

بررسی تحلیلی تاثیر گرافیک محیطی بر ارتقاء بصری فضای شهری (مطالعه موردی: المان‌های نوروز ۱۳۹۲ ه.ش، شهر مشهد)

ایلا سلامیان

گروه گرافیک، دانشگاه هنر و معماری، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

چکیده

شهر مشهد به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری ایران چه از لحاظ توریستی و چه از لحاظ مذهبی، دارای ویژگی‌های خاص و منحصر بفردی است، به همین دلیل کیفیت و جایگاه گرافیک محیطی این شهر و در راستای آن المان‌های شهری نیز می‌تواند نقش ویژه‌ای در خصوصیات محیطی و شهری آن داشته باشد. می‌توان گفت برنامه ریزی شهری، طراحی شهری و همچنین گرافیک محیطی در این شهر از چنان جایگاه ویژه‌ای برخوردار است که می‌تواند به عنوان نمونه‌ای از فرهنگ شهرنشینی و فرهنگ ایرانی-اسلامی کشورمان قلمداد شود. پژوهش حاضر با رویکردی توصیفی، تحلیلی در نظر دارد تا به المان‌های شهری نوروز ۹۲ مشهد بپردازد. هدف از پژوهش حاضر، بررسی و تحلیل تاثیر و نقش گرافیک محیطی بر ارتقاء بصری فضای شهری، مطالعه پیرامون المان‌های نوروز ۹۲ شهر مشهد و میزان موفقیت این المان‌ها در فرایند فضای شهری می‌باشد. یافته‌های حاصل از این پژوهش آن است که، بر اساس داده‌های آماری و تحلیل و بررسی برخی از المان‌های نوروز ۹۲ مشهد؛ این آثار توانسته‌اند هم در پیشبرد حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی و نیز ارتقاء بصری شهر و بالا بردن ذاتقه بصری مخاطبان، به میزان زیادی تاثیر گذار باشند. از طرفی دیگر این المان‌ها، در مقایسه با سال‌های قبل و بعد خود در مشهد و سایر شهرهای کشور دارای هویت، زیبایی و کیفیت بصری بالاتری بوده است، به حدی که شهروندان و زائرین، شور و استقبال بیشتری به این المان‌ها نشان داده‌اند.

واژه‌های کلیدی: گرافیک محیطی، المان‌های شهری، فضای شهری، المان‌های نوروز، شهر مشهد

مقدمه

ویژگی‌های هر شهر تحت تاثیر محیط جغرافیایی شامل ساختار فرهنگی-تاریخی آن منطقه شکل می‌گیرد. البته ساختارهای فرهنگی از جمله ایدئولوژی، سیاست، اقتصاد، جذابیت‌های گردشگری و بافت فرهنگی هر منطقه در طراحی شهری و همچنین انتخاب المان‌های شهری بسیار تاثیر گذار می‌باشد. از جمله عناصر مهم هویت بخشی به شهرها نمادها هستند که به صورت شناسنامه‌ای گویا می‌توانند معرف آن به مخاطب باشند. نمادها و المان‌های شهری از جمله بناهای مهم در طراحی معماری و طراحی شهری محسوب می‌شوند به نحوی که گاهی از خود شهر پر اهمیت‌تر جلوه نموده و بیانگر هویت، شخصیت و عصاره آن می‌شوند. در این میان شهر مشهد نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های زیارتی و گردشگری ایران و جهان اسلام، اهمیت خاصی می‌یابد. در واقع می‌توان گفت حجم بالای زائر و مسافر، مشهد را به یک ویتترین تبدیل کرده است که در نوروز شکل ویژه‌ای به خود می‌گیرد. برنامه ریزی شهری، طراحی شهری و همچنین گرافیک محیطی در این شهر از چنان جایگاه ویژه‌ای برخوردار است که می‌تواند به عنوان نمونه‌ای از فرهنگ شهرنشینی و فرهنگ ایرانی-اسلامی کشورمان قلمداد شود.

ما در این مجال قصد داریم با بررسی المان‌های شهری مشهد به بررسی تحلیلی تاثیر گرافیک محیطی بر ارتقاء بصری فضای شهری این کلان شهر با مطالعه موردی المان‌های نوروز ۱۳۹۲ این شهر بپردازیم. گرافیک محیطی جزء لاینفک زندگی شهری شده است و سعی در ارتقاء رابطه معنادار شهروندان با فضای شهری دارد. امروزه در فرهنگ شهری، گرافیک محیطی نقش مهمی در فرهنگ‌سازی و روابط گفتمانی نهادهای حاکمیت با اقشار مختلف جامعه ایفا می‌کند، چراکه این هنر می‌تواند ارتباطی وسیع و موثر با مخاطبان خود برقرار کند. بنابراین متولیان امور زیباسازی شهر باید به این مهم به خوبی واقف باشند تا با طراحی صحیح محیطی که بتواند مبتنی بر ساخت‌مندی فضای فرهنگی شهر باشد، کنش‌گری فرهنگ مدارانه در شهروندان به وجود آورند. جهان امروز نیز مملو از علائم، نشانه‌ها و دیگر عناصر گرافیکی آموزش دهنده و اطلاع رسان است که عامل ایجاد نظم و یاری دهنده مدیران و مجریان، برای به اجرا در آوردن قوانین و مقررات و ابزار توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. شهرهای مهم جهان در زمینه تجارت و گردشگری با یکدیگر در رقابت هستند تا پیوسته در حال یافتن روش‌ها و نشانه‌های جذاب و گویاتر برای راهنمایی و جلب توجه بازدیدکنندگان باشند. شهر مشهد نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین شهرهای زیارتی و گردشگری ایران و جهان اسلام، اهمیت خاصی دارد. این شهر، هر ساله به طور میانگین پذیرای ۲۵ میلیون زائر و مسافر، به ویژه در نوروز و تابستان و ایام مذهبی می‌باشد. در این میان نقش المان‌های نوروز در ارتقاء کیفیت محیط شهر برای شهروندان و ایجاد توسعه اماکن تفریحی بر کیفیت زیارت و جلب نظر زائرین نقش بسزایی را دارد. این حرکت که از مشهد آغاز گردید، شروع آن از سال ۱۳۸۸ شکل گرفت و در سال ۱۳۹۲ به اوج خود رسید. بهار سال ۱۳۹۲ برای مشهد و هنرمندانش خاطره انگیز بود. این سال، نه تنها از جهت جامعه شناختی حس شور و مشارکت مردمی را افزایش داد، بلکه باعث شکل‌گیری و پررنگ‌تر شدن المان‌های نوروزی در دیگر نقاط کشورمان هم شد. به لحاظ نوآوری‌های صورت گرفته در بهار سال ۱۳۹۲ شهر مشهد، بر آن شدم که در پژوهش خود به بحث گرافیک محیطی شهر مشهد که از شهرهای کلان و مهم کشور عزیزمان است، بپردازم.

ادبیات یا پیشینه تحقیق (چهارچوب نظری)

با توجه به منابع موجود و در دسترس پژوهشگر، پیشینه‌هایی که تا کنون یافت شد به ترتیب ذیل هستند:

لازم به توضیح است که به واسطه اهمیت به جایگاه علمی، ابتدا مقالات، سپس پایان نامه‌ها و در نهایت کتب معرفی می‌شوند. ترتیب معرفی پیشینه‌ها بر اساس حرف اول نام خانوادگی نویسنده است.

۱- پورمند، حسنعلی: ۱۳۸۹، "مجسمه سازی در فضای شهری، نشریه هنرهای زیبا"- مجله هنرهای تجسمی، در این مقاله فارغ از تمامی فضاهای متعددی که در شهرها یافت می‌شود، فضاهای هنرمندانه و حاوی آثار زیبا و متناسب مجسمه های شهری، پیشنهاد می‌شود که یکی از مناسب ترین راه حل‌ها جهت زیبا سازی فضاهای محیطی و تعامل شهروندان در شهرها است.

۲- تجویدی، فاطمه: ۱۳۸۱، "بررسی گرافیک محیطی شهر تهران و تاثیرات فرهنگی آن"، مجله هنر و معماری، این مقاله به چگونگی تاثیر گرافیک محیطی در سلامت ذهنی افراد جامعه و بالا بردن فرهنگ عمومی پرداخته است. اهمیت گرافیک محیطی در برقراری ارتباط بهتر و سریع تر جوامع شهری خصوصا در شهر تهران نیز یکی از مواردی است که در این مقاله به تفصیل پرداخته شده است.

۳- رشوند، زینب: ۱۳۹۲، "طراحی گرافیک محیطی"، مجله کتاب هنر، با توجه به توسعه و تحولات زندگی شهر نشینی، نحوه تعاملات شهروندان با محیط نیز در برآوردن ضرورت‌ها و نیازهایشان دگرگون شده است. گرافیک محیطی با رویکرد اطلاع رسانی در محیط معماری و فضای شهری می‌تواند زمینه تسهیل در تعامل شهروندان و محیط شهری را به عنوان رسانه ای پویا و تاثیر گذار به وجود آورد. اینها مواردی است که در این مقاله بدان اشاره شده است.

۴- عبدالحسینی، امیر: ۱۳۸۵، "گرافیک محیطی، تصویر جامعه"، مجله هنرهای تجسمی، شناخت عوامل اختلال و ناآرامی در شهرها و جوامع به مسایلی از قبیل روانشناسی، جامعه شناسی، فرهنگ شناسی، شهرسازی و غیره ارتباط دارد. این مقاله نقش هنر بویژه هنرهای تجسمی را در این ارتباط مورد بررسی قرار داده است.

۵- لطفی، صدیقه: ۱۳۹۱، "بررسی ارتباط نمادهای شهری با هویت شهر" (مطالعه موردی: شهر گنبد کاووس) فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا. در این مقاله به مشکلات در اثر عدم رعایت شهرسازی بومی و بحران هویت در مباحث شهری پرداخته شده است. نویسنده در این مقاله به فقدان سمبلهای جدید در گنبد کاووس اشاره نموده و آن را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار داده است.

۱- حاتمی، صفیه: ۱۳۸۹، "نقش گرافیک در زیبا سازی فضاهای شهری (گرافیک محیطی)"، پایان نامه در مقطع کارشناسی ارشد، استاد راهنما دکتر محمد فدوی، دانشگاه تربیت مدرس. در این پایان نامه به نقش هنر در درمان نابسامانی های ناشی از بی نظمی ها و آشفتگی های مناظر مختلف شهری و تاثیرات نامطلوب بر روحیه انسان‌ها، پرداخته شده است. در این میان دو مقوله اثر دیواری (نقاشی و تصویر سازی روی دیوار) و مساله رنگ بررسی شده است.

۲- شریفی، آزاده: ۱۳۸۷، "بررسی عملکرد گرافیک محیطی"، در مقطع کارشناسی ارشد، استاد راهنما دکتر محمد حسینی، دانشگاه تربیت مدرس. در این پایان نامه نقش طراح گرافیک در سهولت امر مسیر یابی و اطلاع رسانی و زیبا سازی محیط و در نتیجه ایجاد امنیت و آرامش برای مخاطبین، مورد بررسی قرار گرفته است.

۳- شکرابی، هدی: ۱۳۹۱، "بررسی گرافیک محیطی سال‌های اخیر در ایران"، استاد راهنما دکتر ندا رسولی ارسبی، مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه شاهد. نویسنده با توجه به زیبایی بصری در شهرهای مختلف ایران این پایان نامه را انجام داده است و بیشتر به معنا و مفهوم گرافیک محیطی پرداخته است. به دلیل اهمیت داشتن گرافیک محیطی در جامعه و دلایل لزوم آن نیز توجه نموده است. در انتها به بررسی بخشی از دیوارنگارهای ایران اشاره شده است.

۴- عزیزی، سمیه: ۱۳۸۸، "مطالعه تاثیر پدیده های نو در گرافیک محیطی جهان"، مقطع کارشناسی ارشد. دانشگاه شاهد، استاد راهنما دکتر علی نادعلیان. در این پایان نامه در مورد تاثیر زمان و تحول در فناوری های جدید و شیوه های نوین گرافیک محیطی مطالبی گردآوری شده است و اینکه چقدر در ایران معاصر از این فناوری‌ها استفاده می‌شود.

۵- وفائیان، مژده: ۱۳۸۹، "بررسی نقش گرافیک محیطی در جاذبه های گردشگری استان تهران"، مقطع کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا نام استاد دکتر معصومه اینانلو. در این پایان نامه سعی شده است با گردآوری کلیه اطلاعات در باره جاذبه های گردشگری، توریسم، زیبایی شناسی و نیز هنرگرافیک محیطی به طور جامع به این شاخه از علم ارتباط تصویری بپردازد. انصاری، حمیدرضا: ۱۳۹۲، "ساختمان ها باهم حرف می زنند"، انتشارات علم معماری این کتاب سعی دارد به چند و چون خلاقیت وارد شود، اینکه شاگردان معماری چگونه می توانند فضاهایی خلاقانه تولید نمایند و حرف زدن با مخاطب از طریق طراحی معماری چگونه باید باشد؟

۱- پورجعفر، مظفر: ۱۳۸۹، "نشانه های شهری"، انتشارات طحان، تامین خوانایی شهر و مناطق مختلف شهر، در طراحی شهری مساله حائز اهمیتی است و جایگاهی ویژه در شکل گیری سیمای شهری منسجم و متناسب ایفا می کند. این کتاب به این موارد پرداخته است.

۲- رزقی، مریم: ۱۳۹۲، "تحلیل فضاهای شهری"، انتشارات اول و آخر، در این کتاب به مقولاتی مانند شهرسازی، مفهوم بافت شهری، مفهوم زیبایی در شهر، مولفه های موثر در زیبایی شهر و اصول سازماندهی زیبایی شهری پرداخته شده است.

۳- مظفری، هادی: ۱۳۹۲، "مشهد، خیابان بهار، پلاک ۹۲"، ویژه نامه استقبال از بهار ۹۲، مشهد ج ۱ و ۲ شهرداری مشهد در این کتاب المان های نوروز ۱۳۹۲ که در سطح شهر مشهد به نمایش گذاشته شده بود، به صورت تصویری همراه با توضیحات لازم ارائه شده است.

اهمیت موضوع

جنبه نوآوری تحقیق این است که به طور اعم، تاکنون کمتر پژوهشی پیرامون گرافیک محیطی از منظری که پژوهش به دنبال آن است (المان های نوروز) صورت گرفته و به طور اخص پیرامون شهر مشهد تاکنون بر اساس منابع موجود در دسترس، پژوهشی صورت نگرفته است.

اصول طراحی فضاهای شهری در ایران

« طراحی در شهرهای ایران، بخشهای قدیمی یا درونی، بخش میانی، بخش جدید و کل مجموعه شهری را شامل می شود. از این میان، در بخشهای قدیمی (درونی) و تا حدی میانی، اصول سازماندهی فضا بیشتر دیده می شود. این اصول عبارتند از: اصل پیوستگی فضایی، اصل هم پیوندی واحدهای مسکونی و عناصر شهری، اصل محصور کردن فضا، اصل مقیاس و تناسب، اصل فضاهای متباین، اصل قلمرو و اصل ترکیب. » (توسلی، ۱۳۶۹: ۱۸)

«اصل پیوستگی فضایی: سازمان کالبدی شهرهای قدیمی ایران بر پیوند فضایی میان عناصر مجموعه، یعنی میدان، خیابانهای اصلی، مرکز شهر در مراکز محلات استوار است. پیوستگی فضایی گرچه در بافت قدیم بسیاری از شهرهای ایران وجود دارد، اما این پیوستگی در بافت قدیم شهرهای کویری به خوبی مشهود است. معابر اصلی به صورت شطرنجی نامنظم پیوند فضایی میان محلات، مراکز آنها و مجموعه مرکز شهر را برقرار می کرده است.

اصل هم پیوندی عناصر شهری و واحدهای مسکونی: در شهرهای قدیمی ایران، واحدهای مسکونی یا حیاط مرکزی به یکدیگر پیوسته اند و مجموعه یکپارچه ای را تشکیل میدهند. جهت استقرار واحدهای مسکونی، تعیین اندازه فضای حیاط نسبت به حجم فضای محصور کننده اطراف، اندازه اجزای حیاط مانند حوض و باغچه ها، اندازه تالار و ایوانها، اندازه اتاقها و در و پنجره ها، تابع نظم و پیمون بوده است.

اصل محصور کردن فضا یا محصوریت: برای دستیابی به یک مکان شهری جذاب، فضا باید به شکل مطلوبی محصور شود و در واقع میتوان گفت نخستین اصل حاکم بر طراحی مکانهای شهری، «محصوریت» است. عناصر شهری، محله ای و یا واحدهای مسکونی به طور معمول، عناصر محصور کننده فضا می باشند. براساس این اصل، انسان مهمترین رکن فضا محسوب می شود و فضا باید مقیاس انسانی یابد. این اصل هنگامی نمود می یابد که فضای بین ساختمانها احساس انسانی را برانگیزد. محصور بودن فضایی با پیوستگی بدنه محصور کننده فضا ارتباط دارد، بدین مفهوم که وجود فواصل متعدد بین بدنه ساختمانها و اختلاف فاحش بین نماها موجب تضعیف فضای محصور می گردد. ورجمکرد علاوه بر اینکه نخستین آرمانشهر ایرانی است، تنها شهری است که به وجه کالبدی آن در منابع مختلف توجه بیشتری شده است. (سعیدنیا، ۱۳۷۴: ۴۸)

نماد و نشانه در شهر ایرانی

«شهر ایرانی از روزگاران دور، روزگاران که شهر در آن پی افکنده شد، تصویری بوده از مثالی اسمانی. از همان روزگاران که جمشید به رفمان اورمزد «ورجمکرد» را به پا داشت تا در آن شادی باشد و شور؛ عشق باشد و زندگی؛ زیبایی باشد و وصل؛ شهر مکانی بود که در عین واقعیت و عینیت از حقیقت و ذهنیتی نشان داشت که در ورای چهره ظاهری آن رخ پنهان کرده بود» (نوریان ۱۳۹۲: ۱۰۶). «شهر ایرانی با در هم آمیختن چهار عنصر آب، خاک، گیاه و هوا آن را چنان با نشان کیهانی و فلسفی در هم می آمیزد که تفکیک آنها از یکدیگر و آن نظم مقدس دشوار توأم شد. بررسی متون به جا مانده چه در مقیاس کشور، چه در مقیاس جهان و مطالعات میدانی در کشور در زمینه چگونگی شکل گیری کانونهای زیستی- به معنای عام کلمه- و شهر- به معنای اخص کلمه- چند عامل اصلی را روشن می سازند. عواملی که حاصل و برآیند آنها در مکانی مشخص به فضا معنا بخشیده و آن را به نماد و بیان نمادین تبدیل کرده اند؛ برآیند این عوامل شکل را ساخته و شکل های متفاوت- بنا به محتوای خویش- بافت کالبدی و شالوده فضایی شهر یا کانون زیستی را پی افکنده اند. این عوامل عبارتند از:

۱. مسائل جهان بینی یا چگونگی نحوه نگرش به جهان
۲. عوامل اقتصادی یا چگونگی تعریف مادی جهان
۳. عامل محیط یا اقلیم، یا چگونگی تعریف زیست-محیطی جهان، عاملی که در پیدایش و از میان رفتن شهرهای قدرتمند گذشته نقش داشته و هنوز نیز تعیین کننده است.
- ۴.

تحلیل نمونه های آماری پژوهش

«زیبایی شناسی مقوله ای است که برای هر قوم و فرهنگ، تعریف خاص خود را دارد. همیشه کارهایی که در کشورهای مختلف با فرهنگ های مختلف انجام می شود، به عنوان سند زیبایی شناسی ملل دیگر قابل استناد نیست، پس زیبایی شناسی، مفهومی است که بستگی به تاریخ و فرهنگ یک قوم دارد، از سویی می بینیم در آثار گرافیکی نوعی زیبایی شناسی علمی و جهانی است که زبان بین المللی دارد، اما براحته قاعده مند و فرمول پذیر نیست.» (آقاقلی زاده، ۱۳۸۴: ۳۴). همین طور باید در نظر داشت «یک اثر گرافیکی برای یک هدف مشخص، یا یک پیام مشخص، و برای مخاطب یا مصرف کنندگان مشخص طراحی می شود» (همان: ۳۴). در این فصل قصد داریم به معرفی، تحلیل و بررسی ۲۰ اثر از مجموع طراحی شهری مشهد با توجه به موضوع پایان نامه که «مطالعه موردی المان های نوروز ۱۳۹۲ ه.ش، شهر مشهد» است، بپردازیم. در این تحلیل به دلیل فراخوان شهرداری از هنرمندان برای طراحی المان های شهری در نوروز ۱۳۹۲، میزان موفقیت و قوت این المان های شهری نیز مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در این بررسی از منظر معنا شناختی، متریاال و ابعاد، نسبت این آثار با شهر مشهد به عنوان

یکی از قطب‌های مهم زیارتی و مذهبی ایران و همین‌طور مفهوم بهار و میزان جلوه آن در این آثار، تحلیل‌هایی بعمل آمده است تا بتواند در طراحی‌های آینده المان‌های این شهر نیز راهگشا باشد. همین‌طور باید ذکر کرد که بیست اثر تحلیل شده در این پایان‌نامه از بین ۱۸۰ اثر منتخب در "جشنواره استقبال از بهار" انتخاب شده‌اند، ما نیز در این فصل بر اساس معیارهایی چون نزدیکی بیشتر این آثار با سر فصل‌هایی چون المان شهری و گرافیک محیطی که در فصل سوم در مورد آن سخن گفته شد و همین‌طور هماهنگی این آثار با ویژگی‌های فرهنگی شهر مشهد و نیز موضوع بهار به انتخاب آنها دست زده‌ایم. همچنین معیار مهم دیگر در انتخاب این آثار جهت تحلیل در این پایان‌نامه، فیگور و یا یادمان‌هایی بوده است که از منظر محتوایی خلاقیت بیشتری را در ایده، طراحی و اجرا داشته‌اند. لازم به ذکر است بررسی این آثار بر اساس دیدگاه نقد معطوف به مخاطب می‌باشد.



تصویر ۱- می بینی درختان هم بال دارند

تحلیل اثر شماره (۱): می بینی درختان هم بال دارند

تحلیل اثر: این اثر در راستای موضوع طبیعت و آغاز بهار است. تناقضی که در میان مجسمه بودن و همین‌طور پرنده، یکی به معنای عنصری ایستا (مجسمه) و همین‌طور پرنده به عنوان سمبل آزادی و حرکت به چشم می‌خورد، از نظر مفهومی جالب و خلاقانه است. پوششی از گیاه که انگار مجسمه را از سمت زمین در بر می‌گیرد، کامل بودن ایده را به عنوان یک اثر گرافیکی نشان می‌دهد. در این اثر استفاده از سمبل‌های ساده و قابل فهم برای عموم و همین‌طور برجسته کردن زندگی مبتنی بر طبیعت در میان فضای شهری کارکرد گرافیکی و همچنین زیبایی‌شناسی اثر را دوچندان کرده است. در عین حال به دوستی انسان و طبیعت و همچنین ریشه داشتن انسان در طبیعت اشاره دارد که این موضوع به این صورت در کار خود را نشان داده است که شاخه‌های درختی که وجود انسان را تشکیل داده است خود در دست‌های وی به لانه‌ای برای پرندگان تبدیل شده است.

در ادامه باید به این نکته اشاره کرد، این المان، که در دل بافت شهری قرار گرفته است در نظر دارد با نشان دادن انسانی که به ریشه‌های طبیعی خود بازگشته و خود را جزئی از آن می‌پندارد، علامت‌سوالی را در برابر اندیشه انسان درگیر با زندگی شهری و ماشینی بنشانند. این علامت‌سوال وابسته به این مسئله است که بیش از آنچه که انسان امروز درباره زندگی ماشینی و

شهری خود، دچار سرگشتگی است، در ذات خویش وابسته به طبیعت است و به همین دلیل احترام به طبیعت را به عنوان یک مسئله حیاتی مطرح می کند. این اثر را از سویی دیگر به آن دلیل می توان اثر گرافیکی مناسب تحلیل کرد که مفاهیم ایرانی و بومی را در زیر لایه های خود دارد و در لایه های معنایی سطحی خود نیز مخاطب را جذب می کند. اجرای تا حدودی پیچیده و جذاب این اثر نیز در جلب توجه و معطوف کردن نگاه مخاطبان به سمت خود نقشی اساسی ایفا می کند. اثری تا بدین حد طبیعت گرا، در دل یک شهر خود موضوعی است که به قوت کار می افزاید.



تصویر ۲- تمام دنیای من



تصویر ۳- تمام دنیای من

تحلیل اثر شماره (۲): تمام دنیای من

تحلیل اثر: اینکه آثار گرافیکی تا بدین حد وابسته به مخاطبان روزمره خود هستند، ویژگی ذاتی آنها به حساب می آید ایجاد فضای زیبایی شناسانه منحصر بفرد برای مخاطبان، همین طور بالا بردن میزان درک هنری از محیط را شاید بتوان یکی از ویژگی های مهم آثار گرافیکی به ویژه آثار طراحی شده در بستر گرافیک شهری به حساب آورد. ابتدا محل اجرای اثر با خود اثر نسبتی مهم دارد. بوستان بهشت با شکلی فگوراتیو و فانتزی از یک دختر بچه. انگار کودکی دوره ای زیبا در زندگی انسان است که در آن دنیای واقعی انسان های بالغ جایی ندارد و همه چیز بشکل خیالی، زیبا و دور از دست و ماندگار است. همچنین استفاده از یک یادمان در عین حال ارتباط خوبی بین گذار زمان (کودکی از دست رفته) و نسبت به کودکی احساسی نوستالژیک برای مخاطب ایجاد می کند. دست کودک در این یادمان به ابرها رسیده است که برجسته بودن محتوای خیال را در اثر نشان می دهد. همچنین از آنجا که عید نوروز به تمام شدن یک سال از عمر وهمین طور گذار مدام این سالها اشاره دارد ذهن مخاطب بزرگسال را به کودکی می برد. نصب اثر در فضایی باز نیز، می تواند نشانی از آزادی کودکی و ذهن باز آن دوران باشد. در واقع این فراخ بال و آزادی است که کودکی را به دورانی برای خیال پردازی و تخیل تبدیل می کند. همچنین فیگور تا حدودی از منظر طراحی به یک عروسک با موهایی بافته شبیه است که اگر از این منظر نیز به آن پرداخته شود دوران کودکی را در نگاه مخاطب زنده می کند. کودکی همیشه نمادی از نونهالی، رویش و سبز شدن است که اگر بدین نحو نیز بدان بیانیشیم محتوای کودکی و بهار را همزمان در دل این اثر به پیش می برد.



تصویر شماره ۴ - تمام دنیای من



تصویر ۵- نوای ۹۲



تصویر ۶- نوای ۹۲

تحلیل اثر شماره (۳): نوای ۹۲

تحلیل اثر:

نوار کاست به عنوان نماد و سمبلی از صوت، آواز و گذشته و همچنین نمادی نوستالژیک برای مردم ایران، در عین حالی یادآور عنصری تکنولوژیک و مسلط چند دهه گذشته زندگی ایرانی نیز هست. به همین دلیل این اثر گرافیکی را می توان سمبلی از گذشت زمان و همین طور نسبت آن با صوت را، نمادی از جاودانگی در حین گذار تفسیر کرد. می توان صوت و صدا را به عنوان نمادی از جاودانگی و همین طور قدمت نیز تفسیر کرد که در اثر با توجه به بیرون آمدن و خراب شدن نوار کاست، تداعی می شود. همچنین سبک اجرا به شکلی است که حضور صدا را در نحوه قرار گرفتن نوار های موجود در کاست نشان داده است و انتخاب عنوان «نوای ۹۲» نیز ابعاد معنایی جدیدی را برای اثر ایجاد می کند و آن را با موضوع سال نو بیشتر مرتبط می سازد. موضوع سال جدید بوسیله نوارهایی که بر روی کاست ۱۳۹۲ را نشان می دهند نیز بیشتر تداعی می شود. به طور کلی درون مایه این اثر را می توان ایجاد حس نوستالژی و گذار و زمان دانست. این اثر در عین حالی که چند بعدی است و از لحاظ هنری نیز ارزشمند می باشد زیبایی بصری خاصی را ایجاد نموده به طوری که می توان به عنوان یک اثر گرافیکی موفق در بستر طراحی شهر مشهد از آن یاد کرد. در این اثر مفهوم حرکت بخوبی هم در فرم و هم محتوا دیده می شود. حرکتی که در نوارها ایجاد شده است و سال ۹۲ را نشان می دهد، خود نشانی از حرکت در اثر است که چشم مخاطب را به دنبال خود می کشد. در این اثر استفاده از نوشتار نیز در خور توجه است. اینکه نوشته با بخشی از خود اثر، یعنی نوارهای کاست در اثر گذاری می شود به نوع خود اختصار و همچنین تنوع را در حین سادگی برای اثر به ارمغان آورده است.



تصویر ۷- نوای ۹۲



تصویر ۸- شهر من



تصویر ۹- شهر من

بحث

بر اساس اطلاعات به دست آمده می‌توان دریافت که در حدود ۸۵.۱ درصد از پاسخگویان معتقد بودند که اجرای این طرح‌ها در سطح شهر مشهد، چهره این شهر را نسبت به شهرهای دیگر متفاوت و برجسته کرده است. بر اساس اطلاعات به دست آمده می‌توان دریافت که حدود ۷۷ درصد پاسخگویان معتقد بودند؛ «طرح‌های امسال متناسب با آغاز سال نو و فصل بهار است». این در حالی است که حدود ۷۵.۳ درصد شهروندان مشهدی و در حدود ۸۰.۶ درصد مسافران با این گزینه موافق بوده‌اند.

اساس نتایج حاصله، می توان دریافت که در حدود ۹۰.۶ درصد پاسخ‌گویان از دیدن این طرح‌ها در شهر لذت برده‌اند و بطور معناداری مسافران، زنان، افراد دارای وضعیت اقتصادی پایین و تحصیلات بالاتر، از دیدن این طرح‌ها در شهر بیشتر لذت برده‌اند. این در حالی است که در حدود ۶۴ درصد شهروندان مشهدی و در حدود ۷۳.۳ درصد مسافران با این گزینه موافق بوده‌اند.

در حدود ۳۸ درصد شهروندان معتقد بودند: «در منطقه ما این طرح‌ها به اندازه کافی نصب شده است». این یافته‌های آماری نشان می‌دهند که گرافیک محیطی به مقدار زیادی در ارتقاء فضای بصری شهر موثر است و اگر بر اساس تحلیل‌ها و بررسی برخی از آثار به این سوالات جواب دهیم یافته‌های زیر به دست آمده است: در تحلیل‌های فصل چهارم نیز که بر اساس رویکرد مخاطب محور صورت گرفته است، اکثر این تحلیل‌ها محتوای مناسب آثار با فضای فرهنگی، اجتماعی شهر مشهد و نسبت مستقیم و چند وجهی آنها با موضوع بهار را در کنار خلاقیت در ایده و اجرا و همین‌طور جذابیت بصری که این آثار ایجاد کرده‌اند، یافته‌های تحقیق آماری را تأیید می‌کنند. چه ویژگی‌های خاصی در المان‌های نوروز ۹۲ شهر مشهد وجود داشته است؟ این ویژگی‌ها را می‌توان مبتنی بر سه عنصر محتوا، خلاقیت و برنامه ریزی هنرمندانه دسته بندی کرد.

در بخش محتوا، مفاهیمی چون:

الف) نسبت انسان با طبیعت و اینکه انسان خود نیز جزو این طبیعت است و یادآوری آن به مخاطبین اثر که خود به عنوان انسان‌های شهری شده‌اند در تکنولوژی، ماشین و صنعت غرق شده‌اند که شاید نقش و جایگاه مهم طبیعت در ذهن آنها به پس زمینه رانده شده است. در اکثر این آثار، زندگی شهری و زندگی طبیعی، مقابل هم قرار گرفته‌اند و به عنوان دو عنصر متضاد نسبت به هم مطرح می‌شوند.

ب) انسان و زمان که خود در دو قالب مطرح می‌شوند:

۱- انسان، زمان و گذر آن: این محتوا را می‌توان بصورت تعمیم یافته در آثاری با محتوای کودکی، عید نوروز و نوستالژی دریافت کرد، در این نوع آثار، زمان به عنوان موضوعی انسانی مطرح می‌شود و موجودیتی است همیشه در حال گذار که انسان به صورت پیوسته در حال یادآوری و بازیابی آن است.

۲- انسان، زمان و مذهب: در این محتوا نیز عنصر نوروز وجود دارد، اما رویکردهای مذهبی آثار دو محتوا را در بر دارند یکی اینکه هر آغاز را می‌توان به وسیله اعتقادات مذهبی، مقدس و با برکت نمود و دیگری اینکه آثار منجمد شده در بستر زمان، در ساحت مذهب، یادآور عناصری فارغ از زمان و مکان هستند که این جایگاه را در المان‌های شهری و گرافیک محیطی، وجود بارگاه امام رضا(ع) بر عهده دارد. همین‌طور ما این تقابل را در محتوای معنوی همچون شهادت نیز می‌بینیم.

ج) یادآوری فرهنگ غنی ایرانی مبتنی بر ویژگیهای نوروز، که این آثار خود به دو دسته تقسیم می‌شوند:

- ۱) آثاری که به موضوعات و محتوای وابسته به نوروز که گاهی یادآور هم آمیختگی دین و مذهب نیز هست، می‌پردازند.
- ۲) آثاری که بیشتر می‌توانند مخاطبان نشان کودکان و نوجوانان باشند، بسیاری از مفاهیم ملی و فرهنگی ایرانی در قالب طراحی‌های گرافیک مطرح شده‌اند که برای بزرگسالان نیز حسی نوستالژیک ایجاد می‌کند.

در بخش خلاقیت می توان از ویژگی های زیر نام برد:

استفاده از ویژگی های بصری خلاقانه، در ایده و اجرای آثار، و همین طور اجرای اثری با ابعاد معنایی آشنا برای شهروندان و مسافران و بازدیدکنندگان از شهر.

در بخش برنامه ریزی:

استفاده از نوعی تفکر جمعی، که در ابتدا این موضوع در قالب یک فراخوان مطرح شده است و بعد آثار برگزیده شده به مرحله اجرا رسیده اند. در بسیاری از آثار تحلیل شده، فضایی که برای نصب اثر در نظر گرفته شده، تناسب زیادی با اثر نصب شده دارد. و به نظر می رسد کمتر ناهماهنگی بتوان یافت که اثر گرافیکی طراحی شده بدون دلیل و نامتناسب با مکان در نظر گرفته شده نصب و اجرا شده باشد.

نتیجه گیری

شهرها مرکز مهم اتفاقات، کنش‌ها، واکنش‌ها و انواع تعاملات و مناسبات اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و کالبدی‌اند که باید با تغییر و تحولات پر شتاب اجتماعی، فرهنگی و گسترش جمعیت شهروندان، برای پاسخگویی به مطالبات فزاینده فرهنگی و اجتماعی، اسباب و تمهیدات لازم به وجود آید. ضرورت پرداختن به فرهنگ شهری و مسئولیت‌های پیرامون آن در فضای شهری، برآمده از نیازهایی می‌باشد که در تبلور عینی خود، علاوه بر چشم انداز فرهنگی، رویکرد ساماندهی فرهنگ شهری را نیز در بر می‌گیرد. در اولویت توجه به فرهنگ شهری، بُعد گسترش و بالا بردن سطوح زیبایی شهر به عنوان یک فرهنگ زندگی در شهر، مورد توجه قرار گرفته است. این بدین معنا است که یک فرهنگ در بطن جوامع شهری پروراند می‌شود که خود زمینه تعامل شهری را بین گروه‌های اجتماعی فراهم می‌آورد. فرهنگ شهرگرایی در واقع کنار هم نهادن سلیقه‌های متفاوت فرهنگی در چهارچوب زندگی شهری می‌باشد. در این میان شهر مشهد نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های زیارتی و گردشگری ایران و جهان اسلام، اهمیت خاصی می‌یابد بطوری که حدود ۲۵ میلیون زائر و مسافردر طول سال به ویژه در ایام نوروز، تابستان و ایام مذهبی به مشهد سفر می‌کنند.

در واقع می‌توان گفت حجم بالای زائر و مسافر، مشهد را به یک ویتترین تبدیل کرده است که در نوروز شکل ویژه ای به خود می‌گیرد. به همین دلیل می‌توان گفت برنامه ریزی شهری، طراحی شهری و همچنین گرافیک محیطی در این شهر از چنان جایگاه ویژه‌ای برخوردار است که می‌تواند به عنوان نمونه ای از فرهنگ شهرنشینی و فرهنگ ایرانی-اسلامی کشورمان قلمداد شود. در این پژوهش با توجه به این جایگاه ویژه در صدد بر آمدن ضمن بررسی و تحلیل تعدادی از این المان‌های شهری از منظر گرافیک محیطی، میزان تاثیرگذاری آنها را بر مخاطبین (شهروندان، زائرین و مسافران) از منظر فرهنگی، محتوایی، زیبایی شناسی و هنری مورد تحلیل قرار داده و تاثیرکیفیت این آثار را بر جایگاه شهر مشهد به عنوان یک شهر زیارتی و گردشگری بررسی کنیم. به همین دلیل در فصل چهارم از دیدگاه نقد مخاطب محور، به تاثیرات محتوایی و همچنین بررسی ساختار معنایی تعدادی از این آثار دست زدیم. در بسیاری از این آثار قوت در ایده و اجرا، برجسته و شاخص بودند. همچنین استفاده از مفاهیم فرهنگ ایرانی-اسلامی و ارتباط معنایی با عنصر نوروز، بسیاری از این آثار را، برجسته و منحصر بفرد و همین طور پاسخگو به مطالبات فزاینده فرهنگی و اجتماعی جامعه شهری مشهد، نشان می‌داد. در بررسی آثار به این نتیجه رسیدیم که شهرهای دیگر ایران نیز می‌توانند با استفاده از پتانسیل روز افزون خوش ذوقی طراحان شهری و گرافیک‌های

محیطی، از لحاظ بصری، منحصر بفرد باشند و در راستای اعتلای سطح فرهنگ ایرانی و اسلامی تاثیر گذار و مثمر ثمر واقع شوند.

این پژوهش ثابت می کند که جشنواره‌هایی از این دست که در شهر مشهد در راستای طراحی المان‌های نوروزی در سال ۱۳۹۲ برگزار شده است، تا چه میزان می تواند نتیجه بخش باشد. این میزان اثرگذاری آنجا مشخص می شود که آثار المان‌های شهری اجرا شده، نه تنها محتوای ایرانی و اعتقادی را در خود دارند، بلکه دارای اجرایی زیبایی شناسانه و مهم تر از آن، بومی می‌باشند. این دقیقاً همان چیزی است که در ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته است، اگر هم مدّ نظر بوده است آنچنان که باید در روبرو شدن و استفاده از آن خلاقیتی دیده نشده است. از ویژگی‌های دیگر این المان‌ها، تعداد و تنوع موضوعی است، این خصوصیات به حدی بود که حتی فضای گرافیک محیطی تهران نیز تحت تاثیر آن قرار گرفت. همین طور در قسمت اهداف تعیین شده نیز یافته‌های این پژوهش رسیدن به این اهداف را تأیید می کند. در این پژوهش با توجه به تحلیل‌های انجام گرفته مشخص شده است که طراحی المان‌های شهری مشهد می تواند نمونه بسیاری خوبی برای بسیاری از دیگر شهرهای کشورمان باشد.

منابع:

۱. احمدی، بابک، (۱۳۸۲)، **ساختار و تاویل متن**، تهران، نشر مرکز.
۲. افشار، مهاجر کامران، (۱۳۹۱)، **گرافیک تبلیغات چاپی در رسانه ها**، تهران، انتشارات سمت.
۳. ادیبی، حسین، (۱۳۵۵)، **جامعه شناسی شهر**، تهران، انتشارات شبگیر.
۴. الکساندر، کریستوفر و دیگران، (۱۳۷۳)، **تئوری جدید طراحی شهری**، ترجمه محمد - تقی زاده مطلق، تهران، انتشارات مهندسين مشاور تاش.
۵. بحرینی، حسین، (۱۳۷۵)، **تحلیل فضاهای شهری در رابطه با الگوهای رفتاری استفاده کنندگان و ضوابط خارجی**، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۶. بحرینی، حسین، (۱۳۸۸)، **تحلیل مبانی نظری طراحی شهری معاصر**، تهران، مؤسسه‌ی انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۷. بریس، گات، (۱۳۸۹)، **دانشنامه زیبایی شناسی**، گروه مترجمان، تهران، انتشارات فرهنگستان هنر.
۸. بلخاری قمی، حسن، (۱۳۸۸)، **سرگذشت هنردر تمدن اسلامی (موسیقی و معماری)**، تهران، انتشارات سوره مهر.
۹. بنتلی، ای یین و همکاران، (۱۳۸۲)، **محیط های پاسخده**، ترجمه دکتر مصطفی بهزادفر، تهران، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
۱۰. بیکن، ادموند، (۱۳۷۶)، **طراحی شهرها**، ترجمه فرزانه طاهری، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقاتی شهرسازی و معماری ایران.
۱۱. بهزادفر، مصطفی، (۱۳۸۷)، **هویت شهر**، نگاهی به هویت شهر تهران، تهران، مؤسسه نشرشهر.
۱۲. پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۸۲)، **اصول و ضوابط طراحی فضای شهری**، تهران، انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی، تهران.
۱۳. پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۸۵)، **مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری**، تهران، وزارت مسکن و شهرسازی، معاونت شهرسازی و معماری.
۱۴. پاکزاد، جهانشاه، (۱۳۸۹)، **مقالاتی در باب مفاهیم معماری و طراحی شهری**، تهران، انتشارات آرمانشهر.
۱۵. پور جعفر، محمد رضا و منتظر الحجه، مهدی، (۱۳۸۹)، **نشانه های شهری**، تهران، انتشارات طحان/ هاله.
۱۶. پور جعفر، محمد رضا، (۱۳۸۸)، **مبانی بهسازی و نوسازی بافت قدیم شهرها**، تهران، انتشارات پیام.
۱۷. بیرنیا، محمد کریم، (۱۳۸۰)، **سبک شناسی در معماری ایرانی**، تهران، نشر پژوهنده- نشر معمار، کتابخانه ملی ایران.
۱۸. توسلی، محمود و بنیادی، ناصر، (۱۳۷۱)، **طراحی فضاهای شهری**، تهران، انتشارات مرکز تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
۱۹. حسینی، علی، (۱۳۹۰)، **اصول و مبانی برنامه ریزی شهری و روستایی**، رشت، انتشارات دریای دانش.
۲۰. حبیبی، محسن، (۱۳۸۷)، **از شار تا شهر**، تهران، مؤسسه‌ی انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۲۱. حبیبی، محسن، (۱۳۸۹)، **قصه‌ی شهر تهران نماد شهر نور پرداز ایرانی**، تهران، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۲۲. حجت، عیسی و انصاری، حمیدرضا، (۱۳۹۲)، **ساختمان ها با من حرف می زنند**، تهران، انتشارات علم معمار.
۲۳. خسروی، حجت و همکاران، (۱۳۹۲)، **در آمدی بر تبیین معماری ایرانی و اسلامی در بناهای عمومی**، تهران، انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی.
۲۴. رزقی، مریم و رزقی، کامبیز، (۱۳۹۲)، **تحلیل فضاهای شهری**، تهران، انتشارات اول و آخر.

۲۵. رامان، سلدون و پیتر، ویدوسون، (۱۳۹۲)، **نظریه های ادبی معاصر**، ترجمه عباس، مخبر، تهران، انتشارات طرح نو.
۲۶. شکبیا، مقدم محمد، (۱۳۸۴)، **مدیریت سازمان های محلی و شهرداری ها**، تهران، موسسه انتشاراتی میر.
۲۷. شوای، فرانسوا، (۱۳۹۲)، **شهرسازی، تخیلات و واقعیات**، مترجم محسن، حبیبی. تهران، نشر دانشگاه تهران.
۲۸. عابدی، علی، (۱۳۹۱)، **گرافیک، تجزیه، تحلیل، نقد**، تهران، کتاب آمه.
۲۹. فروغی، علی، (۱۳۷۸)، **دیوان حافظ**، تهران، انتشارات رسام.
۳۰. فرهوشی، بهرام، (۱۳۸۷)، **ایروانویج**، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۳۱. فکوهی، ناصر، (۱۳۸۳)، **انسان شناسی شهری**، تهران، نشر نی.
۳۲. کاپالدی، نیکلاس، (۱۳۹۲)، **فلسفه علم**، ترجمه علی، حقی، تهران، نشر آباد.
۳۳. کالن، گوردون، (۱۳۷۷)، **گزیده منظر شهری**، ترجمه منوچهر، طبیبیان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۳۴. کرمونا، متیو و دیگران (۱۳۸۸)، **مکان های عمومی، فضاهای شهری**، ترجمه فریبا قرائی، تهران، اداره انتشارات دانشگاه هنر.
۳۵. وبر، ماکس، (۱۳۷۵)، **شهر در گذر زمان**، ترجمه شیوا کاویانی، تهران، انتشارات سمت.
۳۶. گروتز، کورت، (۱۳۸۳)، **زیبایی شناسی در معماری**، ترجمه جهانشاه پاکزاد و عبدالرضا همایون، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۳۷. گلکار، کوروش، (۱۳۸۷)، **کندوکاوی در تعریف طراحی شهری**، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات معماری و شهرسازی و معماری ایران.
۳۸. لینچ، کوین، (۱۳۸۷)، **سیمای شهر**، ترجمه منوچهر مزینی، تهران، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۳۹. محمودی، حسن، (۱۳۹۲)، **مشهد خیابان بهار، پلاک ۹۲**، جلد اول، مشهد، ناشر شهرداری مشهد.
۴۰. محمودی، حسن، (۱۳۹۲)، **مشهد خیابان بهار، پلاک ۹۲**، جلد دوم، مشهد، ناشر شهرداری مشهد.
۴۱. مدنی، پور علی، (۱۳۷۸)، **فضاهای عمومی و خصوصی در طراحی و برنامه ریزی شهری**، تهران، انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
۴۲. مزینی، منوچهر، (۱۳۸۸)، **از زمان و معماری**، تهران، انتشارات شهیدی.
۴۳. موریس، جیمز، (۱۳۷۴)، **تاریخ شکل شهر تا انقلاب صنعتی**، تهران، دانشگاه علم و صنعت ایران.
44. Donald w.(2003). **Time –saver standard for Urban Design**. New York:McGraw Hill company.
45. Gandelsonas M.(1974). **Linguistic and Semiotic Models in Architecture**. Cambridge: MIT Press.
46. Broadbent G, Bunt R, Llorens T.(1980). **Meaning and behaviour in the built environment**. Chichester: Wiley.
47. Norberg-schulz Ch.(1965).**Intentions in Architecture**. Cambridge: MIT Press.
48. Norberg-schulz Ch.(1971).**Existence, Space and Architecture**. London: Praeger Publishers.
49. Norberg-schulz Ch.(2000). **Architecture: Presence, Language**. Milan: Place Skira.
50. Norberg-schulz Ch.(1965).**Intentions in Architecture**. Cambridge: MIT Press.
51. Norberg-schulz Ch.(1971).**Existence, Space and Architecture**. London: Praeger Publishers.
52. Norberg-schulz Ch. (2000).**Architecture: Presence, Language**.milan: Place Skira.
۵۳. آتشین‌بار، محمد، (۱۳۸۸)، **چیستی منظر شهری در آرای صاحب نظران**، ماهنامه نظر، (صص ۷۳-۷۲)، شماره ۳.

۵۴. اسدپور، علی، (۱۳۹۱)، روش ها و راهبردهای پژوهش در معماری منظر، کتاب ماه هنر، (صص ۲۲-۱۸)، شماره ۱۶.
۵۵. اسدپور، علی، (۱۳۹۱)، روش ها و راهبردهای پژوهش در معماری منظر، کتاب ماه هنر، (صص ۱۹-۱۲).
۵۶. اسدپور، علی، (۱۳۹۲)، راهبردهای توصیفی در پژوهش منظر، فصلنامه منظر، (صص ۲۴-۲۲)، شماره ۲۲.
۵۷. بارت، رولان، (۱۳۹۰)، نشانه شناسی و فضای شهری، مترجم: عظیمه ستاری، سوره اندیشه، (صص ۲۰۳-۲۰۰).
۵۸. شماره ۵۰.
۵۹. بهزادفر، مصطفی، (۱۳۸۱)، طراحی شهری، مفهوم طراحی شهری و انگاره های قطعیت پسند، مجله مدیریت شهری، (صص ۲۷-۱۶)، شماره ۹.
۶۰. تجویدی، فاطمه، (۱۳۸۹)، بررسی گرافیک محیطی شهر تهران و تاثیرات فرهنگی آن، مجله جلوه هنر، (صص ۳۵-۲۴)، شماره ۲۱ و ۲۰.
۶۱. حناچی، سیمین و مزگانی، پروانه، (۱۳۸۹)، عناصر مبلمان شهری در بهسازی فضاهای فرسوده شهری، فصلنامه جستارهای شهرسازی، (صص ۸۳-۸۷)، شماره ۳۳.
۶۲. دانشپور، عبدالهادی، (۱۳۸۷)، فضاهای عمومی و عوامل موثر بر حیات جمعی، فصلنامه باغ نظر، (صص ۲۳-۱۹)، شماره ۷.
۶۳. ذکاوت، کامران، (۱۳۸۱)، طراحی شهری و تاکیدهای محتوایی در نظام هدایت، مجله مدیریت شهری، (صص ۴۳-۲۸)، شماره ۹.
۶۴. سیت، کامیلو، (۱۳۷۷)، طراحی شهری مطابق با اصول هنری، ترجمه کوروش گلکار، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی (جزوه)، (صص ۲۴).
۶۵. ستوده علم باز، فاطمه، (۱۳۸۹)، پروژه فرش آبی تبلور هنر شهری، ماهنامه منظر، (صص ۱۳-۱۰)، شماره ۷.
۶۶. صبوری، مریم، و مرزبان مانی، (۱۳۸۸)، نقش مجسمه های شهری در هویت بخشیدن به شهرها (مطالعه موردی: شهر فومن)، فصلنامه فن و هنر، (صص ۵۹-۵۳)، شماره ۵۸.
۶۷. عبدالحسینی، امیر، (۱۳۸۵)، گرافیک محیطی تصویر جامعه، ماهنامه هنرهای تجسمی، (صص ۷۱-۶۸)، شماره ۲۴.
۶۸. غفاری نمین، محمدرضا، (۱۳۹۰)، نقش و تاثیر گرافیک محیطی، مجله کتاب ماه هنر، (صص ۳۵-۳۲)، شماره ۱۵۳.
۶۹. فریادی، شهرزاد، (۱۳۷۹)، بررسی تحولات اندیشه های موثر بر شکل گیری اصول طراحی منظر شهری در قرن بیستم و بعد از آن، نشریه جغرافیا و محیط شناسی، (صص ۱۲۸-۱۱۷)، شماره ۲۶.
۷۰. کریمی، مشاور، مهرداد، (۱۳۹۲)، رویکردها و روش ها در زیبایی شناسی شهری، مجله باغ نظر، (صص ۵۶-۴۷)، شماره ۲۴.
۷۱. مهدیزاده، جواد، (۱۳۸۵)، زیبایی شناسی در طراحی شهری، مجله جستارهای شهرسازی، (صص ۲۷-۸)، شماره ۱۷ و ۱۸.
۷۲. مک هارگ، ایان، (۱۳۷۵)، مقدمه ای بر محیط مصنوع، ترجمه دکتر حسنعلی لقائی، جزوه درسی دانشگاه تهران.
۷۳. اسدپور، علی و اسدپور، هاجر، (۱۳۹۲)، آسیب شناسی مناظر میدان شهری در راهیابی به شاخص های ساماندهی المان های شهری، همایش ملی عناصر زیبا سازی شهری شیراز، ۱۷ و ۱۸ اردیبهشت، (صص ۱۷۱-۱۱۱).
۷۴. خسروی، حسین و خسروی، فراغه فرناز، (۱۳۹۲)، جایگاه المان شهری در معماری و شهرسازی ایرانی- اسلامی، همایش ملی عناصر زیبا سازی شهری شیراز، ۱۷ و ۱۸ اردیبهشت، (صص ۱۶۹-۱۳۵).
۷۵. نوریان، عالیه، (۱۳۹۲)، نماد، نشانه، شهر ایرانی، همایش ملی عناصر زیبا سازی شهری شیراز، ۱۷ و ۱۸ اردیبهشت، (صص ۱۱۰-۶۹).
۷۶. آقاجانپور، علی، (۱۳۷۸)، سیر اندیشه های مدیریت شهری در غرب باستان و اثر ارزشهای منبعث از آن در شهرداری منطقه یک تهران (شمیران)، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس تهران.

۷۷. حاتمی، صفیه، (۱۳۸۹)، نقش گرافیک در زیبا سازی فضاهای شهری (گرافیک محیطی)، پایان نامه در مقطع کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۷۸. شریفی، آزاده، (۱۳۸۷)، بررسی عملکرد گرافیک محیطی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۷۹. شکرابی، هدی، (۱۳۹۱)، بررسی گرافیک محیطی سال های اخیر در ایران، پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه شاهدتهران.
۸۰. عزیزی، سمیه، (۱۳۸۸)، مطالعه تاثیر پدیده های نو در گرافیک محیطی جهان، مقطع کارشناسی ارشد. دانشگاه شاهد تهران.
۸۱. وفائیان، مژده، (۱۳۸۹)، بررسی نقش گرافیک محیطی در جاذبه های گردشگری استان تهران، مقطع کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا.