برای "چهار مارتین" بود.

باس در طراحی لوگو:

میانگین طول عمر لوگوهای باس ۳۴ سال است. برخی از کارهای او هنوز جایگزین نشده اند. طراح لوگو، "ولپلام هیگ" به یاد می آورد که با باس روی لوگوی خطوط هوایی CONTINENTAL کار می کرد. این لوگوی خاص در نهایت در سال ۱۹۹۱ جایگزین شد، اما مانند همه موارد دیگر خلاقیت های باس، ظاهر متمایز نسخه اصلی در تاریخ طراحی گرافیک زنده خواهد ماند.



میانگین طول عمر لوگوهای باس ۳۴ سال است. برخی از کارهای او هنوز جایگزین نشده اند. طراح لوگو، "ولپلام هیگ" به یاد می آورد که با باس روی لوگوی خطوط هوایی CONTINENTAL کار می کرد. این لوگوی خاص در نهایت در سال ۱۹۹۱ جایگزین شد، اما مانند همه موارد دیگر خلاقیت های باس، ظاهر متمایز نسخه اصلی در تاریخ طراحی گرافیک زنده خواهد ماند.

هدف ما ادغام تکنولوژی و المان های شهری بود. دنیای مدرن رفته رفته بیشتر وابسته به تکنولوژی و دنیای دیجیتال می شود. ما با ترکیب اپلیکیشن های ورزشی و المان فیزیکی شهری تصمیم به تشویق به مشارکت افراد عادی، سالمندان و با تاکید روی گروه خاصی، جامعه به ورزش کردن روی بیاورند. جامعه ایران جامعه ای رو به پیریست.

برای مخاطب نشریه پندی ندارید؟

به نظر ما یکی از بزرگترین مشکلات دانشجویان ایرانی ضعف در کار گروهیست، کار گروهی در مقایسه با کار فردی برتری دارد چرا که نقص های فردی توسط همگروهی ها پوشش داده می شود.

آیا به همکاری بین شهرداری و دانشگاه ها خوشبین هستید؟

حقیقتاً ما ایمانی از این همکاری نداریم ولی قدم از سمت ما دانشجویان برداشته شده و باید دید که آیا طرح های منتخب واقعا به مرحله ساخت خواهند رسید یا خیر.

مصاحبه اختصاصی دکتر فلاح با وایت اسپیس:

به نظر شما دلیل اینگونه حمایت ها از طراحی مبلمان شهری چیست؟

در مورد یک گرایشی از طراحی به نظر می رسد که کشور ما دارای پتانسیل فراوان است و من اسمش را طراحی صنعتی شهری می گذارم. طراحی صنعتی شهری، تفکر طراحی و فرایند های طراحی را در بستر شهر به اجرا می گذارد. این ایده ها برای قسمتی از زندگی شهروندان که ما آن را زندگی شهری می نامیم به اجرا گذاشته می شود. برای این که این اتفاق بیفتد طراحان باید به شش مؤلفه کاری، زیبایی، خوانایی، فراگیری، پایداری و ایستایی توجه ویژه داشته باشند. نتیجه این مهم، زیباسازی ۳۶۰ درجه است، زیبایی ای که صرفاً معطوف به بزک کاری نیست و در لایه های عمیق تر جنبه های کارکردی، زیست محیطی، اقتصادی و تجربه های کاربری را نیز در نظر می گیرد.

دلیل انتخاب رویکرد بازیگونه برای این کارگاه چه بود؟

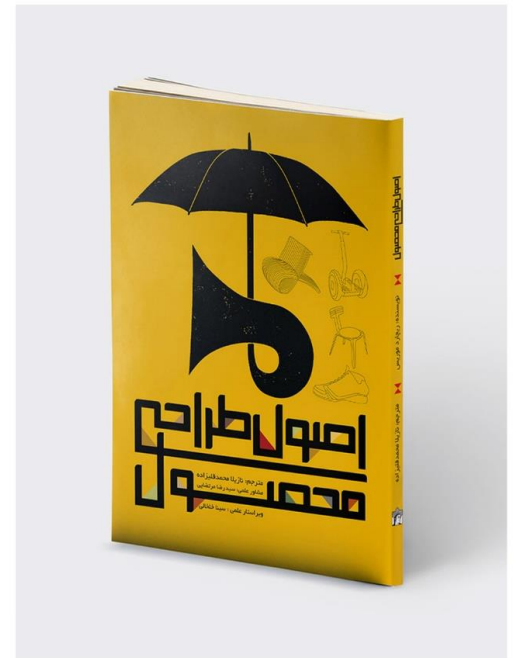
بازیگونه سازی به طور کلی یکی از مهم ترین رویکردهای معاصر است که در شاخه هایی چه بسا بی ربط به بازی، همچون بیزینس، وارد شده. ورود اصول، مبانی و قواعد بازی، به حوزه هایی جدی با این فلسفه است که وجود رویکرد بازیگونه در هر فضا باعث تلطیف آن فضا و ایجاد احساس تعلق و پیوند می شود. این رویکرد فرایندهای رسمی و خشک را به فرایندهایی جذاب و دوست داشتنی تبدیل می کند. هدف سازمان زیباسازی نیز استفاده از این رویکرد در مبلمان شهری بود همانطور که در حوزه کسب و کار به وفور شاهد استفاده از آن هستیم. هدف نهایی ایجاد پیوند عمیق تر بین شهروند و پیکر شهر است. منظور زندگی شهری نیز زندگی موازی با زندگی روزمره انسان در بدنه شهر است. بنابراین بازیگونهگی بهانه ایست برای تلطیف این زندگی شهری.



نگاهی بر کتاب اصول طراحی محصول

نویسنده: ریچارد موریس
گردآورنده: یاسمینا چارسوقی

کتاب اصول طراحی محصول اندکی از چشم اندازهای طراحی را در اختیار شما قرار می دهد و همچنین دسته ای از موضوعات و دیدگاه ها را مشخص می کند. برای مثال اطلاعات تکنیکی و یا مهارت های مورد نیاز را به طور اجمالی بیان می کند. هدف از این کتاب فراهم نمودن دیدگاهی کامل و مرتبط با فرایند طراحی است که گاهی طراحان به سختی آن را درک کرده و یا از دیدشان پنهان می ماند. در این کتاب چهارچوب برای فهم مبانی طراحی محصول، با اشاره ای به تفکرات پیشرفته تر که از آن طریق طراحان بتوانند به مهارت های بیشتری دست یابند، فراهم آمده است. این کتاب حاوی تمامی پاسخ ها نیست، اما هدف آن کمک به شما برای توسعه سبک طراحی خاص خود و ایده تان است و می تواند برای همه مفید باشد، زیرا طراحی محصولات مناسب، می تواند دنیایی بهتر و لذت بخش تر خلق کند. آنچه در این کتاب مورد بحث قرار می گیرد این است که طراحی محصول می تواند زمینه مطالعه ای چالش برانگیزی باشد؛ زیرا بسیاری از موضوعات مانند مواد، تولید، خلق ایده ها، نرم افزارها، عملکردهای مهندسی، هنر و تحقیقات بازار در آن لمس می شوند. این کتاب با کاوش انواع بخش های کلیدی، دیدی یکپارچه و مرتبط در زمینه فرایند طراحی محصول فراهم می آورد و در مورد اینکه چه عواملی باید مورد توجه قرار گیرند و قدم بعدی ممکن است شما را به کدام مرحله از فرایند برساند، توصیه های مفیدی در اختیارتان قرار می دهد. کتاب «اصول طراحی محصول» می تواند به صورت یک مرجع یا راهنمای مفید مورد استفاده قرار گیرد. هر فصل شامل مثال هایی از آثار طراحان با استعداد در سراسر جهان است که می تواند در به تصویر درآوردن نکات متن کمک کرده و الهام بخش برای خلاقیت شما باشد. همچنین در پنج فصل به ایده هایی برای محصولات، رتوس کلی محصولات، راه حل های طراحی، تولید و بازار پرداخته است. آنچه در این کتاب مورد بحث قرار می گیرد این است که طراحی محصول می تواند زمینه مطالعه ای چالش برانگیزی باشد؛ زیرا بسیاری از موضوعات مانند مواد، تولید، خلق ایده ها، نرم افزارها، عملکردهای مهندسی، هنر و تحقیقات بازار در آن لمس می شوند. این کتاب با کاوش انواع بخش های کلیدی، دیدی یکپارچه و مرتبط در زمینه فرایند طراحی محصول فراهم می آورد و در مورد اینکه چه عواملی باید مورد توجه قرار گیرند و قدم بعدی ممکن است شما را به کدام مرحله از فرایند برساند، توصیه های مفیدی در اختیارتان قرار می دهد. کتاب «اصول طراحی محصول» می تواند به صورت یک مرجع یا راهنمای مفید مورد استفاده قرار گیرد.



آیا مینیمالیسم مرده است؟



نویسنده: دیما سَطوحی
منبع: آرچ دیلی
مترجم: تارا لاکانی

پس از ذکر مطالب قبلی به سرعت به آغاز قرن بیست و یکم می‌رویم زمانی که نه تنها سبک مینیمالیسم به همه جا نفوذ کرده بود بلکه به عنوان نوعی سبک زندگی آزمایشی و لوکس نیز محسوب می شد. فضای داخلی شامل طراحی‌های شیک و خطوط روان بود تا حس سادگی فارغ از بستر زمان، و ذوق و سلیقه ای مدرن و شیک را به نمایش بگذارد. سطوح کاملاً عاری از درهم ریختگی بودند و آنچه در این طراحی‌ها حرف اول را می‌زد سازماندهی و نوعی پاکیزگی، بود. اساساً رنگ های سفید و خنثی مورد استفاده قرار می‌گرفتند اما گاهی هم به منظور شخصیت پردازی محیط، همین رنگ ها با دیگر تنازهای رنگی و همچنین بافت ها ترکیب می‌شدند. اندکی بعد مینیمالیسم به چارچوب جهانی فرهنگ مصرف‌گرایی برای "زندگی بیشتر، با کمتر" بدل شد و به نوعی مینیمالیسم را ترفندی برای شیک و اعیانی بودن می‌دانستند. اگرچه طراحی مینیمالیستی به طور گسترده ای در بین طراحان محبوب بوده، اما همیشه به دلیل سرد و بی روح بودن به شدت مورد انتقاد قرار گرفته است. بسیاری از افراد از مینیمالیسم به عنوان راهی برای رهایی از هرج و مرج جهان بیرون و ورود به فضای آرام و ساکن داخل خانه، بهره می بردند. در حالی که عده ای دیگر به دلیل این که نشانه‌های سرزندگی شخصیتشان در این سبک بازنتاب نمی شد، به این سبک تعلق خاطر نداشتند. اما در اواخر تابستان سال ۲۰۲۰ میلادی جهان شاهد تغییر قابل توجهی در ذائقهٔ زیبایی شناختی مردم بود. این تغییر با گرایش به فضاهای داخلی با مشخصه های طبیعی، مقتبس و پر جنب و جوش، نمود پیدا کرد. برهه ای از زمان که اتاق ها مملو از اشیاء و رنگ های شاد و روشنی بود که باهم همخوانی نداشتند؛ که البته نکتهٔ قابل توجه این تغییر هم همین بود. بدیهی است که سبک مد روز جامعه مدام در حال تغییر است و ترندهای جدید با بازیافتی اغلب هر سال معرفی می شوند. اما بسیاری معتقدند که ویروس کووید ۱۹ یکی از عوامل اصلی این تغییر بوده است. پس از مدت زمانی که در قرنطینه سپری شد عجیب نبود که مردم مایل باشند با اضافه کردن رنگ‌های گرم تر به فضا، شادابی و انرژی دوباره ای به آن تزریق کنند. زندگی سیاه و سفید دیگر مطلوب نبود و افراد به دنبال گیاهان، بافت ها و ملحقات تزئینی ای بودند که آینه ای از روحیات و شخصیتشان باشد. در پی این تحول، شاهد ظهور سبک هایی مانند ژاپنی و مدرنیسم ارگانیک بودیم. عناصر این سبک از طراحی های ژاپنی و اسکاندیناویایی اقتباس شده، آن را با مؤلفه ها و متریال های طبیعی ترکیب می‌کنند و به این ترتیب به یک طراحی یکنواخت، جان می بخشند. روش دیگری که طراحان اتخاذ کرده اند، بهره گیری از پالت‌های رنگی، الگوها و ملحقات تزئینی بومی دیگر کشورهاست و به همین سبب توانسته اند فضای داخلی خانه ها را به مکانی دنج و آرام تبدیل کنند.

در نقطهٔ مقابل مینیمالیسم، سبک مبالغه آمیز ماکسیمالیسم قرار دارد که طی چند سال گذشته به محبوبیت بسیاری دست یافته است. در برابر واکنش های مینیمالیسم به پیامدهای سیاسی تاریخی از جمله: واکنش به نظرات بحث برانگیز آدولف لوس(معمار اتریشی) در مورد زیورآلات و ارتباط آن ها با اروتیسیسم کنترل نشده، فعالیت های مجرمانه و دهقان گریایی، از ماکسیمالیسم اغلب به عنوان واکنشی زیرکانه و اجتماعی-سیاسی، یاد می شود. امروزه با ظهور فردگرایی، شمول(همگانی بودن) و به چالش کشیدن و سرپیچی از وضعیت همیشگی، میتوان خانه های ماکسیمالیستی را بازتابی از تراوشات ذهنی صاحب آن خانه، فرهنگ و علایقشان و مکان هایی که تاکنون دیده اند، در نظر گرفت. "خوی انسانی ای گویا و پیوند دهنده- نوعی آشفتگی پرتکاپوی جهانی." که اکسپرسیونیسم، سلیقهٔ شخصی و پذیرش "من" واقعی را تقدیس می‌کند.

زیبایی شناسی بصری چند دهه گذشته را می توان به عنوان طراحی بر پایهٔ "هیج" تعریف کرد. در هنر، سبک زندگی، مد، طراحی صنعتی و طراحی داخلی، گرایش و نیاز مبرزی به حفظ کمینه اشیا و متعلقات وجود داشته و همچنین روند فراگیری سبک مینیمالیسم در سطح جهانی ملموس و در عین حال مورد انتقاد بوده است. مینیمالیسم مفهوم کلی تقلیل چیزی به عناصر اصلی و ضروری را در برمی گیرد. اما چه کسی می تواند تعیین کند چه چیزی ضروری است و چه چیزی فاقد ضرورت؟ چه کسی بیش از حد بودن یا نبودن چیزی را تعریف می کند؟ با وجود چنین سؤالاتی و همچنین تغییرات بنیادین در شیوهٔ مصرف‌گرایی و سبک زندگی افراد که در سال های اخیر شاهد آن بوده ایم جریانات حال حاضر مد نشان داده اند که مینیمالیسم(کمینه گرایی) می تواند باقی بماند، اما تنها به کمک نوعی چرخش. مینیمالیسم یک جنبش هنری است که سرآغاز شکل گیری آن به بعد از جنگ جهانی دوم باز می‌گردد و در آن زمان تصور می شد جنبش اعتراضی است که در مقابل مدرنیسم و اکسپرسیونیسم انتزاعی در حال پیشروی می باشد. هنرمندان مینیمالیست خواهان اجتناب از خصوصیات عاطفی و بیانی این ژانرها بودند. به اعتقاد آنها این ویژگی ها مایهٔ حواس پرتی از ذات هنر؛ که به تعریف آنها ناب ترین شکل زیبایی است، محسوب می شد. اصطلاح مینیمالیست که به وفور در هنرهای تجسمی، موسیقی و طراحی های صنعتی دهه ۱۹۶۰ میلادی به چشم می خورد، اغلب به هر چیزی اطلاق می شود که شامل ملزوماتش و عاری از هرگونه تزئینات باشد. هنرمندان و مجسمه سازانی همچون فرانک استلا، رابرت موریس، دونالد جاد، کارل آندره و چند تن دیگر، از پیشگامان حرکت به سوی انتزاع هندسی و کاوش در آن بودند. در سرتاسر اقیانوس اطلس روند گذر از رویکرد اروپایی و پیشروی به سوی مینیمالیسم در آثاری به چشم می خورد که هنرمندان سبک های باهاوس، د استیل(نو شکل آفرینی) و جنبش ساخت‌گرایی (کانستراکتیویسم) ، خلق کرده اند. در معماری، مینیمالیسم معرف فضا یا ساختاری است که تنها در برگرفتهٔ عناصر اصلی بوده و البته به حداقل عناصر تقلیل یافته است. در اواخر دههٔ ۱۹۸۰ در نیویورک و لندن در پی گرایش و علاقهٔ صاحبان بوتیک های مد به فضاهای نسبتاً خالی و متشکل از سطوح سفید، نور سرد و حداقل اشیا و مبلمان به منظور جلب توجه به لباس ها، این جنبش بسیار محبوب شده بود. برخی بر این باورند که سبک مینیمالیسم برگرفته از مکتب ذن معماری سنتی ژاپن و جنبش های باهاوس و د استیل بوده است. اما عده ای دیگر معتقدند که مینیمالیسم پاسخی اعتراضی به رشد صنعتی سازی و زندگی متراکم شهری بوده و به عنوان پادزهری برای سلوگی و هیاهوی زندگی در شهرهای بزرگ عمل می کند. یکی از عبارات کلیدی برای توصیف این سبک معماری جملهٔ معمار مشهور؛ لودویگ میس وندررو می باشد: "کمتر، بیشتر است." (Less is more) ترکیب انتزاع و سادگی سبک د استیل و بهره گیری از مصالح صنعتی و فرم های تقلیل یافته سبک باهاوس، معماری مینیمالیستی را تعریف می کند. ارزش گذاری اشکال ساده موجود در طبیعت نیز از عوامل حیاتی این سبک معماری است. معماری مینیمالیستی از طریق سادگی و در واقع به واسطهٔ تقلیل طراحی به عناصر ضروری آن و تمرکز بر فرم، نور، فضا و متریال، به هارمونی می رسد. در این سبک همچنین به منظور دستیابی به تعادلی چشم نواز بین مؤلفه های محیطی و دست ساز بشر، عناصر فضای داخلی و موجود در طبیعت را در کنار هم قرار می دهند. این تکنیک در بسیاری از پروژه های تادانو آندو به چشم می خورد. آنچه گفته شد به این معنا نیست که فضا مطلقاً فاقد تزئینات می باشد بلکه عناصر و جزئیات به حدی کاهش می یابند که به جهت بهبود طراحی محیط نمیتوان هیچ مؤلفهٔ دیگری را حذف کرد.



دیبا رضازاده خادم
فارغ‌تحصیل ورودی ۹۷
رشته طراحی صنعتی دانشگاه هنر



طرح خود را روی جلد

نشریه منتشر کنید

هر هفته اثر بزرگ بین
کارهای ارسال شده، با
یکی از ۱۷ موضوع
مشخص شده در سمت
چپ، در صفحه پشتی
هفته‌نامه منتشر خواهد
شد.

تمامی آثار گرافیکی اعم
از رندرشات، پوستر و
دیجیتال آرت مجازند.
آثار را به آیدی زیر در
تلگرام ارسال کنید:

@WHITE_SPACE_ADMIN

1 NO POVERTY



2 ZERO HUNGER



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



4 QUALITY EDUCATION



5 GENDER EQUALITY



6 CLEAN WATER AND SANITATION



7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED INEQUALITIES



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



13 CLIMATE ACTION



14 LIFE BELOW WATER



15 LIFE ON LAND



16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



UN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS