

## ۱- معرفی جشنواره شکوفا

در هزاره سوم، زندگی اجتماعی در قالب شهرنشینی بسیار پیچیده شده و مستلزم کسب مهارت های مختلفی بوده و با توجه به رشد سریع فناوری معمولاً این مهارت ها نیازمند آموزش و بروزرسانی مستمر است. شهرداری تهران طبق وظایف اجتماعی و انسانی که دنبال می نماید مأموریت های ارتقاء مهارت های فناوری را از طریق مشارکت های منطقه ای و محله ای در دستور کار دارد. در این راستا طرح جشنواره شکوفا با هدف توسعه مهارت های فناوری اطلاعات در محلات، مناطق و کل شهر تهران برنامه ریزی گردیده و در قالب کانون های مختلف با تمرکز بر حوزه های اجتماعی و علمی فناوری اطلاعات و ارتباطات در حال اجرا می باشد. شکوفا مخفف کلمه «شهروند کارآمد و فناوری اطلاعات» است.

هدف اصلی این جشنواره تقویت رویکرد محله محوری در شهر تهران با تاکید بر قابلیت های فناوری اطلاعات و ارتباطات است. در قالب این جشنواره شهروندان در گروه های سنی مختلف و با سطوح متفاوت مهارتی می توانند در یک محیط مشارکتی با محوریت محله نسبت به سنجش مهارت های عمومی فناوری اطلاعات خود بپردازند.

تمرکز جشنواره شکوفا بر محله محوری است. در اینجا این سوال مطرح می شود که علت تاکید شهرداری تهران بر مشارکت های اجتماعی در قالب محلات چیست. در پاسخ به این سوال باید اذعان نمود که با روند توسعه شهری، بسیار طبیعی مینماید که متأثر از گسترش بافت های شهری و شکل یابی فضاهای جدید شهری، « محله » به عنوان یک نهاد اجتماعی، از شکل و سازه و ساختار قدیمی خود فاصله گرفته باشد. به هر حال، ایجاد شبکه های مدرن خیابانی و تعریف کالبد و بدنه های نوین، سبب بروز تغییر در فیزیک محله ها شده است. اما با وجود این تغییرها، باید پذیریم که در ماهیت میل های درونی انسانی برای برقراری ارتباط اجتماعی و اجتماعی بودن زندگی آدمی که تغییری به وجود نیامده است. این نوع از میل ها، در ذات انسانی ریشه دارد. لذا این ویژگی اجتماعی بودن و میل به همزیستی جمعی ها سبب شده است تا کماکان اشتیاق داشته باشیم به مسایل اجتماعی فکر کنیم. مسایلی ارزش قایل شدن برای روابط سالم بین فردی و اجتماعی، پایبند بودن به ارزشهای فرهنگی همسایگی و دوستی های حاصل از سرمایه اجتماعی، میل و عاطفه فراوان برای دستگیری از یکدیگر و مشارکت در همیاری های اجتماعی و جمع های مکانی هم آشنا هنوز هم برای شهروندان بسیار حائز اهمیت هستند.

به این ترتیب میبینیم که اگر جسم و فیزیک محله از حیث شکل قدیمی خود، تغییر پیدا کرده است اما همچنان روح محله، که همان میل ها و شوق های اجتماعی انسانها هستند، همواره در سطح شهر وجود دارند و به همین دلیل است که میتوان گفت: کماکان شهرها، از منطقه ها و منطقه ها از ناحیه ها و ناحیه ها از محله ها تشکیل شده اند. در جشنواره

شکوفه، فناوری اطلاعات به عنوان یکی از عوامل تغییر در جوامع بشری در هزاره سوم، بهانه ای است تا شهروندان بار دیگر گرد هم آیند و مهارت های زندگی در هزاره جدید را تجربه کنند. هر ایده ای، روش ها و ابزارهای خاص خود را طلب میکند تا که به پدیده تبدیل میشود. در واقع، ایده ها به واسطه عناصر ساختاری و سرمایه های فیزیکی و اجتماعی به پدیده تبدیل میشوند و فضای بین ایده و پدیده، آنچه هست که ما به وجود می آوریم تا به آن وسیله، به ایده خود جان و زندگی بخشانده باشیم. اکنون و به منظور غنی سازی ارزش های اجتماعی موجود در جامعه و متناسب با ابعاد ارزشی محله ای و جمع های مکانی هم آشنا، مدیریت شهری تهران، از منظر نگاه اهداف و برنامه های مورد تأکید در معاونت امور اجتماعی و فرهنگی، فرآیند ویژه ای را تعریف نموده است. فرآیندی که به منظور تقویت سرمایه های اجتماعی و « افزایش کانون های اجتماعی و فرهنگی »، در افق نگاه آن پرورش ظرفیت های فرهنگی محله ها، منظر آن است. در فراز این افق، ما شاهد تشکیل کانون هایی به این شرح هستیم:

- رسانه دیجیتال

- وبلاگ نویسی

- برنامه نویسی موبایل

- بازیهای رایانه ای

- طراحان گرافیکی

- توسعه مهارت های رایانه ای

- رباتیک

رسالت این کانون ها بر این است که در خانه های فناوری اطلاعات سرای محلات شهر تهران، مشارکت شهروندان را برای ارتقای مهارت های رایانه ای ارتقاء بخشند. این جشنواره از یک سو فرصتی برای رقابت در سطح محله و همچنین برترین هر محله در سطح سایر محله ها را فراهم می آورد و از سوی دیگر زمینه شناسایی نخبگان و برترین های هر محله در زمینه فناوری اطلاعات را ایجاد می کند.

### ۲- اهداف جشنواره شکوفه

شکوفه، مخفف مناسبی از دامنه گسترده ای است که آن را از ایده بنیادی شهروند کارآمد و فناوری اطلاعات الهام گرفته ایم. مفهومی که از آن، در پی شکوفایی ارزش های نهفته در کانون اجتماعی و فرهنگ محله و ارزش های نهفته در ذات محورهای همسایگی هستیم. در شهر بزرگ ما تهران، محله های جدید در کنار و از میان محله های قدیم زاده شده اند و

کماکان اصل هم نهادگی و همجواری در آنها رعایت شده است. فرهنگ ریشه دار محله ای، هنوز جاری است و جمع های مکانی همجوار، هنوز بر ارزشهای همیاری، دیگریاری و مشارکت در امور فرهنگی و اجتماعی تأکید دارند. پرورش این قابلیت ها، مستلزم گسترش نهادهای اجتماعی و کانون ها و مراکز فرهنگی است، پرداختن به چنین ایده ها، گام هایی بلند برای هم یا ساختن توسعه فرهنگی اجتماعی، در کنار توسعه فضاهای شهری است. به مفهوم دیگر، انجام چنین اقدام ها، کوشش هایی است که برای غنی سازی مکان های جدید و قدیم صورت میگیرد. اثر این کوشش ها، ایجاد محتوا برای ظرفیت های جدید شهری است. محتوایی که میتواند به استعداد نوجوانان و جوانان، علاقه مندی ها و اوقات فراغت آنان، همچنین به زمینه های آفرینش صفات محله ای پاسخ دهد.

شکوفه برنامه ای برای پرورش ساختارهای اجتماعی و دمیدن روح به جسم های همسایگی در فضای شهری است. این تلاشی آگاهانه به سوی تغذیه شهر است که براساس آن، سنت های نیکویی چون: همزیستی اجتماعی، مشارکت، همفکری و تقویت گردند و شاخص هایی این چنین لطیف، در فضاهای گسترده شهری، کمرنگ نشوند. دغدغه اصلی معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران و مدیریت شهری، چیزی جز این نیست که همواره از ساختارهای نوین و سازه های جدید برای پرورش و تقویت بنیادها و نهادهای اجتماعی «محله» بهره برداری کند و پیوسته بر ارتقای زمینه های اخلاقی، دینی، فرهنگی و اجتماعی «محله ها» شهری تهران بیفزاید.

### ۳- معرفی کانون طراحان گرافیکی

طراحی گرافیکی، اصطلاحی است که برای یکی از حرفه های هنری خاص به کار می رود. در مجموع می توانیم، صفات و ویژگی های این هنر را شامل موارد زیر بدانیم:

- طراحی حروف، کلمه، نقش و نما

- بهره گیری خاص از خط - نقاشی

- تصویرسازی از طریق چیدمان هنری و با الهام از خلاقیت های فردی

- و عکاسی، پردازش عکس با الهام از خلاقیت و جنبه های هنر که به هنگام چاپ عکس اتفاق می افتد.

دامنه و عمق این هنر، فقط محدود به جنبه های فوق نیست. امروزه سطح حضور این هنر به بسیاری از فضاهای حرفه ای نیز کشانده شده است. به مفهوم دیگر، بازار این هنر، بازاری پر رونق است. بازار این هنر، در حوزه آموزش نیز پر جاذبه است. هم در عرصه این هنر و هم در تقاضا. از هنرستان ها گرفته تا مؤسسه های آموزش عالی هنر و دانشگاه ها. گفته می شود که برای اولین بار این اصطلاح را «ویلیام ادیسون دیگینز» در سال ۱۹۲۲ میلادی به کار برده است. با این همه، بر بام و اوج نشستن آن به زمان پس از جنگ جهانی دوم باز می گردد، یعنی از ۱۹۴۵ میلادی به بعد.

این هنر، هدف‌های متعددی را دنبال می‌کند، اما یکی از قطعی‌ترین این هدف، همانا، ایجاد زمینه و وسیله و امکان برای برقراری ارتباط بصری است. به مفهوم دیگر انتقال پیام معنایی و مفهومی از طریق شکل بر بستر بصر و نگاه. به عنوان مثال، جای پای یک حیوان بر برف و در یک روز برفی و در میان سپیدی غالب بر محیط، با مخاطب خود و از طریق «نشانه‌های بصری» ارتباط برقرار می‌کند.

راستی، اگر شما با چنین طرحی مواجه شوید: چه احساسی خواهید داشت و از این احساس، به چه درکی خواهید رسید؟ این هنر که از بابت آن یک حرفه و یک بازار کار حرفه‌ای پا گرفته است، به عنوان یک تخصص مطرح و شناخته شده است. پس طراحی گرافیکی، فردی متخصص در این حوزه هنری - حرفه‌ای است. تخصص چنین فردی عبارت است از مهندسی چیدمان عناصر بصری برای رساندن پیام معنایی و مفهومی به مخاطبان.

یکی دیگر از کاربردهای اساسی این هنر، بهره برداری در صنعت چاپ برای تولید پوستر و عکس‌های گرافیکی است. پوستر و عکس‌هایی بدیع که انتظار است تا پیامی را به اطلاع مخاطبان برسانند.

پوسترها بخش ویژه‌ای از انعکاس طرح‌های گرافیکی را تشکیل می‌دهند. پوستر برای فیلم، تئاتر، مسابقات ورزشی و سایر جنبه‌های اجتماعی که به نوبه خود حامل بارهای هنری بسیاری برای «تصویرسازی» هستند.

هویت بصری قابل تشخیص برای شرکت‌ها، بانک‌ها، مؤسسه‌های علمی و پژوهشی، دانشگاه‌ها، کارخانه‌ها، بخش دیگری از دامنه حضور هنر گرافیک را نشان می‌دهد. برای مشاهده چنین دامنه حضوری از هنر گرافیک، کافی است تا در شهر گشت و گذاری داشته باشیم و با دیدن تابلوها، پوسترها و دیوار نقاشی‌ها، رد و نشانه‌ای هنر گرافیک را به طور کامل احساس کنیم. به طور کلی طراحی گرافیک در برگیرنده‌ی نوعی زبان است. اسم این زبان را می‌توان زبان اشاره و نشانه و نمایه گذاشت. این زبان دستور زبان مشخصی ندارد. الفبا و کلمات و ترکیبات کلامی آن پیوسته در حال گسترش و زادن و زاده شدن هستند. در این فضای هنری هر فرد به مثابه یک دستور زبان، یک مجموعه لغات تازه و یک دایره المعارف است.

اما و با توجه به زوایای گسترده این زبان، باید گفته شود که ما زمانی می‌توانیم یک اثر گرافیکی را به درستی درک کنیم که بتوانیم زبان آن را بفهمیم و دانش هنری آن را بشناسیم.

اقدام به جا و شایسته مدیریت شهری در ایجاد خانه‌های IT و استقرار کانون طراحی گرافیکی، راهبردی برای نشر این فرهنگ در جامعه و امکانی برای فراگیری زبان این هنر است. بدون شک، وجود چنین کانونی در قلب محلات، به مفهوم استقرار مدرسه‌ای برای آموزش هنر گرافیک و نشر زبان و ادبیات این هنر گران قدر است.

اقدامی که به موجب آن، انگیزه برای حضور جوانان و آزمودن استعداد خود در فضای این هنر، فراهم خواهد شد. به طور قطع این کانون‌ها، امکانی را فراهم خواهند ساخت تا دسترسی به این هدف‌ها فراهم آید:

- معرفی این هنر ناب به جامعه و در فضای گسترده شهری

- ایجاد فضا برای شکل گیری و نمود استعداد های جدید

- ایجاد زمینه های آشنایی اولیه برای دانش آموزان تا برای انتخاب رشته های هنری و تحصیل در دانشگاه، بر اهمیت و ارزش این هنر آگاهی یابند و با علم و استدلال منطقی و انگیزه این رشته را برگزینند.

- فراگیر ساختن و آموزش این زبان به جامعه و در سطحی عمومی که امکان درک و فهم طرح های گرافیکی را برای مردم فراهم می سازد.

مجموعه عوامل فوق، همه فرصتی برای غنی سازی محیط های اجتماعی و شهری است که به اهتمام مدیریت شهری و با تأکید بر فضای محلات ایجاد شده است. وجود کانون هایی از این دست، قابلیت قابل توجه برای شکل دادن به عناصر اجتماعی محلات تلقی می شود. فرصتی برای غنی سازی فرصت های فراغت شهروندان.

### ۴- محورهای رقابت در کانون طراحان گرافیک

جشنواره کانون طراحان گرافیک در ۵ شاخه که ارتباط بیشتری با موضوعات مورد استفاده شهری داشته باشد هنرمندان شهر تهران را به رقابت فرا می خواند .

۱- طراحی لوگو تایپ معرفی بوستان محله خود

۲- طراحی پوستر با موضوع تکریم و احترام به سالمندان

۳- طراحی بیل برد با موضوع آب

۴- طراحی جلد کتاب

۵- نقاشی دیواری با موضوع فرهنگ مذهبی (نماز، ذکات، وقف)

شرکت کنندگان می توانند آثار خود را برای بخش های مختلف تا تاریخ **۲۰ دی ماه** ارسال نمایند. ثبت نام اینترنتی انجام و کد رهگیری دریافت شود. سپس آثار را به دبیرخانه محله خود تحویل دهید.

- مسابقه برای هر گروه سنی و هر مدرک تحصیلی آزاد است .
- کارها با کامپیوتر و نرم افزارهای گرافیکی مربوطه طراحی شود.
- هر هنرمند فقط می تواند از یک محله در مسابقه شرکت کند.

در مرحله اول جشنواره، هنرمندان ۳۷۴ محله شهر تهران، هر کدام با دیگر شرکت کنندگان همان محل به رقابت خواهند پرداخت و در مرحله دوم، برگزیدگان هر محله بابرگزیدگان دیگر محلات منطقه خود مسابقه را برگزار می کنند و در مرحله نهایی هیئت داوران از بین آثار هنرمندان منتخب محلات مناطق، طراحان برتر شهر تهران را انتخاب خواهند کرد.

**سوالات مسابقه کانون طراحان گرافیک جشنواره شکوفه با ۵ موضوع مختلف به شرح زیر اعلام می شود:**

### **موضوع اول: طراحی لوگوتایپ معرفی بوستان محله خود**

هر محله و منطقه یک بوستان برای گذراندن اوقات فراغت شهروندان احداث شده است و اغلب ساکنین اطراف این بوستانها ساعتهایی از روز یا هفته خود را برای قدم زدن، تفریح و ورزش به این بوستانها می روند.

بعلت بزرگ بودن شهر تهران ساکنین محلات از سایر بوستانهای دیگر بی اطلاع هستند و حتی نمی دانند در سایر محلات چنین مکانی وجود داشته باشد.

هر کدام از بوستانها هم دارای ویژگیهای خاص خود می باشد. بوستانی با چند باغ متنوع، بوستانی پر از وسایل و امکانات ورزشی، بوستان مخصوص بانوان، بوستان با ماکتهایی از نماد شهرهای ایران و ...

شرکت کنندگان در این مسابقه برای یکی از این بوستانها لوگو تایپ طراحی می کنند.

لازم است لوگوتایپ علاوه بر خصوصیات و ویژگی هایی که از لحاظ بصری دارد و از لحاظ خوانایی، زیبایی و مسانل گرافیکی را رعایت کرده باشد، یکی از خصوصیات و ویژگی های اشاره شده را داشته باشد.

برای برخورداری از امتیاز بالاتر، موارد زیر را رعایت فرمایید:

۱- **عنوان:** نام بوستان، عنوان نوشتار لوگوتایپ می‌باشد. مثال: بوستان گفتگو، بوستان نهج البلاغه، بوستان ولایت و ...

\*\* کلمه‌ی بوستان باید در کنار نام بوستان، به صورت کوچکتر و یا در همان اندازه استفاده گردد.

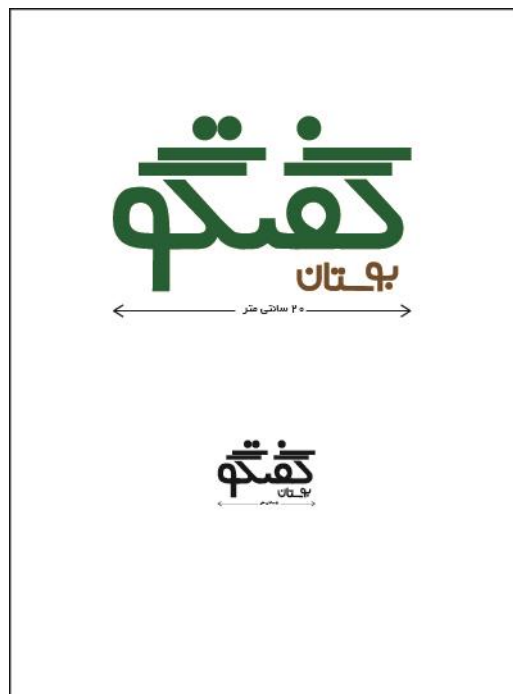
حداقل و حداکثر تعداد رنگ‌های استفاده شده، به ترتیب ۲ و ۳ رنگ باشد. (spot)

۲- **قطع کار:** لوگوتایپ در دو سایز تحویل داده شود. یکی با بزرگترین طول ضلع ۲۰ سانتی‌متر و دیگری با بزرگترین طول ضلع ۵ سانتی‌متر.

هر دو سایز در یک صفحه A۳، مطابق شکل پرینت گرفته شود.

۳- **نرم‌افزار مناسب:** برای طراحی، *free hand, coreldraw, illustrator* و هر نرم‌افزار برداری دیگر می‌تواند انتخاب شود.

۴- **پرینت و فرمت تحویل کار:** در یک صفحه با اندازه A۳ و با کیفیت مناسب، همراه CD با یکی از فرمت‌های *ai* یا *fh1* یا *cdr* یا *dxf* و هر فرمت برداری دیگری به دبیرخانه محله خود تحویل داده شود



## موضوع دوم: طراحی پوستر با موضوع تکریم و احترام به سالمندان

وجود انسان‌های سال خورده در بین خانواده باعث افزایش رحمت خداوند است و هر کس به آن‌ها احترام بیشتری بگذارد بیشتر مورد رحمت خداست.

قدرشناسی از سالمندان، همان رفتار درست و محترمانه و شناخت نیازهای روحی آنان است. بدیهی است از ضروری ترین نیازهای سالمندان، محبت و توجه به آنها است. هر قدر آنها از نظر مادی بی نیاز باشند، نمی توان نیاز آنها به محبت را نادیده گرفت. بطور مسلم، قدرشناسی از سالمندان، به صورت احترام و سخن گفتن از روی مهر و محبت، مشاوره با آنان در امور مختلف، برطرف ساختن مشکلات ایشان و نیز مقدم داشتن آنان بر خود، بروز می کند. به یاد داشته باشیم، بشریت در پیشرفت اخلاقی و تربیتی خود، تا حد زیادی مدیون تجربیات و آموزه های کهنسالان است. بجاست احترام و ستایش خود را بی دریغ به این انسانهای بزرگ و مهربان، تقدیم کنیم.

## برای برخورداری از امتیاز بالاتر، موارد زیر را رعایت فرمایید:

- ۱- **عنوان:** روز جهانی سالمندان
- ۲- **تیتراژ فرعی:** ۹ مهر
- ۳- کار نهایی چهاررنگ (CMYK) است اما فایل کار نهایی باید به صورت RGB تحویل داده شود. ( توجه: برای رنگ گذاشتن از پالت CMYK استفاده شود )
- ۴- برای پوستر می توانید از عکس، طراحی و گرافیک استفاده کنید .
- ۵- استفاده از هر گونه نرم افزار گرافیکی بلامانع است.
- ۶- **قطع کار A3 :** عمودی یا افقی
- ۷- **پرینت و تحویل کار:** نحوی کار به صورت tif لایه باز با کیفیت ۳۰۰dpi روی CD و یک برگ پرینت با کیفیت مناسب در قطع A3 می باشد.
- ۸- آرم شهرداری و آرم یکی از مناطق ۲۲ گانه در قسمتی از تصویر به عنوان برگزار کننده و یا حامی این روز درج شود.





### موضوع سوم: طراحی بیل برد با موضوع آب

به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی کشور، کاهش ریزش های جوی و محدودیت های منابع آب سهم ایران از کل منابع تجدید شونده در جهان تنها ۳۴ درصد می باشد و با توجه به ساکن بودن یک درصد از کل جمعیت جهان در کشور، ایران فقیرترین کشور از لحاظ منابع آبی سرانه در قاره آسیا است.

ادامه زندگی ما به آب وابسته است ولی به دلیل در دسترس بودن آن، کمتر به وجود آب ارجح نهاده ایم و زمانی ارزش آب را به خوبی درک می کنیم که جریان آب ناگهان قطع شود و بحران آب ایجاد گردد.

برای درست مصرف کردن و تشویق به صرفه جویی در مصرف آب قرار است یک بیلبرد طراحی شود .

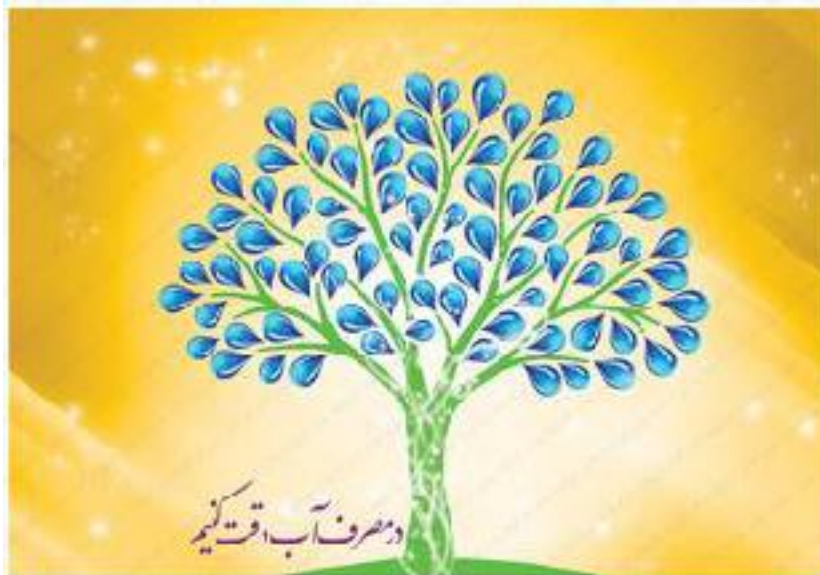
بیلبرد یا آگهی نمابه تابلوی بزرگی گفته می شود که فضای مناسبی برای نصب آگهی را در اختیار آگهی دهندگان می گذارد. و در اصل به هر فضای خارجی که امکان نصب آگهی بر آن باشد اطلاق می شود. اما امروزه، بیشتر به معنای تابلوهای بسیار بزرگ و نورپردازی شده است که بر پایه های بلندی قرار گرفته و از فواصل دور قابل دیده شدن هستند.

بیلبرد ها ابعاد مختلفی دارند و افقی یا عمودی استفاده می شوند .

در این مسابقه شکل بیلبرد ، افقی و عمودی بودن آن، بصورت سه بعدی یا دو بعدی و اندازه آن آزاد است

### برای برخورداری از امتیاز بالاتر، موارد زیر را رعایت فرمایید:

- ۱- پرینت از کار نهایی در اندازه A3
- ۲- در صورتی که طراحی سه بعدی انجام شده باشد پرینت از سه زاویه در اندازه A3 و رندر بیل برد از سه زاویه داخل CD تحویل داده شود. (فرمت tif و RGB و کیفیت کار ارسالی ۳۰۰ dpi)
- ۳- عنوان بیل برد و شعار اصلی آن "قطره قطره آب قطره زندگی". که در قسمتی از بیلبرد باید نوشته شود .
- ۴- آوردن لوگوی شهرداری در قسمتی از بیلبرد بعنوان حامی این موضوع.



### موضوع چهارم: طراحی جلد کتاب "مبلمان شهری"

تیترا فرعی کتاب: تعریف و آموزش مفاهیم کلی مربوط به تجهیزات و امکانات شهری

کتاب مبلمان شهری در ۳۰۰۰ نسخه و در ۱۶۰ صفحه به همت معاونت فرهنگی و هنرهای شهری سازمان زیباسازی شهر تهران تالیف شده است.

ناشر: انتشارات شهرداری

قیمت: ۳۰۰۰ ریال

هدف از طراحی شهری و مبلمان آن ایجاد محیطی خلاق و بالنده برای مردمی است که در آن زندگی می کنند. محیطی با گوناگونی بسیار، زمینه خلاقیت افراد جامعه را فراهم می کند و زمینه حداکثری ارتباط شهروندان و زیستگاه پیرامون شان را برقرار می سازد. تنها وسیله تامین و تضمین تمامی این اهداف «امکانات مناسب شهری است» است.

شیوه طراحی و مناسب سازی مبلمان شهری، اهمیت توجه به هویت و فرهنگ در طراحی مبلمان شهری و پژوهش های شهری و زیست محیطی مبلمان شهری ارائه شده است.

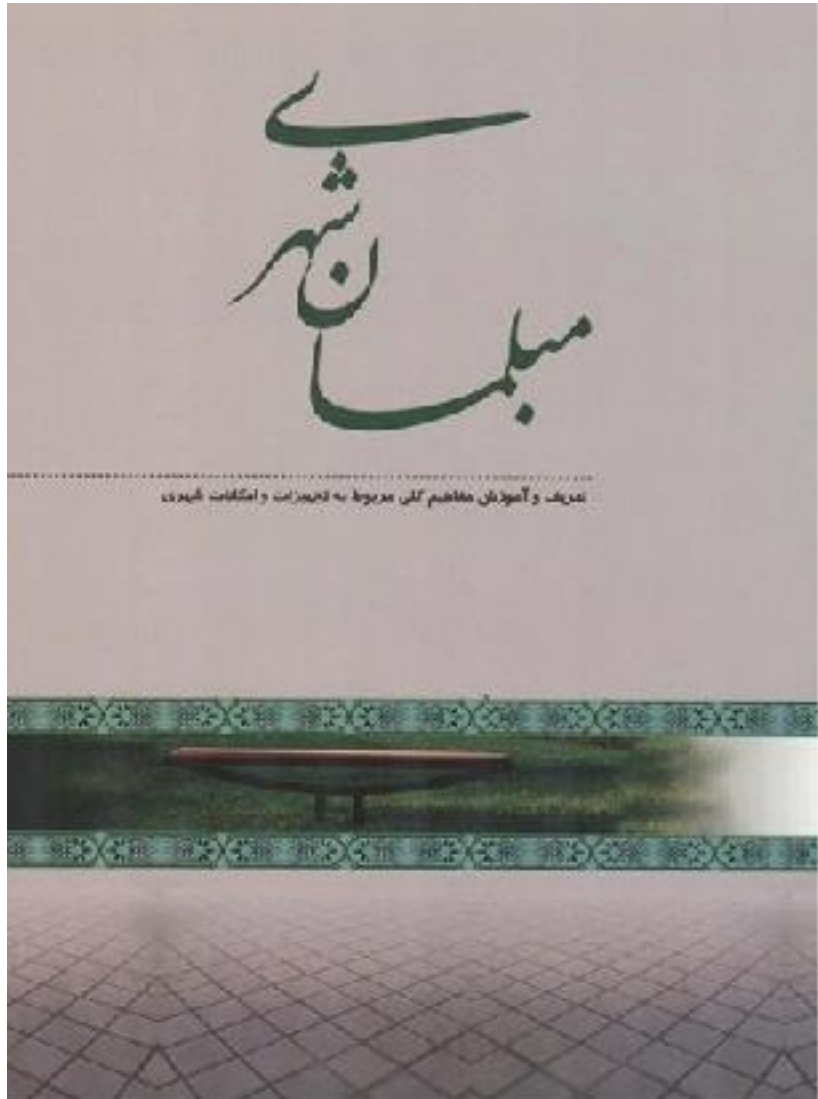
### برای برخورداری از امتیاز بالاتر، موارد زیر را رعایت فرمایید:

- ۱- پرینت از کار نهایی در اندازه A3 و تحویل به دبیرخانه
- ۲- رعایت قطع کتاب رقیعی (اندازه کتاب قبل از برش ۱۴۵ در ۲۱۵ میلی متر می باشد)
- ۳- پشت و روی کتاب باید با هم طراحی شود
- ۴- عطف کتاب ۱۲ میلی متر
- ۵- آوردن شماره شابک ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۴۵-۳۴-۷ و قیمت و نام ناشر در پشت جلد
- ۶- آوردن متن "هدف از طراحی شهری و مبلمان آن ایجاد محیطی خلاق و بالنده برای مردمی است که در آن زندگی می کنند. محیطی با گوناگونی بسیار، زمینه خلاقیت افراد جامعه را فراهم می کند و زمینه حداکثری ارتباط شهروندان و زیستگاه پیرامون شان را برقرار می سازد. تنها وسیله تامین و تضمین تمامی این اهداف «امکانات مناسب شهری است» است.

شیوه طراحی و مناسب سازی مبلمان شهری، اهمیت توجه به هویت و فرهنگ در طراحی مبلمان شهری و پژوهش های شهری و زیست محیطی مبلمان شهری ارائه شده است. "در بخشی از پشت جلد بیاد.

7- کیفیت کار ۳۰۰ dpi، تعداد رنگ آزاد. فرمت tif و بصورت RGB ارسال شود.

دقت کنید که برای رنگ گذاشتن از پالت رنگی cmyk استفاده شود.



**موضوع پنجم:** نقاشی دیواری با موضوع فرهنگ دینی (نماز، زکات، وقف)

در هر محله شما ممکن است یک دیوار وجود داشته باشد که این دیوار قابلیت زیباتر کردن شهر و محله به وسیله یک پیام فرهنگی دارد. این پیام فرهنگی می تواند یک نقاشی خط، یک نقاشی یا اثر گرافیک باشد

واژه نماز واژه‌ای فارسی است که ایرانیان برای واژه «صلاة» عربی به کار بردند. این واژه به معنای خم شدن، سرفروودآوری برای ستایش پروردگار، احترام و اظهار بندگی و اطاعت است.

زکات به مفهوم ساده و ابتدائی آن - کمک به فقیر بابخشی از دارائی - یک عبادت قدیمی است که در ادیان آسمانی پیشین شناخته شده، و خداوند متعال آنرا در سفارشات خود به پیامبران و سفارشات پیامبران به امتهای خویش یاد آوری نموده است.

وقف سنتی اسلامی و به معنای هدیه ابدی برای خدمت عمومی یا نگه داشتن اصل چیزی و جاری بودن منفعت آن در جهت خیر و نیکی و رضای خداست.

و یا سایر موضوعات ( دعوت به راستگویی، نهی از منکر، امر به معروف و...)

یکی از این دیوارها را پیدا کنید، از آن یک عکس تهیه کنید و با کامپیوتر روی این دیوار طرح خود را پیاده کنید.

### برای برخورداری از امتیاز بالاتر، موارد زیر را رعایت فرمایید:

- 1- **پرینت و تحویل کار:** عکس اصل دیوار مورد نظر و همینطور کار هنری مونتاژ شده بر روی آن، در قطع A3، به صورت افقی یا عمودی، با کیفیت مناسب همراه با CD ارائه شود.





علاقمندان گرافیک به منظور ثبت نام و شرکت در جشنواره با مراجعه به سرای محله خود و یا با مراجعه به پرتال محلات شهر تهران به آدرس [www.mytehran.ir](http://www.mytehran.ir) فرم ثبت نام را تکمیل و سپس آثار خود را به دبیر خانه کانون ارسال نمودند.

شماره تماس دبیرخانه: ۳۵۰۱۲۳۶۹-۳۵۰۱۲۲۶۱