

بررسی و بازبینی جایگاه گرافیک در طراحی شهری با تاکید بر اسناد طراحی

منیره نادری* - گروه گرافیک، واحد فارسان، دانشگاه آزاد اسلامی، فارس، ایران.

Graphic position in urban design, case study: urban design documents

Abstract

Today, the field of urban design methodology for achieving socio-economic value derived from the optimal design of a variety of species, especially the construction of the buildings owned by the public sector in urban areas. The standards in directing and controlling urban design approaches for social, cultural, economic and environmental have impact on the quality of life in cities, and the "visual quality" and an important aesthetic issue. On the other hand, environmental graphic design and visual elements to improve the appearance of towns and cities rather than the possibility of improving urban life provided. In this paper, the issue of the status of graphic design and visual arts and its influence on the realization of the value of urban design, which is in the form of architecture and the built environment to guide the urban planning commission to determine the role of graphic design in this important deals. Finally, several cases related to the improvement of the status and potential role in improving the quality of urban graphic visual environment and promote urban landscape will be discussed.

Keywords: methodology, the value of urban design, urban graphics, the process of urban planning, urban design guidelines.

چکیده

امروزه حوزه طراحی شهری به دنبال حصول ارزش اقتصادی- اجتماعی منبعث از طراحی مطلوب در میان طیف متنوعی از گونه های ساختمانی به ویژه ساختمانهای متعلق به بخش عمومی در فضاهای شهری است. این معیارها در قالب ابزار هدایت و کنترل طراحی شهری و یا اسناد «ارزش محور طراحی» رویکردهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی در رابطه با ارتقاء کیفیت زندگی در شهرها داشته که موضوع «کیفیت بصری» و زیباشناختی شهرها از مهمترین این موضوعات می باشد. از سویی دیگر، طراحی گرافیک محیطی نیز به ساماندهی سیما و منظر شهرها و ابعاد و عناصر بصری شهر می پردازد تا امکان بهسازی زندگی شهری را فراهم آورد. در این مقاله به موضوع جایگاه طراحی گرافیک و هنرهای دیداری و میزان تاثیرگذاری آن بر تحقق پذیری ارزش طراحی شهری پرداخته می شود که در قالب «راهنمای ارزش طراحی شهری کمپسون معماری و محیط مصنوع» به تعیین نقش طراحی گرافیک در این مهم می پردازد. نتایج و یافته های تحقیق نشان می دهد که علاوه بر کاربردهای معمول گرافیک در حوزه ارائه طرحها و کیفیت گرافیکی طرحهای ارائه شده شهری، می توان از گرافیک محیطی در نظام بصری شهری و ارزش های طراحی شهری بهره گرفت که بی شک ارتقاء کیفیت طراحی شهرها را نیز به همراه خواهد داشت. در پایان نیز به مواردی چند در رابطه با بهبود این جایگاه و یا نقش های احتمالی گرافیک شهری در بهبود کیفی محیط و ارتقا بصری منظر شهری پرداخته می شود.

واژگان کلیدی: ارزش طراحی شهری، گرافیک شهری، فرآیند طراحی شهری، راهنماهای طراحی شهری.

تعریف طراحی شهری، بسته به اینکه این واژه در چه ارتباطی تعریف می شود، تفاوت‌هایی دارد. آیا منظور دانش طراحی شهری یا حرفه طراحی شهری و یا پروژه طراحی شهری است؟ چگونه می توان به صورت روشمند از دیگر هنرها در چرخه طراحی شهرها بهره گرفت؟ جایگاه برخی از رشته‌های خاص مانند گرافیک و هنرهای دیداری در این میان چگونه تعریف شده و یا بهتر است بگوییم چگونه تعریف می شود؟

در پاسخ باید گفت که نظر به ابعاد گوناگون طراحی شهری و به تبع آن پیچیدگی حوزه‌های دخیل در این امر، لزوم نگرش صحیح و علمی به بحث «روش‌شناسی طراحی شهری» می‌تواند در جهت پر کردن شکاف میان سه حوزه تأثیرگذار اشاره شده، مؤثر باشد. به طور کلی می‌توان سه روش «محتوایی، هنجاری و فرآیندی» را به عنوان نگرش‌های اساسی در برخورد با طراحی شهری بشمار آورد. با نگاهی اجمالی به این سه رویکرد و نتایج کسب شده می‌توان اذعان کرد، گرایش نظریه‌پردازان و متخصصین طراحی شهری در دهه‌های اخیر به نگرش فرآیندی، به طور چشم‌گیری افزایش یافته است. فرآیند طراحی شهری به تحقق بخشی بسیاری اهداف همچون تعریف بهتر و کامل‌تر مسائل، در نظر گرفتن راه‌حل‌های متعدد و بهینه‌یابی، تسهیل فرآیند اجرا، کمک به تصمیم‌گیری و طراحی منطقی و... منجر می‌شود. اگر ارتقاء کیفیت محیطی در فضاها و مناطق شهری را به عنوان مهم‌ترین رسالت طراحان شهری پذیرفته شود، «راهنماهای طراحی شهری» در ارتباط با سایر هنرهای بصری و گرافیکی، ابزاری هستند که در جهت بروز و ظهور تمهیدات کیفیت بخش محیط استفاده می‌شوند و تحقق ایده‌های طراحانه را با بهره‌گیری از عوامل در ایجاد متون، تصاویر و نقشه‌های هدایت‌کننده در جریان طراحی شهری یا بصورت گرافیکی و گونه‌ای هنر دیداری، ممکن می‌سازند. در رابطه با طراحی شهری به مثابه دانش، حرفه و پروژه شهری می‌توان به

«سر استوارت لیپتون» در مقدمه کتاب متئو کارمونا با عنوان «ارزش طراحی شهری» در رابطه با مفهوم طراحی شهری در دوران جدید اشاره می‌کند که هدف طراحی شهری نوین تفکر درباره حصول ارزش اقتصادی- اجتماعی منبعت از طراحی مطلوب در میان طیف متنوعی از گونه‌های ساختمانی به ویژه ساختمانهای متعلق به بخش عمومی است (لیپتون، ۱۳۸۹؛ در مقدمه کتاب ارزش طراحی شهری). همچنین «هری استرنبرگ» در رابطه با تعامل «طراحی گرافیک» و «طراحی شهری» به این نکته اشاره می‌کند که «در معماری شهر، تیرآهن‌های ساختمان، از دیوارها، کفها، لوله کشی و ساختار محیطی محافظت می‌کند، درست همان کاری که نمای ساختمان انجام می‌دهد. در هر اثر گرافیکی ترکیب بندی و تلفیق عناصر، ساختار اصلی است که سایر عناصر درگیر را مورد حمایت قرار می‌دهد» (وایت، ۱۳۸۸، ص ۸۷).

از سویی دیگر، «طراحی شهری» یک فرآیند خلاق است که با استفاده از قابلیت‌های رشته‌ها و تخصص‌های مختلف منجمله هنرهای بصری و گرافیکی برای خلق محیط‌های زیبا و دلنشین بکار گرفته می‌شود. بنابراین طراحان شهر باید کل‌نگر باشند و در راستای گردآوری متخصصان و کارشناسان در زمینه‌های مختلف هنری برای ایجاد یک طرح شهرسازی موفق عمل کنند. از آن جایی که ذات طراحی شهری و شهرسازی میان رشته‌ای است، ایجاب می‌کند که بسیاری اوقات شرکت‌های متخصص در طراحی شهری ترکیبی از تیم‌های معماران، معماران منظر و مهندسين و برنامه‌ریزان شهری و طراحان هنری و «گرافیست‌های شهری» باشند.

از سویی دیگر، شناسایی و توضیح یک روش منحصر بفرد برای طراحی شهری و شناخت دقیق مفهوم «روش»، محوری برای نگرش به طراحی شهری به عنوان یک رشته است. نحوه نگرش و

بیان دیدگاه‌های زیر پرداخت:

دیداری و زیبایی‌شناختی را در عرصه‌های عمومی ارتقاء دهد.

در این مقاله به جایگاه گرافیک در طراحی شهری و معماری شهرها پرداخته شده و سعی گردیده است ضمن اشاراتی به عناصر و معیارهای مشترک بین آنها، امکان چگونگی تعیین این جایگاه در اسناد طراحی شهری تاحدودی تبیین و مورد بحث قرار گیرد.

ادبیات نظری تحقیق

روش‌شناسی طراحی شهری

«روش» یا method به معنای «در پیش گرفتن راه» است، چرا که meta یعنی «در طول»، و odos یعنی «راه». «روش» عبارت است از فرآیند عقلانی یا غیرعقلانی ذهن برای دست‌یابی به شناخت یا

توصیف واقعیت. به واسطه روش می‌توان از طریق عقل یا غیر آن واقعیت‌ها را شناخت و مدلل کرد و از لغزش برکنار ماند. «در معنایی کلی‌تر، روش هرگونه ابزار مناسب برای رسیدن به مقصود است. روش ممکن است به مجموعه‌طرقی که انسان را به کشف مجهولات هدایت می‌کند، مجموعه قواعدی که هنگام بررسی و پژوهش به کار می‌روند و مجموعه ابزار و فنونی که آدمی را از مجهولات به معلومات راهبری می‌کند اطلاق شود» (ساروخانی، ۱۳۷۵، ص ۲۴). «متد» در لغت به معنای «روش» است و «لوژی» پسوند فرانسوی و به معنی «شناخت» می‌باشد. پس متولوژی به معنای «روش‌شناسی» است که امروزه به عنوان شاخه‌ای از شناخت‌شناسی شناخته می‌شود و نیز به معنی «فلسفه علمی» در برخی کتابها آمده است.^۱ معنی واژه متد^۲ در لغت‌نامه انگلیسی «آکسفورد»^۳ به عنوان: «روندی به

۱. «طراحی شهری به مثابه دانش»، در تعامل انسان و محیط، به کیفیت‌های محیط زندگی شهروندان پرداخته و با توجه به نیازها و رفتارهای آنان در جهت تدوین و تبیین کیفیت‌های محیطی گام برمی‌دارد.
۲. «طراحی شهری به مثابه حرفه»، با توجه و تأکید ویژه خود بر کیفیت محیط زندگی، با سایر تخصص‌های امور محیطی، جهت ارتقای کیفیت محیطی با مردم همکاری و همفکری می‌کند.

۳. «طراحی شهری به مثابه پروژه طراحی شهری»، فعالیتی میان رشته‌ای است که در فرآیندی هماهنگ با سایر تخصص‌ها، به تثبیت یا ارتقای کیفیت زندگی در عرصه‌های عمومی می‌پردازد (پاکزاد، ۱۳۸۶، ص ۹).

در زمینه طراحی گرافیک در شهر نیز می‌توان به این تقسیم‌بندی تا حدود زیادی پایبند ماند؛ چراکه طراحی گرافیک در شهرها نیز موضع مشابهی داشته که به شرح زیر است:

۱. «طراحی گرافیک به عنوان دانش»: در این مورد طراحی گرافیک کیفیت بصری محیط زندگی شهروندان را شامل شده و سعی در ارتقاء کیفیت بصری شهر و ایجاد خوانایی و جذابیت برای شهروندان را دارد؛

۲. «طراحی گرافیک به عنوان حرفه»: تلاش دارد تا با تعامل با سایر حرفه‌ها و یا دخیل شده در آنها، به ایجاد محیط زندگی مطلوب در زمینه‌های بصری و زیبایی‌شناختی کمک کند؛

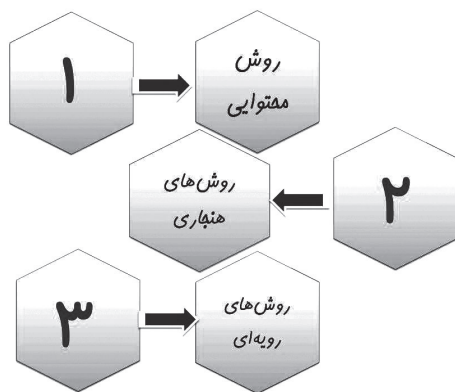
۳. «طراحی گرافیک به عنوان پروژه»: فعالیتی در تعامل با سایر هنرها و یا موضوعات حرفه‌های دیگر است که می‌تواند در آنها مداخله کند تا کیفیت

۱. واژه روش و مشتقات آن ممکن است در هفت معنا یا سطح به کار رود (حقیقت، ۱۸۳۱، صص ۳۳-۳۴):

۱- «روش معرفت»: اگر روش تاریخی و نقلی را جدا فرض کنیم، پنج روش معرفت خواهیم داشت: روش تاریخی، روش نقلی، روش فلسفی، روش شهودی و روش تجربی.

۲- «نوع استدلال»: گاهی روش به معنای نوع استدلال به کار می‌رود. از این حیث روش می‌تواند قیاسی یا استقرایی، لمی یا اتی یا غیر آن باشد.

۳- «روش‌ها یا فنون گردآوری اطلاعات»: برای جمع‌آوری اطلاعات از چهار روش عمده می‌توان بهره برد: روش مشاهده، روش پرسش‌نامه، روش مصاحبه و روش کتابخانه‌ای. به معنای دقیق کلمه، اینها فن تحقیق هستند، نه روش تحقیق. ←



نمودار ۱. انواع روشهای طراحی شهری در تعامل با طراحی گرافیک محیط؛ ماخذ: ترسیم نگارنده بر اساس عباس زادگان، ۱۳۸۶.

منظور دستیابی به یک هدف، فرمی خاص از فرآیند مطابق با هر رشته فعالیت ذهنی یا یک روش انجام کار به خصوص مطابق نقشه و قانونمند» معرفی شده و در فرهنگ لغت آمریکایی Heritage، متد ساده تر بیان می شود: «شاخص فرآیندها و تکنیک‌های یک رشته خاص یا شاخه علمی» (Cliff Moughtin, ۱۹۹۹, p.۱).

شناسایی و توضیح یک روش منحصر بفرد برای طراحی شهری و شناخت دقیق مفهوم روش، محوری برای توسعه موضوع به عنوان یک رشته است. طراحی شهری به عنوان دانش و حرفه‌ای میان‌رشته‌ای با سه روش به عنوان نگرش‌های اساسی برای ورود به حوزه‌های نظری روبروست. این روش‌ها عبارتند از:

۱. اول «روش محتوایی»^۴ که در خصوص روابط و چگونگی تعامل و ارتباط ویژگی‌های محیط کالبدی با رفتار و ادراک و احساس در محیط می‌پردازد. از این روش جهت شناخت ماهیت شهر استفاده می‌شود. در تئوری‌های محتوایی عموماً توجه معطوف به محصول و نتیجه کار است که از آن تعبیر به جهت‌گیری محصول‌گرا می‌شود.

۲. دوم حوزه «روش‌های هنجاری»^۵ است؛ توصیه‌ای است که در خصوص ارزش‌ها و ویژگی‌های مطلوب و نامطلوب یا به عبارتی ایده‌آل‌ها و آرمان‌ها نظریه‌پردازی می‌کند. این حوزه، ارزش‌های لازم را جهت ارتقای کیفیت زیست در شهر به دست می‌دهد.

۳. سوم حوزه «روش‌ها و نظریات رویه‌ای»^۶ (فرآیندی) است که اساس مفهومی آن مطلوب‌ترین و بهترین راه رسیدن از وضع موجود به وضع مطلوب می‌باشد. در فرآیند طراحی از روش‌های رویه‌ای، جهت محقق شدن طرح بهره می‌برند (عباس زادگان، ۱۳۸۶، ص ۳۸).

در این میان روش فرآیندی، فعالیتی عمدتاً نافع در کارهای کوچک تا بزرگ، و ساده تا پیچیده است. در این روش، یک پروژه طراحی شهری، هر چند پیچیده باشد، امکان تجزیه به اجزاء خردتر را داشته و قابلیت سفارش‌پذیری آن توسط تخصص‌های مربوطه موجود است. در روش فرآیندی قانونمندی و روش مندی قابل بیانی وجود دارد که سبب می‌شود

۴- «روش تحلیل داده‌ها»: پس از گردآوری اطلاعات، نوبت به تحلیل آنها می‌رسد. روش تحلیل داده‌ها می‌تواند کلاسیک یا آماری باشد.

۵- «سطح تحلیل»: معمولاً در پژوهش‌ها و پایان‌نامه‌ها از روش توصیفی - تحلیلی و امثال آن نام می‌برند. این معنای روش به سطح تحلیل نظر دارد. روش تحقیق به این معنا در نگاه کلی خود به دو روش توصیفی (به معنای اعم) و هنجاری تقسیم می‌شود.

۶- «نوع نگاه به موضوع»: محقق علاوه بر روش‌های گردآوری و روش تحلیل داده‌ها، به معنای دیگری نیز می‌تواند از روش پژوهش خود نام ببرد. پژوهشگر به موضوع مورد مطالعه خود می‌تواند با دید پدیدار شناسانه یا ساختار گرایانه یا هرمنوتیکی و امثال آن بنگرد.

۷- «روش شناسی»: در معنای آخر، روش شناسی به عنوان دانشی درجه دوم قرار دارد، که از دیدگاهی بالاتر به روش‌های تحقیق به عنوان دانشی درجه اول می‌پردازد.

ظاهراً برای سطح اول و دوم، اصطلاح انگلیسی dohtem، برای سطح سوم eqinhcet، برای سطح چهارم تا ششم dohtem hraeser، و برای آخرین سطح ygolodohtem را به کار می‌برند. در سطح اول می‌توان از پنج نوع روش سخن گفت.

2. Method 3.Oxford 4.Substantive 5.Normative 6. procedural

به طراحی شهری با روشی قابل تعمیم و قابل دفاع، منظم و نظام یافته پرداخته شود (پاکزاد، ۱۳۸۶، ص ۱۵۷). فرآیند از خصیصه‌های بنیادین طراحی شهری معرفی می‌شود. دو دیدگاه فرآورده و فرایند دو قطب یک طیف را تشکیل می‌دهند که در طول طیف مزبور نقاط متعددی وجود دارند که ضمن گرایش نسبی به یک قطب خاص، به قطب دیگر نیز بی توجه نیستند (گلکار، ۱۳۷۸، ص ۲۴).

برای کسانی که با این فرآیند آشنایی ندارند، طراحی تقریباً امری اسرارآمیز است که حاصل الهام هنرمندان است. رویکرد متضاد با نظر بالا طراحی را فعالیتی مسئله‌گشا می‌داند که به مسائل انتظام کالبدی برای پاسخ‌گویی به نیاز عملکردی توجه دارد (رابرتز، ۱۳۸۹، ص ۸۵). «فرآیند طراحی، بیشتر عقلانی و تجربی است تا آن‌که به صورت الهامی باشد. طراحی از طریق فرآیند استدلال قیاسی انجام می‌شود و نه استقرایی. در این فرآیند طراحی حاصل نهایی انباشت واقعیت‌ها نیست. برای تدوین یک راه حل طراحی شهری باید تجزیه و تحلیل و ساده کردن مشکلات مورد نظر را انجام داد. از جمله مهمترین دلایل استفاده از مفهوم فرآیند در طراحی شهری می‌توان به مواردی نظیر: کمک به تعریف

بهتر، روشن‌تر و کامل‌تر مسائل، بهینه‌یابی و در نظر گرفتن راه حل‌های متعدد و متنوع، تسهیل فرآیند اجرا، تصمیم‌گیری و طراحی منطقی، تصمیم‌گیری به صورت باز و صریح (غیر پنهانی) و ایجاد زمینه‌های مشارکت جمعی، کمک به اخذ تصمیم‌گیری‌های پیچیده، تصحیح تصمیمات، ارزیابی و انتخاب، بالا بردن کارایی در طراحی، انتظام‌بخشی به مراحل مختلف طراحی و غیره اشاره نمود» (بهزادفر، ۱۳۸۷، ص ۴).

ارزش طراحی شهری

ارزش طراحی شهری، برخی از مهمترین پرسش‌های مطرح درباره مفهوم مکان در معماری و طراحی شهری در جوامع مدرن را مطرح می‌نماید. طراحی شهری مطلوب، از چه طریقی قادر به ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی در جوامع است؟ چه طور می‌توان به ارزش‌های مطلوب اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی و خاصه اقتصادی به شکلی دست یافت که کارفرمایان، سرمایه‌گذاران و سازندگان را مجاب نماید که طراحی مطلوب موجب ایجاد ارزش افزوده شده و محصول نهایی آنها را در بازار قابل رقابت‌تر می‌کند؟ (لیپتون، ۱۳۸۹، ص پیشگفتار). فعالیت طراحی شهری باید مجموعه‌ای از مطالبات بخش

جدول ۱. اهداف عملیاتی طراحی شهری و ارزش پایدار؛ ماخذ: کارمونا، ۱۳۸۹، ص ۳۷.

ارزش های پایدار		
ارزش	ماندگاری؛ تداوم حیات اقتصادی	پشتیبانی زیست محیطی
اهداف عملیاتی طراحی شهری	کاراکنتر	منفعت اجتماعی
	تداوم و محصوریت	
	کیفیت عرصه عمومی	
	سهولت حرکت	
	خوانایی	
	انطباق پذیری	
	گوناگونی	

عمومی و خصوصی که بعضاً تفاوت‌های بسیاری نیز باهم دارند را پاسخ دهد. اگر بخش خصوصی به طور عمده خواستار «زیست پذیری و ماندگاری اقتصادی» طرح‌هاست، در مقابل بخش عمومی خواستار عدالت و مساوات اجتماعی است، عدالتی که اهداف بخش عمومی را از طریق فرایند توسعه برآورده سازد. لذا ۳ بعد ارزش، به‌همراه هفت هدف عملیاتی مورد نظر سند معتبر By Design، مفهوم محدود «ارزش مبادله» را به تفکر بسط یافته تری تحت عنوان «ارزش پایدار» تبدیل می‌کنند (کارمونا، ۱۳۸۹، ص ۳۷).

ابزار هدایت و کنترل و طراحی شهری

نیاز به کنترل و هدایت ساخت‌وسازها و توسعه مناطق شهری، منجر به تولید ابزار گوناگونی شده است که هر یک از آنها در سطح و مقیاسی متفاوت عمل می‌کند. این ابزار ذاتاً در حیطه خروجی‌های فرآیند محور طراحی شهری می‌گنجد، زیرا هدف آن‌ها اجرای پروژه‌های مشخص نیست. بلکه با وضع قوانین و ضوابط خاص در میان یا بلند مدت، اهداف ویژه‌ای را در محیط شهری تأمین می‌نمایند. «سند هدایت طراحی شهری» یک اصطلاح عام برای کلیه اسنادی است که سازندگان و طراحان (و سایر عوامل) به وسیله آنها توسعه و ساخت‌وساز در زمینه طراحی و برنامه‌ریزی را هدایت می‌کنند. اسناد مزبور می‌توانند توسط ادارات محلی، صاحبان زمین، سازندگان و شرکای آن‌ها، سازمان‌های تجاری و اجتماعی (که تمامی آن‌ها می‌بایست در فرآیند مذکور مداخله کنند) یا توسط تعدادی از آن‌ها به صورت گروهی تهیه شوند (گلکار، ۱۳۸۵، ص ۱۳).

انواع ابزار کنترل و هدایت در طراحی شهری

طراح شهر و یا سازندگان، به منظور ارائه طرح و بسته به هدف موضوع به سلسله مراتبی از سطوح اسناد هدایت طراحی شهری نیازمندند. لذا به منظور تعریف بهتر و دقیق‌تر طرح پیشنهادی و انتظام بخشی به مراحل گوناگون طراحی، با در نظر گرفتن مقیاس و سطح طرح، سلسله مراتبی از گونه بندی اسناد کنترل و هدایت طراحی شهری از مقیاس کلان به

خرد عبارتند از: چارچوب‌ها، دستورالعمل‌ها، ضوابط یا کدهای طراحی و راهنماهای طراحی شهری.

چارچوب طراحی شهری

چارچوب طراحی شهری که معادلی برای Urban Design Frame work است، سندی است که در آن نحوه‌ی اجرای سیاست‌های برنامه‌ریزی را در منطقه‌ای که نیازمند کنترل، هدایت و اجرای تغییرات است، ارائه می‌نماید. این سند شامل تصاویری دو بعدی از الزامات زیرساختی در آینده است (Cowan, ۲۰۰۵, ۴۱۸). نکته حائز اهمیت در مورد این سند، دید به آینده در مقیاس بزرگتر آن نسبت به اسناد قبلی می‌باشد. در چارچوب طراحی شهری، منطقه تحت پوشش لزوماً در زمان حاضر توسعه نمی‌یابد؛ بلکه کافی است که قسمتی از آن مربوط به حال و آینده توسعه یابد. از دیدگاه پاکزاد (۱۳۸۵) نیز، چارچوب طراحی شهری به اجرای سیاست‌ها پرداخته و عمدتاً بر روی آینده‌ی طرح متمرکز است. البته این مورد شامل شکل فیزیکی و تجسم سه بعدی آینده طرح نیز می‌شود. از نقطه نظر وی برای تحقق و تکمیل نظام کنترلی طراحی، چارچوب‌ها نیازمند راهنماهای طراحی شهری هستند. به اعتقاد کارمونا (۲۰۰۶) نیز چارچوب‌ها عمدتاً در توسعه‌های بزرگ مقیاس کاربرد دارند. محل قرارگیری چارچوب طراحی شهری در مراتب بالای این سلسله مراتب قرار گرفته است. ذکاوت (۱۳۸۶) چارچوب طراحی شهری را روشی جهت دستیابی به شرایط کیفی مطلوب یک منطقه در حال تحول می‌داند. وی سیاست‌های طراحی در این راستا را به لحاظ نگاه کلان و یا خرد به سه گونه تقسیم می‌کند: سیاست‌های کلیدی تأثیرگذار بر نظم کلان منطقه؛ سیاست‌های طراحی که در عرصه‌های خرد و تفصیلی متناسب با خصایص مکانی و جغرافیایی قابل اتخاذ است.

دستورالعمل طراحی

این واژه که مترادف با واژه brief قرار داده شده است، برای طرح‌های موضعی با اندازه و خصوصیات مشخص بکار می‌رود. (Cowan, ۲۰۰۵, ۱۰۵) مقیاس

تفصیلی‌تر مطالعات طراحی شهری «دستور کارهای طراحی» است که اهداف آن در این سطح ارائه اسناد هدایت شکل‌دهی کالبدی و تفصیلی یک فضای شهری است. در این سطح از طراحی جزئیات و چگونگی اجرای سیاست‌های فرادست (چارچوب‌های طراحی شهری) برای یک فضای شهری خاص ارائه می‌گردد. «دستور کارهای توسعه» اسناد هدایت روشنی را در خصوص نحوه ساخت و ساز در یک طرح موضعی ارائه می‌نماید. دستور کار توسعه:

۱. مجموعه‌ای از اصول توسعه منسجم که بر اساس تجزیه و تحلیل یا بستر برنامه‌ریزی بیان می‌شود.
۲. برای محوطه‌ای با اندازه، حساسیت و پیچیدگی قابل توجه تهیه می‌شود.
۳. ابهامات را به حداقل رسانده و اثر بخشی فرآیند برنامه‌ریزی و توسعه را بهبود می‌بخشد.
۴. قادر است به منظور ترویج و ارتقاء توسعه مورد استفاده قرار گیرد (از طریق شناسایی محدودیت‌ها، فراهم نمودن ایده‌های واقع بینانه و ترغیب کاربری مختلط و استانداردهای عالی طراحی) (نراقی، ۱۳۸۹، ص ۷).

از یک منظر می‌توان گفت این نوع دستورالعمل با توجه به ماهیت خود برای طرح‌های بزرگ معماری و معماری منظر در شهر حکم چارچوب نحوه دخالت را داشته و بر اساس همین خصوصیت احکام آنها قابلیت کاربرد در مواقع خاص خود را داشته و قابل تعمیم نمی‌باشند. دستورالعمل‌ها ویژه سایت‌ها تهیه می‌گردند و در واقع راهنماهای طراحی در پروژه‌ها و محوطه‌های مشخص هستند. آنها در دستوری‌ترین حالت ممکن که کاربرد عام داشته باشند تعمیم یابند، طراحی را هدایت می‌کنند که این خصیصه می‌تواند مانع خلاقیت شده و نوآوری را از بین ببرد.

ضوابط طراحی

سازندگان بر اساس ضوابط یا کدهای طراحی، طیف وسیعی از طرح‌های بزرگ تا ساختمان‌های منفرد را در بر می‌گیرند. ضوابط می‌توانند برای تعدادی

ساختمان، یک خیابان یا کل یک منطقه مصداق داشته باشند (Cowan, ۲۰۰۵: ۱۰۵). علاوه بر آن که مقیاس عمل ضوابط نسبت به دستورالعمل‌ها بزرگتر است، تعمیم‌پذیر نیز هستند. در عین حال به اندازه دستورالعمل‌ها به جزئیات نمی‌پردازند و سعی در ایجاد چارچوبی برای فعالیت خلاقانه‌تر معماران و طراحان دارند (پاکزاد، ۱۳۸۵، ص ۱۴۳) که این خود می‌تواند نکته مثبت در کاربرد ضوابط باشد. از نقطه نظر کارمونا نیز ضوابط یا کدهای طراحی برای طرح‌های شهری با مقیاس بزرگ‌تری نسبت به دستورالعمل‌ها استفاده می‌شوند، به بیان دیگر، با فراهم نمودن اصولی مشخص، هدایت‌گر توسعه بوده و با وحدت بخشی به کلیت فضا، در برابر جزئیات منعطف هستند. پس می‌توان چنین استنباط کرد که در سلسله مراتب اسناد کنترل و هدایت در طراحی شهری، ضوابط یا کدهای طراحی یک پله بالاتر از دستورالعمل‌ها قرار گرفته‌اند. وجود سلسله مراتب خود به ارزش نهادن بیشتر به برخورد روشی به طراحی شهری منجر می‌گردد.

راهنماهای طراحی شهری

این واژه معادلی برای عبارت urban design guideline است. امروزه راهنماهای طراحی شهری وسیعاً مورد استفاده قرار می‌گیرند و در موضوعات مختلف و مقیاس‌های گوناگونی کاربرد دارند. همان‌طور که از نامشان پیداست، راهنماها در زمینه چگونگی اجرای توسعه در انطباق با سیاست‌های بالادست الگوها و راهکارهای مناسبی ارائه می‌نمایند (Cowan, ۲۰۰۵: ۱۰۵). از دیدگاه شیروانی (۱۹۸۵) نیز بسط و توسعه سیاست‌های طراحی نیازمند تهیه راهنماهایی است تا از آن طریق به عناصر ظاهری نیز توجه شود. به عبارتی دیگر از دیدگاه وی یکی از ویژگی‌های راهنماهای طراحی شهری تأمین کیفیات ظاهری طرح است. راهنماهای طراحی در واقع مکمل چارچوب‌ها هستند. «آن‌ها ابزار هدایت در راستای چارچوب تعیین شده هستند و مواردی را که می‌بایست در طراحی و مطالعه مورد توجه قرار گیرند

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Autumn 2015

را مشخص می‌کنند، در حالی که خود به ارائه طرح نمی‌پردازند» (پاکزاد، ۱۳۸۵، ص ۱۴۳).

راهنماهای طراحی شهری از سیاست‌ها و چارچوب‌های بالادست خویش تبعیت می‌کنند و سعی در تحقق سه بعدی و اجرایی کردن اهدافی دارند که در قالب این سیاست‌ها مطرح می‌شوند. «این یکی از مهم‌ترین خصایل اسناد است که در حوزه حرفه نیز به صورت جدی رعایت می‌گردد. راهنماهای طراحی ارتباطی میان سیاست‌های عمومی برنامه‌ریزی و اجرای ضوابط و مقررات فراهم می‌سازد. هدف اصلی از بکارگیری راهنماهای طراحی، انتقال حس کیفیت ترجیحی طراح برای یک مکان می‌باشد» (بهزادفر، ۱۳۸۷، ص ۹). امروزه راهنماهای طراحی شهری وسیعاً مورد استفاده قرار می‌گیرند و در موضوعات مختلف مقیاس‌های گوناگونی کاربرد دارند. نوع دیگری از گونه‌شناسی راهنما که نوعی سلسله مراتب موضع طرح را در خود دارد، براساس محدوده اجرایی راهنما ارائه شده‌است. منظور از محدوده اجرایی، ارزش و قدمت تاریخی محدوده‌ای از شهری است که سند راهنما برای آن در نظر گرفته شده‌است. بر این اساس سه گونه تعریف می‌شود:

۱. راهنماهای مربوط به حفاظت از ساختمان‌های با ارزش تاریخی و خود بافت تاریخی؛

۲. راهنماهای مربوط به محدوده‌هایی با موضوع نوسازی، توسعه میان افزا و توسعه مجدد؛
۳. راهنماهایی مربوط به توسعه محدوده‌های جدید به ویژه طرح‌هایی با ابعاد مشخص (نراقی، ۱۳۸۹، ص ۱۱).

این گونه‌بندی شبیه به منطقه‌بندی شهر به سه قسمت درونی، میانی و بیرونی است که در متون طراحی شهری به آن برخورد می‌شود و متخصصان هر بخش را نیازمند نگرشی متفاوت در طراحی می‌داند. این گونه‌بندی اگرچه کل سطح شهر را پوشش می‌دهد، اما به دلیل آن که شامل آن دسته از راهنماهایی نمی‌شود که در کل سطح شهر موضوعیت دارند، تا حدودی ناقص و فاقد جامعیت

است. پس شاید بتوان راهنماها را در یک دید کلی به دو قسمت موضوعی و موضعی دسته‌بندی کرد. راهنماهای موضوعی در ارتباط با یک موضوع خاص هستند، خواه این موضوع مربوط به کل سطح شهر بشود و یا در ارتباط با ناحیه‌ای خاص مطرح گردد. راهنماهای موضعی در ارتباط با یک محدوده از شهر مطرح می‌شوند. ابعاد این محدوده می‌تواند بسیار متغیر باشد. این محدوده می‌تواند عبارت از یک خیابان باشد، یا یک بافت خاص از شهر یا نهایتاً کل سطح شهر را فراگیرد، البته مورد آخر کمتر دیده می‌شود (نراقی، ۱۳۸۹، ص ۱۱).

طراحی گرافیک محیطی

طراحی و معماری دارای وجوه مشترک فراوانی با طراحی گرافیک است. تقارن، چه در دو و چه در سه بعد، در یک روزنامه یا منزل متعلق به قرن نوزدهم وجود دارد. معماری هنر و علم طراحی و ساختن بنا تعریف شده است و طراحی فقط ترسیم می‌باشد (وایت، ۱۳۸۸، ص ۲۳). طراحی گرافیک محیطی به دلیل پیوندی که با علوم انسانی و اجتماعی نظیر شهرسازی، ارتباطات، جامعه‌شناسی و غیره دارد، یکی از ارکان زندگی اجتماعی قلمداد می‌شود. این عنوان، اصطلاحی کلی و غیر تخصصی درباره انواع عناصر متنوع تصویری و نوشتاری که با اهداف مختلف کمی و کیفی، طراحی، گزینش و یا حتی حذف شده و سپس در محیط‌های بیرونی و درونی به کار گرفته می‌شوند، می‌باشد. روشن است که این حیطة چنان گسترده و متشکل از علل و عوامل گوناگونی است که ارائه تعریفی جامع از آن به راحتی میسر نیست. با وجود این، در اذعان به گستره و تنوع بالقوه طراحی گرافیک محیطی، محدود کردن موضوع ارزش چندانی ندارد. طراحی گرافیک محیطی در پیوندی نزدیک با هنرهای تجسمی و طراحی شهری، عوامل و امکانات متنوعی را به کار می‌بندد تا توجه مخاطبان مورد نظر خود را برانگیزاند و در پی آن، به هدف خود نزدیک کند. از مهم‌ترین اهداف کلی طراحی گرافیک محیطی می‌توان از عواملی

نظیر تسهیل در امر ارتباط، ادراک محیط، ایجاد هویت بصری، ایجاد محیطی زیبا و غیره نام برد. 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. اگرچه می‌توان زمینه‌های مبهمی را نیز در تعریف گرافیک محیطی شناسایی کرد. به طور مثال آیا هدف از طراحی گرافیک محیطی باید صرفاً دگرگونی در کیفیت‌های بصری و فضایی باشد و یا به روابط عمیق تر اجتماعی و فرهنگی بین عناصر، فضاها و انسان‌ها پردازد؟ لذا در پایان می‌توان گفت که «هر کسی بخواهد تصویری ذهنی را برای مخاطبان به نمایش بگذارد، و یا توصیف کند، ناگزیر است از گرافیکها کمک بگیرد. ایده‌ها ابتدا بصورت تصویر در می‌آیند، سپس خالق آنها برای تفهیم تصاویر خود به مخاطبین از کلمات و تصاویر استفاده می‌کند» (بیشارت، ۱۳۸۹، ص ۲).

وجه تشابه و تفاوت گرافیک محیطی با طراحی شهری

«به طور قطع ترکیب تصویرها با کلمات مطمئن ترین راه برای توصیف اشیاء است به ویژه آنهایی که طرحی پیچیده دارند، مانند ماشینها و ساختمانهای شهر. متخصصین طراحی شهری معمولاً برای تفهیم ایده‌های پیچیده از گرافیکها استفاده می‌کنند. بنابراین سازندگان که وظیفه تفسیر برنامه‌های متخصص‌های طراحی، تشخیص وسائل و روشهای ساخت و نیز انجام ساخت و ساز به روشی ایمن را برعهده دارند، باید درکی کلی از گرافیکها به ویژه پروژه‌های ساختمانی داشته باشند» (بیشارت، ۱۳۸۹، ص ۳).

عناصر مشابه اصلی در طراحی شهری عبارتند از:

۱. «تعداد»: تعادل از اصول اساسی هنر است. هنر در برقراری ارتباط با مخاطب نوعی تعادل را جستجو می‌کند تعادل در هنر بوسیله تقسیم بندی متوازن اجزاء صورت می‌گیرد. رنگ، نور و بافت نیز در حفظ

تعادل یا عدم تعادل نقش دارند. البته تاکید زیاد بر تعادل موجب می‌شود اثر جذابیت خود را از دست بدهد و ایجاد کسالت کند.

۲. «تناسب»: در بعضی مکان‌ها که وسیع بوده و فضای خالی اطراف یک فروشگاه یا یک مکان عمومی وجود دارد، دست طراح باز است و می‌تواند تناسبات معمولی را تغییر دهد و به طور مثال سردر یک مکان عمومی یا فروشگاه را خیلی بلندتر و بالاتر از حد معمول بگیرد، چراکه به واسطه باز بودن محیط، بیننده به محیط اشراف کامل داشته و می‌تواند به راحتی سر در را دیده و آن را تشخیص دهد.

۳. «تداوم در محیط»: تکرار و تضاد و تناسب سه جزء تداوم در هنر، عناصر اساسی به شمار می‌روند، تناسب که به صورت تکرار یک یا چند در میان واحدهای مختلف شکل می‌یابد، پیچیدگی و حرکت بیشتری در خود دارد اثر بخشی تکرار و تناوب به مناسب بودن موضوع و مهارت به کارگیری آن‌ها بستگی دارد چنانچه تکرار عنصری به تدریج تغییر کند وزن اثر دچار رشد و تضاد می‌شود، تضاد می‌تواند به سمت بالا، پایین و یا مایل جهت داشته باشد. تضاد را در تغییر اندازه کوچک و بزرگ در تغییر شکل از چهارگوشی به دایره و غیره و در تغییر رنگ از کمرنگ به پررنگ می‌توان مشاهده کرد.

۴. «تاکید در محیط»: چنانچه با کم‌اهمیت کردن اجزاء یک ترکیب و متمایز نمودن یکی از اجزاء توجه بیننده به بخش خاصی از کار جلب بتشود آن بخش را نقطه تاکید می‌نامند. تاکید را می‌توان با استفاده از رنگ، رنگ و بافت پدید آورد. اجزاء یکسان، نقطه تاکید کار را ضعیف می‌نماید. شکلهای مشخص و واضح نسبت به اشکال مبهم و اشیاء عجیب نسبت به اشیاء ساده خودنمایی بیشتر دارند نحوه دسته بندی اجزاء نیز بر تاکید یک مجموعه می‌افزاید. اصل تاکید را می‌توان هم برای وحدت بخشیدن و هم ایجاد تنوع مورد استفاده قرار داد. تاکید روی یکی از عناصر در جلب مخاطب و یا بازدید کننده از یک

مکان عمومی تاثیر مستقیم دارد.

باهم هستند و اثر فراوان در دید عموم می گذارند که باید دلپذیر و زیبا باشند و بارعایت اصول زیبا شناسی و ترکیب بندی مناسب در زیبا سازی شهر کمک کنند چراکه محیط شهری نیازمند این زیبایی های بصری است تا از آثار منفی روانی به شهروندان بکاهد. گرافیک محیطی، فضا و محیط زندگی را زیباتر و با نشاط تر می سازد و به محیط شهری نظم و انسجام می بخشد

طراحی شهری و گرافیک شهری

طراحی شهری به زعم بسیاری از صاحب نظران ارتباطی تنگاتنگ با گرافیک شهرها داشته که در این رابطه گذر از مفاهیم سنت به تجدید به این مهم دامن زده است. با نگاه به آثار گذشتگان و سنتهای به کار گرفته شده در آنها به این نتیجه می رسیم که مهارت یا سطح صنعت آن آثار نیست که با هنر امروزی متفاوت است، بلکه باورها، اندیشه ها، برداشتها و تصورات متفاوت آنها با ما وجه تمایز آن آثار با آثار معاصر می شود. با این حال در دوره معاصر می بینیم در رویکرد سنتی، به تنها نکته ای که توجه نمی شود، تفکر و اصول پایه آن است و سنت را در پوسته ظاهری آن جستجو می کنند. اگر به گذشته بنگریم می بینیم که فضاهای شهری نقش بسیار مهمی در زندگی فردی و اجتماعی و شهری مردم داشتند. طراحان گذشته نیز در طراحی این فضاها نهایت دقت و توجه به ارزشها، اصول و مفاهیم معماری و شهرسازی ایران را حتی در جزئی ترین مسائل فراموش نکرده اند و همین امر و مناسب بودن این فضاهای شهری و مبلمان و تجهیزات و تناسبات و انطباق این فضاها با بطن فعالیت های شهری باعث شده که بسیاری از فعالیتهای گروهی و اجتماعی مردم در کالبد آنها جریان یابد و این امر باعث پیوستگی بیش از پیش ساکنان محله ها و بافت های شهری در گذشته می شد (نقی زاده، ۱۳۸۸، ص ۳۶).

بنابراین می توان نتیجه گرفت که «فضای شهری و معماری هایش و از جمله عناصر زیباشناختی و آثار

۵. «ایجاد وحدت در محیط»: وحدت به هر کاری انسجام می بخشد بدون عنصر و حدت اجزاء یک ترکیب پراکنده و بی-ربط به نظر خواهد رسید. و حدت موجب جلب نظر می شود، عامل مهمی در انتقال پیام است کار را قابل درک می کند و به ساده تر شدن پیام کمک می کند.

۶. «تنوع در محیط»: تنوع حاصل تفاوت و تضاد است. اختلاف بین شکل، رنگ و یا بافت عناصر تشکیل دهنده تنوع به شمار می رود. اجزاء گوناگون چشم را به دنبال عامل و حدت در کل کار به گردش در می آورند. تنوع در حقیقت وحدت را استحکام می بخشد وحدت میل به نظم، و تنوع کششی به سمت تحریک دارد. نقطه، خط و سطح دارای قدرت بیان ویژه ای هستند نقاط با توجه به اندازه و نحوه به کارگیری در محیط متفاوت هستند و ایجاد اثر بصری متفاوت می کنند.

۷. «بافت»: از دیگر عناصر معماری داخلی و خارجی بافت است، بافت از دو نظر قابل بحث است و از نظر فرم و شکل که وسیله درک آن قوه بینایی است و دوم از نظر خاصیت فیزیکی و جنسیت بافت که با لامسه قابل درک است. درجه انعکاس یا جذب نور توسط جسم دارای بافت اهمیت فراوان دارد. تضاد سطوح مات و خشن در کنار سطوح براق و صیقلی جذابیت فراوانی دارد و ایجاد جلوه بصری می کند.

۸. «نور»: نور از مهمترین اجزاء در گرافیک محیطی و طراحی داخلی و خارجی است نورهای طبیعی و مصنوعی اثر متفاوت در محیط ایجاد می کنند. نقطه دید ناظر، مقدار نور که به آن می تابد و زاویه دید ناظر عواملی هستند که در تمام المان های داخل خیابان باید رعایت شوند و ترکیبی مناسب و زیبا باهم داشته باشند و دارای طرحی خوب و استاندارد باشد. علائم راهنمایی و رانندگی، چراغ های روشنایی، صندوق پست، زباله دان، تابلوی اسم خیابانها تلفن عمومی، آگهی ها و تبلیغات دیواری ایستگاه های اتوبوس، سردر فروشگاه ها و تمام این ها در ارتباط

جدول ۲. فرهنگ، فضاهای زیستی و طراحی فضاهای شهری؛ ماخذ: نگارندگان.

ابعاد فضاهای شهری		ابعاد فرهنگ شهری	
فرهنگ و مولفه‌های ساختاری	فضاهای تمدنی فرهنگی	فضاهای زیستی و مولفه‌های آن	تجربه‌ها فردی و جمعی
	فضاهای شهری		کنشها و واکنشهای محیطی
	فضاهای عمومی		الگوهای رفتاری
	فضاهای خصوصی		روابط و تعاملات اجتماعی

هنری گوناگون آن، عمیقاً متأثر از منابع فرهنگ و سنتهای یک جامعه است. به عبارت دیگر، مردم در متن سنتها و فرهنگ خود، به خلاقیت‌های تمدنی و از جمله شهرسازی و معماری و خلق جنبه‌های زیباشناختی و تجلیات هنری آن دست می‌زنند. پس کل عناصر کالبدی و ساخت فضایی یک شهر و از جمله عناصر معنا و زیبایی در آن، به نحوی از انحاء از فرهنگ و سنت نشأت می‌گیرد» (صالحی، ۱۳۷۹، ۱۸۳). همچنین «سنت باید مداومت یک جریان همه جانبه تاریخی و فرهنگی باشد که تداوم و پیوستگی خود را در عین تحرک و پیشرفت، در مظاهر اساسی زبان، ادبیات، هنر و رسم و راه‌های زندگی نشان می‌دهد» (آشوری، ۱۳۷۶، ۱۰). امروزه با وجود دگرگونیهای عظیمی که در ساختار نهادهای اجتماعی شهرها صورت گرفته است و همچنین جهت‌گیری‌های نظام سرمایه‌گذاری در زمینه ساخت و ساز و ایجاد فضاهای شهری با تضعیف احساس تعلق مردم به محله‌ها و فضاهای شهری روبرو هستیم، که این احساس عدم تعلق مردم به فضاهای شهری، بر محافظت نکردن مردم از این فضاها بی‌تأثیر نبوده است و حتی در کنار این موضوع مواردی چون برنامه ریزی نامناسب و عدم ارتقاء دانش عمومی نیز این تأثیرات منفی را تشدید کرده است.

نشانه‌های شهری و طراحی گرافیک شهری

در زمینه یافتن سبک و شیوه طراحی، همیشه بین طراحی و معماری شباهتی وجود داشته است. حسن

مسعودی در کتاب خود، خطاطی و خوشنویسی اظهار می‌دارد که: «در یک طرح معماری فضایی برای سکونت تعریف می‌شود. در آن فاصله بین دیوارها واقعی و به اندازه خود دیوارها حائز اهمیت است. در طراحی گرافیک ارزش یک فضا، ناشی از ارتباط آن با عناصری است که آن را احاطه کرده‌اند و نیز برعکس» (وایت، ۱۳۸۸، ص ۸۹).

پیکتوگرام، علائم تصویری و طراحی گرافیک شهری

سین موریس در «راهنمای طراحی حروف» می‌نویسد: «طراحان حروف به معماران و طراحان شهری نزدیک‌ترند تا به هنرمندان. معمار باید بنایی بسازد که از نظر ساختاری محکم و مفید و در عین حال از نظر بصری برای کار و زندگی لذت بخش و راحت باشد. مطمئناً کار یک طراح باید با این گونه مقتضیات هماهنگ باشد تا مفید واقع گردد» (وایت، ۱۳۸۸، ص ۸۹). علائم تصویری اغلب به «پیکتوگرام» یا «ایزوتایپ» معروفند. در واقع یک ایزوتایپ نام نوعی خاص از علائم تصویری (پیکتوگرام) است که از سوی آقای «اوتو ذویلات» از استرالیا طراحی شده است. این علائم به لحاظ آنکه پیامهایی همچون صدا، شخصیت (کاراکتر)، حرکت و رنگ را نیز در بر می‌گیرند دارای معانی چندگانه هستند. علائم تصویری، زبان تصویری علائم و نشان‌های اختصاصی را با تصاویر در هم آمیخته و ترکیب می‌گردانند تا با بیننده خود ارتباط برقرار سازند. تصاویر می‌توانند



دربرگیرنده حروف، رنگها، علائم و اجزاء به طرز جلوه یافته تری باشند تا در رسانیدن نظرات و ایده ها مؤثرتر و کاراتر واقع شوند. از بعضی لحاظ، علائم تصویری از نظر شکل و فرم به علائم و نشانه‌های اختصاصی، نمادها و اشکال ساده شباهت دارند. کاربرد معدودتر علائم تصویری نسبت به نمادها و نشانه‌های تجارتي بیشتر به این لحاظ است که علائم تصویری بطور معدودتری مورد استفاده قرار گرفته اند. "پیکتوگرام" نوعی نماد بصری است که اطلاعات را به صورت تصویری و بدون استفاده از کلام ارائه می کند. تصویر نشانه نوعی نماد گرافیکی است که داستان را به شیوه ای بسیار ساده و همه فهم و فارغ از محدودیت زبانی روایت می کند. در طراحی این نشانه‌ها تصاویر ساده می شوند و چند بخش از عناصر اضافی حذف می شوند ولی نباید به گویایی آن صدمه وارد شود. یعنی بیننده به محض دیدن نشانه باید به راحتی به مفهوم آن دست پیدا کند. از خصوصیت دیگر پیکتوگرامها این است که به دلیل آنکه در یک محیط تعدادی از اینها مورد استفاده قرار می گیرند باید طراحی به صورتی انجام گیرد که هم مفاهیم مورد نیاز بیان شود و هم در کل یک پیوستگی و همگونی شکل با هم داشته باشند. پیکتوگرام نباید گنگ و پیچیده باشد چون کارایی خودش را از دست می دهد. در نتیجه هدف در پیکتوگرام ساده کردن یک شکل است به طوری که با این کار مفهوم خود را از دست ندهد. ممکن است ما تصویری را انتخاب کنیم که آن شکل انحنای شکستگی داشته باشد، ما باید آن شکل را با اشکال هندسی به ساده ترین طرح با مفهوم اولیه در بیاوریم.

نشانه شهری و طراحی گرافیک شهری

«کارل گوستاو یونگ می گوید واژه یا تصویر زمانی نماد (یا نشانه) است که متضمن چیزی در ماوراء معنای آشکار و مستقیم خود باشد. نماد دارای جنبه ای وسیعتر و ناخودآگاه است که هرگز نمی توان به طور دقیق آن را تعریف و یا به طور کامل آن را توصیف کرد» (هوهنه گر، ۱۳۸۱، ص ۱۳). لذا

نشانه عنصری بصری است که به منظور معرفی یک موضوع طراحی و ارائه می شود. به عبارت دیگر، نشانه، هویت بصری یک موضوع است. نشانه می تواند در قالب هر عنصر بصری جلوه گر شود ولی بطور مشخص به دو حالت کلی ارائه می شود:

۱. «نشانه های تصویری»: نشانه های تصویری، نشانه هایی هستند که عنصر بصری به کار رفته در آنها، تصویر است. این تصویر می تواند یک گل، یک حیوان، یک نماد ملی، سنتی و یا حتی یک تصویر نامشخص باشد (چگونگی این تصویر را مواردی مانند موضوع و عوامل جانبی تعیین می کنند). تصویر مورد استفاده در نشانه های تصویری در ارتباط با محدوده فعالیت موضوع، چهار وضعیت ممکن دارد: «۱. تصویر با موضوع ارتباط مستقیم دارد. برای مثال در صورتی که برای یک شرکت تولید خودرو نشانه ای طراحی می کنیم، از تصویر یک خودرو سود ببریم؛ ۲. تصویر با موضوع ارتباط غیرمستقیم دارد. برای مثال در یک شرکت هواپیمایی از تصویر یک پرنده استفاده کنیم؛ ۳. تصویر مطلقاً با موضوع ارتباط ندارد. برای نشانه یک شرکت هواپیمایی از تصویر یک گل استفاده کنیم؛ ۴. تصویر با موضوع از جنبه های فرعی ارتباط پیدا می کند».

۲. «نشانه های نوشتاری»: نشانه های نوشتاری خود به دو گونه کلی تقسیم می شوند: «۱. لگوتایپ: نشانه هایی هستند که نوشتار آنها بر اساس نام کامل موضوع است و با طراحی ویژه (و غالباً متفاوت از شکل حروف متداول) ارائه می شوند؛ و ۲. منوتایپ (منوگرام): نشانه هایی هستند که نوشتار آن ها حرف ابتدای نام موضوع است و با طراحی ویژه (متفاوت از شکل حروف متداول) ارائه می شوند. لازم به توضیح است بعضی از صاحب نظران معتقدند در صورتی که نام موضوع دارای بیش از یک واژه باشد، طراحی بر اساس حروف آغازین واژگان موضوع نیز، منوگرام خواهد بود».

در طراحی یک «نشانه شهری و مطابق با معیارهای گرافیکی» باید چند عامل مورد توجه قرار گیرند که



تصویر ۱. استفاده از سازه های بادی برای تبلیغات شهری و مقوله گرافیک محیطی در فضاهای شهری؛
 ماخذ: آرشیو نگارنده.

برخی از آنها به شرح زیر است:

- ۱- «سادگی»: یک نشانه خوب ترجیحاً از عناصر بصری اندکی شکل گرفته است. لازم است اشاره شود که منظور از اندک بودن این عناصر، ضرورت پیش گیری از پراکندگی بصری نشانه است.
 - ۲- «توازن، تعادل و تناسب»: به عبارت دیگر تیرگی و روشنایی سطوح، ضخامت و نازکی عناصر شهری و سیمای شهر باید از توازن و تناسب لازم بهره برده و در اتصال و چیدمان خطوط در کنار یکدیگر از ریتم مناسب برخوردار باشد.
 - ۳- «قابلیت رنگ پذیری»: یک نشانه باید تا حد امکان در عین آنکه توانایی ارائه با یک رنگ را داشته باشد، هنگام ارائه رنگی، نباید ضعیف شود. و یا در صورت ارائه نسخه رنگی، نسخه تک رنگ آن بی روح و کم جلوه نشان دهد. ضروری است توجه داشته باشیم هنگامی که برای یک نشانه پیشنهاد رنگ
- می کنیم، جنبه های زیبا شناختی و مفهومی توامان مورد توجه قرار گیرند.
- ۴- «ماندگاری تصویری»: پیش بینی و لزوم کاربرد و انتخاب عناصر بصری که دارای تاریخ پذیرش روانی و زیباشناختی کوتاه نباشند. به عبارت دیگر عوامل بصری مورد استفاده در یک نشانه باید برای دو تا سه دهه از سوی جامعه قابل پذیرش باشند و کهنه نشوند ضمن آنکه ساختار کلی باید به گونه ای باشد که امکان تغییر و تبدیل در آن، بدون لطمه زدن به هویت مورد نظر، موجود باشد.
- ۵- «گویایی»: تصویر کلی باید کاملاً گویا باشد و با تصاویر دیگر اشتباه نشود. طراحی یک گل به گونه ای که یک خورشید را تداعی کند و آن خورشید مطلقاً مورد نظر نباشد و نقشی در فعالیت موضوع نداشته باشد، می تواند ضعیفی غیر قابل چشم پوشی باشد.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
 Urban Management
 شماره ۴۰ پاییز ۹۴
 No.40 Autumn 2015

۶- «جهت قرارگیری»: ترجیحاً جهت قرارگیری خود را مشخص کند. در برخی موارد، نشانه هایی که برای نخستین بار در رؤیت مخاطب قرار می گیرند، ممکن است از چند جهت دارای مفهوم باشند، که این مورد در صورتی که ناخواسته و ناخودآگاه از سوی طراح اعمال شده باشد یک ضعف بزرگ است. البته، در نشانه هایی که از هر جهت یا از دو جهت مخالف دارای یک فرم تصویری هستند، این امر یک نقطه قوت قابل توجه به حساب می آید.

۷- «هماهنگ فرهنگی»: استفاده از عناصر بصری مرتبط با موضوع و در عین حال ریشه دار در فرهنگ جامعه ای که برای آن طراحی می شود می تواند مورد توجه قرار گیرد.

تبلیغات محیطی و طراحی گرافیک شهری

امروزه دیگر گرافیک تنها هنر نیست بلکه نقشی رسانه ای به خود گرفته است. از میان گرایشهای مختلف نشات گرفته از کلیتی بنام گرافیک، گرایشی با عنوان «گرافیک محیطی» جایگاه رسانه ای ویژه و متمایزی دارد. تبلیغات محیطی و گرافیک محیطی نوعی از گرافیک است که در محیط عمومی عرضه

می شود و نقطه تاکید آن جنبه های زیبایی شناسانه است و نه تبلیغات. بخشی از عرصه های گرافیک محیطی به شرح زیر است:

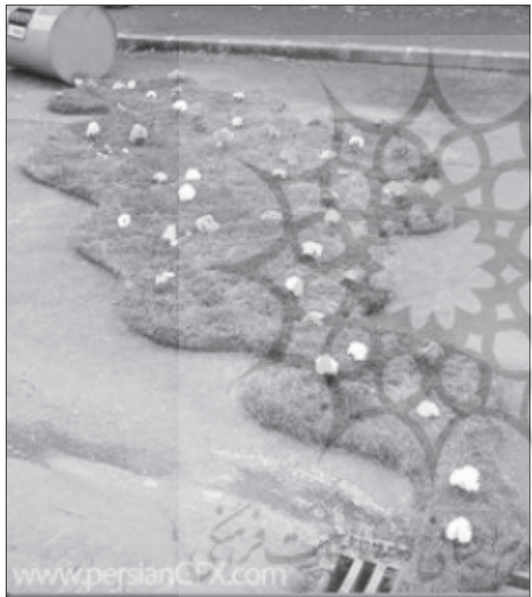
۱- «گرافیک فضای باز»: الف - نمای معماری (مواد، رنگ، ابعاد، طرح)؛ ب - باجه ها (ایستگاه اتوبوس، بلیت، تلفن، روزنامه)؛ ج - آب نماها، د - حجم های گرافیکی، ه - نورآرایی، و - تبلیغ (دیواری، بنرها، وسایط نقلیه، و شیوه های دیگر).

۲- «گرافیک محیطی فضای بسته»: در گرافیک محیطی فضای بسته هم می توان آن را به طور جداگانه اطلاع رسانی کرد که در مجموع می توان از دسته های زیر یاد کرد: الف - ویتترین ها، ب - غرفه ها و فضاهای نمایشگاهی، ج - محیط های اداری و آموزشی، د - محیط خانگی.

هدف از گرافیک محیطی در طراحی شهری عبارت است از:

- ۱- مردم را به ساده ترین شکل راهنمایی می کند.
- ۲- زیباسازی از طریق به کارگیری اصول فرم، طرح و هماهنگی آنها با یکدیگر و محیط پیرامون خود انجام می گیرد.

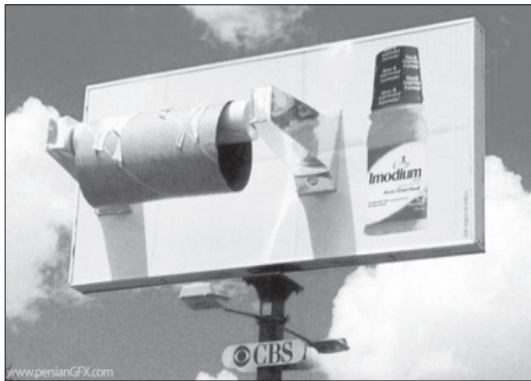




مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Autumn 2015

■ ۳۷ ■



فضایی که بشر در آن بتواند فارغ از فشارهای ناخواسته روانی رشد کرده و شکوفا شود و این از خواسته های عقلانی و منطقی هر جامعه است. گرافیک محیط زیبایی بصری و نظم و هماهنگی مطلوب فضا است. مقصود از تمام طرح های گرافیکی برای محیط داخلی و خارجی، ایجاد فضایی برای زندگی پر نشاط و سالم و قانع کننده است. گرافیک محیطی را می توان به دو گونه گرافیک محیطی دوبعدی (مسطح) و سه بعدی (حجمی) تقسیم کرد. مشخص کردن یک مکان از مکانی دیگر، زیباسازی، نظم و انسجام بخشیدن به فضای شهری و گسترش حیطه فعالیت هنر گرافیک، از اهداف گرافیک محیطی به شمار می رود.

مبلمان شهری و طراحی گرافیک شهری

مبلمان شهری ۲ نیز همچون دیگر عناصر تشکیل دهنده یک شهر، بخشی از ارزش های زیبایی شناختی و عناصر مرتبط با هویت آن محسوب می شود. بر اساس تعاریفی ارائه شده، هر تجهیزاتی که به نوعی به بدنه ها و فضاهای شهری الحاق شوند، باید جزئی از مبلمان شهری بشمار آورد. با این تعریف، حیطه گسترده ای از عناصر طراحی شده و موجود در یک شهر از خط کشی خیابان گرفته تا ایستگاههای اتوبوس و سطل های زباله همه در دایره تعریف مبلمان شهری جای می گیرند. همچنین نقش مبلمان شهری در خدمت رسانی به شهروندان همچون: مفاهیم مذهبی، سنتهای اجتماعی، بومی سازی، نیازهای انسانی، شادابی اجتماعی، منظر

تصاویر ۲ الی ۱۲. نمونه ای کاربردهای گرافیک محیطی در طراحی سیما و منظر شهرها؛ ماخذ: آرشیو نگارنده.

۳-افزایش سطح فرهنگ جامعه در قالب اهداف تبلیغاتی فرهنگی و تجاری از طریق دیوار آگهی ها، بنرها و غیره.

طراحی محیطی می کوشد تا بین طرح هایی که ارائه می دهد و هر آنچه از پیش در محیط وجود دارد هماهنگی ایجاد کند. عوامل معینی چون جغرافیای محیط «آب و هوا» نور خورشید «میزان بارندگی» نوسان حرارتی «پوشش گیاهی و غیره به عنوان بخش های طبیعی و زیست محیطی و مجموعه عواملی چون نوع معماری و مواد و مصالح، فضاهای آمد و شد، و میزان تردد به عنوان بخش های ساخته شده ناشی از حضور انسان عواملی است که طراح در جریان کار خود باید آنها را بشناسد و مورد توجه قرار دهد.

گرافیک محیطی در ایجاد فضایی مطلوب و دلنشین برای افراد جامعه نقش موثر دارد. محیط مناسب یعنی

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Autumn 2015

شهری، خلاقیت و نوآوری، روانشناسی رنگ، فرم، نور و غیره قابل بررسی است (صالحی، ۱۳۷۹، ص ۱۸۰).

حجم های شهری و طراحی گرافیک شهری

«حجم های شهری آن دسته آثار هنری هستند که کارکرد آنها یکی از مهمترین فاکتورهاست، کارکرد فیزیکی و نیز کارکرد معنایی و مفهومی. حجم ها یکی از بهترین امکانات را برای تغییر فضا و سیمای شهرها به دست می دهند» (مهاجر، ۱۳۸۶، ص ۱۳). مهم ترین وجه تمایز آن با حجم هایی که در فضای بسته قرار گرفته اند، تعداد بیشتر بینندگان، تواتر دیدار فزونتر و ترکیب ناظران متنوع تر است.

دائرة المعارف امریکن، مجسمه سازی را چنین تعریف می کند: «مجسمه سازی ابزاری است بیانی که با محل اجرا در سه بعد قادر است مفاهیم و ارزشهایی را در حیطه هنرهای زیبا بیان کند.» مجسمه سازی هنر سازماندهی فرم و فضا، با استفاده از رسانه ای است که امکان بیان مجسمه سازانه را در فضاها و محیطهای شهری و عمومی فراهم می کند. این رسانه شامل گستره وسیعی از مواد و امکانات نوینی است که تکنولوژی در اختیار هر دوره قرار می دهد. لازم به ذکر است که بطور کلی دامنه فعالیت های مجسمه سازانه در بخشهایی در تعامل مستقیم با معماری، شهرسازی و سایر عوامل سازماندهی کننده شهر قرار می گیرد.

حجمهای شهری در دو قالب کلی «حجم های یادمانی» و «حجم های ویژه فضاهای عمومی» دسته بندی می شوند و با شیوه هایی اجرایی متنوع با توجه به نیاز بیانی طرح اجرا می گردند.

۱. «حجم های یادمانی»؛ یادمان شهری، نوعی عنصر حجمی است که هنرمند به وسیله آن می تواند مخاطب خویش را به چالش فکری بکشد و این چالش مطلوبی است که انسان را می تواند به تعالی اندیشه و فکر برساند. حجم های یادمانی برای بزرگداشت و یا یادمان یک شخصیت فرهنگی، هنری، علمی، سیاسی و یا یادمان یک اتفاق مهم تاریخی برای یک ملت ساخته می شوند. قاعدتاً

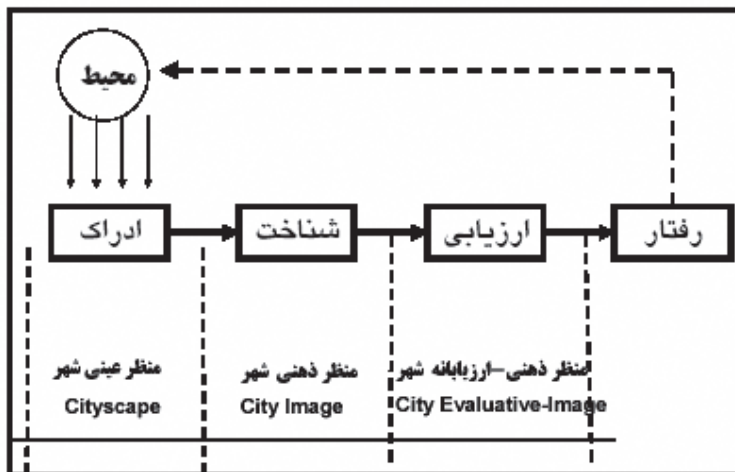
مجسمه های یادمانی، سفارشی بوده و در محل های ویژه ای که توجه بیننده را جلب کند، ساخته می شوند. این گروه به دو دسته کلی تقسیم می شود که عبارت است از: الف: حجم هایی برای بزرگداشت و یادمان یک شخصیت؛ ب: حجمهایی برای یادمان یک اتفاق مهم تاریخی.

۲. «حجم های ویژه فضاهای عمومی»: شکل دیگری از حجمهای شهری هستند که کارکرد مهم آنها، ایجاد مکث در گذرهای اصلی و ایجاد چشم انداز برای مخاطبینی است که در مکان هایی توقف کرده و به عنوان بهانه ای می توانند لحظاتی را در مکانی عمومی سپری کنند. این دسته از حجمها به «حجم های برون آتلیه ای» مشهورند. این مورد را می توان به دو گونه تقسیم بندی نمود: الف- حجم هایی برای تنوع بصری: از تاثیرگذاری بیشتری در بین عوام برخوردارند و مخاطب خاص را جذب نمی کنند به عنوان نمونه حجم هایی که در حاشیه بزرگراه ها در شهر تهران نصب شده اند با رویکرد مخاطب عام و به این منظور به نمایش گذاشته شده اند؛ ب- حجم هایی با تاکید بر ماهیت فضا: یکی از تعاریف هنری امروزی متناسب با این رویکرد در قالب هنر «ویژه فضا» می باشد. هنری که برای یک مکان خاص با رویکردی نه لزوماً زیبایی شناسانه، بلکه پدیدارشناسانه است و در اینجا مکان جزئی از اثر هنری است. در مسیری که مخاطب شهری هر روزه از آن عبور می کند، نوعی راز و رمز و کشف و شهود ایجاد می شود که مخاطب هر بار حجم را از زاویه ای خاص می بیند و نسبت به این حجم احساس درونی و بیرونی پیدا می کند (www.javanemrooz.com)؛ پ- حجمهای فرمال: معمولاً با هدف کارکرد زیبایی شناسانه و ارتقاء کیفی محیط شهری ساخته می شوند؛ ت- هنر چیدمان: از خصوصیات این هنر، معنا بخشیدن و فعال سازی یک محیط یا یک مفهوم با برخورد های هنرمندانه است که باعث می شود که اثر معنا و مفهوم و ارزش هنری پیدا کند. در برخی محافل از آن به هنر محیطی نام برده می شود.

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Autumn 2015

۳۹



نمودار ۲. سیستم منظر شهری در فرایند تعامل انسان و محیط؛ ماخذ: گلکار،

۱۳۸۷.

ملموس خود، نظیر ویژگی‌های بصری، صوتی، بو و غیره را در معرض حواس پنجگانه انسان قرار می‌دهد، در این مرحله اصطلاحاً محیط شهری توسط فرد مورد «ادراک» قرار می‌گیرد. در مرحله دوم، محیط شهری توسط فرد مورد «شناخت» قرار می‌گیرد. در این مرحله ذهن فرد بر اساس داده‌های محیطی، طرحواره‌های ذهنی، تجارب و خاطرات قبلی تصویری از محیط ساخته و معنای معینی را به محیط الصاق می‌نماید. در مرحله سوم، ذهن فرد بر اساس شناختی که از محیط به دست آورده و بر مبنای فرآیندهای تائری و ارزیابانه نسبت به محیط واکنش مثبت یا منفی پیدا می‌نماید.

الگوهای مختلفی که تاکنون مفهوم منظر شهری به خود گرفته‌اند عبارتند از:

- ۱- منظر شهری آرایشی/تزئینی؛
 - ۲- منظر شهری عملکردی/برنامه محور؛
 - ۳- منظر شهری ادراکی/زمینه گرا؛
 - ۴- منظر شهری پایدار (گلکار، ۱۳۸۷، ص ۱۰۲).
- مفهوم تصویر ذهنی اولین بار در رویکرد ادراکی/زمینه گرا و در نظریات پست مدرنیست‌ها مطرح می‌شود و «کیفیت منظر شهری» در این دوره به مثابه رویدادی است که در جریان داد و ستد میان خصوصیات کالبدی و محسوس محیط از یک سو و

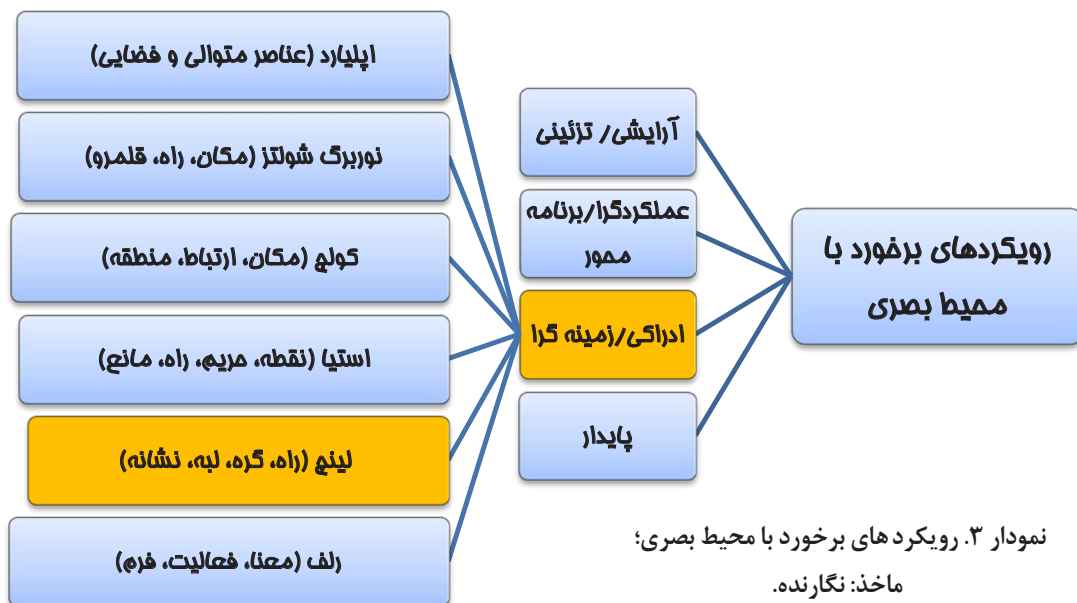
شاخه‌ای از هنر است که در آن از عناصر موجود در محیط طبیعی استفاده می‌شود و به خلق یک اثر هنری منجر می‌شود (موسیوند، ۱۳۸۹، ص ۹۲).

تصویر ذهنی و طراحی گرافیک شهر

لینچ ۱۹۹۶ اولین کسی بود که بحث تصویر ذهنی را مطرح کرد. از نظر او تصویر ذهنی یا سیما کلیه برداشت‌ها، دانسته‌ها، باورها، حدس‌ها و انتظاراتی است که فرد از محیط پیرامون خود داشته، ارزش، کیفیات، عملکرد و اولویت‌های متفاوت را در ذهن وی ایجاد می‌نماید. این ذهنیات تابعی از کلیه اطلاعاتی است که فرد تا آن برهه از زمان دریافت و در ذهن خود انباشته است. در واژه نامه زبان انگلیسی «اکسفورد» برای واژه (Image) دو تعریف اصلی بیان شده است:

- ۱- وجهه‌ای که یک فرد، یک سازمان، یک محصول و غیره در افکار عمومی دارد؛
- ۲- تصویر ذهنی یا ایده.

کوروش گلکار در مقاله‌ای تحت عنوان «محیط بصری شهر» روند تکاملی شهر را به مثابه زنجیره‌ای متشکل از چهار حلقه، که هر حلقه الگوی خاصی از مفهوم منظر شهری را نمایندگی می‌کند، تشبیه نموده است. همان گونه که در شکل دیده می‌شود، در مرحله نخست محیط شهری هندسه و ویژگی‌های



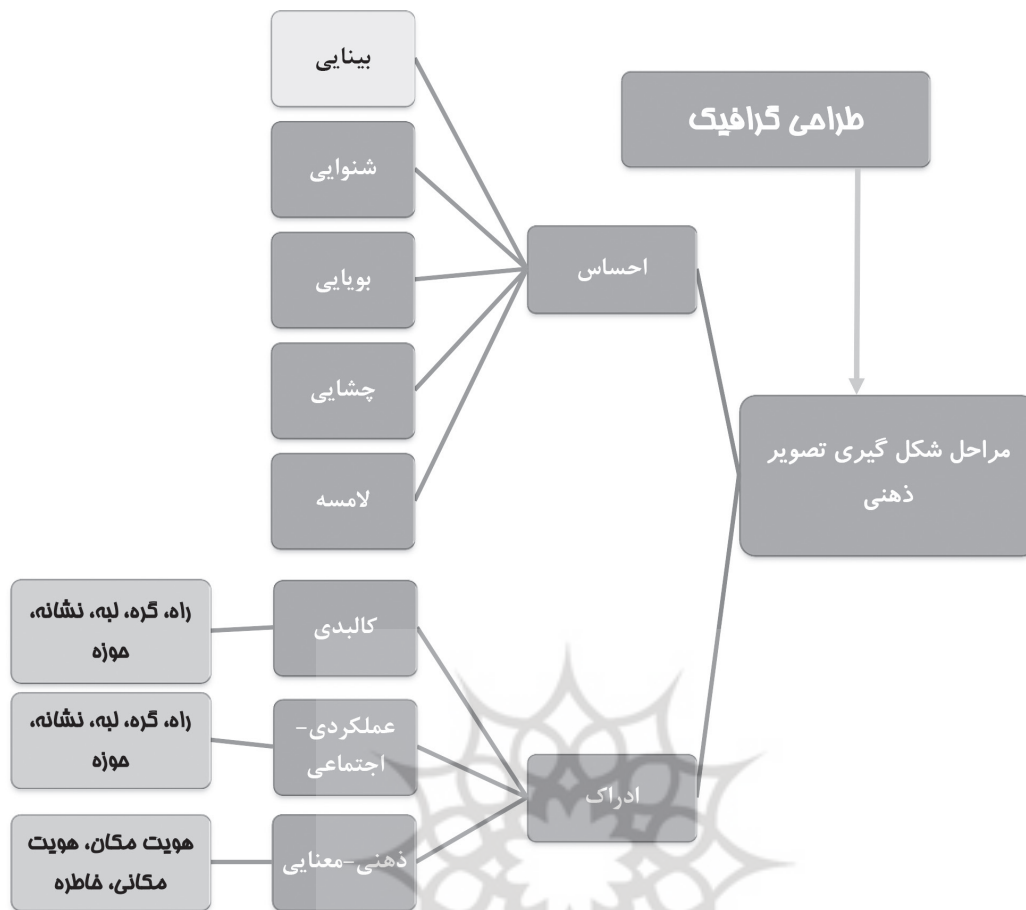
نظریه پردازان رویکرد ادراکی - زمینه گرا						
رلف	کولج	دیوید استیا	نوربرگ شولتز	اپل یارد	لینج	عوامل سازمان دهنده طراحی گرافیک محیطی
معنا؛ فعالیت؛ فرم	مکان ها؛ ارتباطات؛ مناطق	نقاط، حریم ها راه ها؛ موانع	مکان، راه قلمرو	عناصر متوالی (راه، گره) عناصر فضایی (نشانه، حوزه، لبه)	راه، گره، لبه، نشانه، حوزه	

جدول ۳. عوامل سازمان دهنده طراحی منظر که می تواند در طراحی گرافیک مورد نظر باشد؛ ماخذ: نگارنده.

الگوها، رمزهای فرهنگی و توانایی های ذهنی فرد ناظر از سوی دیگر، شکل می گیرد (گلکار، ۱۳۸۷، ص ۱۰۶). برای تشکیل تصویر ذهنی ابتدا محیط توسط حواس پنجگانه احساس شده و سپس در مغز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و ادراک نهایی شکل می گیرد که امری است فردی و متأثر از گذشته، تجربیات، و فرهنگ؛ لذا می توان گفت اولین گام در تشکیل تصویر ذهنی همان ادراک ابتدایی یا احساس محیط از طریق حواس انسان است که بینایی به عنوان اصلی ترین و قوی ترین این حواس در حوزه طراحی شهری و معماری است.

نتیجه گیری و جمع بندی

یکی از گونه های راهنمای طراحی شهری، سند راهنما جهت کاربست «رنگ و گرافیک شهری» است. در این میان، متدولوژی و روش شناسی تلاشی علمی در جهت یافتن طرق صحیح تحقیق و ابزار و وسایل مناسب برای ساختن نظریه های علمی است. شناسایی یک روش منحصر به فرد برای طراحی شهری و شناخت دقیق مفهوم روش، محوری برای توسعه این موضوع به عنوان یک رشته تخصصی است. «سند طراحی شهری» که توسعه و ساخت و ساز در زمینه طراحی و برنامه ریزی را هدایت می کند، می تواند موجبات پشتیبانی از سیاست طراحی و برنامه ریزی را فراهم آورد، فرآیند مشارکت را تحصیل نموده و چشم انداز را تدوین و استانداردهای طراحی را تعیین ساخته و گام های بعدی را معین نماید. بنابراین طراح شهر به منظور ارائه طرح و بسته به موضوع به



نمودار ۴. رویکردهای برخورد با محیط بصری؛ ماخذ: نگارنده.

اصیل و هویت ساز، دوباره به هنر گذشته رجوع نمود و آن را در مظاهر زندگی اجتماعی بازتابی گسترده بخشید.

باید گفت که در هنر و گرافیک محیطی، می توان آرایه‌ها، نقوش و رنگ‌هایی را یافت که زندگی شهری امروز به شدت به آنها نیازمند است. در کنار روی آوردن به گسترش و طراحی اصولی فضاهای عمومی برای آرامش افراد، می توان به هنر و فرهنگ اصیل ایران نیز رجوعی دوباره نمود تا با ترکیب و هماهنگ نمودن عناصر تازه و مدرن با آرایه‌های سنتی و زیبا، محیطی آرام‌بخش‌تر، اصیل‌تر، زیباتر و در نهایت دارای هویت ایرانی به وجود آورد. گرافیک محیطی زیبایی بصری و نظم و هماهنگی مطلوبی فضا است. مقصود از تمام طرح‌های گرافیکی برای

سلسله مراتبی از سطوح اسناد هدایت طراحی نیازمند است که شامل چارچوب‌ها، دستورالعمل‌ها، ضوابط یا کدهای طراحی و راهنماهای طراحی شهری است. راهنماهای طراحی شهری از جمله مهمترین ابزار در اختیار طراحان شهری، جهت انعکاس و ظهور تدابیر و تمهیدات کیفیت‌بخش فضاهای شهری به شمار می‌آید. ماهیت اصلی راهنماهای طراحی در کشورهای مختلف و نیز در بازه‌های زمانی متفاوت تغییر چندانی پیدا ننموده است. به طور کلی گذشته فرهنگی یک ملت از عوامل اصلی شکل دهنده وضعیت کنونی و حتی آینده آن است. «تاریخ فرهنگی» یک کشور به‌طور غیرمستقیم بر همه شؤونات زندگی اعضا آن، از جمله هنر و طراحی تأثیر می‌گذارد. بنابراین می‌توان برای ایجاد جریانی

اهداف عملیاتی طراحی شهری	معیارهای عملکردی	میزان تاثیرگذاری گرافیک شهری در تحقق پذیری معیارهای عملیاتی
کاراکتر	حس متمایزی از مکان که پاسخگوی زمینه و بستر محلی باشد.	***
تداوم و محصوریت	تداوم و پیوستگی جداره های شهری و تعریف روشنی از فضاهای عمومی	***
کیفیت عرصه عمومی	فضاهای شهری ایمن، جذاب و عملکردی	***
سهولت حرکت	یک محیط پیاده مدار، قابل دسترس و مرتبط	**
خوانایی	یک محیط با جهت یابی آسان	***
انطباق پذیری و سازگاری	یک محیط عمومی قابل انعطاف و انطباق	**
گوناگونی و تنوع	محیطی مملو از کاربری و تجربه های زیستی	*

جدول ۲. میزان اثربخشی گرافیک شهری در تحقق پذیری معیارهای عملیاتی طراحی شهری؛ راهنما: (*) کم؛ (**)

متوسط؛ (*) زیاد؛ ماخذ: یافته های تحقیق.

محیط داخلی و خارجی ایجاد فضایی برای زندگی پر نشاط و سالم و قانع کننده است گرافیک محیطی را می توان به دو گونه گرافیک محیطی دو بعدی یا مسطح و سه بعدی یا حجمی تقسیم کرد. مشخص کردن یک مکان از مکانی دیگر، زیباسازی، نظم و انسجام بخشیدن به فضای شهری و گسترش حیطه فعالیت هنر گرافیک، از اهداف گرافیک محیطی به شمار می رود. گرافیک محیطی می تواند جنبه های مختلفی داشته باشد که در حوزه «ارزش طراحی شهری» مورد نظر کارمونا تاثیرگذار باشد: «جنبه اطلاع رسانی و یا حالت تاکید و یا هشدار نسبت به موضوعی داشته باشد؛ جنبه فرهنگی داشته باشد؛ جنبه آموزشی داشته باشد؛ جنبه تبلیغاتی داشته باشد؛ جنبه اجتماعی داشته باشد؛ جنبه زیبایی و هنری و صرفاً زیباسازی محیط را داشته باشد. تعادل تناسب تاکید تداوم وحدت و تنوع اصول یک سازمان بندی درست در طراحی فضاهای شهری

هستند. رنگ، نور، شکل، خط، نقطه، سطح، بافت و فضا به کمک آنها می آیند تا شهری مطلوب و زیبا طراحی شود.»

شایان ذکر است دخیل سازی معیارهای گرافیکی در طراحی شهرها در ابزارهای تحلیل طراحی شهری به واقع امر نزدیکتر است. در این میان اینکه چه اندازه طراحی شهری میتواند از گرافیک شهری از معیارهای جدول شماره ۲ - که به عنوان «ابزار تحلیل طراحی شهرها» مورد قبول اتحادیه اروپایی و مورد کاربرد در کشورهای توسعه یافته است و معیار اصلی ارزش طراحی شهری در رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بشمار می رود، - استفاده کند موضوعی اساسی و مهم می نماید. در پایان جایگاه گرافیک شهری در ارزش طراحی شهری موردنظر متنو کارمونا و استورات لپیتون (رییس کمیسیون معماری و محیط مصنوع) در قالب جدول زیر اشاره شده است.

بحرینی، سید حسین (۱۳۷۷) فرآیند طراحی شهری، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
بنیامین شکوه فر، هادی رحمانی فضلی (۱۳۹۴) بودجه ریزی عملیاتی پاسخی به نیازهای مدیریت نوین دولتی (درآمدی بر نظام حقوقی بودجه ریزی عملیاتی ایالات متحده آمریکا)، نشریه مدیریت شهری، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۹۴.

بهرامی، محمد (۱۳۸۲) مجسمه های شهری و میداين تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه هنر.

بهزادفر، مصطفی و امیر شکیبامنش (زمستان ۱۳۸۷) جایگاه راهنمای طراحی در فرآیند طراحی شهری و نقش آنها در ارتقاء کیفیت فضای شهری، فصلنامه آرمانشهر، شماره ۱.

بیشارت، کیث (۱۳۸۹) گرافیک در ساخت و ساز، ترجمه سمانه قزایی، تهران، انتشارات خدمات فرهنگی پارسه نو.

پاکزاد، جهانشاه (۱۳۸۵) مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری، انتشارات شهیدی.

پور اصغریان، مهتاب (۱۳۸۷) مجسمه سازی در فضاهای شهری، فصلنامه نگره، شماره ۷ و ۸ پورمند، حسنعلی و موسیوند، محسن (۱۳۹۰) مجسمه سازی در فضاهای شهری، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۴۴.

جامعه مهندسان مشاور ایران، گروه شهرسازی (۱۳۸۶) استانداردهای برنامه ریزی و طراحی شهری، جلد اول، تهیه طرح و انواع طرح ها، چاپ اول، تهران حامد فامیل نوروزی، شهرام شریفی، آیلین شیدایی، شیدا فلاح (۱۳۹۴) ارزیابی گردشگری شهری با تاکید بر توسعه زیرساختهای گردشگری و رقابت پذیری شهری؛ مورد پژوهی: کلانشهر تهران، نشریه مدیریت شهری، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۹۴.
حق شناس، مهدی (۱۳۹۰) بررسی نقوش انسانی اساطیر ایران و کاربرد آن در گرافیک محیطی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر، تهران.
ذکوت، کامران (پاییز ۱۳۸۶) اتخاذ تصمیمات

در راستای تحقق پذیری اهداف عملیاتی طراحی شهری بر اساس راهنمای ارزش طراحی شهری کمیسیون معماری و محیط مصنوع که در حال حاضر برای طراحی شهری در اروپا به عنوان چارچوب ارزش گذاری محوری طرحها مطرح است، و نقشی که گرافیک شهری می تواند در این زمینه ها داشته باشد، نکات زیر تاثیر بخش است:

۱. از گرافیک شهری می توان برای ایجاد حس جدید در محیط شهر در طراحی عناصر و المانهای شهری بهره گرفت؛

۲. تداوم و محصورت فضایی می تواند از طریق مولفه ها و عناصر طراحی گرافیکی و نور و رنگ در طراحی شهری استفاده کرد؛

۳. ایجاد جذابیت و پویایی فضایی در شهرها به راحتی می تواند بوسیله طراحی گرافیک تقویت شده و طرح های گرافیکی زمینه جذابیت فضاهای عمومی شهری را فراهم آورند؛

۴. مهمترین عامل در خوانایی شهرها استفاده از طرح های گرافیکی و هنرهای دیداری است که زمینه ساز جهت یابی آسان در شهرها و ارتقاء خوانایی شهری است؛

۵. استفاده از طرحهای گرافیکی منعطف، قابل تبدیل و یا قابل گسترش می تواند عاملی در انطباق پذیری و سازگاری محیط زیست شهری باشد؛

۶. تنوع در فضاهای شهری با بهره گیری از هنرهای بصری و گرافیکی ایجاد شده و باعث گسترش احساس تنوع پذیری در فضاهای شهری می گردد.

منابع و کتاب شناسی

امین رحیمی کیا، عزت اله قدم پور، فاطمه روشن زاده (۱۳۹۰) بررسی نقش بکار گیری اتوماسیون اداری در بهره وری کارکنان شهرداری خرم آباد در سال ۱۳۸۹، نشریه مدیریت شهری، مرکز مطالعات و برنامه ریزی سازمان شهرداریها و دهیاریهای وزارت کشور، شماره ۲۷.
ایلوخانی، مسعود (۱۳۸۸) گرافیک محیطی، فاطمی، تهران.

راهبردی در چارچوب طراحی شهری عباس‌آباد تهران، فصلنامه آبادی شماره ۵۶ رابرت، کوان (۱۳۸۶) اسناد هدایت طراحی شهری، ترجمه کورش گلکار، انتشارات نقش پیراوش رضوانی نراقی، اشکان (۱۳۸۹) تهیه راهنمای طراحی شهری برای طراحی نمای ساختمان‌های نو در کنار جداره‌های با ارزش تاریخی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه تهران، تهران

زنگی آبادی، علی و دیگران (۱۳۸۳) طراحی و برنامه ریزی مبلمان شهری، نشر شریعه توس، تهران.

سعید نیا، احمد (۱۳۸۳) طراحی فضا و مبلمان شهری، انتشارات سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور، تهران.

سعیدی رضوانی، نوید (۱۳۸۵) مجسمه ها هنر را به میان مردم می‌آورند، تهران، ویژه نامه نخستین سمپوزیوم بین المللی مجسمه سازی تهران.

شانس، حمید (۱۳۸۵) کلیاتی در اصول و ضوابط مجسمه های شهری، نشریه مجسمه، تهران شماره ۴.

صالحی، اسماعیل (۱۳۷۹) اهمیت فضاهای شهری در راهبری کنش های فرهنگی و مشارکتهای مردمی، نشر مؤسسه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران.

عبدالله‌زاده، اکبر و علی خیابانیان (خرداد ۱۳۸۶) لزوم فرایند در طراحی شهر، هفته نامه نقش نو فهیمی فر، اصغر (۱۳۷۰) از کلاسیسیزم تا مدرنیسم، تهران انتشارات شفق.

کرد، مهدیه (۱۳۹۰) کارکرد زیبایی شناسانه مجسمه های شهری، فصلنامه حرفه: هنرمند، شماره ۳۷.

کشمیرشکن، عبدالحمید (۱۳۷۳) بررسی رابطه هنرمند و مخاطب و جایگاه مخاطب در هنر معاصر، پایان نامه کارشناسی ارشد نقاشی، دانشگاه تربیت مدرس.

گلکار، کورش، (۱۳۷۸) کندوکاوی در تعریف طراحی شهری، تهران مرکز مطالعه و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.

مرتضایی، سیدرضا (۱۳۸۱) رهیافتهایی در

طراحی مبلمان شهری، تهران، انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور، تهران.

مک کوایل، دنیس (۱۳۸۰) مخاطب شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

مک کوایل، دنیس (۱۳۸۲) درآمدی بر نظریه های ارتباط جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

موسیوند، محسن (۱۳۸۹) بررسی فرم مجسمه های شهری و ارتباط آن با فضای محیطی، پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه تربیت مدرس.

موشتوری، آنتیگون (۱۳۸۶) جامعه شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری، مترجم: حسین میرزایی، نشر نی

هوهنه گر، آلفرد (۱۳۸۱) نمادها و نشانه ها، ترجمه: علی صلح جو، تهران، نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

وایت، الکس (۱۳۸۸) عناصر طراحی گرافیک، تهران، انتشارات کتاب آبان.

Gindrouz et al, Urban Design Associates, (2003), "the urban design hand book", "techniques and working methods". New York

Cowan ,R.(2005), the dictionary of Urbanism, streetwise press London

Urban design guide line: old Conway design overlay district, part three, draft: revised april12,2007

Rainer Mayerhofer, (2007), Methodology of Urban Design, aesopo5 vienna

Moughtin, cliff and others, (1999), Urban design methods and techniques

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Autumn 2015

■ ۴۵ ■

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management

شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Autumn 2015

■ ۴۶ ■



شپوشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی