

گرافیک محیطی و کاربردهای اصلی و حوزه های فعالیت گرافیک شهری

حامد مرادیان

کارشناسی ارشد برنامه ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی گرافیک محیطی و کاربردهای اصلی و حوزه های فعالیت گرافیک شهری انجام شد. روش تحقیق کتابخانه ای با استفاده از کتب، مقالات و پایان نامه ها و... انجام گرفت. بررسی گرافیک محیطی و گرافیک شهری نشان می دهد که این دو حوزه طراحی، نقش حیاتی در شکل دهی به تجربه شهری و ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان و بازدیدکنندگان دارند. گرافیک محیطی با تمرکز بر ایجاد نشانه ها و عناصر بصری در فضاهای عمومی، به تسهیل ارتباطات بصری و هدایت افراد در محیط های شهری کمک می کند. این طراحی ها نه تنها باید از نظر زیبایی شناسی جذاب باشند، بلکه باید به وضوح قابل درک و متناسب با فرهنگ و هویت محلی باشند. از سوی دیگر، گرافیک شهری به عنوان یک ابزار مؤثر در ایجاد هویت بصری شهرها، می تواند به ترویج فرهنگ محلی و ارتقاء حس تعلق به جامعه کمک کند. طراحی های مناسب در این حوزه می توانند فضاهای عمومی را به مکان هایی دلپذیر و کارآمد تبدیل کنند و تجربه کاربری را بهبود بخشند.

واژه های کلیدی: گرافیک، محیط، شهر، گرافیک محیطی، گرافیک شهری

مقدمه

گرافیک محیطی به عنوان یکی از شاخه‌های مهم طراحی گرافیک، به ایجاد و طراحی نشانه‌ها، اطلاعات و عناصر بصری در فضاهای عمومی و شهری می‌پردازد. این حوزه از طراحی به منظور بهبود تجربه کاربران در محیط‌های شهری و تسهیل ارتباطات بصری میان افراد و فضاهای مختلف شکل گرفته است. گرافیک محیطی نه تنها به زیبایی‌شناسی فضاهای عمومی کمک می‌کند، بلکه نقش حیاتی در هدایت، اطلاع‌رسانی و ایجاد حس تعلق به مکان ایفا می‌کند. کاربردهای اصلی گرافیک محیطی شامل طراحی تابلوها، نشانه‌ها، نقشه‌ها و سیستم‌های راهنمایی است که به ساکنان و بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا در فضاهای شهری به راحتی حرکت کنند و اطلاعات مورد نیاز خود را به دست آورند. این طراحی‌ها باید به گونه‌ای باشند که به وضوح قابل درک باشند و در عین حال با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی منطقه هماهنگ باشند. به عنوان مثال، طراحی تابلوهای راهنمایی در یک شهر تاریخی باید با توجه به میراث فرهنگی آن منطقه انجام شود تا هویت شهری حفظ گردد. حوزه‌های فعالیت گرافیک شهری شامل طراحی هویت بصری شهر، ایجاد فضاهای عمومی جذاب و کارآمد، و ارتقاء تجربه کاربری در محیط‌های شهری است. این حوزه به طراحان این امکان را می‌دهد که با استفاده از عناصر گرافیکی، فضاهای عمومی را به مکان‌هایی دلپذیر و کارآمد تبدیل کنند. همچنین، گرافیک محیطی می‌تواند به ترویج فرهنگ محلی و ارتقاء حس تعلق به جامعه کمک کند. این مقاله به بررسی گرافیک محیطی و کاربردهای اصلی آن در حوزه‌های مختلف گرافیک شهری می‌پردازد. در نهایت، با توجه به اهمیت گرافیک محیطی در شکل‌دهی به تجربه شهری، این تحقیق می‌تواند به طراحان، برنامه‌ریزان شهری و مسئولان کمک کند تا با بهره‌گیری از اصول گرافیک محیطی، فضاهای عمومی را به مکان‌هایی جذاب و کارآمد تبدیل نمایند.

هنر عمومی

هنر عمومی اصطلاحی است که پس از دوره‌ی مدرنیسم در قرن بیستم وارد زمینه‌ی شهرهای غربی شد. پیش از این هنر تنها در ساخت شخصی افراد و خانواده‌های اشرافی و یا در عرصه‌های مقدس شهر دیده می‌شد. بنابراین شاخص هنر عمومی خصوصیت عام آن و طیف وسیع مخاطبان اثر است. (شمسی زاده ملکی، ۱۳۹۱) نوشتن تعریف دقیقی از اصطلاح هنر «عمومی همواره با دشواری‌هایی رو به رو بوده است. هنر عمومی در مفهوم عام آن هنری است که در فضاهای عمومی واقع شده است. اگر بخواهیم آن را از طریق قراردادی اش تعریف کنیم هنری است نظم یافته و تخصیص یافته برای عموم و دارای ویژگی اشتراکی بودن از جنبه دسترسی آن را به طور معمول می‌توان در محیط بیرونی پیدا کرد همچنین بر مبنای بستری که در آن واقع شده است قابل دریافت و ادراک می‌باشد. (مرادی، ۱۳۸۶) با این حال پس از طبقه بندی تعاریف موجود از مقوله هنر عمومی و توجه به سیر تحول و تکامل مفهوم هنر عمومی معاصر مشخص می‌شود که در تعریف آن شرط لازم، حضور اثر در فضای شهر است. اما چون شروط کافی برای تعریف آن مدون نشده هر کدام از اصطلاحات هنر عمومی را شامل می‌شود در حالی که تمایزی و هنر خیابانی، هنر شهری میان آنها در تعریف معین نشده است. همچنین در ارزیابی تعاریف ارائه شده روشن می‌شود بیشترین تاکید در معرفی هنر عمومی ماهیت آن را مشخص نمی‌کند و بر تاثیراتی معطوف است که در فضای شهری بر جای می‌گذارد ارتقای سطح کیفی زندگی تقویت حس مکان و هویت بخشی به منظر شهری تلقی نادرست از هنر عمومی که شاخه‌ای از هنرهای تجسمی است موجب تقلیل یافتن این هنر به ابژه‌ای صرف شده که تنها نقش تزئین شهر را به عهده دارد

تا جایی که به اعتقاد «ارمجانی» «تمام تاریخ هنر عمومی تلاشی برای نجات از فرضیات ناصحیح و مفاهیم مغشوش و تحریف واقعیت بوده است.» (ارمجانی، ۱۳۸۴)

هنر شهری

شهر پدیده ای جمعی است که مدنیترین دستاورد انسان در طی زندگی اجتماعی است. در واقع شهر یک کلیت است که از عناصری مجزا تشکیل شده است و میان این عناصر وحدت هدف و رابطه معنادار وجود دارد به میزان گستردگی ارتباط میان عناصر انسجام و تعادل این کل بیشتر خواهد بود یا به تعبیری درک شهروندان از شهر قوی تر و تعلق آنها به این محیط بیشتر خواهد بود شهر نوعی سازمان یافتگی اجتماعی در فضا است که باید آن را تولید کننده دائم فرهنگ و بهترین بستر برای فرهنگ سازی به حساب آورد. (فکوهی، ۱۳۸۳)

می توان هنری شهری را به مثابه پدیده ای منظرین در جامعه امروز دانست. منظر در تعریف پدیده ای است که به واسطه تعامل انسان با محیط به وجود می آید از این روست که آن را مقوله ای عینی ذهنی میدانند؛ کالبد محیط وجه عینی آن و ادراک، ناظر وجه ذهنی آن را تشکیل می دهد که دو جزء جدایی ناپذیر است. (عادلوند و دیگران، ۱۳۹۵) پیر دونادو منظر را مفهوم نوینی میداند. برای توصیف روابط فضای مادی و انسان هایی که آن را ادراک می کنند. (دونادو، ۱۳۹۲) به نظر میرسد با این تعاریف منظر مقوله ای دو وجهی است؛ از یک سو پدیده ای است که از تعامل انسان و محیط خلق می شود و از سوی دیگر رویکردی است که رابطه انسان با محیط را تفسیر می کند بر اساس این تعاریف شهر نیز پدیده ای منظرین است؛ سیال در میان مفاهیم و فیزیک و محصول ادراک انسان ها از محیط زندگی خود شهر ابر متنی است که صورت تجسمی دارد و بافتی از نشانه های تصویری حامل معنا از آنجا که شهر تجسم روح جمعی شهر و شهروندان است نمی توان کالبد شهر را از وجوه معنایی آن منفک کرد. به عبارت دیگر شهر کالبدی تشکیل شده از شکل و معناست. (نوروزی طلب، ۱۳۸۹) شهر به مثابه یک متن تصویری از یک ساختار زبانی همچون متون دیگر نوشتار و گفتاری تبعیت می کند. چنانچه لوی استروس از اصطلاح زبان شهر استفاده می کند بنابراین عناصر و نشانه های زبانی این متن باید در ارتباط با هم و وابسته به کل متن باشند تا بتوان آن را به عنوان یک متن منسجم - شهر تعبیر کرد (عادلوند موسوی لر منصوری، ۱۳۹۵)

آنچه در مورد هنر شهری و جایگاه آن در مکان شهری دارای اهمیت است شکل گیری یک رویداد اجتماعی است به این معنا که شهروندان در تعامل و روبرویی با اثر تجربه ای حسی و بصری را از سر می گذرانند. نتیجه تعاملات و تجارب افراد در این فضا دریافت حس هویت جمعی ارتقای مهارت جمعی و مشارکت اجتماعی خواهد بود در فضای جمعی است که امکان ارتباط انسان با فضا و با یکدیگر فراهم می شود؛ اتفاقی که در فضاهای عمومی سواره محور نمی افتد. ارتباط اختیاری انسان ها با یکدیگر و اشتراک گذاشتن تجربیات باعث احساس تعلق به مکان شده که به مرور خود منجر به شکل گیری خاطره جمعی نیز می شود. (عادلوند موسوی لر منصوری، ۱۳۹۵)

به طور کلی واژه هنر شهری شامل تمامی هنرهایی می شود که با مقاصد خاص و برنامه ریزی شده برای ناحیه ای مشخص از شهر طرح ریزی شده است. این هنر قابلیت دسترسی ساکنین را برای مواجه شدن با یک اثر ممکن می سازد همچنین واژه هنر شهری شامل هر اثر هنری است که قابل نمایش در فضای عمومی را دارد. (پورمند موسیوند، ۱۳۸۹) کلیه آثار تاریخی یادبودها و مجسمه های شهری را می توان از کهنترین آثار هنر شهری به شمار آورد. حتی بسیاری از جزییات یک اثر معماری گونه می تواند به خودی خود در زیر مجموعه هنر شهری قرار گیرد چه بسا در زمان ساخت یک منطقه از محیط شهری بسیاری از

شاخه های هنر شهری لحاظ می شوند مقوله هایی چون مبلمان شهری نورپردازی هنرهای گرافیتی از جمله مواردی هستند که در زمان ساخت یک منطقه باید مورد توجه قرار گیرند. نکته قابل توجه این است که هنر شهری تنها با حضور یک شیء فیزیکی تعریف نمی شود بلکه مواردی چون فضایی برای اجتماعات سالنهای تئاتر و حتی فضایی شاعرانه زیر مجموعه هنر شهری به حساب می آیند. (شهپاز، ۱۳۸۸)

تفاوت آثار هنر شهری با دیگر آثار هنری می تواند در این باشد که این آثار باید جزئی از کل شهر و تابع کلیت و نظام آن باشند در نتیجه هر اثری که هنرمند خلق می کند قابلیت تبدیل شدن به هنر شهری را ندارد و هنرمند ابتدا باید کلیت و ساختار زبانی شهر و مخاطبانش که همان شهروندان هستند را بشناسد؛ سپس اثری را خلق کند بنابراین مخاطب هنر شهری بر خلاف دیگر آثار هنری که ممکن است تنها برای مخاطب درون ذهن هنرمند خلق شده باشند نامشخص نیست و حتما هنرمند باید نسبت به مخاطبان اثرش آگاه باشد. (عادلونند موسوی لر منصوری، ۱۳۹۵)

فضای شهری

راب کریر از شهرسازان معاصر در یک تعریف کالبدی فضای شهری را اینگونه توصیف می کند اگر بخواهیم مفهوم فضای شهری را بدون تحمیل معیارهای زیباشناختی روشن کنیم، ناگزیریم فضاهای بین ساختمان ها را در شهرها و دیگر مکان ها فضای شهری قلمداد کنیم این فضا از نظر هندسی با نمادهای گوناگون محصور می شود فقط وضوح ویژگی های هندسی و کیفیتهای زیباشناختی آن است. که به ما اجازه می دهد آگاهانه فضای باز بیرونی را فضای شهری تلقی کنیم فضای باز بیرونی به منظور تحرک در هوای آزاد و با تقسیمات عمومی نیمه عمومی و خصوصی تعریف می شود. (کریر، ۱۳۸۳) یا برونو زوی معمار و منتقد ایتالیایی در تعریفی دیگر چنین نظری دارد جایی که خیابان ها، میدان ها، پارک ها، زمین های بازی و باغ ها همگی فضاهایی خالی اند که محدود شده اند یا طوری تعریف شده اند که فضایی محصور پدید آورند این همان فضای شهری است. (مدنی پور، ۱۳۷۹)

گرافیک محیطی

واژه گرافیک که در لغت به معنای نگارش و یا هنر نگارش آورده شده است امروزه به شکلی از هنرهای دیداری (بصری) گفته می شود که به بیان موضوعات از راه تصویر خواه تصاویر چاپی خواه جلوه های سینمایی یا تلویزیونی و غیره می پردازد. با گذر زمان و صنعتی شدن بیشتر شهرها و شهر نشینی نیاز هر چه بیشتر به ایجاد نوعی از گرافیک در پیرامون ایجاد شد که در قالب گرافیک محیطی شکل گرفت پیدایش گرافیک محیطی به قرن بیستم باز میگردد در گذشته طراحی بر روی اجسام با دو بعد انجام می شد ولی امروزه طراحی از دو بعد طول و عرض روی بعد سوم یعنی جسم قرار می گیرد. گرافیک محیطی به این نکات توجه می کند که طراحی ساختمان ها چگونه باشد؟ چرا که این ساختمان و نما در معرض دید افراد قرار می گیرد و نظر افراد خودآگاه یا نا خودآگاه به سمت این بناها جلب می شود در واقع طراحی محیط عمومی و آنچه در بستر جغرافیایی خاص نظیر طراحی میدان ها کناره های خیابان ها و غیره است. فضاهای مورد نظر می تواند باز یا بسته باشد کاربرد این نوع گرافیک در آن است که محیط زندگی بر رفتارهای ما تأثیر می گذارد. اگر نماها خیابان ها از نظر زیبایی بصری مناسب باشد و ارتباط عناصر حاضر در محیط در ارتباط با یکدیگر رعایت شود افراد خیلی راحت تر و آسوده تر زندگی می کنند. (استوار، ۱۳۹۲)

این شکل از گرافیک که از تابلوهای نشانگر در خیابان‌ها تا طراحی ساختمان‌های مدرن وسعت یافته است. یکی از کاربردی‌ترین جلوه‌های هنر گرافیک است که با کمک معمارانی متخصص در خدمت فضای زندگی انسان آمده است. در مورد کاربرد هنر گرافیک که امروزه بیشتر مردم گرافیک را مترادف با واژه تبلیغات میدانند باید گفت این هنر هم اکنون چنان در تار و پود زندگی صنعتی تنیده شده که بی اغراق شاید قرن ۲۱ را نتوان بدون آن تصور کرد. هنر 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. با این همه اهدافی تفصیلی نیز وجود دارند که در درون هر یک از آثار گرافیک محیطی بایستی به بررسی آنها پرداخت. گرافیک محیطی باید نشان دهنده هویت هر شهر باشد و طبق هویت تاریخی فرهنگی و هنری آن شهر طراحی شود گرافیک محیطی می‌تواند با تکیه بر هنر و عناصر ایران به جهت رنگ شکل و ترکیب بندی در جهت محیطی و شهری به پیشینه‌ها و سنت‌های محکم این مرز و بوم دست یابد. گرافیک چیزی است که امروز بیشتر بر پایه ضوابط غربی و بین المللی تکیه دارد. در حالی که اگر ترکیب هنر بومی و نوگرایی باشد موفق می‌شود شهری با هویت و محیطی دلپذیر را بسازد. امروزه محیطی سالم برای زندگی انسان از اهمیت بسیار فوق العاده‌ای برخوردار است. زمانی که یک ساختار گرافیکی در ارتباط مستقیم با اقشار مختلف یک جامعه شهری بود و هدف آن ایجاد یک فضای زندگی مساعد و دلپذیر و هماهنگ ساختن با سن و فرهنگ و خلق و خوی افراد آن جامعه باشد از آن به عنوان گرافیک محیطی یاد می‌شود. لذا ضروری است که طراحان مسئولان و متخصصین آن را به گونه‌ای طراحی کنند که شرایط زندگی و زیستن در آن همواره از نظم منطق و زیبایی لازم برخوردار باشد. (استوار، ۱۳۹۲)

گرافیک در هویت دادن به محیط‌های شهری و خوانا کردن آنها بسیار موثر است و ابزاری مطمئن برای طراحی شهری محسوب می‌شود تصاویر نقش بسته بر جداره و نمای فضای شهری در معنادار کردن محیط شهری موثرند؛ شهر وسیله‌ای ارتباط جمعی بسیار بزرگی است که مردم سیما و منظر آن را می‌خوانند؛ گرافیک محیطی علاوه بر اطلاع رسانی باید ارتقای بصری و کیفیت‌های زیبایی‌سازی فضای شهری را فراهم آورد و شهر را زیبا و دلنشین نماید (افشار مهاجر، ۱۳۸۸)

گرافیک محیطی که به بحث زیباسازی می‌پردازد و حوزه‌هایی چون نقاشی دیواری مجسمه‌های شهری آب‌نماها، مبلمان شهری و غیره را مطرح می‌کند می‌تواند محملی مناسب برای بیان هویت‌های ملی و بومی گردد. همه‌ی عناصر بصری موجود در یک شهر که به قصد زیباسازی طراحی شده‌اند با بازتاب هنر و فرهنگ ملی می‌تواند اشاعه دهنده فرهنگ و اعتلا دهنده‌ی آن باشد. چنان‌که آثار هنر شهری فارغ از هویت‌مندی فرهنگی باشند بسیار زود از یاد خواهند رفت و تاثیرگذاری اندکی برجا می‌گذارند. ایران با پشتوانه غنی فرهنگی و هنری می‌تواند بستری مناسب برای این مهم باشد؛ افسانه‌ها، اسطوره‌ها هنرهای تجسمی نگارگری باورهای عامیانه ضرب المثل‌ها صنایع دستی معماری و هنرهای وابسته هنرهای تزئینی میراث‌های ناملموس و غیره می‌توانند به شکل دیداری بازخوانی شوند و توسط هنرمندان تجسمی، گرافیک‌سازها طراحان صنعتی ساخته شده و به هر شهر با توجه به پیشینه‌ی بومی در کنار سابقه‌ی ملی هویتی ویژه بخشند در حقیقت نقشه‌های به کار رفته در محیط

زندگی شهری باید با فرهنگ جامعه و هنارها و ارزش‌های محلی و بومی مطابقت داشته باشند و توجه به باورها و اعتقادات مردم بسیار ضروری است (افشار مهاجر، ۱۳۸۸) این تجهیزات باید شرایط سازگاری با محیط را داشته باشند طرح یک ایستگاه اتوبوس جدا از زیبایی ظاهری باید سرپناهی مناسب باشد. در مورد سیستم‌های جدا کننده باید دقت شود فرم شکل اندازه در سطح شهر افراد را از شرایطی طبیعی دور نکند در زمینه سازگاری طرح‌ها با محیط می‌توان از بناهای به جا مانده از دوران

صفویه نظیر مساجد و میدان‌ها یاد کرد که تزئینات معماری بناهای مذهبی جنبه سازگاری و زیبایی شناختی با محیط داشته و در نهایت برای مخاطب جذاب است استفاده مناسب و به جا از فرم رنگ و سازگاری با شرایط معماری برای طراحی و سازماندهی هویت شهری ضروری است. (میرزایی نسب فهادان، ۱۳۹۲)

از دیگر ابعاد گرافیک محیطی رابطه ای است که با محیط و نحوه اجرای آن برقرار نموده تا در جلوه نهایی و کارکرد عملی آن موثر واقع شود که جداگانه مورد بررسی قرار می‌گیرد:

- ابعاد و اندازه عناصر گرافیکی زمانی جلوه و کارکرد مناسب خود را با محیط به دست خواهند آورد که کمیت ابعاد و اندازه کلی آنها در رابطه با محیط و موقعیت مخاطب در نظر گرفته شود. اجرای بزرگ اثر گرافیک محیطی در فضاهای خارجی همانند پارک‌ها و پیاده روها بنا به موقعیت مخاطب که در فاصله زیاد قرار دارد جلوه بهتر و تاثیر گذارتری خواهد داشت. ابعاد و اندازه باید به گونه ای در نظر گرفته شود که فضای آن محدوده را دچار آشفتگی ننموده و علاوه بر آن بر بیان زیبایی شناسی و کارکرد ارتباطی موثر تاکید نماید.

- مواد و مصالح اجرا کارکرد سادگی در طراحی عناصر تصویری علاوه بر بیان صراحت و گویایی قابلیت اجرا با مواد گوناگون در محیط را امکان پذیر می‌سازد انتخاب مواد و مصالح در اجرای ایده های محیطی با توجه به عوامل مختلف تاثیر گذار ویژگی‌های متفاوتی را بر جای می‌گذارد. تعیین نوع مواد و نحوه استفاده از آنها هم از لحاظ زیبایی شناسی و جلوه بصری و نیز از جنبه ماهیت فیزیکی در اجرا به ارتباط با محیط وابسته است. مصالح به کار رفته به عنوان عوامل تاثیر گذار را با ویژگی های متفاوتی می‌توان مورد بررسی قرار داد :

۱) عوامل جغرافیایی و شرایط جوی و محیطی در انتخاب نوع مواد و نحوه استفاده از آنها موثر است. شرایط آب و هوایی میزان تابش نور خورشید خشکی و رطوبت هوا بارندگی گرما و سرما در انتخاب مواد اجرایی در فضاهای خارجی اهمیت بسیاری دارد روش بهره برداری و کاربرد صحیح مواد متناسب با شرایط محیطی در ماندگاری فلز آهن به یقین در مناطق بارانی و پر رطوبت باعث اکسید شدن آن می‌شود و ماده چوب در هوای آزاد بدون در نظر گرفتن رابطه آنها با محیط و پوشش دهی مناسب باعث تخریب تدریجی اثر گرافیک محیطی خواهد شد.

۲) تناسب مواد و مصالح با موقعیت مورد نظر که می‌تواند از لحاظ محتوایی و زیبایی شناسی مورد توجه قرار گیرد انتخاب صحیح و مناسب ماده اجرایی می‌تواند در انعکاس ویژگی ها و کارکردهای محیط و موقعیت مورد نظر موثر واقع شود و ارزش‌های تصویری آن را تقویت کند. در اماکن تاریخی و باستانی که ماده اصلی آن از سنگ است استفاده از سنگ یا ترکیب آن با مواد دیگر روحیه مکان و فضا را در نظر مخاطب منعکس می‌کند یا کاربرد فلز استیل براق و صیقل خورده در اماکن مذهبی ای که جلوه های نور و رنگ و کاشی کاری ها در آن حاکی از مفاهیم تاریخی و معنوی دوره ای خاص می‌باشند باعث ناهماهنگی و تناقض بصری می‌شود یا باید به گونه ای از آن استفاده شود که در طراحی و ساختار بیانی هماهنگی و هم سویی با فضا را به وجود آورد.

۳) تنوع مواد در یک اجرای محیطی امکانات بیان تصویری را گسترش می‌دهد و در نهایت جلوه خوشایند و پویا و منحصر به فردی را به وجود خواهد آورد.

۴) کیفیت مواد در اجرای اثر محیطی اهمیت بسیاری پیدا می‌کند و امکان ماندگاری اثر را تا سالیان سال تضمین می‌نماید تا اینکه با صرف هزینه و زمان نیاز به اجرا و ساخت مجدد را نداشته باشد.

۵) عدم کثرت مواد و استفاده از مواد کمیاب و خاص که احتمال استهلاک و تخریب آن می‌رود و از سویی تهیه و استفاده مجدد از آن با دشواری همراه بوده و زمانی طولانی جهت تهیه و ساخت و نصب آن سپری شده و به گونه ای که سازه تا مدت‌ها به صورت ناقص و تخریب شده چهره ناخوشایندی را نمایش دهد و کارکرد اطلاع رسانی خود را از دست بدهد.

۶) مکان نصب و استقرار استقرار طرحهای محیطی و انتخاب موقعیت صحیح بایستی در رابطه با زاویه دید مناسب ناظر و مسیر تردد او صورت پذیرد جایی که مخاطب خارج و به مکانی دیگر وارد می‌شود یا در جایی که می‌ایستد. (رشنود، ۱۳۹۱)

رنگ و نورپردازی رنگ یکی از مهمترین ابزارهایی است که می‌تواند جهت حفظ و تقویت خوانایی و هویت در تک تک فضاهای شهری مورد استفاده قرار گیرد رنگ‌ها معانی نمادین دارند و حتی در تصورات ذهنی ما نیز هر بنا با رنگ‌های خاصی تداعی می‌شود. مثلا رنگ‌های فیروزه ای و آبی یادآور بناهای مذهبی و مساجد و رنگ‌های تند و شاد یادآور فضاهای کودکان می‌باشند رنگ‌های مختلف می‌توانند یادآور زمانها معانی و وقایع خاص باشند. در این راستا بررسی سابقه رنگی شهر یا به عبارت دقیق تر پالت رنگی آن به ما کمک می‌کند تا بتوانیم آن را حفظ کنیم و یا برای هر شهر پالت رنگی خاصی تعریف کنیم که عناصر تشکیل دهنده آن همان واژگان رنگی یا در واقع انواع رنگ‌هایی باشند که در ترکیب با هم چهره رنگی فضاهای شهر را تعریف می‌کنند.

در شهرهای گذشته رنگ‌های طبیعی مصالح محلی که بناها به وسیله ی آنها ساخته میشد به شهر چهره ای هماهنگ و همگون می‌داد و با روحیه اقلیم و فرهنگ مردم نیز بیشتر تطبیق می‌کرد به این ترتیب رنگ هر شهر تثبیت شده بود و جنبه ای از هویت آن محسوب می‌شد. (حسینیون، ۱۳۸۰)

در گذشته شهرهای مذهبی رنگ خاص خود را داشت. در این شهرها بناهای شاخص شهری به ویژه بناهای مذهبی با تزئینات کاشی فیروزه ای رنگ در زمینه خاکی خود میدرخشیدند و خود را متمایز میکردند. شهرهای کویری ترکیبی از آسمان آبی بناهای خاکی گنبد فیروزه ای رنگ و درختان سبز الگوی رنگی خاصی را در ذهن بیننده حک می‌نمایند که تجربه حرکت در چنین فضاهای شهری به دلیل وحدت آن آرامش بخش و به دلیل هارمونی رنگی حساب شده زیبا و سرزنده است. (فلاح طالبی، ۱۳۹۵) از جنبه روانی کاربرد رنگ فضا را متنوع و سرزنده می‌سازد و عناصر تصویری را بیانی واحد و یکپارچه می‌بخشد. کارکردهای متعددی را که قابلیت‌های رنگ‌ها از خود بر جای می‌گذارند و به این گونه می‌توان برشمرد:

۱- بیان نمادین به کاربردن رنگ‌ها با تاکید بر جنبه نمادین آنها و در برخی شرایط در قیاس با نمادها و نشانه مفاهیم را به شکل صریح تر و سریع تری بیان می‌نماید.

۲- تقابل رنگ‌ها در این گونه موارد توجه به ویژگی‌های کلی رنگ محیط اطراف در انتخاب گزینه رنگ علائم و نشانه ها تاثیر گذار خواهد بود و تقابل و همنشینی رنگ‌ها جهت توجه به علائم و نشانه ها به کار می‌رود استفاده از رنگ سبز در محیط پارک‌ها و فضاهای سبز، علائم و نشانه ها را به شکل بارزتری نمایش نخواهد داد و مانع جلب توجه مخاطب به عناصر گرافیک محیطی می‌شود در اقلیم های گرم و خشک نیز استفاده از رنگ‌های سرد مانع از بیان یکنواختی محیط می‌شود که این نوع بیان را در گنبدهای فیروزه ای معماری اسلامی که در بافت گرم و کویری همسانی دلنشینی را به وجود می‌آورد می‌توان مشاهده نمود.

۳- بیان عینی رنگ رابطه رنگ با ویژگی‌های تصویری نشانه و محیط کارکرد عینی و مستقیمی را نیز ایجاد می‌کند و گونه ای از انتخاب را شامل می‌شود که ویژگی رنگ جزء لاینفک موضوع و شرایط طبیعی مکان مورد نظر باشد. توجه به عنصر رنگ برای سرعت بخشیدن پیام تصویر ضروری به نظر میرسد.

۴- اغلب شرایط انتخاب یک گزینه رنگی متأثر از فضای رنگ و ساختار تصویری مکان مورد نظر می باشد و گزینه رنگی متناسب با ویژگی های رنگی محیط به عنوان عنصر مکمل و همنشین و وابسته به هویت سازمانی آن مکان مورد استفاده قرار می گیرد (رشوند، ۱۳۹۱)

گرافیک شهری

گرافیک شهری ره آورد مجموعه ای از ارتباطات و فرایندهای تصویری است که نظام مندی بصری عناصر دیده شونده کیفیت شکل گیری در محیط و ایجاد تناسب بین آنها را با در نظر گرفتن اصول زیبایی شناسی و کاربردی ارائه می نماید. (وحدت سجادزاده، ۱۳۹۵) گرافیک شهری چگونگی استفاده از انواع شکل ها رنگ ها نقش ها و تصاویر گوناگون را به شکل ماهرانه اصولی و برنامه ریزی شده در جهت بهتر و ساده تر شدن ارتباطات و همچنین کامل تر ساختن زیبایی های محیط شهری بررسی می کند (ستاری اقبالی، ۱۳۹۳) بنابراین گرافیک شهری بخشی از هنر سازماندهی فضای شهری نیز است که با رشته های مختلف علمی و هنری مانند طراحی شهری برنامه ریزی شهری معماری و منظر سازی گرافیک مهندسی برق مهندسی ترافیک و حمل و نقل روان شناسی جامعه شناسی و اقتصاد سروکار دارد در عین حال با سیاست و فرهنگ نیز ارتباط برقرار می کند (صدر محمدی، ۱۳۸۷)

گرافیک شهری یا محیطی بر اساس تقسیم بندی بین المللی که «والتر مرج» در کتاب «آرکی گروپیا» بدان اشاره داشته به شش قسمت تقسیم شده است:

۱- پیکتوگرام ها

۲- علائم راهنمایی و رانندگی در شهرها و فرشگاه ها

۳- سیستم های هدایت بصری

۴- طراحی گرافیکی حروف روی ساختمان ها و فروش گاه ها

۵- طرح های گرافیکی با ابعاد بزرگ

۶- گرافیک بدنه وسایل حمل و نقل.

گرافیک محیطی شهری گستردگی بسیار زیادی دارد اما قابل تقسیم بندی به ابزاری مشخص می باشد بحث مهم در زمینه نوع آن که تبلیغاتی علمی و آموزشی نیست و بیشتر حول محور موارد استفاده از آن می باشد که شامل انواع آب نماها انواع میدان ها مجسمه ها نمادها و مکان ها تابلوها دیوار نویسی ها سردرب ها اشکال خاص و تلویزیون های شهری می باشد. (استوار ۱۳۹۲) گرافیک شهری را به دو گروه فضای بسته و باز تقسیم می کند.

کاربردهای اصلی و حوزه های فعالیت گرافیک شهری

۱- علائم تصویری خدمات عمومی شهری، علائم راهنمایی و رانندگی در شهرها و بزرگراه ها، هدایت تصویری نوشتاری اماکن خصوصی

۲- آگهی ها و پوسترهای تبلیغی و تجاری

۳- زیباسازی اماکن عمومی، تفریحی و معابر

۴- نمادها و سر در مراکز و اماکن عمومی و خصوصی

- ۵- تابلوهای تبلیغی، آموزشی فرهنگی اطلاع رسانی و تجاری، تابلوهای تخت، بیلبوردها، تابلوهای گردان، تابلوهای چندوجهی، تابلوهای دیجیتال و بنرها پنل‌های دیوار و استندها
- ۶- رنگ آمیزی و چیدمان عناصر تزئینی بناها اماکن و فضاهای شهری
- ۷- طراحی غرفه ها و ویترین‌های فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌ها و جداساز فضای مراکز اداری تجاری و خدماتی
- ۸- طراحی گرافیکی و رنگآمیزی طرح‌های نقش بسته بر دیوارها پنل‌ها و وسائل نقلیه عناصر و حجم‌های تزئینی فضای شهری
- ۹- گرافیک محیطی فضاهای سبز، پارک‌ها و گردشگاه‌ها، گرافیک محیطی مبلمان شهری ایستگاه‌ها، پارک‌ها مراکز تفریحی، ادارات بیمارستان‌ها، مدارس و دانشگاه‌ها
- ۱۰- زیباسازی میادین معابر آبنماها و حجم‌های تزئینی
- ۱۱- طراحی تزئینات محیطی (در مراسم، جشنواره‌ها، مسابقات، جشن‌ها، اعیاد، آیین‌های دینی و مذهبی و...) (اسدالهی، ۱۳۸۹)

جنبه‌های مختلف گرافیک محیطی و اهداف آن

- ۱- جنبه‌ی اطلاع رسانی و یا تاکید و هشدار نسبت به موضوعی خاص
- ۲- جنبه‌ی فرهنگی مانند تبلیغات شهری نظیر تاتر، سینما و...
- ۳- جنبه آموزشی
- ۴- جنبه تبلیغاتی
- ۵- جنبه زیبایی هنری و صرفا زیباسازی محیط گرافیک شهری اهداف کلان زیر را دنبال می‌کند :
 - ۱- هویت و تشخیص بخشی به نماها و فضاهای شهری از مهمترین اهدافی است که با فرایند گرافیک شهری تحقق می‌یابد؛ مشروط بر اینکه این هویت تعریف مشخص داشته باشد تا بتوان در شکلی متحد و هماهنگ به آن دست یافت. در غیر این صورت آن هویت مجموعه‌ای از رفتارهای مسئولانه و غیر مسئولانه فردی و جمعی و غیر کارشناسانه خواهد بود که انعکاس رفتارهای اجتماعی زمان خود است.
 - ۲- چه در یک شهر آشفته‌گی و چه نظم وجود داشته باشد گرافیک شهری برای ایجاد آرامش بصری وارد عمل می‌شود زیرا یکی از ویژه‌ترین اهداف اجتماعی و روانی فرایند گرافیک شهری ایجاد آرامش و تلطیف فضای پیرامونی و همچنین کاهش شدت زبان‌های روانی ناشی از اغتشاشات و آلودگی بصری است در شهری آشفته گرافیک شهری یکی از تامین‌کنندگان نظم و آرامش است در حالی که در یک شهر منظم و منضبط گرافیک شهری محصولی از یک فرایند جامع است که یکی از عناصر این فرایند جامع به شمار می‌آید.
 - ۳- هدف مهم دیگر گرافیک شهری ارتقاء فرهنگ بصری و تجسمی صحیح در شهروندان است. عموم شهروندان یک شهر تلقی عامی از زیبایی دارند در حالی که متخصصان می‌توانند تلقی خاص‌تری از زیبایی را به زبانی عامیانه ارائه کنند و لایه‌های گوناگون را در یک ره آورد زیبایی قرار دهند. این ره آورد موجب ایجاد انس و الفت شهروندان با هنرهای شهری می‌شود. فراتر از تأثیرات فردی و جمعی این فرایند مسئولیت نگاهداری از شهر را نیز در بین شهروندان ایجاد می‌کنند زیرا مردم در شهری که اجزا و عناصر آن آراسته و امن چیده و طراحی شده باشند رفتار مراقبانه‌تری همراه با لذت از محیط شهری خواهند داشت تا نسبت به شهری که در فضای آن به خواسته‌ها تمایلات روحی و اجتماعی و محیطی شهروند توجهی نمی‌شود.

۴- با گرافیک شهری توسعه آثار هنری و تجارب تجسمی هم در طراحی و هم اجرا با کیفیت ماندگار در شهر و منطبق بر اصول علمی حاصل می‌شود که این اتفاق هدفی فرهنگی و ارزشی برای یک جامعه مدنی است.

۵- رفتار بصری، قالب‌های تبلیغی، خدمات عمومی، ویتترین‌ها، اطلاع رسانیها، راهنماها و... برای تناسب با دیگر عناصر شهری سامانه ای قانونمند و مرتب خواهند یافت. (صلواتی، ۱۳۹۰)

استوار در کتاب گرافیک محیطی ابزار گرافیک محیطی را موارد زیر معرفی می‌کند:

۱- علائم و پیکتوگرام‌ها

۲- بیلبرد

۳- تابلو بنر پوستر و استند

۴- میدان و مجسمه و آبنا

۵- بالون و چترها

۶- تابلوهای دیجیتال

۷- تلویزیون‌های شهری.

گرافیک شهری و شهرداری ها

گرافیک شهری به مجموعه‌ای از طراحی‌ها و عناصر بصری اطلاق می‌شود که در فضاهای عمومی شهرها به کار می‌روند. این عناصر شامل تابلوها، نشانه‌ها، المان‌های هنری، و دیگر اجزای بصری هستند که به هدایت، اطلاع‌رسانی و زیباسازی محیط شهری کمک می‌کنند. نقش شهرداری‌ها در این زمینه بسیار حیاتی است، زیرا آن‌ها مسئول برنامه‌ریزی، طراحی، و اجرای پروژه‌های گرافیک شهری هستند. شهرداری‌ها باید با توجه به نیازهای جامعه و ویژگی‌های فرهنگی و تاریخی هر منطقه، برنامه‌ریزی دقیقی برای طراحی گرافیک شهری داشته باشند. این برنامه‌ریزی شامل شناسایی نقاط کلیدی برای نصب تابلوها و نشانه‌ها، انتخاب طراحی‌های متناسب با هویت محلی و ایجاد یک زبان بصری یکپارچه در سطح شهر است. طراحی گرافیک شهری باید به گونه‌ای باشد که نه تنها زیبا و جذاب باشد، بلکه به راحتی قابل درک و استفاده باشد. یکی از اهداف اصلی گرافیک شهری، ایجاد هویت بصری برای شهر است. شهرداری‌ها با استفاده از طراحی‌های منحصر به فرد و متناسب با فرهنگ محلی می‌توانند به تقویت هویت شهری کمک کنند. این هویت بصری می‌تواند به جذب گردشگران، افزایش حس تعلق شهروندان و ارتقاء تصویر عمومی شهر کمک کند. طراحی‌های خلاقانه و متناسب با محیط می‌توانند به عنوان نمادهایی از تاریخ و فرهنگ شهر عمل کنند. گرافیک شهری نقش مهمی در اطلاع‌رسانی و هدایت ساکنان و بازدیدکنندگان دارد. تابلوها و نشانه‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که اطلاعات لازم را به راحتی و به وضوح منتقل کنند. شهرداری‌ها باید اطمینان حاصل کنند که این عناصر به راحتی قابل مشاهده و درک هستند و به نیازهای مختلف کاربران پاسخ می‌دهند. این امر می‌تواند به کاهش سردرگمی و افزایش امنیت در فضاهای عمومی کمک کند. مشارکت جامعه در فرآیند طراحی گرافیک شهری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. شهرداری‌ها باید با برگزاری جلسات مشاوره و نظرسنجی‌های عمومی، نظرات و پیشنهادات ساکنان را جمع‌آوری کنند. این مشارکت می‌تواند به افزایش حس تعلق و مالکیت شهروندان نسبت به فضاهای عمومی کمک کند و باعث شود که طراحی‌های گرافیک شهری به عنوان بخشی از هویت شهری شناخته شوند. پس از اجرای پروژه‌های گرافیک شهری، شهرداری‌ها مسئول نگهداری و به‌روزرسانی این عناصر هستند. این شامل تعمیرات دوره‌ای، نظافت و مراقبت از تابلوها و

نشانه‌ها می‌شود. نگهداری مناسب می‌تواند به افزایش عمر مفید این عناصر و حفظ زیبایی و جذابیت آن‌ها کمک کند. گرافیک شهری به عنوان یک عنصر کلیدی در طراحی و مدیریت فضاهای عمومی، نقش مهمی در شکل‌دهی به تجربه شهری و ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان و بازدیدکنندگان دارد. شهرداری‌ها با برنامه‌ریزی، طراحی، و اجرای پروژه‌های گرافیک شهری می‌توانند به ایجاد هویت بصری، اطلاع‌رسانی مؤثر و زیباسازی محیط شهری کمک کنند. این عناصر نه تنها به زیبایی شهر می‌افزایند، بلکه به عنوان ابزاری برای تقویت ارتباطات اجتماعی و فرهنگی در جامعه عمل می‌کنند. با توجه به چالش‌های موجود در عصر جهانی‌سازی و تغییرات سریع اجتماعی، توجه به گرافیک شهری به عنوان ابزاری برای حفظ هویت شهری و تقویت ارتباطات اجتماعی ضروری است.

منابع و مآخذ

۱. ارمجانی، سیاوش (۱۳۸۴) هنر عمومی، ترجمه خسرو ریگی تهران: نشریه تندیش، شماره ۴۶ صفحات ۸-۹.
۲. استوار، مسیب (۱۳۹۲) هنر گرافیک محیطی، تهران: انتشارات رازنامه.
۳. اسداللهی، مصطفی (۱۳۸۹) بررسی نقش عناصر محیطی در کیفیت بصری فضا، نشریه منظر، شماره ۷ صفحات ۷۱-۷۰.
۴. افشار مهاجر، کامران (۱۳۸۸) شناخت هنر گرافیک، تهران: انتشارات فاطمی.
۵. پورمند؛ حسنعلی، موسیوند؛ محسن (۱۳۸۹) مجسمه سازی در فضاهای شهری تهران، نشریه هنرهای زیبا هنرهای تجسمی، شماره ۴۴، صفحات ۵۸-۵۱.
۶. حسینیون، سولماز (۱۳۸۰) کاربرد رنگ در شهر، ماهنامه شهرداری ها، شماره ۲۳.
۷. دونادیو، پیر (۱۳۹۲) منظر به مثابه دارایی مشترک مجله، منظر، دوره ۵، شماره ۲۳ صفحات ۴۲۳۹.
۸. رشوند، زینب (۱۳۹۱) ویژگی ها و مفاهیم گرافیک محیطی با رویکردی بر اطلاع رسانی، ماهنامه کتاب ماه هنر، شماره ۱۶۷، صفحات ۷۵-۶۸.
۹. ستاری؛ سپیده، اقبالی؛ پرویز (۱۳۹۳) نقش گرافیک محیطی در فضای آموزشی تفریحی پارک کودکان، مجله کتاب ماه هنر، شماره ۱۸۹، صفحات ۴۵-۳۸.
۱۰. شمسی زاده ملکی، روح الله (۱۳۹۱) نسبت میان مجسمه با محیط و مخاطب، تهران، باغ منظر، شماره ۱۹، صفحات ۲۶-۲۰.
۱۱. شهباز، دلبر (۱۳۸۸) شهر و هنر شهری، شماره ۱۵۳.
۱۲. صدر محمدی، علیرضا (۱۳۸۷) چرا تبلیغات محیطی، تهران: آثار اندیشه.
۱۳. صلواتی، مرجان (۱۳۹۰) تاثیر گرافیک محیطی در ارتباطات شهری، دو فصلنامه علمی پژوهشی هنرهای تجسمی نقش مایه، شماره ۷.
۱۴. عادلوند؛ پدیده، موسوی لر؛ اشرف السادات، منصوری؛ امیر (۱۳۹۵) هنر شهری به مثابه پدیده ای منظرین در جامعه امروز، تهران: باغ نظر، شماره ۳۹ صفحات ۳۹-۴۴.
۱۵. فکوهی، ناصر (۱۳۸۳) انسان شناسی شهری، تهران: نشر نی.
۱۶. کریر، راب (۱۳۸۳) فضای شهری، ترجمه خسرو هاشمی نژاد، تهران: نشر خاک.
۱۷. مدنی پور، علی (۱۳۷۹) طراحی فضای شهری نگرشی بر فرایند اجتماعی مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، تهران: شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
۱۸. مرادی، سلمان (۱۳۸۶) هنر عمومی و تلفیق آن با فضای شهری، تهران: نشریه باغ نظر شماره ۸، صفحات ۹۰-۸۱.
۱۹. میرزایی نسب فهادان، مهدی (۱۳۹۲) جایگاه گرافیک محیطی در هویت بصری شهر، مجله چیدمان، سال دوم، شماره ۴.
۲۰. نوروزی طلب، علیرضا (۱۳۸۹) قرائت منظر شهر به مثابه متن، مجله منظر، دوره ۲، شماره ۱۱، صفحات ۲۱-۱۸.
۲۱. وحدت؛ سلمان، سجاذاده؛ حسن (۱۳۹۵) بررسی و ارزیابی نقش هنر شهری در افزایش میزان حضور پذیری فضاهای عمومی با تاکید بر گرافیک شهری، دو فصلنامه علمی ترویجی پژوهش هنر، سال ششم، شماره یازدهم، صفحات ۳۸-۲۵.