

بسم الله الرحمن الرحيم

## گرافیک شهری

دانشجوی برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی کرمان

سهیلا علیخانی

چکیده :

در تصویر شهر ، بخش گرافیک پر اهمیت تر از هویت بصری شهر است که می توان آن را زیر مجموعه ای از هویت شهری به شمار آورد . گرافیک شهری را باید یکی از ارکان اصلی زندگی اجتماعی و شهری قلمداد کرد . جلوه های هنرهای تجسمی در زندگی روزمره از طریق گرافیک محیطی میسر می شود . گرافیک محیطی یک پدیده اجتماعی است که با توجه به فضا سازی تصویری ، خصایص ملی ، قومی ، فرهنگی ، اجتماعی ، آداب و سنن و گرایش های سیاسی و اقتصادی جامعه قابل تحلیل و بررسی است . در نتیجه گرافیک محیطی تأثیر مستقیمی بر روی فرهنگ یک جامعه ، یک شهر ، یک محله ، یک خانه و حتی یک اتاق یکی از اعضای خانواده دارد .

در این مقاله کوشیده ام تا با بررسی تعاریف مربوط به شهر ، هویت شهری ، اهمیت گرافیک شهری (محیطی) و مبلمان شهری پرداخته شود .

مقدمه :

گرافیک شهری با هدف ایجاد ارتباط تصویری مناسب میان شهروندان می تواند در مواد بسیاری از جمله نماهای ساختمانی ، آب نماها ، مبلمان شهری ، علائم راهنمایی رانندگی ، طراحی و مکان یابی تبلیغات محیطی ، هماهنگ سازی علائم و تابلوها ، همگون سازی نیمکت ها ، زباله دان ها ، فضاهای سبز ، وسایل بازی ، علائم هشدار ، علائم اطلاع رسانی راهنمایی ، کیوسک ها و غیره به طور مستقیم یا غیرمستقیم نقش مهمی داشته باشد .

محیط عامل تغییر دهنده است . در حیطه گرافیک محیطی ، ناخوانایی علایم و تابلوهای راهنمای شهری ، اغتشاش و ناهمگونی بصری ، بی توجه ای به ارزشهای تاریخی و کالبد هویتی یک شهر در طراحی بخش های گوناگون آن ، تداخل عملکردها و ... سبب شکل گیری فضاهایی ناخوشایند برای کار و زندگی می شود .

روش تحقیق :

شهر : به طور کلی شهر را می توان بصورت سازمانی درک نمود که دارای هدف یا اهدافی بوده و افراد این سازمان را در رسیدن به اهدافش یاری می رساند . مکانهای شهری دارای جمعیت متراکم و شیوه های خاص زندگی است که آنها را از مکانهای پیرامون خود تمایز می دهد صرفنظر تعریف مشخص از شهر ، بیشتر چگونگی اداره یک واحد سکونتگاهی بنام شهر مطرح است که در آن مسائل پیچیده و متنوع اجتماعی ، اقتصادی ، سیاسی و محیطی وجود دارد . شهرهای کوچک و بزرگ مهمترین مصرف کننده منابع طبیعی هستند و همچنین منبع آلودگی و تخریب به شمار می آیند ، نقش مدیریتی ، مدیریت شهری از جایگاه خاصی برخوردار است .

هویت : در فرهنگ لغات تعارفی مانند ؛ حقیقت شخص یا شیء که مشمول بر صفات جوهری او باشد ، یا پدیده ای در ذهن آدمی است . اما تعریف رایج هویت احساس تعلق خاطر به مجموع مادی و معنوی است که عناصر آن از قبل شکل گرفته اند .

هویت شهری : کیومرث مسعودی ، پژوهشگر شهری معتقد است : در شناخت هویت شهری باید هر دو سویه عینی و ذهنی آن را مورد بررسی و مطالعه قرار دهند ؛ عمل عینی شهر یعنی ساختار و کالبد شهری کارکرد اقتصادی آن ، فضاهای عمومی و غیره و نیز عامل ذهنی یعنی گروه های اجتماعی ساکن ، سطح ادراک و شعور اجتماعی ، توقعات و مطالبات آنها ، وضعیت شهروندی ، گروه های همگن و نظایر آن مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد .

هویت کالبدی : کامران کشمیری در بخش اول مقاله خود با نام هویت شهری و عناصر ساختار آن ، هویت شهری را بافتی کالبدی به شمار می آورد که بافت و ساختار و شکل شهر به آن وابسته است و می توان آن را به دو گروه الف : عناصر باستانی و کهن و ب: عناصر جدید ، تقسیم کرد . از دیدگاه کوئین لینچ درباره

پنج عنصر هویت بخش شهر که شامل : ۱-راه ها و شبکه ارتباطی ۲- لبه ها ۳- محله ها ۴- گره ها ۵- نشانه ها است .

کیومرث مسعودی مانع اصلی دستیابی به هویت شهری را وضعیت شهرهای امروزی به ویژه در جوامع توسعه نیافته می داند که انعکاس غالب فضای کالبدی مناسب اجتماعی ، فرهنگی ، اقتصادی شهر است . و مهم تر از آن شهرها محل بروز تضادهای اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی ساکنان آن است و تضادها و انعکاس کالبدی فضایی آن از مهم ترین علل گسیختگی نظام شهری و جلوگیری از دستیابی به هویت شهری واحد است که در نهایت به ناپایداری شهر منجر می شود . معماران ، شهرسازان ، طراحان صنعتی و گرافیک می توانند ضمن نوسازی کوچه، محله و یا شهر بنا بر ضروت های روز ، با حفظ عناصر خاصی باعث حفظ و تداوم هویت و بروز خاطره جمعی در گروه شوند .

شهر و فضاهای شهری مستقل و دارای هویتی ویژه مفاهیم مهمتری مانند تعلق خاطر و احساس شهروندی را بوجود می آورند ، وضعیتی که به خوبی در شهرهای قدیم کشورمان هم قابل مشاهده بود . اما امروزه تصویر بیشتر شهرها تنها ترکیبی از ساختمانهای بلند یا برجها ، خیابانها ، پارکها و نظایر آن است . به نظر می رسد طراحان شهری و بخصوص طراحان گرافیک باید توجه ویژه ای به این نکته داشته باشند ، زیرا شهر فاقد هویت بصری ، فاقد هویت نیز خواهد شد . به بیانی دیگر شهر موجودی است زنده و پویا که به طور مداوم انرژی های نهفته و کارآمدش را از تعاملات انسانی دریافت می کند . در واقع هویت ملاکی برای سنجش رشد شهر به شمار می رود . هویت معیاری زنده و پویا که همگام با رشد شهر انعطاف مورد نیاز برای تغییر و پذیرش قالب های نوین را دارد .

نقش طراحان گرافیک در ارتباطی ساختاری با کالبد هویتی شهر قابل توجه بیشتری است ، به ویژه که آثار بصری ، به گونه ای ملموس تر نسبت به دیگر رشته های دست اندرکار طراحی جلب توجه می کند . و از آنجا که با « دیدی کاربردی » سر و کار دارد ، به طور مستقیم و بی واسطه در برابر داوری مردم قرار می گیرد .

همچنین باید توجه داشت که امکان جبران نابسامانی های گرافیک شهری نسبت به جبران نابسامانی معماری شهر در زمان کوتاه تری انجام می پذیرد ، چنین بنظر می رسد گرافیک مناسب شهر قادر است تا حدودی کاستی ها و ناهنجاری های دیگر بخش های زیربنایی شهر را نیز که مستلزم صرف هزینه و زمان بیشتری است سامان ببخشد .

اصلی ترین عوامل هویت آفرینی شهرهای امروزی ؛ نماها و فضاهای شهری در نگاهی کلی تر ( تابلوهای شهری با کارکردهای گوناگون راهنمایی و اطلاع رسانی ، تبلیغاتی و غیره ) و در نگاهی جزئی تر ( براساس ویژگی های کالبدی و نقش کارکردی ویژه خود ) می توان مطرح نمود . دستیابی به این هدف در حیطة امیدواری افراد برای زندگی فراهم ساخته ، اسباب شور و شوق عمومی را فراهم نموده و روح تازه به اجتماع داده است .

رنگ در گرافیک محیطی اثر به سزایی دارد زیرا باعث ایجاد نما می شود ، در نتیجه رنگ بندی محیطی با ملاحظات اقلیمی باید در نظر گرفته شود ، طبیعی است برای عده ای که در محیط گرمسیری یا کویری زندگی می کنند نباید رنگ گرم بکار برد بلکه بهتر است از رنگ های سرد استفاده کرد همانطور که گنبد های فیروزه ای و آبی در بافتهای قدیمی کویری مانند کرمان بسیار دلنشین است .

مردم علاقه مند به علایم بصری هستند که شامل گرافیک ، نور ، رنگ و دیگر عوامل معماری می باشند به طوری که یک قابلیت را دنبال کند . « گرافیک و نشانه » هویت را به وجود می آورند ، معماری را وارد زندگی می کنند ، ذهنیت افراد را تقویت می کنند ، برانگیزاننده رفتار هستند و به گرایش های افراد در لحظات حساس تصمیم گیری در یک فضا جهت می دهند . طراحان گرافیک ؛ محیط ها را درک می کنند و تشخیص می دهند که سیستم های نشانه گذاری باید مفید و جذاب بوده ، تکمیل کننده باشد و به صورت مشهودی با افراد ارتباط برقرار کند . نشانه ؛ به تأثیر گذاری و زیبا شناسی یک فضا کمک می کند و سلسل هایی از اطلاعات برای رفع سردرگمی و تسهیل درک موقعیت در یک محیط را فراهم می کند ، در عین حال به افراد این امکان را می دهد که حرکت کار آمدتری داخل یک مکان داشته باشند . هنر گرافیک در نظم بخشیدن ، ایجاد تسهیلات و زیبا کردن فضاهای شهری سهیم گردد .

اگر شرایط اجتماعی برای بهتر استفاده شدن از گرافیک محیطی و جنبه های اثر بخشی و فرهنگ سازی آن فراهم آید ، این ابزار هنری می تواند در عرصه های مختلف آموزشی ، تبلیغاتی ، ارتباطی ، سیاسی و اقتصادی تأثیرات مثبت و خوشایندی برجا گذارد و ضمن آن ، در کنار تمامی اهداف کاربردی و انتقال اطلاعات به عواملی منتهی شود که ساختارهای اخلاقی ، اجتماعی ، فرهنگی و سنتی جامعه را به طور درست و با توجه به اصول بنیادین اصلاح نماید و از سوی دیگر در کنار تمامی موارد مذکور ، از جاذبه های زیبایی شناسی بیان هنری و زیباسازی ظاهری شهر ، به تبع آن لذت بردن مردم از زندگی شهری استفاده نماید .

گرافیک محیطی به عنوان یکی از شاخه های گرافیک در رسیدن به اهداف بالا نقش بسزایی دارد ، و بخش عمده ای از فعالیت های تبلیغاتی و تجاری را در برمی گیرد . محیط اطراف ما ، خانه ای که در آن زندگی می کنیم ، خیابانی که در آن تردد می کنیم ، فضای سبزی که در آن قدم می زنیم ، پارکی که برای تفریح به آن می رویم ، همه نیاز به برقراری روابط منطقی و روابط سازمان بندی دقیق بر مبنای اصول و مبانی بیان بصری دارند . انسان به واسطه گرافیک محیطی با محیط پیرامون خود سخن می گوید ، و با دیگران ارتباط برقرار می کند . گرافیک محیطی در ایجاد فضایی مطلوب و دلنشین برای افراد جامعه نقش مؤثر دارد .

محیط مناسب یعنی 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 و مقصود از تمام طرح های گرافیکی برای محیط داخلی و خارجی ، ایجاد فضایی برای زندگی پر نشاط و سالم و قانع کننده است . با این وجود عنصر زیبایی به عنوان عاملی مهم در فضاسازی ، در جامعه ما مورد کم توجهی و در بعضی موارد بی توجهی قرار گرفته

است . آشفتگی شهری دست به دست اوضاع نابسامان زندگی امروزی داده و امنیت روانی افراد را به ناامنی روانی تبدیل کرده است .

هر فرد به طور غریزی به زیبایی ، تعادل ، توازن و آراستگی تمایل و از زشتی و ناهنجاری پرهیز دارد ، همان طور که گفته شد شهر محیطی بی روح و مرده نیست اما اگر اداره کنندگان در زمینه های مختلف ، فکری در باب طراحی مناسب و اصولی عناصر تشکیل دهنده صورت ندهند ، محیط زندگی شهروندان به صورت مکانی غیرقابل تحمل و متشنج در خواهد آمد و آنگاه می توان گفت شهر محیطی بی روح و مرده است . پس در گرافیک محیطی تلاش بر این است که با تجربیات هنری ، شرایط مناسب برای زندگی انسان معاصر به وجود آورد .

یکی از عواملی که می تواند کمکی باشد برای اوضاع نابسامان و ناهنجار زندگی شهری ، طراح گرافیک است . طراح گرافیک با به کارگیری گرافیک محیطی به مقابله با ناهنجاری های بصری در سطح اجتماع برمی آید . زمانی که یک ساختار گرافیکی در رابطه مستقیم با جامعه شهری باشد هدف آن ایجاد یک زندگی مساعد ، آرام ، دلپذیر و هماهنگ با فرهنگ و رفتار آن جامعه است ، گرافیک شهری متولد می شود .

همه ما رسانه های رایج به کار گرفته شده در گرافیک شهری مانند : پوستر ، علائم ، تابلوهای بزرگراه ها ، تابلوهای راهنمایی و رانندگی ، علائم نورانی ( نئو نها ) ، تبلیغات روی وسائل نقلیه ، طراحی محیطی پارک ها ، طراحی روبناها و رنگ های حاصل از آن ها ، طراحی محل های خدماتی عمومی ، ایستگاه های اتوبوس ، باجه های تلفن ، نیمکت ها ، طراحی محیطی مراکز فرهنگی و تفریحی ، طراحی مجسمه ها در میدان ها و پارک ها و یا نقوش برجسته سردر مؤسسات و ادارات ، تابلوهای سردر فروشگاه ها ، مغازه ها ، سینما ها و کلیه سازمان ها و مؤسسات دولتی و خصوصی و گونه های متنوع تابلوهای تبلیغاتی و... را می شناسیم .

امروزه فاصله میان تصاویر تبلیغات شهری و شهری از تصاویر به سرعت کاهش می یابد . پاسی کولپهونن با دیدگاهی کارکردگرا و کم و بیش مثبت و واقع نگر چنین پدیده ای را « زیبایی شناسی اقتصاددان » می نماید که معنا و مفهوم آن ساختمان ها ( مانند پنجره ) به منظور تبلیغات شهری است . به نظر او چنین نگاهی سیما و تناسب آنها با محیط اطراف ، مکان های مجاز و غیرمجاز قرارگیری تابلوها ، تناسب اندازه تابلوها ، نوع قلم و تناسب اندازه قلم در متن تابلوها ، توجه به حفظ امنیت و آرامش شهروندان ، تلاش برای نگهداری هویت کهن و بافت تاریخی شهر ، مسایل مربوط به حفظ سیمای بکر و پاکیزه طبیعت و محیط زیست ، تأثیرات فرهنگی و بصری مناسب ، هماهنگی با مسئولین مرتبط شهری و کسب اجازه رسمی و ... به گونه ای دقیق و روشن بیان و اجرا می شوند .

بنابراین، وقتی در مورد هویت بصری شهر صحبت می کنیم، مرادمان در واقع نوعی نظام یافتگی ساختاری، کاربردی و زیبایی در شهر است ؛ نوعی انتظام در جلوه های گوناگون بصری شهر از جمله گرافیک شهری که بیشتر با شکل و ساختار ظاهری شهر که حاصل دست ساخته های انسان است در پیوند قرار می گیرد . محیط باید دارای هویت باشد . هویت بصری شهر اهمیت بالایی دارد ، این هویت از سردرگمی افراد و عدم تعلق خاطر جلوگیری می کند . افراد باید احساس دل بستگی نسبت به شهر خود داشته باشند ، باید فضای

مناسب و بانشاط و خاصی از رنج و فرسایش را در اطراف خود حس کنند و نوع آسایش و الفت در آنها ایجاد شود. از سوی دیگر تجهیزات در سطح شهر به عنوان مثال؛ مبلمان شهری نیز اهمیت فراوان دارد، وظایف تجهیزات شهری اطلاع رسانی و تعیین جهت برای شهروندان است. بخشی از آن ها ارائه مقررات، ممنوعیت ها، بایدها و نبایدها، را گوشزد می کند. بخشی از تجهیزات شهری نحوه توزیع و جمع آوری کالا و خدمات ( نظیر صندوقهای پست ) است. بخش هایی وظیفه حفاظت و استراحت شهروندان نظیر بازی کودک و تفریح، روشنایی در شب و ارائه خدمات بهداشتی را برعهده دارند، و بخشی از آن ها مجسمه هایی است که در زمره وظایف فرهنگی تجهیزات است و برخی وسائل جنبه های ثبت کنندگی نظیر پارکومرها و تقویم دارند. این تجهیزات باید شرایط سازگاری با محیط را داشته باشند، طرح یک ایستگاه اتوبوس جدا از زیبایی ظاهری باید سرپناهی مناسب باشد. در مورد سیستم های جدا کننده باید دقت شود، فرم، شکل، اندازه در سطح شهر افراد را از شرایطی طبیعی دور نکند.

در زمینه سازگاری طرح ها با محیط می توان از بناهای بجا مانده دوران صفویه نظیر مساجد و میدان ها یاد کرد که تزئینات معماری بناهای مذهبی جنبه سازگاری و زیبایی شناختی با محیط داشته و در نهایت برای مخاطبان جذاب است. کتیبه هایی که باورهای دینی افراد را منتقل کردند و نقش و رنگ با معماری در ایجاد فضا سازی مناسب بوده است. چرا این بناها از ارزش فوق العاد های برخوردارند؟ چون افراد به این بناها نوعی احساس تعلق خاطر دارند. باید به شاهکارهای تاریخی ذکر شده توجه کرد زیرا فرم و عملکرد به نحو مطلوب با یکدیگر تلفیق شده اند. استفاده مناسب و به جا از فرم، رنگ و سازگاری با شرایط معماری برای طراحی و سازماندهی هویت شهری ضروری است، گذشته از این باید به واقعیت های زندگی روزمره و ایجاد فضا برای زندگی روزمره توجه کرد. نمونه های مناسب تعلق خاطر در شهر کرمان دیده می شود. می توان با طراحی مناسب در محیط تنش ها را به حداقل رساند و این نیازمند تلاش جامعه شناس، طراح، معمار، متخصصین ارتباطات و فعالیت مستمر همه این ها باهم است.

گرافیک محیطی باید نشان دهنده هویت هر شهر باشد و طبق هویت تاریخی، فرهنگی و هنری آن شهر طراحی شود. گرافیک محیطی که می خواهد در خصوص گرافیک محیطی شهری تلاش کند، باید مطالعه در خصوص آن شهر داشته و بدون آشنای با هویت تاریخی و فرهنگی شهر نباید به گرافیک محیطی آن شهر بپردازد. استفاده تمام و کمال از تکنیک های گرافیک، استفاده از جلوه های نور \_ نور طبیعی در فضای باز و نورهای محیطی دیگر جهت فضاهای بسته و یا نورپردازی شب و رعایت نکاتی نظیر انتخاب محل نصب، ارتفاع مورد نظر با توجه به دید بیننده، تکنیک های اجرایی، هماهنگی با موضوع و محیط و یا استفاده از کاراکترهای مخصوص و ترفندهایی از این دست، از جمله وظایف دیگر طراح گرافیک محیطی است. طراح گرافیک محیطی با عوامل و امکانات موجود انواع شیوه های بیانی را در نظر می گیرد تا توجه مخاطب را برانگیزاند و به دنبال آن به هدف خود نزدیک می شود.

نورمن کرو، استادیار دانشکده معماری دانشگاه نتردام و پل لاریو، استاد معماری دانشگاه بال استیت - در کتاب یادداشت های بصری برای معماران و طراحان دو نوع مهارت را برای سواد بصری قابل توجه می داند.

یکی بیان بصری و دیگر ذکاوت بصری : بیان بصری ؛ راجع به پیام هایی است که ارسال می کنیم و ذکاوت بصری ؛ مربوط به پیام های بصری دریافتی است. درست همان طور که صحبت کردن و گوش دادن مهارت هایی مرتبط و در عین حال مجزا هستند ، دیدن و ارائه کردن نیز به یکدیگر وابسته ، ولی جدا هستند . اما نکته مهم اینجاست که سواد بصری مانند زبان نوشتاری باید به تدریج آموخته شود . در بیان تجسمی اصل مهم دیدن همواره دیده شدن است و بیان بصری قصد دارد پیام را طوری ارائه دهد که به بهترین شکل دیده شود . اینکه از چه توانایی ها و امکاناتی برای بهتر دیده شدن استفاده شود ، نیازمند ذکاوت و رعایت کردن تمامی موارد و اصولی است که به آن ها اشاره شد . بعد از بیان بصری نوبت ذکاوت بصری است ، بصری توانایی دیدن و درک اطلاعات ، پیام ها و مفاهیم به صورت صریح و واضح است . فهمیدن و به کار بردن مفاهیم بصری نیز مهارتی است که بخشی از آن آموختنی و بخش دیگری غریزی و درونی است . بدیهی است که آنچه که به شهر هویت می بخشد و برای ساکنان شهر آسایش را به همراه می آورد . انبوه ساختمان ها و ترافیک در فضاهای شهری نمی باشد بلکه منظرشهری ، پارک و مبلمان آن می باشد . و این خصوصیات بارز است که شهرها را از یکدیگر متمایز می سازد . بطور ساده و خلاصه وظیفه هدایت ، کنترل ، امنیت ، ارتباط ، راحتی ، تبلیغات تزئین و تفریح در سطح شهر و خیابان برعهده مبلمان شهری است تنظیم چنین فعالیت هایی در سطح شهر از توانایی یک تخصص و چند متخصص خارج است. این تنوع ساختاری اساسی شکل گیری تسهیلات و امکاناتی در سطح شهر با عنوان « مبلمان شهری » است .

مشاهده انواع آب نما ، جوی ، استخر ، حوض خیابانی و از این قبیل نیاز به تخصص مهندسان تأسیسات را آشکار می کند کلیه علایم راهنمایی و رانندگی ، طراحی و جانمایی آن ها و هر چه در این مجموعه جای می گیرند نظر مهندسان ترافیک را می طلبد در طراحی تبلیغات محیطی و هماهنگ سازی علایم و تابلوها باید گفت که طراحی گرافیک با هدف ایجاد ارتباط تصویری مناسب بین شهروندان در سطح معابر عمومی نقش مهمی ایفا می کند . وقتی بحث سازه های فضایی ، کفسازی ، جوی و جدول ، پله و شیب راهه در منظر شهر پیش می آید ، وجود متخصصان مهندسی عمران ضروری است . مجسمه سازان و نقاشان با هنر خود در عرصه ی تجسمی و کاربردی در صدد روح بخشیدن به سطوح سرد و خشک شهر و پرکردن فضاهای خالی و کسل کننده آن هستند . معماران با طراحی حجم های متنوع و کاربردی با بهره گرفتن از المان های روشنایی و گلدانهای تزئینی ، فضاهای باز را زینت می بخشند . طراحی برخی اجزای مبلمان شهری به وسیله معماران به ویژه هنگامی صورت می گیرد که مجموعه ای مسکونی ، تجاری ، اداری یا صنعتی با تمام ملزومات زیستی مدنظر باشد .

متخصصان طراحی و برنامه ریزی شهری و نیز معماری فضای سبز( که گرایشهای طراحی پارک و محوطه زیر مجموعه تخصص آنهاست ) از اصلی ترین گروه های مسئول تجهیز فضاهای شهری هستند چنانچه پذیرفته شود که طراحی و برنامه ریزی شهری درصدد ارائه الگوهای مناسب زیست شهری در ارتباط با ساختمانها ، خیابانها ، میدانها و در کل فضاهای شهری است ، آنگاه ملاحظه می شود که مبلمان شهری به عنوان جزئی شامل : محل های نشستن ، روشنایی ها ، سطل های زباله ، ایستگاههای اتوبوس ، جایگاه

دوچرخه و موتور سیکلت ، کیوسک های مطبوعات و فروش بلیط ، باجه های تلفن ، تابلوهای راهنما ، منابع نوری و روشناییها و.... از فضاهای مذکور می تواند ارتباط گسترده ای را با این تخصص داشته باشد . تجهیزاتی که همچون اثاث یک خانه، امکان زندگی را در فضای محصور میان سنگ و بتن و شیشه فراهم آورد . این اجزاء ، جریان حرکت ، سکون ، تفریح و اضطراب را در شهر تنظیم می کنند و به آن روح می بخشند . تجهیزات یا مبلمان شهری ، خیابانی یا فضای باز اصطلاحات رایج این تسهیلات و امکانات هستند . به طور یقین یک طراح شهری در طرح جامع خود از ضرورت ها و الزام های عناصر مبلمان شهری آگاه است . طراحان فضای سبز نیز در گروه دیگری از مبلمان شهری یا به عبارتی مبلمان پارکی نقش عمده ای دارند : نیمکت ، زباله دان ، روشنایی ، علایم ، آبخوری ، وسایل بازی ، کیوسک و اقلام دیگری که معمولاً در پارک یا فضاهای سبز وجود دارند را شامل می شود : چراغ و پایه روشنایی ، نیمکت ، صندلی و گلدان خیابانی ، علایم ، تابلو ، نمادها ، انواع کیوسک ، جایگاه دوچرخه ، در و دروازه ، ورودی ، نرده ، حصار ، آبخوری ، ساعت خیابانی ، تندیس، کفپوش ، سنگفرش ، کف سازی ، آسفالت ، دهانه فاضلاب خیابانی ، پله ، شیبراهه ، تیرک ، دیواره ، آبشار تزئینی ، آبنا ، حوض شهری ، استخر میدانی ، گیاهان ، درخت ، آبراهه ، آب سردکن، ایستگاه هواشناسی ، باغچه ، پارکومتر ، گولاتور گاز شهری ، زباله دان ، شیر فشار آب ، ستون اعلانات ، سکو ، شیر آتش نشانی ، صندوق صدقات ، فانوس ، فواره ، وسایل ایمنی ترافیک ، وسایل بازی پارک ، جایگاه پلیس ، جدول ، جوی ، جعبه تقسیم تلفن ، خط کشی ، چشم گربه ای ، دکل برق ، درپوشهای مختلف خیابانی ، صندوق پست ، پلاک خیابانی ، پل عابر پیاده ، پل روی جوی ، ترانسفورماتور ، تلفن همگانی ، تیر چراغ برق ، سرپناه ایستگاه اتوبوس ، دستگاه های خودکار عرضه خوراکی ، پله برقی ، شبکه پای درخت ، محافظه تنه درخت ، سازه ، سایه بان ، سیم ها و کابل های هوایی ، نقشه شهر و محله ، کلیه تجهیزات معلولان فضای سبز، پرچم ، پلاکارد ، تثبیت کننده شبیها ، تجهیزات ورود و خروج توقفگاه ، مسدود کننده راه ، توالی خیابانی ، تجهیزات ورزشی خیابانی و نورافکن .

طراحی محل های نشستن در داخل پارک ها و کنار میدان ها و برخی پیاده رو ها به ۲ گونه است : محل نشستن بلند مدت و محل نشستن کوتاه مدت . برای نشستن طولانی بایستی از کیفیت های پشتی دار و دسته دار استفاده کرد تا شهروندان از شرایط راحتی بیشتری برخوردار باشند . محل های نشستن کوتاه مدت ، ساده تر و چند کاره تر هستند . نظیر کیفیتهای سنگی یا بتنی بودن پشتی ، یا لبه گلدانهای بسیار بزرگ سنگی یا بتنی . مانند ورودی موزه ها ، سینماها و سالن های کنسرت . برای تشکیل اجتماعات کوچک یا شنیدن موسیقی در هوای آزاد ، مصالح محکم ،سنگ ریشه دار ،نرده های چوبی و یا فلزی ضخیم و محکم باشد باشند . به طوری که شهروندان از نشستن روی آنها احساس راحتی و امنیت کنند .

اسباب بازی ها و مبلمان بازی کودکان : بازی به لحاظ فرهنگی ، اجتماعی و روانی دارای اثرات پایداری در کودکان ، الگوهای روانی و توانمندی های انسان می باشد . امروزه با توجه به صنعتی شدن جوامع ، رشد و گسترش روز افزون جمعیت های شهری منازل مسکونی فاقد مکان های مناسب برای بازی کودک است . بنابراین وجود فضاهای بازی در جوامع امروزی ضرورت یافته است . در طراحی این گونه فضاها ، مطالعه و



شناخت اصول ایمنی لازم، عدم یکنواختی وسایل بازی، رعایت تناسبات انسانی، مصالح صحیح و شرایط محیطی لازم می باشد. وسایل بازی کودکان همواره باید در مکان هایی مستقر گردند که در معرض دید کامل بود. استفاده از رنگ های تند، شاد و متضاد در زمین بازی کودکان حس جنب و جوش و فعالیت را در آنها تقویت می کند. حتی در بعضی از کشورها در تاریخ های خاصی از سال معمولاً در زمان تعمیر و رنگ آمیزی وسایل بازی را در اختیار کودکان قرار می دهند تا آن را به میل خود رنگ کنند و سپس از سلیقه آنها جهت رنگ آمیزی مجدد استفاده می نمایند.

مبلمان با کاربری خدماتی: ظروف زباله ای که در سطح شهر قرار می گیرد مصارف مختلفی دارد و یکی از مهم ترین تجهیزات خیابانی می باشد. استفاده از ظروف زباله بایستی راحت باشد و در محل های مناسب نصب شود. آنها باید به آسانی قابل دسترس، به تعداد زیاد و بی نیاز از محافظت باشد. یکی از اشتباهات مهم در شهرسازی مکان قرار گیری سطل های زباله است که در جایی قرار می گیرند که بتوان به راحتی آنها را خالی کرد، نه اینکه به راحتی برای شهروندان قابل دسترس باشد. نتیجه این کار خیابان های پر از زباله و سطل های خالی است. زیرا مردم وقت خود را برای یافتن سطل زباله صرف نمی کنند.

به منظور شناخت و درک دقیق مسئله تابلو، از یک سو باید به جزئیات تابلو مثل ابعاد، موضوع، رنگ، نورپردازی حروف، اشکال و نوع ساخت پرداخت و از سوی دیگر ارتباط تابلو و ساختمان، ترکیب مجموعه تابلوها با هم و نقش تابلو در سیمای شهر را بررسی کرد. شکل های موجود در تابلوها بیش از آنکه یک مسئله فنی باشد یک مسئله فرهنگی است و آموزش عمومی نیاز دارد. به عنوان مثال به چند نکته اشاره می کنم:

۱- خوانایی تابلو به حالتی گفته می شود که بیننده تابلو، پیام نوشته شده در آن را به روشنی و در کوتاه ترین زمان ممکن دریابد. ۲- اندازه حروف تابلوها و علائم باید در حدی باشد که از مسافت مطلوب خوانده شود. سرعت حرکت خواننده یکی از عوامل تعیین کننده در اندازه خط تابلوهاست. ۳- بهتر است برای صرفه جویی در زمان برای دریافت پیام توسط بیننده، با رعایت رسایی آن، از شرح طولانی پیام ها خودداری کرده و آنها را با رعایت اختصار و مفید ارائه نمود. ۴- یکی از اصول مهم در آرایش فضاهای شهری با انواع مبلمان، رعایت تعادل و هماهنگی در طراحی و چیدمان آنهاست، بدیهی است که علائم و تابلوها از این قضیه مستثنی نیستند. در این میان تابلوها و بیلبوردهای تبلیغاتی، به دلیل رنگ و لعاب بیشتر و اندازه بزرگتر، جلب توجه زیادی کرده و حتی در بعضی از موارد اثر تابلوهای مهمی مانند تابلوهای راهنما را کم رنگ می کند. ۵- در کشورهای مختلف، استاندارد ارتفاع تابلوهای شهری اندکی متفاوت است. حتی قوانین منطقه ای نیز می تواند گوناگون باشد، اما بیشتر این قوانین، ارتفاع را زیر دوم سوم ارتفاع عمارت تعیین می کنند. ۶- مصالحی که در ساخت تابلوها به کار می رود، باید از مواد مقاوم و فاسد نشدنی باشد. موادی مانند ورق آهن، برنز، آلومینیوم، چوب، سنگ، بتون، اکریلیک یا فایبر گلاس بسته به نوع تابلو و مکان نصب آن، می تواند سفیدتر باشد. در ساخت و نصب تابلوها باید موارد ایمنی را رعایت کرد.

## نتیجه گیری :

مهمترین ویژگی گرافیک شهری با در نظر گرفتن تمام مواردی که برای آن ذکر شد ، ایجاد مناظر زیبای بصری در جامعه است . زیباسازی جوامع تأثیر فراوانی در سلامت ذهنی مردم دارد . گرافیک محیطی در کنار پیام ها و مفاهیمی که به طور مستقیم و یا غیرمستقیم انتقال می دهد موظف است فضایی سالم ، پر نشاط و قانع کننده برای سکنه شهر فراهم آورد .

در گرافیک شهری و مباحث آن ، طراحی مبلمان شهری باتوجه به عوامل زیبایی شهر صورت می گیرد . مبلمان شهری ، فراهم آوردن محیط زیبای بصری ، هماهنگی مطلوب محیط زندگی آرام بخشی به مخاطب و کاهش دغدغه های روانی افراد جامعه را مدنظر دارد . مردم به طور غریزی به زیبایی ، تعادل ، توازن و آراستگی تمایل و از زشتی و ناهنجاری پرهیز دارند . حضور در محیطی که همه عناصر آن در جای مناسب خود قرار گرفته و تمامی عناصر بصری به طور هماهنگ تأثیرات اصولی و درستی را رعایت می کنند برای هر شهروندی لذت بخش است و خستگی ها و دغدغه های زندگی روزمره را به آرامش و سلامت روانی بدل می کند .

## منابع :

- ۱- ایلوخانی، مسعود (۱۳۸۸) ، گرافیک محیطی تهران، فاطمی
- ۲- بحرینی، سیدحسین (۱۳۷۵) ، تحلیل فضاهای شهری در رابطه با الگوهای رفتاری استفاده کنندگان و ضوابطی برای طراحی تهران، دانشگاه تهران
- ۳- بحرینی، سیدحسین (۱۳۸۸) ، مبانی نظری طراحی شهری معاصر تهران، دانشگاه تهران.
- ۴- بقاپور، محمدرضا (۱۳۸۸) ، نقش ضوابط در ساماندهی . گرافیک خیابانی، حرفه هنرمند شماره ۲۶
- ۵- سعید نیا ، احمد ، ۱۳۸۳ ، طراحی فضاها و مبلمان شهری ، انتشارات سازمان شهرداری های کشور ، جلد دوازدهم
- ۶- زنگی آبادی ، علی : تبریزی ، نازنین ( ۱۳۸۳ ) ، طراحی و برنامه ریزی مبلمان شهری ، انتشارات شریعه توس ، مشهد
- ۷- فرای، هیلدبرند (۱۳۷۷) ، طراحی شهری :به سوی یک شکل پایدار شهر ترجمه حسین بحرینی، تهران، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
- ۸- کرو، نرمن (۱۳۷۷) ، یادداشت های بصری برای معماران و طراحان، ترجمه سعید آقایی و محمد مدنی، تهران، انتشارات هنر و معماری.
- ۹- کولهونن، پاسی (۱۳۸۸) ، نگاهی به عملکرد عکس های متحرک، تبلیغات و مناظر شهری ترجمه خداداد موقر، حرفه هنرمند، شماره ۲۶
- ۱۰- مهندسین مشاور اسایش محیط ( ۱۳۷۲ ) اصول و ضوابط پارک های شهری ، گزارش مرحله سوم سازمان پارک ها و فضای سبز شهرداری تهران.
- ۱۱- مرتضایی، سیدرضا (۱۳۸۸) ، رهیافت هایی در طراحی مبلمان شهری تهران، انتشارات سازمان شهرداری کشور.
- ۱۲- محمودی نژاد، هادی (۱۳۸۸) ، طراحی شهری از روانشناسی محیطی تا رفاه اجتماعی تهران، هله:طلحان.
- ۱۳- محمودی نژاد، هادی (۱۳۸۸) ، فضا و مکان در طراحی شهری تهران، هله:طلحان.
- ۱۴- مشهودی، سهراب (۱۳۸۰) ، مبانی طراح های سیال شهری تهران، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
- ۱۵- میدا، بالی (۱۳۸۶) ، گرافیک های طراحی شهری ترجمه امیر شکیبامنش، تهران، هله:طلحان.

International Conference on  
Modern Research in Civil Engineering,  
Architectural & Urban Development

November 26, 2015

IRIB International Conference Center – Tehran



کنفرانس بین المللی

پژوهش های نوین در عمران، معماری و شهرسازی

۵ آذر ماه ۱۳۹۴ / تهران - مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما

- 16-Deliber finke,gall,Urban Identities ,madison , Square press,1998
- 17- Grayson,james,This way, signage design for public spscs,Rock port publisher,2000
- 18- Green wood,wade,Sign design,London,Thumes and Hadsan,1991