

نقش گرافیک محیطی در طراحی شهری

مژده اسلامی

دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری دانشگاه تهران

mojdeh.eslami@ut.ac.ir

چکیده

گرافیک محیطی یک نوع زبانی ارتباطی است که برای انتقال پیام و دسته‌بندی اطلاعات در فضاهای داخلی و بیرونی استفاده می‌شود. امروزه با روند سریع رشد علوم و تکنولوژی و گسترش شهرها، استفاده از این زبان در فضاهای شهری، امری اجتناب ناپذیر است. نکته قابل توجه این است که ما هر روزه در حال استفاده از گرافیک محیطی هستیم بدون آنکه به ماهیت آن آگاهی داشته باشیم. طراحان گرافیک محیطی از این زبان استفاده می‌کنند تا به افراد در مورد چیزهایی که روزانه به آن نیاز دارند، اطلاعات بدهند. این در واقع راهی است برای کمک به مردم تا مسیر خود را پیدا کنند، جهت‌یابی کنند، اطلاعات مورد نظر خود را از یک فضا و مکان و یا مفهوم بخصوص به دست آورند و با سهولت به مقاصد مورد نیاز خویش در فضاهای شهری دست یابند. این سهولت باعث می‌شوند تا افراد از سردرگمی و پریشانی در فضاهای شلوغ شهری نجات پیدا کنند و با محیط احساس راحتی و مؤانست کرده و به‌دور از تنش و اضطراب به رفع نیازهای خویش بپردازند، و همچنین باعث خوشبینی و اعتماد به نفس افراد می‌گردد و فضایی برای رشد و شکوفایی جامعه فراهم می‌آورد. از قسمت کاربردی این نوع طراحی که بگذریم، گرافیک محیطی در وجه و جلوه هنری خود باعث جذابیت بصری در فضاهای شهری می‌شود و این جذابیت، حس زیبایی‌پسندی مخاطبان را جلب کرده و روحیه افراد را تلطیف می‌نماید. امروزه گرافیک محیطی به عنوان مبلمان شهری، یکی از اصول پایه‌ای برای طراحی شهری محسوب می‌گردد.

واژگان کلیدی: گرافیک محیطی، طراحی شهری، سیستم راه‌یابی، علائم راهنما

مقدمه

پیشینه استفاده از گرافیک محیطی را می توان به دوران باستان حدود ۳۰۰۰۰ سال پیش نسبت داد که بشر نخستین برای برقراری ارتباط با فضای پیرامونش، در اعماق غارها تصاویری از حیوانات را ثبت کرد، این نخستین گام در استفاده از زبان تصویری محسوب می شود که نمونه آن را می توان در غارهای لاسکوز^۱ و چاوت^۲ در فرانسه مشاهده کرد.

اولین شکل های نوشتاری به دوران سومری ها در بین النهرین، در ۳۰۰۰ سال پیش از میلاد مسیح بازمی گردد. این سیستم نوشتار بر اساس پیکتوگرام بوده است. شیوه خواندن آن از بالا به پایین بوده و حروف روی خانه های افقی و عمودی با فاصله های مساوی قرار می گرفتند (شکل ۱).



شکل ۱- لوح گلی سومری، به دست آمده از جنوب عراق، حکاکی شده به خط میخی.

اولین فرم حکاکی شده نوشتار با استفاده از ابزار نوک تیز

3000-3100 BCE

در پی قرن ها پیشرفت، خط میخی و دیگر خطوط تصویری تغییر شکل دادند و به حروف الفبایی که امروزه ما از آن ها استفاده می کنیم نزدیک شدند. در واقع تصاویر می توانستند محدود کننده باشند و یا موجب سوء تعبیر و بدفهمی شوند در حالیکه حروف و کلمات غیر قابل اشتباه شدن هستند و می توانند ایده ها و مفاهیم را به طور کامل منتقل کرده و ارتباط برقرار کنند. همچنین نوشتار به ما اجازه می دهد که با توده ای از مخاطبان ارتباط برقرار کنیم و در طی نسل ها تاریخ را ثبت و ضبط کنیم و بین فرهنگ ها و اقوام مختلف تبادل فکر و اندیشه داشته باشیم.

یکی دیگر از صورت های کهن استفاده از گرافیک، نگاشتن و تصویر نقشه هایی بوده که اقوام باستانی از آن ها برای نمایش صور فلکی و آسمانی بهره می بردند. نمونه آن نقشه ای است که در ۱۹۳۰ در شهر ویران شده گاسور^۳ در نوزی^۴ (شهر مدرن یورقان

¹ . Lascaux

² . Chauvet

³ . Ga-Sur

⁴ . Nuzi

تپه^۵ در ۲۰۰ مایلی شمال بابل جدید در عراق یافت شده است (شکل ۲). در این نقشه کاراکترهای خط میخی و اشکال سمبولیک بر روی لوح سفالی حک شده است و قدمت آن به ۲۳۰۰-۲۵۰۰ پیش از میلاد بازمی‌گردد. در آن یک ناحیه مرزبندی شده وجود دارد که با صخره‌ها یا کوهستان احاطه شده است و در میانه نیز از دو سو، جریان آب آن را در بر گرفته است. جالب است که بدانیم صخره‌ها یا کوه‌های نمایش داده شده با ابزار مخصوصی بر روی لوح ایجاد شده‌اند و اشکال آن‌ها حالت هم‌پوشانی دارند.



شکل ۲: طرح قالب‌ریزی شده از لوح حک شده سفالی بابل، متعلق به ۲۳۰۰-۲۵۰۰ BCE

گاسور، بین‌النهرین (عراق جدید)

نمونه دیگر، نقشه ستارگانی است که در مقبره سنموت کبیر^۶ در نزدیکی لاکسر^۷ با پیشینه ۱۵۰۰ سال پیش از میلاد مسیح، پیدا شده است (شکل ۳). این نقشه ظاهراً تجمع ستارگان را در موقعیت بخصوصی از آسمان شب نمایش می‌دهد که به یک موقعیت زمان خاص اشاره دارد. تشخیص منطقه دقیق ذکر شده در نقشه‌های یافت شده نخستین دشوار می‌نماید.

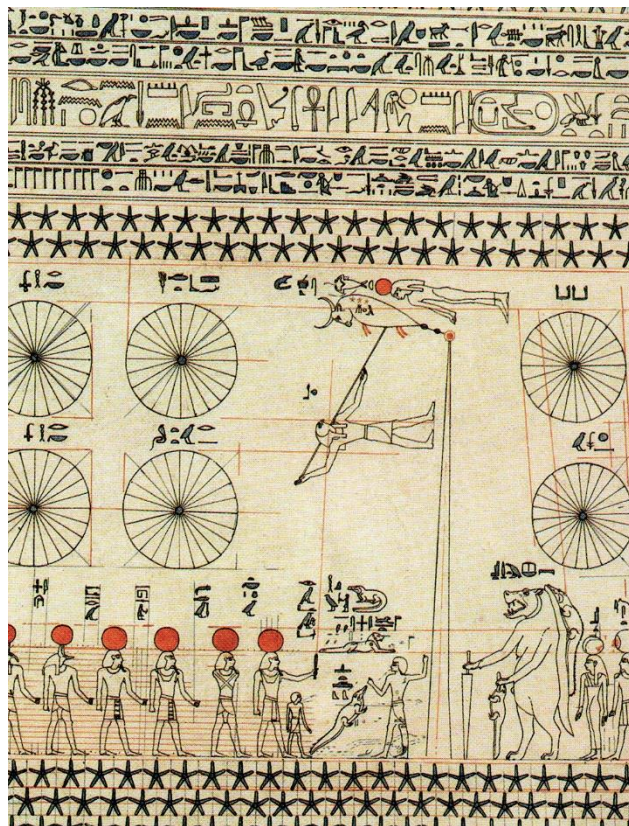
قرن‌ها پس از آن، ساخت نقشه‌ها بسیار ماهرانه‌تر شد. بطلمیوس^۸ که یک منجم و ریاضی‌دان یونانی بود که در قرن دوم میلادی در مصر می‌زیست، نقشه‌های جغرافیایی را به نگارش درآورد. کار قابل توجهی که او انجام داد این بود که یک سیستم تصویری برای اطلاعات ارائه شده در نقشه ابداع کرد که جغرافیای جهان را بین ۱۲۷-۱۵۰ میلادی نشان می‌دهد. او نخستین فردی بود که سیستم شبکه‌بندی شده برای مشخصه‌های جغرافیایی را ایجاد کرد و نقشه کل دنیا را ارائه داد. این نخستین تلاش‌های پیشگام از ساخت نقشه باعث شد که انسان بتواند در جهان پیرامونی که او را در بر گرفته بود جهت‌یابی کند و از مسیری به مسیر دیگر راهش را پیدا کند (Coates and Ellison, 2014).

⁵. Yorghn Tepe

⁶. the great Senmut

⁷. Luxor

⁸. Ptolemy



شکل ۳- قسمتی از نقاشی کلیشه برداری شده توسط چارلز ک. ویلکینسون از سقف مقبره سنموت

نزدیک لاکسر، مصر: ۱۴۷۳-۱۴۵۸ BCE

نحوه شکل گیری و سیر ایجاد گرافیک محیطی از گذشته تا امروز

می توان گفت آغاز شکل گیری گرافیک محیطی در هیأت امروزین آن به اوایل قرن بیستم بازمی گردد. با اکتشاف نفت و رونق گرفتن بازار اتوموبیل های تجاری در ۱۹۰۰ میلادی، سیستم علامتی یا ساینماژ^۹ برای نخستین بار در حمل و نقل استفاده گردید (Berger, 2005).

از سویی دیگر پس از جنگ جهانی دوم که شهرها به سمت صنعتی شدن پیش رفتند، نیاز به ایجاد فضاهای مناسب شهری، نوع خاصی از گرافیک را به وجود آورد تا در سیستم های کلان شهرنشینی، اطلاع رسانی به مخاطبان به سهولت انجام پذیرد. شروع تدوین این سیستم در ۱۹۶۰ در کارهای رابرت ونتوری^{۱۰} بر روی ساختمان ها اتفاق افتاد و با توسعه سیستم حمل و نقل شهری در این دهه، عناصر گرافیکی کارآمد و مناسب در این زمینه، به خدمت گرفته شدند (صالحی، ۱۳۹۴).

⁹. Sinage

¹⁰. Robert Venturi

سپس دامنه کار به وقایع مختلف بین المللی کشیده شد که نقطه عطف آن بازی های المپیک ۱۹۶۸ مکزیک بود و طراح گرافیک محیطی این مکان، لنس وایمن^{۱۱}، طراح آمریکایی بود. از دهه ۷۰ میلادی به بعد اصلاحات و تدوین های خاصی برای طراحی گرافیک محیطی در سیستم اطلاع رسانی و مسیریابی در محیط های شهری پایه ریزی شدند (Niron, 2009).

در سال ۱۹۷۴، اداره حمل و نقل ایالات متحده آمریکا، ۳۴ نماد منسجم گرافیکی را برای این مجموعه تدارک دید که به امر حمل و نقل بین المللی و محلی رونق بخشید (بیمگز، ۱۳۸۱).

از ۱۹۸۰ به بعد گستره استفاده از این علائم به سایر بخش ها نیز نفوذ کرد و مراکز تجاری، موزه ها، ارگان های دولتی، باغ وحش ها و سایر مکان های عمومی شهری نیز از این سیستم استفاده نمودند (Niron, 2009).

این هنر که امروزه در تار و پود زندگی شهری تنیده شده است از مهمترین عناصر این نوع زندگی به شمار می رود و شامل بسیاری از مشخصه های شهری نظیر: علائم راهنمایی و رانندگی، تابلوهای راهنما در سطح شهر، نقشه های موقعیت یاب در مکان های عمومی، تابلوهای هشدار در سطح شهر، تابلوهای جهت یاب و معرف، بیلبردهای تبلیغاتی و ... است. می توان گفت هنر گرافیک محیطی پیوند نزدیکی با هنرهای تجسمی و طراحی شهری و معماری دارد هر چند که محدوده هر کدام از موارد فوق مشخص است اما مرزهای همپوشانی با هنر گرافیک محیطی دارند (استوار، ۱۳۹۲).

تعریف گرافیک محیطی

همانطور که شرح داده شد در گذشته های بسیار دور که انسان غارنشین بود، با ابتدایی ترین وسایل، نظیر سنگ و چوب و رنگ های گیاهی و خون و چربی حیوانات آثار ماندگار بصری را بر دیواره غارها پدید آورد. سال ها پس از آن، هنر شکل های دیگری به خود گرفت و در عصر رنسانس اولین تکنیک های چاپ گراور توسط فرانسیکو گویا ابداع شد که باعث شد بتوانند نقاشی ها را به صورت حک کردن روی فلزات به چاپ برسانند. در خلال سال های پس از رنسانس که تحولات بزرگی در هنر نمایش اتفاق افتاده بود، نیاز به اطلاع رسانی برنامه ها و نمایش ها، باعث تلفیق دو هنر نقاشی و فونت با یکدیگر شد که به این شکل اولین اعلان های تبلیغاتی متولد شدند (استوار، ۱۳۹۲).

طراحی گرافیک محیطی کاملاً با طراحی گرافیکی در محیط های دو بعدی کلاسیک تفاوت دارد. دیوید گیسون^{۱۲} (۲۰۰۹)، مدیر « همکاران دو دوازده »^{۱۳} نیویورک در مورد گرافیک محیطی می گوید: اصلاح گرافیک محیطی بسیار گیج کننده است و مردم تصور می کنند گرافیک محیطی با مسائل بومی شناختی ارتباط دارد در حالیکه طراحی گرافیک محیطی به ارتباطات در محیط های ساخته شده می پردازد. رایان لسکینو^{۱۴} (۲۰۰۹) نیز در تعریف گرافیک محیطی می گوید: این رشته غالباً بد فهمیده می شود و رشته ای بدون مرز است چرا که در واقع متشکل از چندین رشته است و حوزه های مختلفی را دربر می گیرد. این مسئله باعث بروز نام های بسیار مختلفی برای آن شده است از جمله اصطلاحاتی مثل: گرافیک محیطی، گرافیک معمارانه، سیستم راه یابی، ساینژ یا سیستم علائم، سوپر گرافیک و غیره. جسی لوکاس^{۱۵} (۲۰۱۱) نیز به مانند گیسون گرافیک محیطی را اصطلاحی می داند که ارتباطات محیطی را در بر گرفته است. رابرت پرابست^{۱۶} مدیر گروه طراحی فایرهاوس^{۱۶}، طراحی

11 . Lance wyman

12. David Gibson

13 . Two Twelve Associates

14. Ryan Lascano

15. Robert Probst

16. Firehouse Design Team

گرافیک محیطی را نوعی خاص کردن عناصر گرافیکی در محیط طبیعی یا محیط‌های ساخته شده می‌داند. عناصر گرافیکی که کارکردهایی نظیر: شناسایی و معرفی عناصر و مکان‌ها، آگاه‌سازی، هدایت و جهت‌یابی و تنظیم و تزئین دارند. او مثال‌های در مورد استفاده این نوع گرافیک در فضاهای مختلف نظیر باغ‌وحش‌ها، فرودگاه‌ها، موزه‌ها، بیمارستان‌ها، مراکز تجاری، مراکز ورزشی و کلیه فضاهای شهری مطرح می‌کند. ترزا ادواردز^{۱۷} (۲۰۱۴) طراحی گرافیک محیطی را وسیله‌ای می‌داند که اجزا و عناصر موجود در فضا و محیط را به یکدیگر متصل کرده و با طراحی خوب و مناسب، افراد را در یافتن مسیر و راه‌یابی کمک می‌کند. آرتور و پاسینی^{۱۸} (۱۹۹۲) این رشته را مرکب از رشته‌های طراحی گرافیک، طراحی اطلاعات و طراحی صنعتی می‌داند. لینچ^{۱۹} (۱۹۶۰) این رشته را این‌گونه معرفی کرده است: گرافیک محیطی با سه مؤلفه در یک مکان ارتباط برقرار می‌کند، اولین مؤلفه، هویت آن مکان است که با طراحی گرافیک محیطی از محیط‌های دیگر مجزا شده و شخصیتی مستقل به خود می‌گیرد. دومین مؤلفه مربوط به مکان‌یابی محیط مورد نظر است به گونه‌ای که یک طراحی می‌تواند حضور آن مکان را اعلام و مشخص کند و افراد را به آنجا هدایت نماید. سومین مؤلفه مربوط به اشتراک گذاشتن اطلاعات خاص آن محیط است که با طراحی مناسب، اطلاعات در اختیار مخاطبان قرار داده می‌شود. با این سه مؤلفه یک محیط ارتقا پیدا کرده و «حسی از خانه» را در افراد برمی‌انگیزد که باعث ایجاد امنیت و آرامش در آنان می‌شود. ماسکاردو^{۲۰} و همکارانش (۲۰۰۷) نیز معنایی بسیار نزدیک با مفهوم لینچ از طراحی گرافیک محیطی را ارائه می‌دهند که در آن، درک و فهم افراد از محیط افزایش یافته و ارتباط عمیق‌تری با فضا برقرار می‌کنند. در نظر آنان یک طراح گرافیک محیطی در حله نخست هویت بصری برای محیط ایجاد می‌کند و آن مکان را از فضاهای پیرامونش جدا کرده و شخصیت مستقلی برای آن تعریف می‌کند، سپس تابلوها و علائمی را برای راه‌یابی افراد به آن محیط، طراحی کرده و مشخص می‌کند که اصولاً چه کسانی از آن فضا استفاده می‌کنند و در انتها مکان را معرفی و به گونه‌ای ارائه می‌کنند که مخاطبان با آن ارتباط برقرار کرده و از درک و فهم فضای موجود لذت ببرند و احساس آرامش و نزدیکی با محیط داشته باشند.

از سویی دیگر کریس کلورای^{۲۱} (۲۰۰۷) که یک طراح گرافیک محیطی است این رشته را از قدیمی‌ترین حرفه‌های دنیا می‌داند و پیشینه آن را به غارنشینان و علائم نقاشی شده توسط آن‌ها نسبت می‌دهد. از نگاه او علائم و نقاشی‌های درون غارها برای تبادل اطلاعات مورد استفاده قرار می‌گرفته و در حوزه طراحی گرافیک محیطی می‌گنجد.

و در انتها جامعه طراحان گرافیک محیطی، SEG^{۲۲} که در سال ۱۹۷۳ پایه‌گذاری شد، طراحی گرافیک محیطی را این‌گونه تعریف کرده است:

« ما اجتماعی جهانی و بین‌رشته‌ای از افراد حرفه‌ای هستیم که برنامه‌ریزی می‌کنیم، دیزاین می‌نمائیم و تجربه‌هایی را می‌سازیم که مردم را به مکان مرتبط می‌سازد.... طراحی گرافیک محیطی بسیاری از رشته‌های طراحی را در بر می‌گیرد که شامل طراحی گرافیک، معماری، معماری داخلی^{۲۳}، طراحی چشم‌انداز^{۲۴} و طراحی صنعتی^{۲۵} می‌شود. همه این رشته‌ها به

17. Treza Edwards

18. Arthur and Passini

19. Lynch

20. Moscardo

21. Chris Calori

22. Society for Experiential Graphic Design (SEG)

23. Interior design

24. Landscape design

25. Industrial design

جنبه‌های بصری مسیریابی، اطلاعات و هویت ارتباطی و شکل دادن به ایده مکان توجه دارند و تجربه‌هایی را می‌آفرینند که مردم را به محیط پیوند می‌دهد.» (Dabner et al, 2014)

با توجه به تعریف جامعه طراحان گرافیک محیطی می‌توان گفت این حوزه شامل: سیستم‌های راه‌یابی، گرافیک معمارانه، سیستم علائم یا ساینژ، طراحی نمایشگاهی، هویت‌سازی بصری و برند سازی، محیط‌های متحرک و پویا^{۲۶}، طراحی شهری، طراحی پیکتوگرام، طراحی فروشگاه‌ها و طراحی نقشه موقعیت‌یاب است.

این انجمن همچنین خاطر نشان می‌کند که در جهان مدرن برخلاف جامعه سنتی که طراحی محیطی به صورت ساکن و ایستا در آن اجرا می‌شد، بین عناصر طراحی، تغییر و حرکت نیز وجود دارد و این موضوع در رابطه کاربر با محیط تعریف می‌شود. چنان‌که شهرهای امروزی فضاهایی هوشمند با قابلیت‌های متغیر دارند این موضوع در طراحی گرافیکی آن‌ها نقش مؤثری ایفا می‌کند.

طراحان گرافیک محیطی در دنیای امروز می‌بایست با نخبگان بسیاری از رشته‌ها تعامل و همکاری داشته باشند به گونه‌ای که حتی متخصصان حوزه رسانه‌های دیجیتال نیز با گرافیک محیطی پیوند خورده‌اند. همچنین آنان باید با صنعت تابلوسازی آشنا باشند و فراتر از حوزه‌های بصری، تاثیرات شنیداری و بویایی و سایر حواس را نیز در نظر بگیرند. اینچنین است که امروزه رشته طراحی گرافیک محیطی یک رشته چند بعدی و متنوع است که رشته‌های بی‌شماری را پوشش می‌دهد (صالحی، ۱۳۹۴).

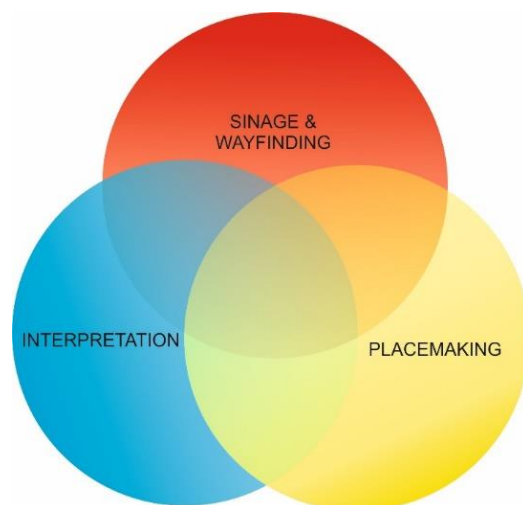
زمینه‌های اصلی گرافیک محیطی

بر اساس دسته بندی که توسط وین هانت^{۲۷} صورت گرفته است، می‌توان سه حوزه اصلی را برای گرافیک محیطی در نظر گرفت:

۱. سیستم علائم و راه‌یابی که کمک می‌کند تا افراد راه خود را توسط سیستم علائم راه‌یابی و نقشه‌های موقعیت‌یاب شناسایی کرده و به سهولت طی مسیر نمایند.
 ۲. برندینگ سازی برای محیط که باعث می‌شود مکان مورد نظر هویت مستقل و شخصیت پیدا کند و از فضای پیرامونش منفک گردد.
 ۳. تفسیر و طراحی نمایشگاهی که وظیفه آن معرفی و شرح اطلاعات است و به صورت روایت‌گونه موضوعی را برای مخاطبان توضیح می‌دهد که نمونه آن تابلوهای معرف هستند.
- این سه حوزه با اینکه جدا از یکدیگر هستند اما در نقاطی با یکدیگر هم‌پوشانی دارند. شکل ۴ به صورت شماتیک این موضوع را نمایش می‌دهد (صالحی، ۱۳۹۴).

²⁶. Dynamic environments

²⁷. Wayne Hunt



شکل ۴- سه حیطه اصلی گرافیک محیطی

هدف گرافیک محیطی

گرافیک محیطی اهداف مختلفی را دنبال می کند، نظیر: تسهیل در امر ارتباطات انسانی با محیط و امکانات موجود در محیط، درک بهتر محیط توسط مخاطبان، ایجاد هویت بصری برای یک مجموعه، ایجاد محیطی زیبا و پویا و چشم نواز که حس زیبایی شناسی بصری افراد را برانگیخته کرده و از لحاظ روانی باعث ایجاد حس خوب در افراد شود، سرعت بخشیدن به فعالیتهای اقتصادی، بهبود بخشیدن به جریان ترافیک و افزایش ایمنی در تردد شهری، اطلاع رسانی و آگاه سازی مردم، ایجاد حس امنیت و راحتی و کاهش اضطراب در افراد و...

پس به طور خلاصه می توان اهداف اصلی گرافیک محیطی را اینگونه دسته بندی کرد:

- ایجاد دسترسی آسان و ساده برای مخاطبان
- ایجاد نظم و تعادل در جامعه و یاری رسان مجریان قانون
- انتقال اطلاعات و امکانات موجود در محیط طراحی شده به کاربران
- بالابردن درک و فهم مخاطب از محیط و فضای طراحی شده
- ایجاد حس امنیت روانی و آسودگی در محیط
- ایجاد هویت و شخصیت مستقل برای مکان مورد نظر
- ایجاد فضایی دلپذیر با جذابیت بصری
- عامل ایجاد توسعه اقتصادی و رقابت شهرها و کشورها در زمینه گردشگری و تجارت

چنانکه شاهد هستیم گرافیک محیطی در نهایت قصد دارد که رابطه انسان با محیط را شکل داده و آسان کند(صالحی، ۱۳۹۴).

در اینجا لازم است خاطر نشان کنیم که گرافیک محیطی چیزی متفاوت از تبلیغات محیطی است، چرا که تبلیغات در جهت تأمین منافع تجاری گام برمی دارد و با بزرگ نمایی و اغراق سعی در جلب نظر مخاطب دارد در حالیکه گرافیک محیطی به هیچ عنوان وارد چنان مقوله ای نمی شود (استوار، ۱۳۹۲).

حال به شرح مختصری از هر یک از این اهداف می پردازیم.

ایجاد دسترسی آسان و ساده برای مخاطبان

نقشه ها و تابلوها و علائم اطلاع رسان در فضاهای شهری می بایست به گونه ای پویا و خلاق در دسترس شهروندان قرار گرفته و با انتقال سریع و بی واسطه پیام، مخاطبان را در درک صحیح موقعیت مکانی و راه یابی یاری کرده، تا در کمترین زمان ممکن و به ساده ترین شیوه به نیازهایشان پاسخ گفته شود. در واقع کارکرد درست چنین نقشه ها و علائمی، حاصل مطالعات گسترده و پیچیده ای است که اطلاعات را ساده سازی کرده و در اختیار افراد قرار می دهد. در این امر دانش و هنر به یاری یکدیگر فضاهای عمومی را سازماندهی کرده و به شیوه ای خلاقانه، فضایی زیبا و کاربردی خلق می کنند.

نکات مهم و ضروری که برای اطلاع رسانی محیطی باید در نظر گرفته شوند، عبارتند از:

- نقشه های موقعیت یاب در مکانهای ابتدایی فضاهای عمومی نصب شوند.
- تابلوها و علائم جهت یاب در مکان های مناسب و قابل دید و در ارتفاع حساب شده نصب شوند.
- طراحی گویا و ساده و صریح علائم و نشانه ها که عموم مخاطبان آن را به سهولت درک و فهم نمایند.
- نوشتار و فونت، باید ساده و قابل خوانش برای عموم افراد باشد.
- علائم و نوشتار به گونه ای صحیح و قابل درک در کنار یکدیگر استفاده شده باشند.
- رنگ تابلوها باید مرتبط با موضوع و مفهوم مورد نظر باشد و شفافیت و قابلیت دیده شدن در فضا را داشته باشد.
- جنس سازه های مورد استفاده، باید با ویژگی ها و جغرافیای محیط تناسب داشته باشند.
- سازه ها باید تمایز با سایر اجزای محیط داشته و به سادگی قابل دیدن باشند.

در واقع تابلوها و علائم باید به گونه ای باشند که یک نقشه ذهنی برای مخاطب ایجاد کرده و خاطره ای تاثیرگذار در ذهن وی به وجود آورند (رشوند و حمیدی، ۱۳۹۲).

ایجاد نظم و تعادل در جامعه و یاری رسان مجریان قانون

با گسترش شهرها و پیچیده شدن زندگی شهری، استفاده از گرافیک محیطی برای نظم بخشی و حفظ تعادل و تناسب جامعه از الزامات آن گشته است. در جوامع انبوه شهری، انسان برای رفع نیازهای خود و تعامل صحیح با محیط، نیاز به سیستم های اطلاع رسانی دارد که وی را به صورت صحیح در مسیر مورد نظرش قرار دهد و رعایت اصول طراحی های محیطی باعث ارتقاء سطح کیفی جامعه خواهد شد. برنارد رودفسکی^{۲۸} در کتاب «خیابان های مردم»، می گوید که شهرها دقیقاً با خواسته ها و آرمان های زندگی ساکنانش مطابقت دارند و آن تجلی محسوس از روح یک ملت یا فقدان آن است.

²⁸. Bernard Rudofsky

طراح و معمار آمریکایی (۱۹۰۵-۱۹۹۸) طی دهه های ۱۹۴۰ تا ۱۹۷۰ مطالعات گسترده ای در زمینه فرهنگ های بومی و پوشاک و نحوه زندگی در این جوامع در سراسر دنیا داشته است و کتاب های متعددی را نیز در این باره تألیف نموده است.

اطلاع رسانی درست و منسجم در محیط سبب می شود که افراد به صورت کاربردی از تسهیلات و راهنماهای محیطی استفاده کرده و به آسانی از ابتدا تا انتهای مسیر مورد نظرشان را طی کرده و از خدمات محیطی و بخش های طراحی شده، بهره مند گردند. در واقع کیفیت محیط در تعامل با گرافیک محیطی، ارتقاء قابل ملاحظه ای پیدا می کند و کارایی لازم برای استفاده مخاطبان را به سهولت در اختیار قرار می دهد. این امر باعث صرفه جویی در زمان افراد، نظم و رونق اقتصادی جامعه می گردد (رشوند و حمیدی، ۱۳۹۲).

انتقال اطلاعات و امکانات موجود در محیط طراحی شده به کاربران

مؤسسه استاندارد بریتانیا طراحی فراگیر را اینطور تعریف می کند: طراحی کالا و یا خدمات مرسوم که در دسترس و یا قابل استفاده برای عده زیادی از افراد باشد و نیاز به انطباق مورد به مورد و دقیق نداشته باشد.

در واقع طراحی فراگیر، کاربر محور است، این نوع طراحی با توجه به این نکته انجام می شود که افراد نه ناتوان هستند و نه کاملاً توانا، بلکه طیف گسترده ای از توانایی ها در میان جمعیت وجود دارد و طراحی فراگیر تأکید دارد تا با بیشترین تعداد ممکن از اعضای جامعه ارتباط برقرار کند.

فراگیری قادر است عوامل زیادی را در نظر بگیرد. در فاصله سالهای ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۰ میلادی دولت بریتانیا یک نظرسنجی به راه انداخت تا دریابد افراد در یک خانواده معمولی بریتانیایی چقدر توانمندی دارند. آمار به دست آمده نشان داد توانمندی های حسی و قدرت بدنی ۱۶/۸ درصد از افراد کمتر از حد انتظار و نرمال است. این اختلالات شامل اختلال بینایی، شنوایی، خوانش پریشی، تحرک و سایر عملکردهای روان شناختی برای برقراری ارتباط بود و این نشان می داد که تقریباً ۱۰ میلیون نفر از افراد جامعه، حداقل با یک نوع اختلال زندگی می کنند.

شاید این غیرممکن باشد که طراحی های اطلاعات بتواند به گونه ای باشد که تمامی موارد معلولیت ها و ناتوانی های افراد را برای خوانش صحیح و برقراری ارتباط با اطلاعات موجود در محیط، در برگیرد با این حال راهنماهای موجود در زمینه نحوه استفاده از تایپوگرافی، ترکیب رنگ ها و اندازه عناصر بصری می توانند کمک کنند تا نتیجه کار، طرحی باشد که با طیف گسترده تری از مخاطبان ارتباط برقرار کند (Coates, Ellison, 2014).

بالا بردن درک و فهم مخاطب از محیط و فضای طراحی شده

سازماندهی فضاهای شهری و هماهنگی و نظم قرار گیری ساختمان ها از مهمترین پیش نیازهای طراحی گرافیک محیطی محسوب می شود که بر درک افراد از محیط و سهولت یا دشواری دسترسی آنان به فضاها و امکانات موجود تاثیرگذار است (Arthur and Passini, 1992)، بنابراین یک گرافیک محیطی کارآمد و موفق وابسته به اصول صحیح شهرسازی و معماری است تا بتواند استانداردهای مورد نظر را برای تعامل افراد با محیط تأمین کند، در واقع قسمتی از این وظیفه سازماندهی محیط شهری که اطلاعات و پیام ها را با زبان نمادین و نشانه ها و نوشتار منتقل می کند، بر عهده گرافیک محیطی است. گرافیک محیطی علاوه بر نکات زیبا شناسانه ای که رعایت می کند می بایست با تجربیات ذهنی مخاطب در درک مفاهیم هماهنگی داشته باشد و بیان های خلاقانه تصویری را مطابق با فرهنگ و تجربه جامعه، فراهم آورد (Vanderclip, 2006).

ایجاد حس امنیت روانی و آسودگی در محیط

از نکات مهم دیگری که مد نظر گرافیک محیطی قرار می‌گیرد، این است که علاوه بر راهنمایی درست و کافی، نکات زیباشناسی را نیز در نظر دارد و فضایی دلپذیر و پویا و چشم نواز ایجاد می‌کند که این مورد، بر روح و روان اعضای جامعه تأثیری بسزا و شگرفی دارد و علاوه بر ایجاد حس آرامش و لذت بصری، باعث شکوفایی ذهن و اندیشه و تحریک حس خلاقیت در افراد می‌گردد. پس چنانچه ملاحظه می‌کنیم در می‌بایم که گرافیک محیطی پویا و کارآمد، علاوه بر اینکه ابزاری برای دسترسی به موقعیت‌ها است، رویکردهای مختلف اجتماعی و فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد. مخاطبان در چنین فضایی، ناخواسته احساس پیوند و نزدیکی با محیط می‌کنند و امکانات و فضای موجود را تلاشی می‌بینند که به ارزش وجودی آنان بها می‌دهد. یکی دیگر از مهمترین کارکردهای گرافیک محیطی این است که با زبانی ساده و قابل فهم برای همه، اقدام به آگاه‌سازی و ارائه اطلاعات به افراد می‌کند یعنی با ابتدایی‌ترین و ساده‌ترین مفاهیم که در همه زبان‌ها مشترک است، اطلاعات مورد نیاز را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد. شهروندان جهت بهره‌برداری و استفاده کارآمد و مفید از محیط و دست‌یابی به موقعیت‌های مورد نظر خود، نیاز به علائم و نشانه‌هایی دارند که با یک نگاه و در کوتاه‌ترین زمان ممکن، درک مناسب و درستی از موقعیت خود در فضای شهر داشته باشند و به سهولت تعیین مسیر نمایند. در چنین فضایی افراد احساس راحتی و مؤانست با محیط پیدا کرده و به دور از استرس و تنش با فضای جامعه شهری ارتباط برقرار می‌کنند (رشوند و حمیدی، ۱۳۹۲).

همانطور که در بالا شرح دادیم یک طراحی گرافیکی منسجم و آراسته در فضای شهری از ارکان طراحی و مدیریت شهری به حساب می‌آید و اگر به گونه‌ای صحیح به کار گرفته شود باعث ارتباط سهل و آسان شهروندان در دسترسی به فضاهای شهری می‌شود و این موضوع باعث ایجاد حس رضایت و خرسندی و آسایش برای افراد جامعه است تا با اطمینان خاطر و اعتماد به نفس با محیط ارتباط برقرار کرده و نیازهای خود را مرتفع سازند. به عبارت دیگر مجموعه کارآمد طراحی شهری باعث ایجاد حس نشاط اجتماعی می‌گردد و بالعکس در یک طراحی ناکارآمد، انتخاب و تصمیم‌گیری به درستی انجام نشده و باعث سردرگمی، عدم امنیت روانی و آشفتگی افراد می‌شود و سلامت و هنجار اجتماعی به خطر می‌افتد (Lynch, 1960).

ایجاد هویت و شخصیت مستقل برای مکان مورد نظر

شناخت و آگاهی فرهنگ جامعه‌ای که برای آن طراحی محیطی انجام می‌شود اهمیت بسیار زیادی دارد، چرا که یک طراح با دانستن ارزش‌ها و آداب و رسوم و قوانین و هنجارهای یک جامعه می‌تواند فضایی فراهم کند که با روحیات و خلق و خوی مردم آن جامعه ارتباط برقرار کرده و تأثیر عمیقی بر آنان بگذارد (اسداللهی، ۱۳۸۹).

عناصر گرافیک محیطی که با هنجارها و ارزشهای بومی و فرهنگی محیط سازگاری داشته باشند، باعث توسعه فرهنگی و اجتماعی می‌شوند.

به عنوان مثال لنس وایمن^{۲۹} که طراح مجموعه گرافیک محیطی المپیک ۱۹۶۸ مکزیک بود برای طرح‌هاش از مصنوعات قوم آزتک و هنر بومی مکزیک بهره گرفت و از ایده به کار بردن خطوط پی‌درپی در شکل دادن این نقوش استفاده نمود و همچنین علاقه خاص مکزیک‌ها در به کار بردن رنگ‌های درخشان و خالص را در آثارش بازتاب داد و از نوارهای مکرر که در هنر سنتی

²⁹. Lance Wyman

مکزیک استفاده می‌شد در طرح‌هایش بهره گرفت و قطعات متحدالشکلی از حروف و علائم و تابلوهای اعلانات و قطعات متحدالشکل ایجاد نمود (بیمگز، ۱۳۸۴) (شکل ۵).



شکل ۱۰- طراحی‌های لنس وایمن برای المپیک ۱۹۶۸ مکزیک

ایجاد فضایی دلپذیر با جذابیت بصری

گرافیک محیطی تنها به اطلاع رسانی و نظم بخشی محیط محدود نمی‌شود بلکه شامل ابعاد گسترده‌تر فرهنگی و زیباشناسی نیز هست. به بیان دیگر گرافیک محیطی باید پاسخگوی نیاز روحی و حس زیبایی شناسانه افراد باشد و جذابیت‌های تصویری خلاقانه ابداع کند تا ادراک از هویت فضا را ارتقا بخشد و به عنوان مبلمان شهری هویت سازی بصری ایجاد کند و با مفاهیم ملی و مذهبی و فرهنگی هم‌سو و وابسته باشد (رشوند و حمیدی، ۱۳۹۲).

عامل ایجاد توسعه اقتصادی و رقابت شهرها و کشورها در زمینه گردشگری و تجارت

یکی از شاخه‌های پر کاربرد گرافیک محیطی، تبلیغات شهری است که نقش بسیار مهمی را در ارتقاء فرهنگ و اقتصاد جامعه بازی می‌کند.

با توسعه علوم و تکنولوژی، زندگی انسان‌ها روزانه با روند شتابنده‌ای در تولید و ساخت و ساز پیش می‌رود و تنوع فراوانی که در این بین وجود دارد نیاز به یک ابزار قدرتمند اطلاع رسانی را می‌طلبد و تبلیغات شهری به عنوان یکی از زیر شاخه‌های گرافیک محیطی این امر مهم را بر عهده دارد. بدین صورت که وظیفه اطلاع رسانی پیام‌های اقتصادی، سیاسی، تجاری، اجتماعی، آموزشی و فرهنگی و غیره را به انجام می‌رساند.

ابزار این اطلاع رسانی شامل: بیلبردها (تابلوهای بزرگ تبلیغاتی در سطح شهر)، پوستره‌های تبلیغاتی، تبلیغات روی بدنه وسایل نقلیه، تبلیغات داخل وسایل نقلیه عمومی مانند اتوبوس‌ها و متروها، تابلوهای دیواری، تابلوهای گردان سه بعدی و چند وجهی، بنرها، تابلوهای دیجیتال و دیوارنویسی‌ها و غیره هستند.

با قرار گیری این وسایل اطلاع رسان در معرض دید افراد جامعه، پیام‌ها به سهولت و سادگی به مخاطبان منتقل شده و افراد را در جهت بهتر زیستن و چگونه زیستن راهنمایی می‌کنند (اسداللهی، ۱۳۸۹).

کاربردهای اصلی گرافیک محیطی

در یک نگاه کلی می توان کاربردهای گرافیک محیطی را چنین دسته بندی کرد:

- علائم و نشانه های راهنمایی و رانندگی
- علائم و نشانه های کلیه خدمات عمومی در سطح شهر
- علائم و تابلوهای جهت یاب در کلیه فضاهای عمومی و خصوصی
- تابلوهای چندوجهی و دیجیتال و گردان، بنرها، بلبوردها، پنل های دیواری، پوسترها و آگهی های تجاری و تبلیغاتی
- تابلوهای معرف در سردر اماکن عمومی و خصوصی
- طراحی و زیباسازی معابر و اماکن عمومی
- چیدمان عناصر تزئینی ساختمان ها و بناهای شهری
- طراحی فروشگاه ها و نمایشگاه ها و غرفه های اداری، تجاری و خدماتی
- دیواره نگاری های شهری که به منظور هویت بخشی به مکان مورد نظر انجام می شود.
- تبلیغات و اطلاع رسانی بر روی بدنه وسایل نقلیه و عبور و مرور شهری
- عناصر و سازه های حجمی تزئینی در فضای شهری
- طراحی فضاهای سبز و پارک ها، گردشگاه ها، باغ وحش ها و مکان های تفریحی
- طراحی مبلمان شهری که در فضای ایستگاه ها، بیمارستان ها، پارک ها، ادارات، مدارس و دانشگاه ها و... اجرا می شود.
- تزئینات محیطی که برای جشنواره ها، مسابقات، جشن ها و اعیاد ملی، مراسم و آئین های مذهبی و... اجرا می شود (اسداللهی، ۱۳۸۹).

نتیجه گیری

همان گونه که شاهد هستیم گرافیک محیطی امروزه از الزامات زندگی شهرنشینی محسوب می شود که فضاهای ناپهنجار شهری را به محیط هایی مطبوع و دلپذیر و زیبا بدل می سازد و علاوه بر آن نظم و انضباط ایجاد کرده و ارتباطات را سهل و آسان می نماید. این امر باعث آرامش و آسایش و نشاط در افراد می شود و تحمل و استقامت انسان را در فضاهای ماشینی و صنعتی بالا می برد.

توجه به این نکته بسیار ضروری است که در محیط ها و اماکن عمومی شهری با مخاطبان گسترده ای از نظر میزان توانائی های فیزیکی و ذهنی مواجه هستیم، لذا هنگام طراحی باید توجه داشته باشیم که علائم و نمادها و تابلوهای طراحی شده برای تمامی گروه های هوشی و فرهنگی و افراد کم توان، قابل درک و استفاده باشند تا قشرهای مختلف افراد بتوانند با محیط و فضا ارتباط برقرار کرده و احساس آسایش و راحتی نمایند.

منابع

- استوار، مسیب، ۱۳۹۲، هنر گرافیک محیطی، تهران، انتشارات رازنامه.
- اسداللهی، مصطفی، گرافیک محیط؛ بررسی نقش عناصر محیطی در کیفیت بصری فضا، منظر، هنر و معماری، شماره ۷، خرداد ۱۳۸۹، ۷۰-۷۱.
- بی مگز، فیلیپ، اعظم فراست، ناهید و فتح الله نوری، غلامحسین، ۱۳۸۶، تاریخ طراحی گرافیک، تهران، انتشارات سمت.
- رشوند، زینب و حمیدی، بهرام، طراحی گرافیک محیطی با رویکردی بر کارکردهای اطلاع رسانی مسیریابی در محیط شهر، کتاب ماه هنر، شماره ۱۸۴، دی ماه ۱۳۹۲، ۸۶-۹۱.
- صالحی، سودابه، گرافیک دیزاین محیطی: تعاریف و حوزه های فعالیت، گرافیک و شهر، حرفه هنرمند، شماره ۵۵، بهار ۱۳۹۴، ۳-۱۲.
- Berger, C.(2005). *Wayfinding: Designing and implementing graphic navigational system*. Mies, Switzerland: Rotovision.
- Coates, Kathryn and Ellison, Andy.(2014). *Information Design*, Paperback.
- Dabner,D., Stewart.,and Zempol,E.(2014). *Graphic Design School: The principles andpractic of graphic design*. Hoboken,N,J: Wiley& Sons,Inc
- Lynch, Kevin.(1960). *The image of the city*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Nion, Ilin.(2009). *The importance of environmental graphic design in human life and its affection*, Spring.
- Arthur, P. and Passini, R.(1992). *Wayfinding: people, signs and architecture*, NewYork: McGraw-Hill.
- Vanderklipp, Mark.(2006). *Develop a successful wayfinding system*, Buildings.