

معماری محیط در مدارس

حمیرا فلاح‌دار

(طراحی سیستم مدرسه‌ی با نشاط)

مراجعات و مقیاس‌های طراحی

چکیده

۱. نیروهای درونی انسان میل به ایجاد تعادل و آرامش دارند. نشاط، انگیزه‌ی ایجاد و خلق اثر هنری است و انگیزه‌ای است که در افراد رغبت و تمایل به فعالیت و پیشرفت ایجاد می‌کند.
۲. در نظر گرفتن فضا، فرهنگ و گروه سنی هر محیط و نوع فعالیت افراد در طراحی آن محیط اهمیت زیادی دارد.
۳. طراحی محیط تأثیری تعیین‌کننده بر دریافت و عکس‌العمل مخاطب دارد. اگر فضای مدارس دارای رنگ، فرم و جذابیت‌های بصری باشد، میل حضور در آن‌ها و شرکت در فعالیت‌ها، در دانش‌آموزان افزایش می‌یابد.
۴. آمد و شد و ارتباط هرچه بیشتر دانش‌آموزان، سبب دوستانه‌تر شدن روابط آن‌ها با یکدیگر و معلمان و مدیران خواهد شد که نتایج آن، در بالا رفتن سطح سواد بصری و ارتقای سطح کیفی عملکرد مدارس مؤثر است.
۵. برخورداری محیط از طراحی مناسب، باعث آرامش و شکوفایی خلاقیت‌ها و حرکت‌های مثبت نیز خواهد شد که در نهایت به پیشرفت می‌انجامد.

کلیدواژه‌ها: ارتباط تصویری، ارزش بصری، ارزش معنوی، گرافیک محیطی، نور، سردر، ورودی.





ارتباط تصویری

ارتباط تصویری، مهم‌ترین و گویاترین زبان و وسیله‌ای است که به کمک آن می‌توان، به حقیقت دنیای اطراف پی برد و ارتباطی درونی و همه‌جانبه با محیط برقرار کرد. انسان سعی می‌کند، برای ایجاد هماهنگی بین نیازهای درونی خود، هرچه سریع‌تر و در سطح گسترده، بین آگاهی‌ها و تجربیاتش، که بخش اعظم آن‌ها تصویری و تصویری هستند، وحدت ایجاد کند.

زمانی که از «گرافیک» سخن می‌گوییم، نباید وظیفه‌ی این هنر را، تنها ارائه و ساخت «پوستر»، «نشانه یا آرم»، «تصاویر روی جلد کتاب» و «نقش بسته‌بندی کالاها یا تجاری» بدانیم. بلکه هنر گرافیک می‌تواند، در تمامی ابعاد زندگی تجسم یابد و همانند هنرهای دیگر، پارافراتر از نیازهای اوقات فراغت انسان بگذارد، و هم‌چون معماری و هنرهای سنتی، در

تمامی اوقات و لحظه‌ها، سامان‌دهنده‌ی زندگی انسان باشد. مناسفانه، چنین ابعادی از گرافیک، هنوز در جامعه‌ی ما تبیین نیافته است و این بعد از توان گرافیک، باید معرفی و آموزش داده شود. محیط‌های آموزشی از جمله میدان‌های این تبیین به‌شمار می‌روند؛ به خصوص که در این محیط‌ها، ارتباط تصویری بازترین و پذیراترین مخاطبین را مقابل خود دارد.

در هر دورانی از زندگی، بشر به اجبار می‌باید، در ایجاد عدالت در برخورد‌هایش با طبیعت و روابطش با انسان‌های دیگر بکوشد و به این شکل، از طریق سازمان‌دهی تخیل بصری‌اش، نظمی نمادین در دانش‌ها و آگاهی‌های روحی روانی و معنوی خویش ایجاد کند. این نمادها به تخیل خلاق او در آفرینش‌هایش یاری می‌رسانند و در ایجاد نظم بالقوه و فطری در هر بخش از زندگی، هدایت‌گر او

هستند.

ارتباط بصری زمانی به دست می‌آید که از علائم برای برطرف کردن نیازها استفاده شود. به این منظور آن چه نیاز داریم، سیستم‌هایی است که به خوبی طرح‌ریزی شده باشند هم‌چنین تأثیرات عمیق روان‌شناختی بر بیننده بگذارند و به طور نمادین، انسان و فضای پیرامون او را به هم متصل سازند.

ارزش بصری تصاویر

نگاه کردن به یک تصویر و همراهی در سازمان‌دهی آن، عملی خلاق و آفرینشی محسوب می‌شود. هنرمندان خلاق، معلمین متعهد و مسئولینی که وظیفه‌ی سازمان‌دهی فرهنگی جامعه را به عهده دارند، می‌باید در جهت این سازمان‌دهی بیشتر تلاش کنند و حرکتی پویا در جهت وحدتی تجسمی را تحقق بخشند. درک هر تصویر، حاصل یک سلسله

عمل و عکس العمل‌های بیرونی و فعل و انفعالات درونی انسان است، زیرا نیروهای درونی، هم گام با خود، نیروهای بیرونی را تغییر، نظم و صورت می‌دهند. نیروهای بیرونی، مراکزی نورانی اند که چشم را بمباران می‌کنند و روی شبکیه و دستگاه عصبی بینایی، تغییراتی به وجود می‌آورند. نیروهای درونی میل به ایجاد تعادل را، پس از هر مداخله‌ی بیرونی، سامان می‌دهند و به این شکل، نظام روحی او را در شرایط ثبات نسبی نگه می‌دارند.

در نخستین گام، هنرمند می‌باید چشم‌هایش را درست‌تر بیت‌کند تا رنگ را با میزان‌ها و ابزار دقیق بسنجد و وسایلی را به گونه‌ای گسترش دهد که به هنگام خلق یک اثر، توانایی‌اش تنها بر بیان احساسات بیرونی مسلط نباشد، بلکه گاهی اوقات، احساسات درونی را برانگیزد تا بتواند، قاطعانه‌تر و با اطمینان بیشتری عمل کند. هر علامتی یا تصویری، از طریق مناسبات منظم با فضای زمینه‌ای که پیرامون خود دارد، روشنی و معنا می‌گیرد. هر نقش نامشخصی، هر لکه‌ی رنگی روی تصویر، شکل‌بندی ساده‌ی نور به طور اتفاقی، یا تابلوهای دارای پیام عاطفی و برانگیزاننده، همه به برکت فرایندی که در آن، چشم این دیدنی‌های متفاوت را در یک کلیت سازمان می‌دهد، تجلیات فضایی را می‌رسانند.

هر نیرویی بر سطح تصویر، قبل از به کارگیری زبان تصویر، باید به منظور رساندن پیام در نظر گرفته شود و مهم‌ترین وجه پرورش بیان بصری، با چنین توجهی حاصل می‌شود. به منظور دریافتن زبان بصری، می‌توان عناصری چون نقاط، خطوط و اشکال را به کیفیاتی چون بافت، ارزش رنگ، و موقعیت تغییر داد تا به بهترین وجه،

در درک روابط درونی‌شان به ما یاری رسانند. عناصر برخوردار از جذابیت بصری، یعنی، نقطه، خط و سطح، بر زمینه‌ای از نور قرار دارند که زمینه‌های جدایی‌ناپذیر از واحدهای بصری و به صورت مجموعه‌ای و نه جدای از هم شناخته می‌شوند. تصویر و معنا با هم مفهومی می‌آفرینند که از میان عناصر بصری قابل رؤیت، ذهن ما را در تلاطم نگه می‌دارند، تا این که به آن مفهوم، معنایی عقلانی بدهند و این اساس خصلت‌های تداعی شونده‌ی تصویر محسوب می‌شود.

ارزش معنوی تصویر

انسان با دو وسیله‌ی آگاهی دهنده با به عرصه‌ی وجود می‌گذارد: یکی معرفت فطری و دیگری حواس و ادراکات عاطفی. آدمی که از طریق حواس، آماده‌ی تماس با محیط می‌شود و عواطف او را به محیط و وقایع متوجه می‌سازد و در این توجه، بر اساس تعقل نظر می‌دهد.

انسان دارای اصالتی است که باید آن را رشد داد و حفظ کرد و با خصیصه‌ها و دانش مناسب، در دل و روح او نشانند تا شخصیت او کرامت، فضیلت و کمال یابد. تصویری که بر مبنای اصول هنری پی‌ریزی شده باشد، بیشترین، بهترین و مناسب‌ترین تأثیر را در بر دارد و وسیله‌ای است برای تحول، و خاطرات درونی را ضمن تعبیر مناسب، به شعور، فهم و حس عاطفی تبدیل می‌کند. موضوع هنر، رابطه‌ی انسان با واقعیت است و نشاط نیز انگیزه‌ی خلق اثر هنری است. این نشاط انگیزی است که در افراد، رغبت و تمایل ایجاد می‌کند یکی بدین طریق، آن چه را که با زبان‌های دیگر به بیان نمی‌آید و یا قابل فهم نیست، بازگو و دوام بخشد و همواره قابل فهم نگه دارد.

به کارگیری تصاویر در فضاهای آموزشی

در فضای محیط آموزشی، تصاویر باید جایگاه اصلی خود را بنابر تناسب خود بیابند. در سالن‌ها و محل تجمع، راهروها و هرجا که آمد و شد بیشتر است، علائم محیطی باید راهنمای افراد باشند. تابلوهایی که در سالن اجتماعات ارائه می‌شوند، باید حاوی پیام‌های عمومی باشند و از پیوندهای جمعی، محبت‌ها، همکاری‌ها، گذشت‌ها، و حالات خوش جمعی حکایت کنند؛ همین‌طور از حسن برخورد، شادی‌های اجتماعی و ادب سخن بگویند.

در ارائه پیام‌های تصویری، ابتدا باید دانست که فضا و محیط موردنظر چه تصویری را می‌طلبد. لازم است از تصویرهایی استفاده کرد که در جهت پیشرفت دانشجویان تأثیرگذار باشند. نکته‌ی قابل توجه و تأکید آن است که اثر هنری هنگامی برای دانشجویان و مخاطبان تأثیرات سازنده و مطلوب خواهد داشت که ضمن هماهنگی با نیازهای فرهنگی و اجتماعی و هدف‌های آموزشی، با ویژگی‌های درونی و روحی و عاطفی دانشجویان و نیز با هنر روز مطابق باشد.

مسئله‌ی دیگر طراحی محیط مراکز آموزشی، برانگیختن حس کنجکاوی دانشجویان هنر در مسیری منطقی است تا به عنوان یک طرح برای محیط خود طرح و ایده بدهند.

نتیجه‌ی این عمل، ایجاد رقابت سالم و محیطی پرتنشاط و فعال خواهد بود. به علاوه، هر دانشجویی آن چه را که می‌خواهد ببیند، می‌بیند و هر فردی، شیوه‌ی خاص خود را که ایجاد پیوند میان علائم بصری در شکل‌بندی‌ها و تصویرهاست، به کار می‌بندد.

ویژگی های تصاویر مراکز آموزشی

۱. تصاویر باید میل مقاومت ناپذیری در القای مفهومی الهام بخش را در مخاطب زنده کنند.
۲. دارای تنوع بصری باشند تا ایجاد خستگی نکنند.
۳. تفکرات و احساساتی را در دانش آموزان برانگیزند که موجب تجربه باشند.
۴. رنگ در تصاویر، امکانات بی شماری را برای مخاطب فراهم آورد و خوش آهنگی تصویر را تضمین کند.
۵. تصاویر باید سازمان دهی شده باشند؛ یعنی، از نظر روشنی و تیرگی، ارزش اشباع، بافت، موقعیت، شکل، جهت و فاصله، دارای تعادل باشند، در غیر این صورت باعث خستگی می شوند.
۶. سطح تصویر می باید از ساختار سازمان دهی زمانی برخوردار باشد. حرکت نفوش، پیچ و خم ها، در هم رفتن ها و برآمدن ها و هارمونی رنگ ها باید به شیوهی مناسبی در دیدن اثر، تأثیر داشته باشند تا بتوانند وزن بصری ایجاد کنند.

عوامل قابل توجه در طراحی گرافیکی مراکز آموزشی

۱. در ایجاد فضای آموزی، سن افراد استفاده کننده باید در نظر گرفته شود.
۲. سردر و ورودی از اهمیت ویژه ای برخوردار است و باید به طرز جالبی طراحی گردد تا شخصیت فضای کلی آن محیط را نشان دهد.
۳. وجود نیمکت ها در محل عبور و مرور، به آموزش و رفاه دانش آموزان کمک می کند.
۴. رنگ نیز باید با توجه به سن افراد و با توجه به تنوع مکان ها انتخاب شود و

حتی الامکان باید از رنگ های آرامش بخش استفاده کرد (مانند رنگ های آبی و سبز- آبی).

۵. مصالح و مواد ساخت طرح ها باید با اقلیم منطقه متناسب باشند.
۶. زیبایی را باید از دیدگاه گروه های استفاده کنندگان بررسی کرد و از نظر آن ها نیازهای محل را شناخت.
۷. طراحی باید به گونه ای باشد که دعوت کننده مخاطبین به آن محیط باشد و با نیازها، فرهنگ و ملیت آن ها تناسب داشته باشد [احمدیان، ۱۳۷۲].

تصویر چگونه در معرض دید قرار می گیرند؟

تصاویر، براساس زاویه ی دید و فاصله ی تماشاگر از آن ها، به سه دسته تقسیم می شوند: نزدیک، میانه، دور. در تصاویر دور، تمامی فضاها محیطی، قابل رؤیت هستند و در تصاویر میانه، ویژگی های فرم ها و حرکات، و در تصاویر نزدیک، حالت ها و حتی بافت اشکال قابل تشخیص اند.

سه روش مشاهده ی تصویر، در ایجاد یک تصویر، باید مورد توجه باشند. آفرینش هماهنگی، نظم و ایجاد تصویری واحد از یک مجموعه نیز ضروری است. هم چنین، باید به زیبایی فرم ها، واکنش های رفتاری مخاطب و ایجاد آسایش و فضای دوستانه توجه داشت [نورونی، ۱۳۷۹-۱۳۷۸].

نتیجه گیری

یک ملاک اولییه برای قضاوت درباره ی موفقیت یک طرح، سنجش کارآمدی آن است. کارکرد اساسی ترین سطح طراحی است. ما طراحی می کنیم تا کارکرد فضاهای داخلی را بهبود بخشیم و

بتوانیم، وظایف و فعالیت هایمان را در داخل آن ها، راحت تر و مطبوع تر انجام دهیم. کارکرد مناسب یک طرح در محیطی معین، مستقیماً به اهداف ساکنان و کاربران آن محیط برمی گردد.

برای فهم و در نهایت، اجرای کارکردها و اهداف یک فضای داخلی، لازم است نیازهای کاربران و فعالیت های آن فضا را تجزیه و تحلیل کرد.

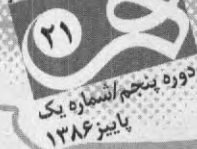
یک طرح می تواند القا کننده ی معانی متعددی باشد که بعضی از آن ها، برای عموم قابل فهم و پذیرفتنی هستند و برخی دیگر، توسط گروهی خاص از افراد سریع تر درک می شوند. طرح های موفق، معمولاً فراتر از یک سطح معنایی عمل می کنند و بنابراین، پاسخ گوی قشر وسیعی از مخاطبان هستند. روی این اصل، طرح خوب طراحی است که قابل فهم باشد. آن چه به قایل فهم شدن طراحی کمک می کند، دانستن چرایی انجام آن است. اگر طراحی، بیان کننده ی یک ایده نباشد و معنایی را منتقل نسازد، یا مورد بی اعتنایی قرار خواهد گرفت و یا طرح بدی به نظر خواهد آمد [اچینگ، بیتا: ۴۷ و ۵۰].

معنا یا معناهای هر نشانه، از راه بازگشت به معناهای دیگر ساخته می شود [احمدی، بیتا: ۱].

منابع

۱. اچینگ، د. ک. طراحی داخلی. بیتا.
۲. احمدی، بابک. حقیقت و زیبایی (درس های فلسفه ی هنر). بیتا.
۳. احمدیان، پرویز. تأثیر و کاربرد گرافیک در محیط های آموزشی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده هنر دانشگاه تربیت مدرس. ۱۳۷۲.
۴. نورونی، ستاره. تأثیر اجتماعی نقاشی های دیواری در فضاهای شهری از دیدگاه گرافیک محیطی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه هنر. ۱۳۷۹. ۱۳۷۸.

رشد آموزش هنر



دوره پنجم شماره یک
پاییز ۱۳۸۶