مدیریت شهری
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Automn 2015
۲۳-۴۶
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۲/۱۷ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۴/۵/۲۲

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

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

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

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

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

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس ۰۹۱۳۳۸۲۴۵۳۱، رایانامه: monire.naderi@gmail.com

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

۱- مقدمه

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

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

از سویی دیگر، شناسایی و توضیح یک روش منحصربفرد برای طراحی شهری و شناخت دقیق مفهوم «روش»، محوری برای نگرش به طراحی شهری به عنوان یک رشته است. نحوه نگرش و تعریف طراحی شهری، بسته به اینکه این واژه در چه ارتباطی تعریف می شود، تفاوت‌هایی دارد. آیا منظور دانش طراحی شهری یا حرفه طراحی شهری و یا پروژه طراحی شهری است؟ چگونه می توان به صورت روشمند از دیگر هنرها در چرخه طراحی شهرها بهره گرفت؟ جایگاه برخی از رشته های خاص مانند گرافیک و هنرهای دیداری در این میان چگونه تعریف شده و یا بهتر است بگوییم چگونه تعریف می شود؟

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

بیـان دیدگاه هـای زیـر پرداخـت:
۱. «طراحـی شـهری به مثابـه دانش»، در تعامل انسـان و محیـط، بـه کیفیت‌هـای محیـط زندگـی شـهروندان پرداختـه و بـا توجه به نیازها و رفتارهـای آنان در جهت تدویـن و تبیین کیفیت‌هـای محیطـی گام برمی‌دارد.
۲. «طراحـی شـهری بـه مثابـه حرفـه»، بـا توجـه و تأکیـد ویـژه خـود بـر کیفیـت محیـط زندگی، با سـایر تخصص‌هـای امـور محیطـی، جهـت ارتقـای کیفیـت محیطـی بـا مـردم همـکاری و همفکـری می‌کنـد.
۳. «طراحـی شـهری بـه مثابه پـروژه طراحی شـهری»، فعالیتی میان رشـته‌ای اسـت که در فرآیندی هماهنگ بـا سـایر تخصص‌هـا، بـه تثبیـت یـا ارتقـای کیفیـت زندگـی در عرصه‌هـای عمومـی می‌پـردازد (پاکـزاد، ۱۳۸۶، ص ۹).
در زمینـه طراحـی گرافیـک در شـهر نیـز می تـوان بـه ایـن تقسـیم بندی تا حـدود زیادی پایبنـد ماند؛ چراکه طراحی گرافیک در شـهرها نیز موضع مشـابهی داشـته کـه به شـرح زیر اسـت:
۱. «طراحـی گرافیـک بـه عنـوان دانـش»: در ایـن مـورد طراحـی گرافیـک کیفیـت بصری محیـط زندگی شـهروندان را شـامل شـده و سـعی در ارتقـاء کیفیـت بصـری شـهر و ایجـاد خوانایـی و جذابیـت بـرای شـهروندان را دارد؛
۲. «طراحـی گرافیـک بـه عنـوان حرفه»: تـلاش دارد تا بـا تعامـل با سـایر حرفه ها و یـا دخیل شـده در آنها، به ایجـاد محیـط زندگی مطلـوب در زمینه هـای بصری و زیبایی شـناختی کمـک کند؛
۳. «طراحـی گرافیـک بـه عنـوان پـروژه»: فعالیتـی در تعامـل بـا سـایر هنرها و یـا موضوعات حرفه هـای دیگر اسـت کـه می توانـد در آنهـا مداخلـه کنـد تـا کیفیـت دیـداری و زیبایی شـناختی را در عرصـه هـای عمومـی ارتقـاء دهد.
در ایـن مقالـه بـه جایـگاه گرافیک در طراحی شـهری و معمـاری شـهرها پرداخته شـده و سـعی گردیده اسـت ضمـن اشـاراتی بـه عناصـر و معیارهـای مشـترک بین آنهـا، امـکان چکونگـی تعییـن ایـن جایـگاه در اسـناد طراحـی شـهری تاحـدودی تبییـن و مـورد بحـث قرار گیرد.

ادبیات نظری تحقیق

روش‌شناسی طراحی شهری

«روش» یـا method بـه معنـای «در پیـش گرفتـن راه» اسـت، چـرا کـه meta یعنـی «در طـول»، و odos یعنـی «راه». «روش» عبـارت اسـت از فرآینـد عقلانـی یـا غیرعقلانـی ذهـن بـرای دسـت یابی بـه شـناخت یا توصیـف واقعیـت. بـه واسـطه روش می تـوان از طریـق عقـل یا غیـر آن واقعیت ها را شـناخت و مدلل کرد و از لغـزش برکنار مانـد. «در معنایی کلی تـر، روش هرگونه ابـزار مناسـب بـرای رسـیدن بـه مقصـود اسـت. روش ممکـن اسـت به مجموعه طرقی که انسـان را به کشـف مجهـولات هدایـت می کنـد، مجموعـه قواعـدی کـه هنـگام بررسـی و پژوهـش بـه کار می رونـد و مجموعه ابـزار و فنونـی کـه آدمـی را از مجهـولات بـه معلومـات راهبـری مـی کنـد اطـلاق شـود» (سـاروخانی، ۱۳۷۵، ص ۲۴). «متـد» در لغـت بـه معنـای «روش» اسـت و «لـوژی» پسـوند فرانسـوی و بـه معنـی «شـناخت» می باشـد. پـس متولـوژی بـه معنـای «روش شناسـی» اسـت که امروزه به عنوان شـاخه ای از شناخت شناسـی شـناخته می شـود و نیـز بـه معنـی «فلسـفه علمـی» در برخـی کتابهـا آمـده اسـت[1]. معنـی واژه **متـد**[2] در لغت‌نامه انگلیسـی «آکسـفورد»[3] به عنـوان: «روندی به

۱. واژه روش و مشتقات آن ممکن است در هفت معنا یا سطح به کار رود (حقیقت، ۱۸۳۱، صص ۳۳-۳۴):
۱- «روش معرفت»: اگر روش تاریخی و نقلی را جدا فرض کنیم، پنج روش معرفت خواهیم داشت: روش تاریخی، روش نقلی، روش فلسفی، روش شهودی و روش تجربی.
۲- «نوع استدلال»: گاهی روش به معنای نوع استدلال به کار می رود. از این حیث روش می تواند قیاسی یا استقرایی، لمّی یا انّی یا غیر آن باشد.
۳- «روش ها یا فنون گردآوری اطلاعات»: برای جمع آوری اطلاعات از چهار روش عمده می توان بهره برد: روش مشاهده، روش پرسش نامه، روش مصاحبه و روش کتابخانه ای. به معنای دقیق کلمه، اینها فن تحقیق هستند، نه روش تحقیق. ←

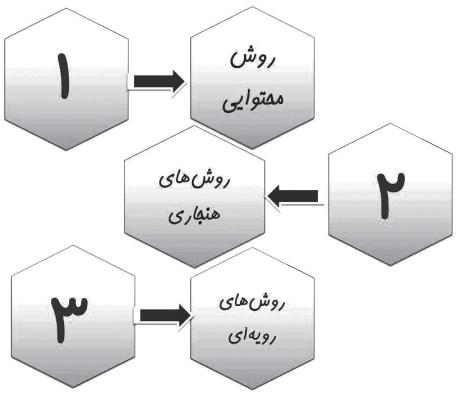
[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

منظـور دسـتیابی به یک هـدف، فرمی خـاص از فرآیند مطابـق بـا هر رشـته فعالیت ذهنـی یا یـک روش انجام کار بـه خصوص مطابق نقشـه و قانونمند» معرفی شـده و در فرهنـگ لغـت آمریکایـی Heritage، متـد سـاده‌تر بیـان مـی شـود: «شـاخص فرآیندهـا و تکنیک‌هـای یک رشـته خـاص یا شـاخه علمـی» (Cliff Moughtin, ۱۹۹۹, p:۱).

شناسـایی و توضیـح یـک روش منحصـر بفـرد بـرای طراحی شـهری و شـناخت دقیق مفهوم روش، محوری برای توسـعه موضوع به عنوان یک رشـته است. طراحی شـهری بـه عنـوان دانـش و حرفـه‌ای میان‌رشـته‌ای بـا سـه روش بـه عنـوان نگرش‌های اساسـی بـرای ورود به حوزه‌هـای نظـری روبروسـت. ایـن روش‌هـا عبارتند از:

۱. اول «روش محتوایی»[۴] کـه در خصـوص روابـط و چگونگـی تعامـل و ارتبـاط ویژگی‌های محیـط کالبدی بـا رفتار و ادراک و احسـاس در محیـط می‌پردازد. از این روش جهت شـناخت ماهیت شـهر اسـتفاده می‌شود. در تئوری‌هـای محتوایـی عموماً توجه معطـوف به محصول و نتیجـه کار اسـت کـه از آن تعبیـر بـه جهت‌گیـری محصول‌گـرا می‌شـود.

۲. دوم حـوزه «روش‌هـای هنجـاری»[۵] اسـت؛ توصیه‌ای اسـت کـه در خصـوص ارزش‌هـا و ویژگی‌هـای مطلوب و نامطلـوب یـا بـه عبارتـی ایده‌آل‌هـا و آرمان‌هـا نظریه‌پـردازی می‌کنـد. ایـن حـوزه، ارزش‌هـای لازم را جهـت ارتقـای کیفیـت زیسـت در شـهر بـه دسـت می‌دهـد.



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

۳.سـوم حـوزه «روش‌ها و نظریات رویـه‌ای»[۶] (فرآیندی) اسـت کـه اسـاس مفهومـی آن مطلوب‌تریـن و بهتریـن راه رسـیدن از وضـع موجـود به وضع مطلوب می‌باشـد. در فرآینـد طراحـی از روش‌هـای رویـه‌ای، جهت محقق شـدن طرح بهـره می برنـد (عبـاس زادگان، ۱۳۸۶، ص ۳۸).

در ایـن میـان روش فرآینـدی، فعالیتـی عمدتـاً نافع در کارهـای کوچـک تـا بـزرگ، و سـاده تـا پیچیده اسـت. در ایـن روش، یـک پـروژه طراحـی شـهری، هرچنـد پیچیـده باشـد، امکان تجزیه بـه اجزاء خردتر را داشـته و قابلیـت سـفارش‌پذیری آن توسـط تخصص‌هـای مربوطـه موجود اسـت. در روش فرآینـدی قانونمندی و روش منـدی قابـل بیانی وجود دارد که سـبب می‌شـود

۴- «روش تحلیل داده ها»: پس از گردآوری اطلاعات، نوبت به تحلیل آنها می رسد. روش تحلیل داده ها می تواند کلاسیک یا آماری باشد.

۵- «سطح تحلیل»: معمولاً در پژوهش ها و پایان نامه ها از روش توصیفی - تحلیلی و امثال آن نام می برند. این معنای روش به سطح تحلیل نظر دارد. روش تحقیق به این معنا در نگاه کلی خود به دو روش توصیفی (به معنای اعم) و هنجاری تقسیم می شود.

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

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

ظاهراً برای سطح اول و دوم، اصطلاح انگلیسی dohtem، برای سطح سوم euqinhcet، برای سطح چهارم تا ششم dohtem hcraeser، و برای آخرین سطح ygolodohtem را به کار می برند. در سطح اول می توان از پنج نوع روش سخن گفت.

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

بـه طراحی شـهری بـا روشـی قابل تعمیـم و قابل دفاع، منظـم و نظام یافتـه پرداخته شـود (پاکـزاد،۱۳۸۶، ص ۱۵۷). فرآینـد از خصیصه‌هـای بنیادین طراحی شـهری معرفـی می‌شـود. دو دیـدگاه فـرآورده و فرایند دو قطب یـک طیـف را تشـکیل می‌دهنـد کـه در طـول طیـف مزبـور نقـاط متعـددی وجـود دارنـد که ضمـن گرایش نسـبی بـه یـک قطـب خـاص، بـه قطـب دیگر نیـز بی توجـه نیسـتند (گلـکار، ۱۳۷۸، ص ۲۴).

بـرای کسـانی کـه بـا ایـن فرآینـد آشـنایی ندارنـد، طراحـی تقریباً امری اسـرارآمیز اسـت که حاصـل الهام هنرمنـدان اسـت. رویکـرد متضـاد بـا نظـر بـالا طراحی را فعالیتـی مسئله‌گشـا می‌دانـد کـه بـه مسـائل انتظام کالبـدی بـرای پاسـخ‌گویی بـه نیـاز عملکـردی توجـه دارد (رابرتـز، ۱۳۸۹، ص ۸۵). «فرآینـد طراحی، بیشـتر عقلانـی و تجربـی اسـت تـا آن‌کـه بـه صـورت الهامـی باشـد. طراحـی از طریق فرآیند اسـتدلال قیاسـی انجام مـی شـود و نـه اسـتقرایی. در ایـن فرآینـد طراحـی حاصـل نهایـی انباشـت واقعیت‌ها نیسـت. بـرای تدوین یـک راه حـل طراحـی شـهری بایـد تجزیـه و تحلیـل و سـاده کردن مشـکلات مورد نظـر را انجـام داد. از جمله مهمتریـن دلایـل اسـتفاده از مفهوم فرآینـد در طراحی شـهری می‌تـوان بـه مـواردی نظیـر: کمـک بـه تعریف بهتـر، روشـن‌تر و کامل‌تر مسـائل، بهینه‌یابـی و در نظر گرفتـن راه حل‌هـای متعـدد و متنـوع، تسـهیل فرآیند اجـرا، تصمیم‌گیـری و طراحـی منطقـی، تصمیم‌گیـری بـه صـورت باز و صریح (غیر پنهانـی) و ایجاد زمینه‌های مشـارکت جمعـی، کمـک بـه اخـذ تصمیم‌گیری‌هـای پیچیـده، تصحیـح تصمیمـات، ارزیابـی و انتخـاب، بـالا بـردن کارایـی در طراحـی، انتظام‌بخشـی بـه مراحـل مختلـف طراحی و غیره اشـاره نمـود» (بهزادفر، ۱۳۸۷، ص ۴).

ارزش طراحی شهری

ارزش طراحـی شـهری، برخـی از مهمترین پرسشـهای مطـرح دربـاره مفهـوم مـکان در معمـاری و طراحـی شـهری در جوامـع مـدرن را مطـرح می نمایـد. طراحی شـهری مطلـوب، از چـه طریقـی قـادر بـه ایجـاد ارزش اقتصـادی و اجتماعـی در جوامـع اسـت؟ چه‌طـور مـی توان بـه ارزش های مطلوب اجتماعی، فرهنگی، زیسـت محیطـی و خاصـه اقتصـادی به شـکلی دسـت یافت که کارفرمایـان، سـرمایه‌گذاران و سـازندگان را مجـاب نمایـد که طراحـی مطلوب موجـب ایجـاد ارزش افزوده شـده و محصـول نهایـی آنهـا را در بـازار قابـل رقابت تر می‌کنـد؟ (لیپتـون، ۱۳۸۹، ص پیشـگفتار). فعالیـت طراحـی شـهری بایـد مجموعـه‌ای از مطالبـات بخـش

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

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

عمومـی و خصوصـی که بعضاً تفاوت های بسـیاری نیز باهـم دارند را پاسـخ دهـد. اگر بخش خصوصـی به طور عمده خواسـتار «زیسـت پذیری و مانـدگاری اقتصادی» طرح هاسـت، در مقابـل بخش عمومی خواسـتار عدالت و مسـاوات اجتماعـی اسـت، عدالتـی که اهـداف بخش عمومـی را از طریـق فرایند توسـعه برآورده سـازد. لذا ۳ بعـد ارزش، بهمراه هفت هدف عملیاتی مورد نظر سـند معتبـر By Design، مفهـوم محـدود «ارزش مبادلـه» را بـه تفکر بسـط یافته تری تحـت عنـوان «ارزش پایدار» تبدیـل می کننـد (کارمونـا، ۱۳۸۹، ص ۳۷).

ابزار هدایت و کنترل و طراحی شهری

نیـاز بـه کنتـرل و هدایـت ساخت‌وسـازها و توسـعه مناطـق شـهری، منجـر به تولیـد ابـزار گوناگونی شـده اسـت کـه هریـک از آنهـا در سـطح و مقیاسـی متفاوت عمـل می‌کنـد. ایـن ابـزار ذاتـاً در حیطـه خروجی های فرآینـد محـور طراحـی شـهری می‌گنجـد، زیـرا هـدف آن‌هـا اجـرای پـروژه‌ای مشـخص نیسـت. بلکه بـا وضع قوانیـن و ضوابـط خـاص در میـان یا بلند مـدت، اهداف ویـژه‌ای را در محیـط شـهری تأمیـن می‌نمایند. «سـند هدایـت طراحی شـهری» یـک اصطلاح عام بـرای کلیه اسـنادی است که سـازندگان و طراحان (و سایر عوامل) به وسـیله آنها توسـعه و ساخت‌وسـاز در زمینه طراحی و برنامه‌ریـزی را هدایـت می‌کننـد. اسـناد مزبـور مـی تواننـد توسـط ادارات محلی، صاحبان زمین، سـازندگان و شـرکای آن‌هـا، سـازمان‌های تجـاری و اجتماعی (که تمامـی آن‌هـا مـی بایسـت در فرآینـد مذکـور مداخلـه کننـد) یـا توسـط تعـدادی از آن‌ها بـه صـورت گروهی تهیـه شـوند (گلـکار، ۱۳۸۵، ص ۱۳).

انواع ابزار کنترل و هدایت در طراحی شهری

طراح شـهر و یا سـازندگان، به منظور ارائه طرح و بسـته بـه هـدف موضوع بـه سلسـله مراتبی از سـطوح اسـناد هدایت طراحی شـهری نیازمندند. لـذا به منظور تعریف بهتـر و دقیق‌تـر طـرح پیشـنهادی و انتظـام بخشـی به مراحـل گوناگـون طراحـی، بـا درنظـر گرفتـن مقیـاس و سـطح طـرح، سلسـله مراتبـی از گونـه بنـدی اسـناد کنتـرل و هدایـت طراحـی شـهری از مقیـاس کلان بـه خـرد عبارتنـد از: چارچوب‌هـا، دسـتورالعمل‌ها، ضوابط یـا کدهـای طراحـی و راهنماهـای طراحی شـهری.

چارچوب طراحی شهری

چارچـوب طراحـی شـهری کـه معادلـی بـرای Urban Design Frame work اسـت، سـندی اسـت کـه در آن نحـوه‌ی اجرای سیاسـت‌های برنامه‌ریزی را در منطقه‌ای کـه نیازمنـد کنتـرل، هدایـت و اجـرای تغییرات اسـت، ارائـه می‌نمایـد. ایـن سـند شـامل تصاویـری دو بعـدی از الزامات زیرسـاختی در آینده اسـت (Cowan, ۲۰۰۵, ۴۱۸). نکتـه حائـز اهمیـت در مـورد ایـن سـند، دید به آینـده در مقیـاس بزرگتـر آن نسـبت بـه اسـناد قبلـی می‌باشـد. در چارچـوب طراحـی شـهری، منطقـه تحت پوشـش لزومـاً در زمـان حاضـر توسـعه نمی‌یابـد؛ بلکه کافـی اسـت کـه قسـمتی از آن مربوط به حـال و آینده توسـعه یابـد. از دیـدگاه پاکـزاد (۱۳۸۵) نیـز، چارچوب طراحی شـهری به اجـرای سیاسـت‌ها پرداخته و عمدتاً بـر روی آینـده‌ی طـرح متمرکـز اسـت. البته ایـن مورد شـامل شـکل فیزیکی و تجسـم سـه بعدی آینـده طرح نیـز می‌شـود. از نقطه‌نظـر وی بـرای تحقـق و تکمیـل نظـام کنترلی طراحـی، چارچوب‌ها نیازمنـد راهنماهای طراحـی شـهری هسـتند. بـه اعتقـاد کارمونـا (۲۰۰۶) نیـز چارچوب‌هـا عمدتـاً در توسـعه‌های بـزرگ مقیاس کاربـرد دارنـد. محـل قرارگیـری چارچـوب طراحـی شـهری در مراتـب بالای این سلسـله مراتب قـرار گرفته اسـت. ذکاوت (۱۳۸۶) چارچـوب طراحـی شـهری را روشـی جهـت دسـتیابی به شـرایط کیفـی مطلوب یک منطقـه در حـال تحـول می‌دانـد. وی سیاسـت‌های طراحـی در ایـن راسـتا را بـه لحاظ نـگاه کلان و یا خرد بـه سـه گونـه تقسـیم می‌کنـد: سیاسـت‌های کلیـدی تأثیرگـذار بـر نظـم کلان منطقه؛ سیاسـت‌های طراحی کـه در عرصه‌هـای خرد و تفصیلی متناسـب با خصایص مکانـی و جغرافیایـی قابـل اتخاذ اسـت.

دستورالعمل طراحی

ایـن واژه که متـرادف با واژه brief قرار داده شده‌اسـت، بـرای طرح‌هـای موضعـی بـا انـدازه و خصوصیـات مشـخص بکار مـی‌رود. (Cowan, ۲۰۰۵, ۱۰۵) مقیاس

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

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

۱. مجموعه ای از اصول توسعه منسجم که بر اساس تجزیه و تحلیل یا بستر برنامه‌ریزی بیان می‌شود.

۲. برای محوطه‌ای با اندازه، حساسیت و پیچیدگی قابل توجه تهیه می‌شود.

۳. ابهامات را به حداقل رسانده و اثر بخشی فرآیند برنامه‌ریزی و توسعه را بهبود می‌بخشد.

۴. قادر است به منظور ترویج و ارتقاء توسعه مورد استفاده قرار گیرد (از طریق شناسایی محدودیت‌ها، فراهم نمودن ایده‌های واقع بینانه و ترغیب کاربری مختلط و استانداردهای عالی طراحی) (نراقی، ۱۳۸۹، ص۷).

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

ضوابط طراحی

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

راهنماهای طراحی شهری

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

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

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

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

۲. راهنماهای مربوط به محدوده‌هایی با موضوع نوسازی، توسعه میان افزا و توسعه مجدد؛

۳. راهنماهایی مربوط به توسعه محدوده‌های جدید به ویژه طرح‌هایی با ابعاد مشخص (نراقی، ۱۳۸۹، ص ۱۱).

این گونه‌بندی شبیه به منطقه‌بندی شهر به سه قسمت درونی، میانی و بیرونی است که در متون طراحی شهری به آن برخورد می‌شود و متخصصان هر بخش را نیازمند نگرشی متفاوت در طراحی می‌داند. این گونه‌بندی اگرچه کل سطح شهر را پوشش می‌دهد، اما به دلیل آن که شامل آن دسته از راهنماهایی نمی‌شود که در کل سطح شهر موضوعیت دارند، تا حدودی ناقص و فاقد جامعیت است. پس شاید بتوان راهنماها را در یک دید کلی به دو قسمت موضوعی و موضعی دسته‌بندی کرد. راهنماهای موضوعی در ارتباط با یک موضوع خاص هستند، خواه این موضوع مربوط به کل سطح شهر بشود و یا در ارتباط با ناحیه‌ای خاص مطرح گردد. راهنماهای موضعی در ارتباط با یک محدوده از شهر مطرح می شوند. ابعاد این محدوده می‌تواند بسیار متغیر باشد. این محدوده می‌تواند عبارت از یک خیابان باشد، یا یک بافت خاص از شهر یا نهایتاً کل سطح شهر را فراگیرد، البته مورد آخر کمتر دیده می‌شود (نراقی، ۱۳۸۹، ص ۱۱).

طراحی گرافیک محیطی

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

نظیـر تسـهیل در امـر ارتبـاط، ادراک محیـط، ایجـاد هویـت بصـری، ایجـاد محیطـی زیبـا و غیـره نـام بـرد. گرافیـک محیطـی را بـا یکـی از شـاخه‌های تخصصـی آن یعنـی تبلیغـات محیطـی کـه مخاطبانـی خـاص را در جهـت اهـداف عمومـاً تجـاری، هـدف قـرار می‌دهد، نبایـد اشـتباه گرفـت و محـدود کـرد. اگرچـه می‌تـوان زمینه‌هـای مبهمـی را نیـز در تعریـف گرافیک محیطی شناسـایی کـرد. بـه طـور مثـال آیـا هـدف از طراحـی گرافیـک محیطـی باید صرفـاً دگرگونـی در کیفیت‌های بصـری و فضایی باشـد و یا به روابـط عمیق تر اجتماعی و فرهنگـی بیـن عناصـر، فضاهـا و انسـان‌ها بپـردازد؟ لـذا در پایـان مـی تـوان گفـت که «هـر کسـی بخواهد تصویـری ذهنی را بـرای مخاطبان به نمایـش بگذارد، و یـا توصیف کند، ناگزیر اسـت از گرافیکهـا کمک بگیرد. ایـده هـا ابتدا بصـورت تصویر در می آیند، سـپس خالق آنهـا بـرای تفهیـم تصاویر خـود به مخاطبیـن از کلمات و تصاویـر اسـتفاده می کند» (بیشـارت، ۱۳۸۹، ص ۲).

وجه تشـابه و تفـاوت گرافیک محیطی بـا طراحی شهر ی

«بـه طـور قطـع ترکیـب تصویرهـا بـا کلمـات مطمئن تریـن راه بـرای توصیف اشـیاء اسـت به ویـژه انهایی که طرحـی پیچیـده دارند، مانند ماشـینها و سـاختمانهای شـهر. متخصصین طراحی شـهری معمولاً بـرای تفهیم ایـده هـای پیچیـده از گرافیکهـا اسـتفاده مـی کننـد. بنابرایـن سـازندگان کـه وظیفـه تفسـیر برنامـه هـای متخصـص هـای طراحی، تشـخیص وسـائل و روشـهای سـاخت و نیـز انجـام سـاخت و سـاز بـه روشـی ایمـن را برعهـده دارنـد، بایـد درکـی کلـی از گرافیکهـا بـه ویژه پروژه های سـاختمانی داشـته باشـند» (بیشـارت، ۱۳۸۹، ص ۳).

عناصر مشـابه اصلی در گرافیک و طراحی شـهری عبارتند از:

۱. «**تعـادل**»: تعـادل از اصـول اساسـی هنر اسـت. هنر در برقـراری ارتبـاط با مخاطب نوعی تعادل را جسـتجو می کنـد تعـادل در هنر بوسـیله تقسـیم بنـدی متوازن اجـزاء صـورت می گیـرد. رنگ، نور و بافـت نیز در حفظ تعـادل یـا عدم تعـادل نقش دارنـد. البته تاکیـد زیاد بر تعـادل موجـب می شـود اثـر جذابیـت خود را از دسـت بدهـد و ایجاد کسـالت کند.

۲. «**تناسـب**»: در بعضـی مـکان هـا که وسـیع بـوده و فضـای خالی اطراف یک فروشـگاه یایـک مکان عمومی وجود دارد، دسـت طراح باز اسـت و می تواند تناسـبات معمولـی را تغییـر دهـد و به طور مثال سـردریک مکان عمومـی یـا فروشـگاه راخیلـی بلندتـر و بالاتـر از حـد معمـول بگیـرد، چراکـه بـه واسـطه بـاز بـودن محیـط، بیننـده بـه محیـط اشـراف کامـل داشـته و می تواند به راحتـی سـر در را دیـده و آن را تشـخیص دهد.

۳. «**تـداوم در محیـط**»: تکـرار و تصاعـد و تناسـب سـه جـزء تـداوم در هنـر، عناصر اساسـی به شـمار می رونـد، تناسـب کـه بـه صـورت تکـرار یـک یـا چنـد در میـان واحدهـای مختلـف شـکل مـی یابـد، پیچیدگی و حرکـت بیشـتری در خـود دارد اثـر بخشـی تکـرار و تنـاوب به مناسـب بـودن موضوع و مهارت بـه کارگیری آن هـا بسـتگی دارد چنانچـه تکـرار عنصری بـه تدریج تغییـر کنـد وزن اثـر دچـار رشـد و تصاعـد مـی شـود، تصاعـد می تواند به سـمت بـالا، پایین و یـا مایل جهت داشـته باشـد. تصاعد را در تغییر انـدازه کوچک و بزرگ در تغییـر شـکل از چهارگوشـی بـه دایـره و غیـره و در تغیـر رنـگ از کمرنـگ بـه پـر رنـگ می توان مشـاهده کرد.

۴. «**تاکیـد در محیـط**»: چنانچه بـا کم اهمیت کردن اجـزاء یک ترکیـب و متمایز نمودن یکـی از اجزاء توجه بیننـده بـه بخش خاصـی از کار جلب بتشـود آن بخش را نقطـه تاکیـد می نامنـد. تاکید را می توان با اسـتفاده از رنـگ، رنـگ و بافـت پدیـد آورد. اجزاء یکسـان، نقطه تاکیـد کار را ضعیـف مـی نمایـد. شـکلهای مشـخص و واضح نسـبت به اشـکال مبهم و اشـیاء عجیب نسبت به اشـیاء سـاده خودنمایی بیشـتر دارند نحوه دسـته بندی اجـزاء نیـز بـر تاکیـد یـک مجمومعه مـی افزایـد. اصل تاکیـد را مـی تـوان هـم بـرای وحـدت بخشـیدن و هم ایجـاد تنـوع مـورد اسـتفاده قـرار داد. تاکیـد روی یکی از عناصـر در جلـب مخاطـب و یـا بازدید کننـده از یک

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

مـکان عمومی تاثیر مسـتقیم دارد.

۵. «**ایجـاد وحـدت در محیط**»: وحدت بـه هر کاری انسـجام مـی بخشـد بـدون عنصـر و حـدت اجـزاء یک ترکیـب پراکنـده و بی-ربـط بـه نظـر خواهـد رسـید. و حـدت موجـب جلـب نظـر مـی شـود، عامل مهمـی در انتقـال پیـام اسـت کاررا قابـل درک می کند وبه سـاده تـر شـدن پیـام کمک مـی کند.

۶. «**تنـوع در محیـط**»: تنـوع حاصـل تفـاوت و تضاد اسـت. اختـلاف بیـن شـکل، رنـگ و یـا بافـت عناصـر تشـکیل دهنده تنوع به شـمار مـی رود. اجـزاء گوناگون چشـم را بـه دنبـال عامل و حـدت در کل کار به گردش در مـی آورنـد. تنوع در حقیقت وحدت را اسـتحکام می بخشـد وحـدت میل به نظم، و تنوع کششـی به سـمت تحریـک دارد. نقطـه، خـط و سـطح دارای قـدرت بیان ویـژه ای هسـتند نقـاط بـا توجـه بـه انـدازه و نحـوه به کارگیـری در محیط متفاوت هسـتند و ایجـاد اثربصری متفاوت مـی کنند.

۷. «**بافـت**»: از دیگـر عناصر معمـاری داخلی و خارجی بافـت اسـت ،بافـت از دو نظـر قابل بحث اسـت و از نظر فـرم و شـکل کـه وسـیله درک آن قـوه بینایی اسـت و دوم از نظـر خاصیـت فیزیکـی و جنسـیت بافـت کـه با لامسـه قابـل درک اسـت. درجـه انعـکاس یا جـذب نور توسـط جسـم دارای بافـت اهمیـت فـراوان دارد. تضـاد سـطوح مـات و خشـن در کنـار سـطوح بـراق و صیقلی جذابیـت فراوانـی دارد و ایجـاد جلـوه بصـری می کند.

۸. «**نـور**»: نـور ار مهمترین اجـزاء در گرافیک محیطی و طراحـی داخلـی وخارجـی اسـت نورهـای طبیعـی و مصنوعـی اثر متفـاوت در محیط ایجـاد می کنند. نقطه دیـد ناظـر، مقـدار نـور که بـه آن می تابـد و زاویـه دید ناظـر عواملـی هسـتند کـه در تمـام المـان هـای داخل خیابـان بایـد رعایـت شـوند و ترکیبـی مناسـب و زیبـا باهـم داشـته باشـند و دارای طرحـی خوب و اسـتاندارد باشـد. علائم راهنمایی و رانندگی، چراغ های روشـنایی، صنـدوق پسـت، زبالـه دان، تابلـوی اسـم خیابانهـا تلفن عمومـی، آگهـی هـا و تبلیغـات دیـواری ایسـتگاه های اتوبـوس، سـردر فروشـگاه هـا و تمـام این هـا در ارتباط باهم هسـتند و اثـر فراوان در دید عمـوم می گذارند که بایـد دلپذیـر وزیبا باشـند وبارعایت اصول زیبا شناسـی و ترکیـب بنـدی مناسـب در زیبـا سـازی شـهر کمـک کننـد چراکـه محیط شـهری نیازمنـد ایـن زیبایی های بصری اسـت تا ازآثـار منفی روانی به شـهروندان بکاهد. گرافیـک محیطـی، فضـا و محیـط زندگـی را زیباتـرو با نشـاط تر می سـازد و به محیط شـهری نظم و انسـجام می بخشـد

طراحی شهری و گرافیک شهری

طراحـی شـهری بـه زعـم بسـیاری از صاحبنظـران ارتباطـی تنگاتنـگ بـا گرافیـک شـهرها داشـته کـه در ایـن رابطـه گـذر از مفاهیم سـنت به تجدد بـه این مهم دامـن زده اسـت. بـا نـگاه به آثار گذشـتگان و سـنتهای بـه کار گرفتـه شـده در آنهـا بـه ایـن نتیجه می رسـیم کـه مهـارت یـا سـطح صناعـت آن آثـار نیسـت کـه بـا هنـر امـروزی متفـاوت اسـت، بلکـه باورها، اندیشـه ها، برداشـتها و تصـورات متفـاوت آنهـا با ما وجـه تمایز آن آثـار بـا آثـار معاصـر مـی شـود. بـا ایـن حـال در دوره معاصـر مـی بینیـم در رویکرد سـنتی، به تنهـا نکته ای کـه توجـه نمـی شـود، تفکـر و اصـول پایـهٔ آن اسـت و سـنت را در پوسـتهٔ ظاهـری آن جسـتجو مـی کننـد. اگـر بـه گذشـته بنگریم مـی بینیم که فضاهای شـهری نقـش بسـیار مهمـی در زندگـی فـردی و اجتماعـی و شـهری مردم داشـتند. طراحان گذشـته نیز در طراحی ایـن فضاهـا نهایـت دقـت و توجـه بـه ارزشـها، اصول و مفاهیـم معمـاری و شهرسـازی ایران را حتـی در جزئی ترین مسـائل فرامـوش نکرده اند و همین امر و مناسـب بـودن ایـن فضاهـای شـهری و مبلمـان و تجهیـزات و تناسـبات و انطبـاق ایـن فضاهـا بـا بطـن فعالیـت های شـهری باعث شـده کـه بسـیاری از فعالیتهـای گروهی و اجتماعـی مـردم در کالبـد آنهـا جریـان یابـد و ایـن امـر باعـث پیوسـتگی بیـش از پیـش سـاکنان محله ها و بافت هـای شـهری در گذشـته مـی شـد (نقـی زاده، ۱۳۸۸، ص ۳۶).

بنابرایـن مـی تـوان نتیجه گرفـت که «فضای شـهری و معماری هایـش و از جملـه عناصـر زیباشـناختی و آثـار

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

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

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

هنـری گوناگـون آن، عمیقـاً متأثـر از منابـع فرهنـگ و سـنتهای یـک جامعـه اسـت. به عبارت دیگر، مـردم در متـن سـنتها و فرهنـگ خود، بـه خلاقیت هـای تمدنی و از جملـه شهرسـازی و معمـاری و خلـق جنبـه هـای زیباشـناختی و تجلیـات هنـری آن دسـت مـی زننـد. پـس کل عناصـر کالبـدی و سـاخت فضایـی یک شـهر و ازجملـه عناصـر معنـا و زیبایـی در آن، بـه نحـوی از انحـاء از فرهنگ و سـنت نشـأت مـی گیـرد» (صالحی، ۱۳۷۹، ۱۸۳). همچنیـن «سـنت بایـد مداومـت یـک جریـان همـه جانبه تاریخی و فرهنگی باشـد کـه تداوم و پیوسـتگی خـود را در عیـن تحـرک و پیشـرفت، در مظاهـر اساسـی زبـان، ادبیـات، هنـر و رسـم و راه هـای زندگی نشـان می دهـد» (آشـوری، ۱۳۷۶، ۱۰). امروزه بـا وجـود دگرگونیهای عظیمی که در سـاختار نهادهای اجتماعی شـهرها صورت گرفته اسـت و همچنین جهت گیـری هـای نظام سـرمایه گـذاری در زمینه سـاخت و سـاز و ایجاد فضاهای شـهری با تضعیف احسـاس تعلق مـردم بـه محلـه هـا و فضاهـای شـهری روبرو هسـتیم، کـه این احسـاس عدم تعلق مـردم به فضاهای شـهری، بـر محافظـت نکـردن مـردم از ایـن فضاهـا بـی تأثیـر نبـوده اسـت و حتـی در کنار این موضوع مـواردی چون برنامـه ریزی نامناسـب و عـدم ارتقاء دانـش عمومی نیز ایـن تاثیـرات منفی را تشـدید کرده اسـت.

نشانه های شهری و طراحی گرافیک شهری

در زمینـه یافتـن سـبک و شـیوه طراحی، همیشـه بین طراحی و معماری شـباهتی وجود داشـته اسـت. حسن مسـعودی در کتـاب خـود، خطاطـی و خوشنویسـی اظهـار مـی دارد کـه: «در یـک طـرح معمـاری فضایـی بـرای سـکونت تعریـف مـی شـود. در آن فاصلـه بیـن دیوارهـا واقعـی و بـه انـدازه خـود دیوارها حائـز اهمیت اسـت. در طراحـی گرافیـک ارزش یـک فضـا، ناشـی از ارتبـاط آن بـا عناصری اسـت که آن را احاطـه کرده اند و نیـز برعکـس» (وایـت، ۱۳۸۸، ص ۸۹).

پیکتوگـرام، علائـــم تصویـــری و طراحـی گرافیـــک شهری

سـین موریـس در «راهنمـای طراحـی حـروف» مـی نویسـد: «طراحـان حـروف بـه معمـاران و طراحـان شـهری نزدیک ترنـد تا بـه هنرمندان. معمـار باید بنایی بسـازد کـه از نظر سـاختاری محکـم و مفیـد و در عین حـال از نظـر بصـری بـرای کار و زندگـی لـذت بخش و راحـت باشـد. مطمئنـاً کار یـک طـراح باید بـا این گونه مقتضیات هماهنگ باشـد تـا مفید واقع گـردد» (وایت، ۱۳۸۸، ص ۸۹). علائـم تصویـری اغلب به «پیکتوگرام» یـا «ایزوتایـپ» معروفنـد. در واقـع یـک ایزوتایـپ نـام نوعـی خـاص از علائـم تصویـری (پیکتوگرام) اسـت که از سـوی آقای"اوتـو ذویـلات" از اسـترالیا طراحی شـده اسـت. ایـن علائـم بـه لحـاظ آنکـه پیامهایـی همچـون صـدا، شـخصیت (کاراکتـر)، حرکـت و رنـگ را نیـز در بـر می گیرنـد دارای معانـی چندگانـه هسـتند. علائـم تصویـری، زبـان تصویری علائم و نشـان های اختصاصی را بـا تصاویـر در هـم آمیختـه و ترکیـب مـی گردانند تا بـا بیننـده خود ارتباط برقرار سـازند. تصاویـر می توانند

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

دربرگیرنـده حـروف، رنگها، علائم و اجـزاء به طرز جلوه یافته تـری باشـند تـا در رسـانیدن نظـرات و ایـده هـا مؤثرتـر و کاراتـر واقـع شـوند. از بعضـی لحـاظ، علائـم تصویـری از نظـر شـکل و فـرم بـه علائـم و نشـانهای اختصاصـی، نمادهـا و اشـکال سـاده شـباهت دارنـد. کاربـرد معدودتـر علائـم تصویـری نسـبت بـه نمادها و نشـانهای تجارتـی بیشـتر به ایـن لحاظ اسـت که علائم تصویـری بطـور معدودتـری مورد اسـتفاده قـرار گرفته انـد. "پیکتوگـرام" نوعی نماد بصری اسـت کـه اطلاعات را بـه صـورت تصویـری و بـدون اسـتفاده از کلام ارائـه مـی کنـد. تصویر نشـانه نوعی نمـاد گرافیکی اسـت که داسـتان را به شـیوه ای بسـیار سـاده و همه فهم و فارغ از محدودیـت زبانـی روایـت مـی کنـد. در طراحـی این نشـانهاتصاویر سـاده مـی شـوند و چند بخـش از عناصر اضافـی حذف می شـوند ولی نباید بـه گویایی آن صدمه وارد شـود. یعنـی بیننـده به محض دیدن نشـانه باید به راحتـی بـه مفهـوم آن دسـت پیـدا کنـد. از خصوصیت دیگـر پیکتوگرامهـا این اسـت که به دلیـل آنکه در یک محیـط تعـدادی از اینهـا مورد اسـتفاده قـرار می گیرند بایـد طراحـی بـه صورتـی انجـام گیـرد که هـم مفاهیم مـورد نیـاز بیـان شـود و هـم در کل یـک پیوسـتگی و همگونـی شـکل با هم داشـته باشـند. پیکتوگـرام نباید گنـگ و پیچیده باشـد چون کارایی خودش را از دسـت مـی دهـد. در نتیجـه هـدف در پیکتوگرام سـاده کردن یک شـکل اسـت به طوریکه با این کار مفهـوم خود را از دسـت ندهد. ممکن اسـت ما تصویـری را انتخاب کنیم کـه آن شـکل انحنا یا شکسـتگی داشـته باشـد، ما باید آن شـکل را با اشـکال هندسـی به سـاده تریـن طرح با مفـوم اولیـه در بیاوریم.

نشانه شهری و طراحی گرافیک شهری

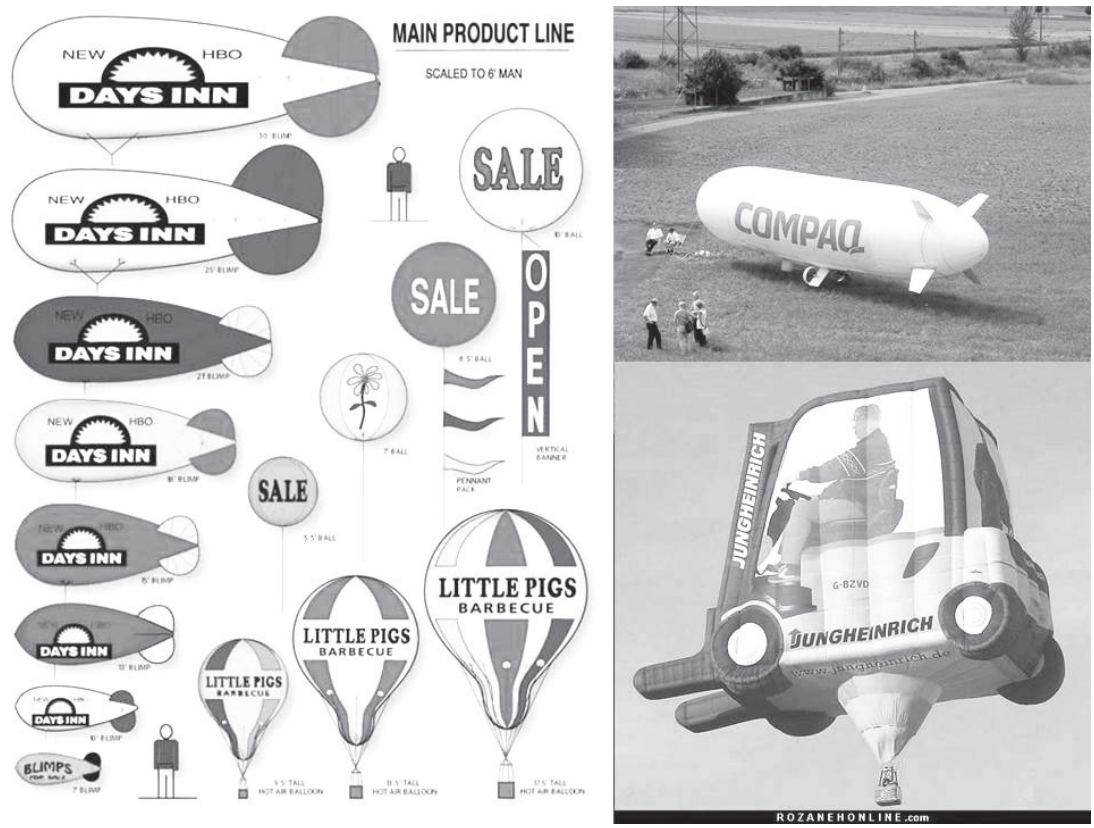
«کارل گوسـتاو یونـگ می گویـد واژه یـا تصویـر زمانـی نمـاد (یـا نشـانه) اسـت کـه متضمن چیـزی در مـاوراء معنای آشـکار و مسـتقیم خود باشـد. نماد دارای جنبه ای وسـیعتر و ناخـودآگاه اسـت کـه هرگـز نمـی تـوان بـه طـور دقیـق آن را تعریـف و یـا بـه طـور کامـل آن را توصیـف کـرد» (هوهنـه گـر، ۱۳۸۱، ص ۱۳). لـذا نشـانه عنصری بصری اسـت کـه به منظـور معرفی یک موضـوع طراحـی و ارائـه مـی شـود. بـه عبـارت دیگـر، نشـانه، هویـت بصـری یـک موضـوع اسـت. نشـانه مـی توانـد در قالـب هـر عنصـر بصـری جلـوه گر شـود ولی بطـور مشـخص بـه دو حالـت کلـی ارائـه می شـود:

۱.«**نشـانه های تصویـری**»؛ نشانـه های تصویـری، نشـانه هایی هسـتند کـه عنصـر بصـری بـه کار رفتـه درآنهـا، تصویر اسـت. این تصویر مـی تواند یک گل، یک حیـوان، یـک نمـاد ملی، سـنتی و یـا حتی یـک تصویر نامشـخص باشـد (چگونگی این تصویر را مـواردی مانند موضـوع و عوامـل جانبی تعیین می کننـد). تصویر مورد اسـتفاده در نشـانه های تصویـری در ارتباط بـا محدوده فعالیـت موضوع، چهار وضعیت ممکـن دارد: «۱. تصویر بـا موضوع ارتباط مسـتقیم دارد. برای مثـال در صورتی کـه برای یـک شـرکت تولید خـودرو نشـانه ای طراحی می کنیـم، از تصویـر یک خودرو سـود ببریـم؛ ۲. تصویر بـا موضوع ارتباط غیرمسـتقیم دارد. بـرای مثال در یک شـرکت هواپیمایـی از تصویر یک پرنده اسـتفاده کنیم؛ ۳. تصویـر مطلقـاً بـا موضـوع ارتباط نـدارد. برای نشـانه یـک شـرکت هواپیمایـی از تصویـر یـک گُل اسـتفاده کنیـم؛ ۴. تصویـر بـا موضوع از جنبه هـای فرعی ارتباط پیدا مـی کند».

۲. «**نشـانه های نوشـتاری**»؛ نشـانه های نوشـتاری خـود به دوگونه کلی تقسـیم مـی شـوند: «۱. لگوتایپ: نشـانه هایی هسـتند کـه نوشـتار آنهـا بـر اسـاس نـام کامـل موضوع اسـت و با طراحـی ویژه (و غالبـاً متفاوت از شـکل حروف متـداول) ارائه می شـوند؛ و ۲. منوتایپ (منوگرام): نشـانه هایی هسـتند که نوشـتار آن ها حرف ابتـدای نام موضوع اسـت و بـا طراحی ویـژه (متفاوت از شـکل حـروف متداول) ارائـه می شـوند. لازم به توضیح اسـت بعضـی از صاحب نظـران معتقدنـد در صورتی که نـام موضـوع دارای بیـش از یـک واژه باشـد، طراحی بر اسـاس حـروف آغازیـن واژگان موضـوع نیـز، منوگـرام خواهـد بود.»

در طراحـی یـک «نشـانه شـهری و مطابق بـا معیارهای گرافیکـی» بایـد چند عامل مـورد توجه قـرار گیرند که

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]



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

برخـی از آنها به شـرح زیر اسـت:

۱- «**سـادگی**»: یـک نشـانه خـوب ترجیحـاً از عناصـر بصـری اندکـی شـکل گرفتـه اسـت. لازم اسـت اشـاره شـود کـه منظـور از اندک بـودن ایـن عناصـر، ضرورت پیـش گیـری از پراکندگـی بصـری نشـانه اسـت.

۲- «**تـوازن، تعـادل و تناسـب**»: بـه عبـارت دیگـر تیرگـی و روشـنایی سـطوح، ضخامـت و نازکـی عناصر شـهری و سـیمای شـهر بایـد از تـوازن و تناسـب لازم بهـره بـرده و در اتصـال و چیدمـان خطـوط در کنـار یکدیگـر از ریتـم مناسـب برخـوردار باشـد.

۳- «**قابلیـت رنگ پذیـری**»: یـک نشـانه بایـد تا حد امـکان در عیـن آنکه توانایـی ارائه با یک رنگ را داشـته باشـد، هنـگام ارائـه رنگـی، نباید ضعیـف شـود. و یا در صـورت ارائه نسـخه رنگی، نسـخه تک رنـگ آن بی روح و کـم جلـوه نشـان دهـد. ضـروری اسـت توجه داشـته باشـیم هنگامـی کـه بـرای یـک نشـانه پیشـنهاد رنگ مـی کنیم، جنبه هـای زیبا شـناختی و مفهومی توامان مـورد توجه قـرار گیرند.

۴- «**مانـدگاری تصویری**»: پیش بینی و لـزوم کاربرد و انتخـاب عناصر بصـری که دارای تاریـخ پذیرش روانی و زیباشـناختی کوتـاه نباشـند. بـه عبارت دیگـر عوامل بصـری مـورد اسـتفاده در یـک نشـانه بایـد بـرای دو تا سـه دهـه از سـوی جامعه قابـل پذیرش باشـند و کهنه نشـوند ضمن آنکه سـاختار کلـی باید به گونه ای باشـد کـه امـکان تغییـر و تبدیـل در آن، بدون لطمـه زدن به هویـت مـورد نظر، موجود باشـد.

۵- «**گویایـی**»: تصویـر کلـی بایـد کامـلاً گویـا باشـد و بـا تصاویـر دیگـر اشـتباه نشـود. طراحـی یـک گُل به گونه ای که یک خورشـید را تداعی کند و آن خورشـید مطلقـاً مـورد نظـر نباشـد و نقشـی در فعالیـت موضوع نداشـته باشـد، می تواند ضعفی غیر قابل چشـم پوشـی باشد.

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

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

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

تبلیغات محیطی و طراحی گرافیک شهری

امروزه دیگر گرافیک تنها هنر نیست بلکه نقشی رسانه‌ای به خود گرفته است. از میان گرایشهای مختلف نشات گرفته از کلیتی بنام گرافیک، گرایشی با عنوان «گرافیک محیطی» جایگاه رسانه‌ای ویژه و متمایزی دارد. تبلیغات محیطی و گرافیک محیطی نوعی از گرافیک است که در محیط عمومی‌عرضه می‌شود و نقطه تاکید آن جنبه‌های زیبایی‌شناسانه است و نه تبلیغات. بخشی از عرصه‌های گرافیک محیطی به شرح زیر است:

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

۲-«**گرافیک محیطی فضای بسته**»: در گرافیک محیطی فضای بسته هم می‌توان آن را به طور جداگانه اطلاع‌رسانی کرد که در مجموع می‌توان از دسته‌های زیر یاد کرد: الف- ویترین‌ها، ب - غرفه‌ها و فضاهای نمایشگاهی، ج - محیط‌های اداری و آموزشی، د - محیط خانگی.

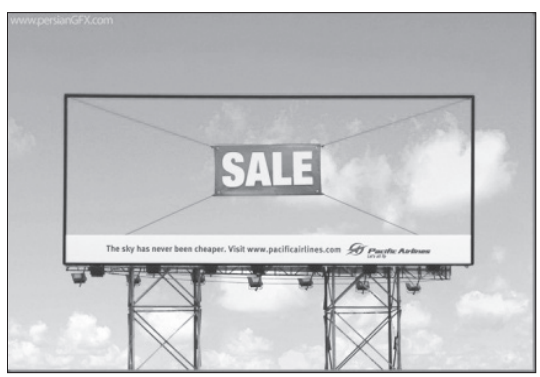
هدف از گرافیک محیطی در طراحی شهری عبارت است از:

۱- مردم را به ساده‌ترین شکل راهنمایی می‌کند.

۲- زیباسازی از طریق به کارگیری اصول فرم، طرح و هماهنگی آنها با یکدیگر و محیط پیرامون خود انجام می‌گیرد.







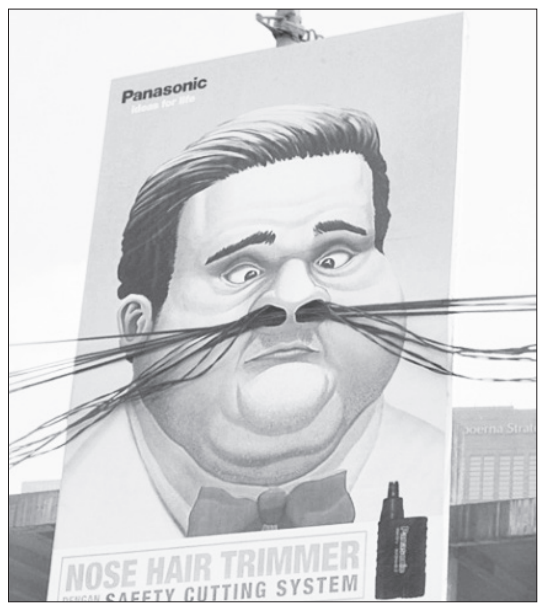


[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]







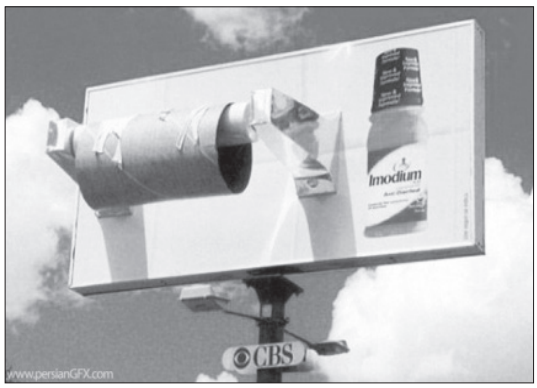




مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۰ پاییز ۹۴
No.40 Automn 2015

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]







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

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

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

گرافیک محیطی در ایجاد فضایی مطلوب و دلنشین برای افراد جامعه نقش موثردارد. 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. گرافیک محیط زیبایی بصری و نظم و هماهنگی مطلوب فضا است. مقصود از تمام طرح های گرافیکی برای محیط داخلی و خارجی، ایجاد فضایی برای زندگی پر نشاط و سالم و قانع کننده است. گرافیک محیطی را می توان به دوگونه گرافیک محیطی دوبعدی (مسطح) و سه بعدی (حجمی) تقسیم کرد. مشخص کردن یک مکان از مکانی دیگر، زیباسازی، نظم و انسجام بخشیدن به فضای شهری و گسترش حیطه فعالیت هنر گرافیک، از اهداف گرافیک محیطی به شمار می رود.

مبلمان شهری و طراحی گرافیک شهری

مبلمان شهری۲ نیز همچون دیگر عناصر تشکیل دهنده یک شهر، بخشی از ارزش های زیبایی شناختی و عناصر مرتبط با هویت آن محسوب می شود. بر اساس تعاریفی ارائه شده، هر تجهیزاتی که به نوعی به بدنه ها و فضاهای شهری الحاق شوند، باید جزئی از مبلمان شهری بشمار آورد. با این تعریف، حیطه گسترده‌ای از عناصر طراحی شده و موجود در یک شهر از خط کشی خیابان گرفته تا ایستگاههای اتوبوس و سطل های زباله همه در دایره تعریف مبلمان شهری جای می گیرند. همچنین نقش مبلمان شهری در خدمت رسانی به شهروندان همچون: مفاهیم مذهبی، سنتهای اجتماعی، بومی سازی، نیازهای انسانی، شادابی اجتماعی، منظر

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

شـهری، خلاقیت و نوآوری، روانشناسـی رنـگ، فرم، نور و غیره قابل بررسـی اسـت (صالحـی، ۱۳۷۹، ص ۱۸۰).

حجم های شهری و طراحی گرافیک شهری

«حجم هـای شـهری آن دسـته آثـار هنری هسـتند که کارکـرد آنهـا یکـی از مهمتریـن فاکتورهاسـت، کارکرد فیزیکـی و نیـز کارکـرد معنایـی و مفهومـی. حجـم هـا یکـی از بهتریـن امکانـات را بـرای تغییر فضا و سـیمای شـهرها به دسـت می دهند» (مهاجـر، ۱۳۸۶، ص ۱۳). مهم تریـن وجـه تمایـز آن با حجـم هایی کـه در فضای بسـته قـرار گرفته انـد، تعـداد بیشـتر بیننـدگان، تواتـر دیـدار فزونتـر و ترکیـب ناظـران متنوع تر اسـت.

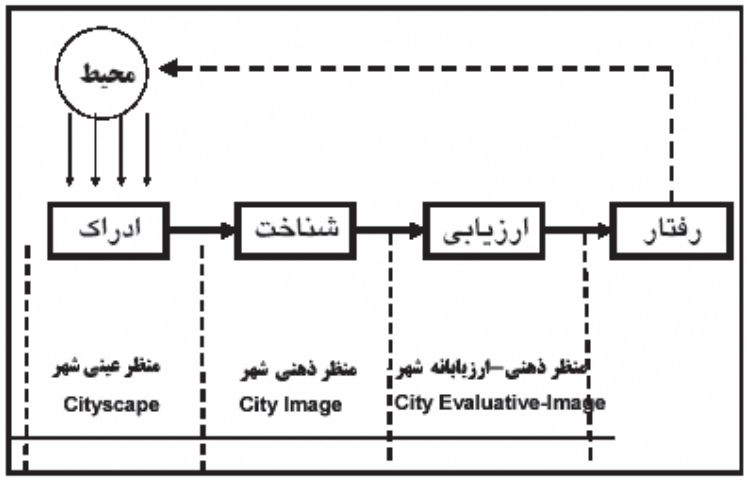
دائـره المعارف امریکن، مجسمه سـازی را چنین تعریف می کنـد: «مجسمه سـازی ابـزاری اسـت بیانـی کـه بـا محـل اجـرا در سـه بعد قادر اسـت مفاهیم و ارزشـهایی را در حیطـه هنرهـای زیبـا بیان کند.» مجسمه سـازی هنـر سـازماندهی فـرم و فضـا، بـا اسـتفاده از رسـانه ای اسـت کـه امـکان بیـان مجسـمه سـازانه را در فضاهـا و محیطهـای شـهری و عمومـی فراهـم مـی کنـد. ایـن رسـانه شـامل گسـتره وسـیعی از مواد و امکانات نوینی اسـت کـه تکنولـوژی در اختیار هـر دوره قـرار می دهد. لازم بـه ذکـر اسـت کـه بطـور کلـی دامنـهٔ فعالیتهـای مجسمه سـازانه در بخشـهایی در تعامـل مسـتقیم بـا معماری، شهرسـازی و سـایر عوامل سـازماندهی کنندهٔ شـهر قـرار مـی گیرد.

حجمهـای شـهری در دو قالـب کلـی «حجـم هـای یادمانـی» و «حجـم هـای ویـژه فضاهـای عمومـی» دسـته بندی می شـوند و با شـیوه هایـی اجرایی متنوع بـا توجـه بـه نیـاز بیانـی طـرح اجـرا مـی گردند.

۱. **«حجم هـای یادمانـی»**؛ یادمـان شـهری، نوعـی عنصـر حجمـی اسـت کـه هنرمنـد بـه وسـیله آن می توانـد مخاطـب خویش را بـه چالش فکری بکشـاند و ایـن چالـش مطلوبـی اسـت کـه انسـان را می توانـد بـه تعالـی اندیشـه و فکـر برسـاند. حجم هـای یادمانـی بـرای بزرگداشـت و یا یادمـان یک شـخصیت فرهنگی، هنـری، علمـی، سیاسـی و یـا یادمـان یـک اتفـاق مهم تاریخـی بـرای یـک ملـت سـاخته مـی شـوند. قاعدتـاً مجسـمه هـای یادمانی، سفارشـی بـوده و در محل های ویـژه ای کـه توجـه بیننـده را جلـب کنـد، سـاخته می شـوند. این گروه به دو دسـتهٔ کلی تقسـیم می شـود که عبـارت اسـت از: الـف: حجـم هایی بـرای بزرگداشـت و یادمان یک شـخصیت؛ ب: حجمهایی بـرای یادمان یک اتفـاق مهـم تاریخی.

۲. **«حجم هـای ویـژه فضاهـای عمومـی»**: شـکل دیگـری از حجمهـای شـهری هسـتند که کارکـرد مهم آنهـا، ایجـاد مکـث در گذرهـای اصلـی و ایجـاد چشـم انـداز بـرای مخاطبینی اسـت کـه در مـکان هایی توقف کـرده و بـه عنـوان بهانـه ای می تواننـد لحظاتـی را در مکانـی عمومـی سـپری کنند. ایـن دسـته از حجمها به «حجم هـای برون آتلیه ای» مشـهورند. ایـن مورد را می تـوان بـه دو گونه تقسـیم بندی نمود: الـف- حجم هایی بـرای تنـوع بصـری: از تاثیرگـذاری بیشـتری در بیـن عـوام برخوردارنـد و مخاطب خاص را جـذب نمی کنند بـه عنـوان نمونـه حجم هایی کـه در حاشـیه بزرگراه ها در شـهر تهـران نصب شـده اند بـا رویکـرد مخاطب عام و بـه ایـن منظـور بـه نمایـش گذاشـته شـده انـد؛ ب- حجم هایـی بـا تاکیـد بـر ماهیت فضـا: یکـی از تعاریف هنـری امـروزی متناسـب بـا ایـن رویکـرد در قالب هنر «ویـژه فضـا» مـی باشـد. هنـری کـه بـرای یـک مکان خـاص بـا رویکـردی نـه لزومـا زیبایـی شناسـانه، بلکـه پدیدارشناسـانه اسـت و در اینجـا مـکان جزئـی از اثـر هنری اسـت. در مسـیری که مخاطب شـهری هـر روزه از آن عبـور مـی کنـد، نوعی راز و رمز و کشـف و شـهود ایجـاد می شـود کـه مخاطب هر بار حجـم را از زاویه ای خـاص مـی بیند و نسـبت به این حجم احسـاس درونی و بیرونـی پیـدا مـی کنـد (www.javanemrooz.com)؛ پ- حجمهـای فرمـال: معمـولاً با هدف کارکـرد زیبایی شناسـانه و ارتقـاء کیفـی محیـط شـهری سـاخته مـی شـوند؛ ت- هنر چیدمـان: از خصوصیات ایـن هنر، معنا بخشـیدن و فعال سـازی یـک محیـط یـا یک مفهـوم با برخوردهـای هنرمندانـه اسـت کـه باعـث می‌شـود کـه اثـر معنـا و مفهـوم و ارزش هنـری پیدا کنـد. در برخی محافـل از آن بـه هنـر محیطـی نـام بـرده می‌شـود.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]



نمودار ۲. سیستم منظر شهری در فرایند تعامل انسان و محیط؛ ماخذ: گلکار، ۱۳۸۷.

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

تصویر ذهنی و طراحی گرافیک شهر

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

۱- وجهه‌ای که یک فرد، یک سازمان، یک محصول و غیره در افکار عمومی دارد؛

۲- تصویر ذهنی یا ایده.

کورش گلکار در مقاله‌ای تحت عنوان «محیط بصری شهر» روند تکاملی شهر را به مثابه زنجیره‌ای متشکل از چهار حلقه، که هر حلقه الگوی خاصی از مفهوم منظر شهری را نمایندگی می کند، تشبیه نموده است. همان گونه که در شکل دیده می شود، در مرحله نخست محیط شهری هندسه و ویژگی های ملموس خود، نظیر ویژگی های بصری، صوتی، بو و غیره را در معرض حواس پنجگانه انسان قرار می-دهد، در این مرحله اصطلاحاً محیط شهری توسط فرد مورد «ادراک» قرار می گیرد. در مرحله دوم، محیط شهری توسط فرد مورد «شناخت» قرار می گیرد. در این مرحله ذهن فرد بر اساس داده های محیطی، طرحواره های ذهنی، تجارب و خاطرات قبلی تصویری از محیط ساخته و معنای معینی را به محیط الصاق می نماید. در مرحله سوم، ذهن فرد بر اساس شناختی که از محیط به دست آورده و بر مبنای فرآیندهای تاثری و ارزیابانه نسبت به محیط واکنش مثبت یا منفی پیدا می نماید.

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

۱- منظر شهری آرایشی/تزئینی؛

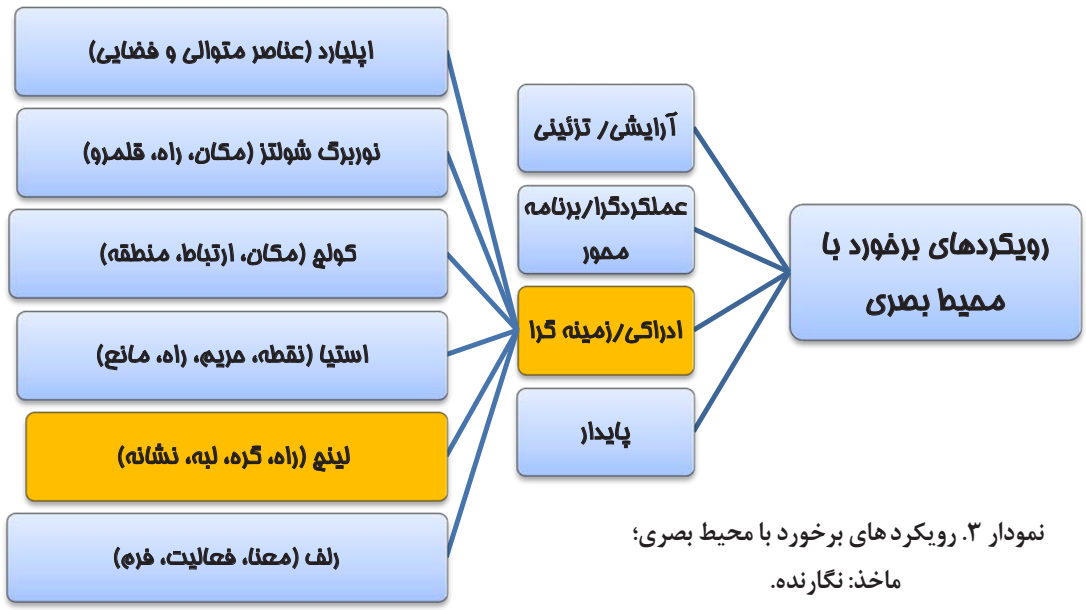
۲- منظر شهری عملکردی/ برنامه محور؛

۳- منظر شهری ادراکی/ زمینه گرا؛

۴- منظر شهری پایدار (گلکار، ۱۳۸۷، ص ۱۰۲).

مفهوم تصویر ذهنی اولین بار در رویکرد ادراکی/ زمینه گرا و در نظریات پست مدرنیست ها مطرح می شود و «کیفیت منظر شهری» در این دوره به مثابه رویدادی است که در جریان داد و ستد میان خصوصیات کالبدی و محسوس محیط از یک سو و

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]



نمودار ۳. رویکردهای برخورد با محیط بصری؛ ماخذ: نگارنده.

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

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

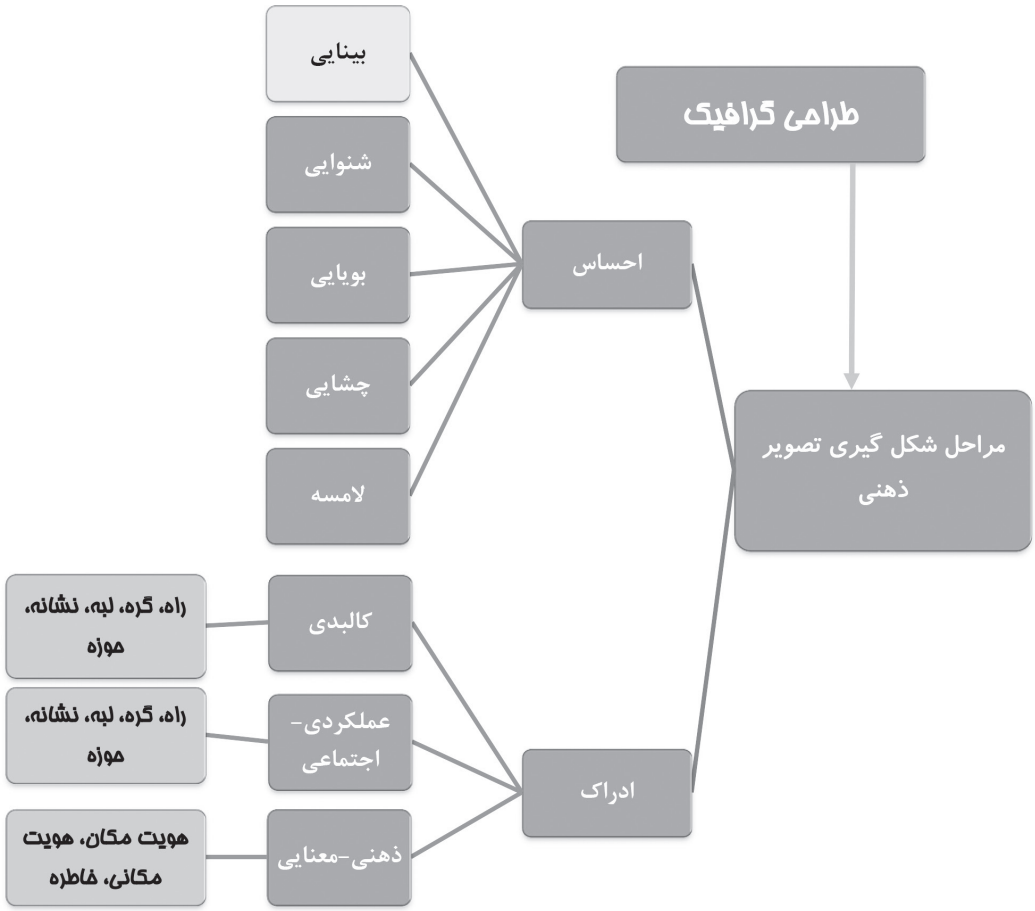
الگوها، رمزهای فرهنگی و توانایی های ذهنی فرد ناظر از سوی دیگر، شکل می گیرد (گلکار، ۱۳۸۷، ص ۱۰۶).

برای تشکیل تصویر ذهنی ابتدا محیط توسط حواس پنجگانه احساس شده و سپس در مغز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و ادراک نهایی شکل می گیرد که امری است فردی و متاثر از گذشته، تجربیات، و فرهنگ؛ لذا می توان گفت اولین گام در تشکیل تصویر ذهنی همان ادراک ابتدایی یا احساس محیط از طریق حواس انسان است که بینایی به عنوان اصلی ترین و قوی ترین این حواس در حوزه طراحی شهری و معماری است.

نتیجه‌گیری و جمعبندی

یکی از گونه‌های راهنمای طراحی شهری، سند راهنما جهت کاربست «رنگ و گرافیک شهری» است. در این میان، متدولوژی و روش‌شناسی تلاشی علمی در جهت یافتن طرق صحیح تحقیق و ابزار و وسایل مناسب برای ساختن نظریه‌های علمی است. شناسایی یک روش منحصر به فرد برای طراحی شهری و شناخت دقیق مفهوم روش، محوری برای توسعه این موضوع به عنوان یک رشته تخصصی است. «سند طراحی شهری» که توسعه و ساخت‌وساز در زمینه طراحی و برنامه‌ریزی را هدایت می‌کند، می تواند موجبات پشتیبانی از سیاست طراحی و برنامه‌ریزی را فراهم آورد، فرآیند مشارکت را تحصیل نموده و چشم‌انداز را تدوین و استانداردهای طراحی را تعیین ساخته و گام‌های بعدی را معین نماید. بنابراین طراح شهر به منظور ارائه طرح و بسته به موضوع به

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]



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

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

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

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

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

جدول ۲. میزان اثربخشی گرافیک شهری در تحقق پذیری معیارهای عملیاتی طراحی شهری؛ راهنما: (*) کم؛ (**) متوسط؛ (***) زیاد؛ ماخذ: یافته های تحقیق.

محیط داخلی و خارجی ایجاد فضایی برای زندگی پر نشاط و سالم و قانع کننده است گرافیک محیطی را می توان به دوگونه گرافیک محیطی دو بعدی یا مسطح و سه بعدی یا حجمی تقسیم کرد. مشخص کردن یک مکان از مکانی دیگر، زیباسازی، نظم و انسجام بخشیدن به فضای شهری و گسترش حیطه فعالیت هنر گرافیک، از اهداف گرافیک محیطی به شمار می رود. گرافیک محیطی می تواند جنبه های مختلفی داشته باشد که در حوزه «ارزش طراحی شهری» مورد نظر کارمونا تاثیرگذار باشد:

«جنبه اطلاع رسانی و یا حالت تاکید و یا هشدار نسبت به موضوعی داشته باشد؛ جنبه فرهنگی داشته باشد؛ جنبه آموزشی داشته باشد؛ جنبه تبلیغاتی داشته باشد؛ جنبه اجتماعی داشته باشد؛ جنبه زیبایی و هنری و صرفا زیباسازی محیط را داشته باشد. تعادل تناسب تاکید تداوم وحدت و تنوع اصول یک سازمان بندی درست در طراحی فضاهای شهری هستند. رنگ، نور، شکل، خط، نقطه، سطح، بافت و فضا به کمک آنها می آیند تا شهری مطلوب و زیبا طراحی شود.»

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

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

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

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

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

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

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

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

منابع و کتاب شناسی

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

ایلوخانی، مسعود (۱۳۸۸) گرافیک محیطی، فاطمی، تهران.

بحرینی، سید حسین (۱۳۷۷) فرآیند طراحی شهری، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

بنیامین شکوه فر، هادی رحمانی فضلی (۱۳۹۴) بودجه ریزی عملیاتی پاسخی به نیازهای مدیریت نوین دولتی (درآمدی بر نظام حقوقی بودجه ریزی عملیاتی ایالات متحده آمریکا)، نشریه مدیریت شهری، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۹۴.

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

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

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

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

پور اصغریان، مهتاب (۱۳۸۷) مجسمه سازی در فضاهای شهری، فصلنامه نگره، شماره ۷ و ۸

پورمند، حسنعلی و موسیوند، محسن (۱۳۹۰) مجسمه سازی در فضاهای شهری، نشریه هنرهای زیبا، شماره۴۴.

جامعه مهندسان مشاور ایران، گروه شهرسازی (۱۳۸۶) استانداردهای برنامه‌ریزی و طراحی شهری، جلد اول، تهیه طرح و انواع طرح‌ها، چاپ اول، تهران

حامد فامیل نوروزی، شهرام شریفی، آیلین شیدایی، شیدا فلاحت (۱۳۹۴) ارزیابی گردشگری شهری با تاکید بر توسعه زیرساختهای گردشگری و رقابت پذیری شهری؛ موردپژوهی: کلانشهر تهران، نشریه مدیریت شهری، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۹۴.

حق‌شناس، مهدی (۱۳۹۰) بررسی نقوش انسانی اساطیر ایران و کاربرد آن در گرافیک محیطی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر، تهران.

ذکاوت، کامران (پاییز ۱۳۸۶) اتخاذ تصمیمات

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

راهبـردی در چارچـوب طراحـی شـهری عباس‌آبـاد تهـران، فصلنامـه آبـادی شـماره۵۶
رابـرت، کـوان (۱۳۸۶) اسـناد هدایـت طراحی شـهری، ترجمـه کورش گلـکار، انتشـارات نقـش پیراوش
رضوانـی نراقی، اشـکان (۱۳۸۹) تهیـه راهنمای طراحی شـهری بـرای طراحـی نمای سـاختمان‌های نـو در کنار جداره‌هـای بـا ارزش تاریخـی، پایان‌نامـه کارشناسـی ارشـد طراحی شـهری، دانشـگاه تهـران، تهران
زنگـی آبـادی، علی و دیگـران (۱۳۸۳) طراحی و برنامه ریزی مبلمان شـهری، نشـر شـریعه توس، تهران.
سـعید نیـا، احمـد (۱۳۸۳) طراحـی فضـا و مبلمـان شـهری، انتشـارات سازمان شـهرداری ها و دهیاری های کشـور، تهران.
سـعیدی رمضانـی، نویـد (۱۳۸۵) مجسـمه هـا هنـر را بـه میـان مـردم میآورنـد، تهـران، ویـژه نامه نخسـتین سـمپوزیوم بیـن المللـی مجسـمه سـازی تهـران.
شـانس، حمیـد (۱۳۸۵) کلیاتـی در اصـول و ضوابـط مجسـمه های شـهری، نشریه مجسـمه، تهران شماره۴.
صالحی، اسـماعیل (۱۳۷۹) اهمیت فضاهای شـهری در راهبـری کنـش هـای فرهنگـی و مشـارکتهای مردمی، نشـر موئسسـهٔ فرهنگ، هنـر و ارتباطـات، تهران.
عبـدالله‌زاده، اکبر و علی خیابانیان (خـرداد ۱۳۸۶) لزوم فراینـد در طراحی شـهر، هفتـه نامه نقش نو
فهیمی فـر، اصغر (۱۳۷۰) از کلاسیسـیزم تا مدرنیسـم، تهران انتشـارات شفق.
کـرد، مهدیـه (۱۳۹۰) کارکـرد زیبایـی شناسـانه مجسـمه های شـهری، فصلنامـه حرفه:هنرمند، شـماره ۳۷.
کشمیرشـکن، عبدالحمیـد (۱۳۷۳) بررسـی رابطـه هنرمنـد و مخاطـب و جایـگاه مخاطب در هنـر معاصر، پایـان نامـه کارشناسـی ارشـد نقاشـی، دانشـگاه تربیت مدرس.
گلـکار، کـورش، (۱۳۷۸) کنـدوکاوی در تعریف طراحی شـهری، تهـران مرکز مطالعـه و تحقیقات شهرسـازی و معمـاری ایران.
مرتضایـی، سـیدرضا (۱۳۸۱) رهیافت‌هایـی در طراحـی مبلمـان شـهری، تهـران، انتشـارات سـازمان شـهرداری‌های کشـور، تهـران.
مـک کوایل، دنیـس (۱۳۸۰) مخاطب شناسـی، ترجمه مهـدی منتظر قائـم، تهران، مرکز مطالعـات و تحقیقات رسـانه ها.
مـک کوایـل، دنیـس (۱۳۸۲) درآمـدی بـر نظریه های ارتبـاط جمعـی، ترجمـه پرویـز اجلالـی، تهـران، مرکـز مطالعـات و تحقیقـات رسـانه ها.
موسـیوند، محسـن (۱۳۸۹) بررسـی فـرم مجسـمه هـای شـهری و ارتبـاط آن بـا فضـای محیطـی، پایـان نامـه کارشناسـی ارشـد پژوهـش هنـر، دانشـگاه تربیت مـدرس.
موشـتوری، آنتیگـون (۱۳۸۶) جامعه شناسـی مخاطب در حـوزه فرهنگـی و هنـری، مترجم:حسـین میرزایـی، نشـر نی
هوهنه گـر، آلفـرد (۱۳۸۱) نمادها و نشـانه هـا، ترجمه: علـی صلـح جـو، تهـران، نشـر وزارت فرهنـگ و ارشـاد اسلامی.
وایـت، الکـس (۱۳۸۸) عناصر طراحـی گرافیک، تهران، انتشـارات کتاب آبان.
Gindrouz et al, Urban Design Associates, (2003), "the urban design hand book", "techniques and working methods". New York
Cowan ,R.(2005), the dictionary of Urbanism, streetwise press London
Urban design guide line: old Conway design overlay district, part three, draft: revised april12,2007
Rainer Mayerhofer, (2007), Methodology of Urban Design,aesopo5 vienna
Moughtin, cliff and others, (1999), Urban design methods and techniques

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-10-31]