



ارزیابی جایگاه گرافیک محیطی در طراحی شهری و نقش آن در پویا سازی اماکن باستانی و تاریخی شهر شیراز

میترا منصوری آردکپان

دانشجوی کارشناسی ارشد، گرایش ارتباط تصویری، مؤسسه آموزش عالی ارم شیراز

M51.man mansouri@gmail.com

منصور ناصری

دکتری هنرهای دیجیتال، استاد مدعو، مؤسسه آموزش عالی ارم شیراز

Naseri.mansour@gmail.com

فرهاد نادری

دانشجوی دکتری زبان شناسی و گونه شناسی گرافیک خط فارسی، استاد مؤسسه آموزش عالی ارم شیراز

Farhad.naderi21@gmail.com

چکیده

امروزه حوزه طراحی شهری به دنبال حصول ارزش اقتصادی-اجتماعی منبث از طراحی مطلوب در میان طیف متنوعی از گونه های ساختمانی به ویژه ساختمان های متعلق به بخش عمومی در فضا های شهری است. در این پژوهش به بررسی عناصر تصویری و چگونگی تأثیرگذاری آن ها به عنوان عناصر پویاساز در اماکن باستانی و تاریخی شهر شیراز پرداخته می شود. هدف این پژوهش دستیابی به درکی عمیق تر از تصاویر و تأثیر آن ها بر روی انسان و برخوردی مفهومی تر با مقوله طراحی عناصر شهری در محیط، با توجه به روان شناسی رفتار اجتماعی و ادراک جمعی است؛ که بتوان آن را در قالب طراحی معماری و طراحی منظر شهری مدنظر قرار داد. طراحی شهری در دهه ۱۹۶۰ با هدف جستجو برای کیفیت شهر به وجود آمده است؛ اما در کشور ما حرفه و رشته طراحی شهری به مفهوم امروزی آن، سابقه چندان طولانی ندارد. علیرغم تجارب متعددی که به دست آمده، نتایج مطلوبی عاید نشده و نمونه های موفق ارائه نگردیده است. پرسش این پژوهش این است که تأثیر عناصر گرافیک محیطی در راستای پویاسازی اماکن باستانی و تاریخی شهری شیراز چیست.

واژگان کلیدی: گرافیک محیطی، طراحی شهری، اماکن باستانی و تاریخی، شیراز.



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد شیراز



مقدمه

طراحی شهری در دهه ۱۹۶۰ با هدف جستجو برای کیفیت شهر به وجود آمد. در کشور ما حرفه و رشته طراحی شهری به مفهوم امروزی آن، سابقه چندان طولانی ندارد. طی حدود ۳۰ سالی که از معرفی این زمینه در کشور ما می‌گذرد، علیرغم تجارب متعددی که به دست آمده، نتایج مطلوبی عاید نشده و نمونه‌های موفق ارائه نگردیده است (بحرینی و امین‌زاده، ۱۳۸۵). بررسی منابع متعدد نشان می‌دهد که اگرچه در اهمیت و ضرورت طراحی شهری در شهرهای امروزی هیچ‌گونه تردیدی وجود ندارد لیکن ارائه تعریفی جامع و مانع برای این حرفه مشکل است (Moudon, 1992; Sternberg, 2000). یکی از متداول‌ترین تعاریف، طراحی شهری را چنین توصیف می‌کند: طراحی شهری با شکل کالبدی عرصه عمومی در یک منطقه محدود شهر سر و کار دارد و بنابراین بین دو مقیاس شناخته شده معماری که با شکل کالبدی عرصه خصوصی (ساختمان) در ارتباط است و برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای که با سازمان فضایی عرصه عمومی در مقیاس وسیع‌تری سر و کار دارد قرار گرفته است (Gosling and Maitland, 1984). این رشته که از همپوشانی ابهام آمیز زمینه‌هایی مانند معماری منظر، گرافیک، شهرسازی و عمران تشکیل شده درک درست و مشخصی بر آن مترتب نیست. تأکید بر زیبایی‌شناختی سطحی و جنبه‌های بصری و تأکید بیش از حد به معماری به عنوان طراحی شهر و افراط در طراحی، در نظر گرفتن طراحی شهری به عنوان یک محصول تمام شده و کامل، و یک فرایند آموزشی نشأت گرفته از معماری همه از ویژگی‌های پروژه‌های طراحی شهری در اکثر نقاط دنیا است (Inam, 2002). گرافیک محیطی، شاخه‌ای از هنر گرافیک است که غالباً در مکان‌های عمومی شکل می‌گیرد و ویژگی‌های ملی، قومی، فرهنگی و قراردادهای اجتماعی هر جامعه را در نظر دارد (اسلام دوست، ۱۳۹۵). امروزه موضوع شبکه فضاهای عمومی شهر به عنوان یکی از عوامل مهم و اصلی در ارتقای کیفیت شهری و دستیابی به توسعه پایدار مطرح شده است. در این شبکه، مفهوم ارتباط سبب سرزندگی زنجیره‌ای از فضاهای عمومی شهری در گونه‌های مختلف خود می‌شود. به دلیل درهم تنیدگی این موضوع با زندگی شهری، ریشه‌یابی آن در هر سرزمین ممکن است الگوهای خاص خود را پیش رو قرار دهد. بدیهی است با توجه به آن که بخشی از تحولات امروزی شهرها و فضاهای عمومی شهری در ایران محصول هویت تاریخی و تحول آن بوده است، واکاوی زمینه‌ها و الگوهای شکل‌گیری شبکه فضاهای عمومی در شهرهای ایران می‌تواند زمینه‌های بهتری برای سیاست‌گذاری در مورد عرصه‌های عمومی به ویژه در بافتهای تاریخی را فراهم آورد. ارزش این مسئله با توجه به کمبود فضاهای عمومی باکیفیت در شهرهای امروزی ایران بیشتر احساس می‌گردد (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۰). مهم‌ترین نیاز شیراز با توجه به جریان مدرنیته امروزی، نیاز فرهنگی است، کاربردهای گرافیک محیطی در جهت پاسخ به این نیاز، هماهنگ عمل می‌کنند. آگاهی از این کارکردها سبب می‌شود فضای مکان‌های عمومی شهر شیراز، به جای این‌که محیطی برای دامن زدن بر بحران‌های مدرنیته و زیاده‌خواهی‌های جوامع استعماری باشد، با تبدیل این تهدید به فرصت، فضایی برای نمایش قابلیت‌های فرهنگی و ملی شهر شیراز فراهم آورد. پژوهش حاضر با اعتقاد به اینکه هنر هر جامعه بیان‌کننده سنتها، فرهنگ، هویت، ایدئولوژی و و جهانبینی آن جامعه است و در دستیابی افراد جامعه به هویتی واحد و موفق نقش‌آفرینی می‌کند و همچنین هویت داشتن اثر هنری سبب تمایز، ماندگاری و جاودانگی آن است، در جست و جوی ردپای این فکر، در فضاهای عمومی مختلف شیراز، مسیر خود را مشخص کرده است. لذا با بررسی و شناسایی تأثیرات عناصر گرافیک محیطی و بر اساس یک سیستم طراحی سازمان یافته و همچنین برنامه‌ریزی اصولی و عملی در ساختار شهر شیراز می‌توان در ایجاد تمرکز ذهنی و افزایش حس آرامش در محیط یا به عبارتی آرام‌سازی بصری، موثرتر عمل نمود. بنابراین این پژوهش در راستای دستیابی به اهداف فوق، به دنبال ارزیابی اثرات گرافیک محیطی بر پیاده‌روها و معابر عمومی شهر شیراز و ارتباطات شهری آن می‌باشد، لذا؛ در نظر دارد به آسیب شناسی و نیازسنجی سه عامل اساسی بپردازد که در طراحی گرافیک محیطی فضاهای عمومی شهر شیراز نقش مهمی دارند. این سه عامل شامل مخاطبان (شهروندان و مسافران) و هویت و فرهنگ آنها، مکان‌های عمومی مختلف شیراز و عناصر گرافیک محیطی به کار رفته در آن مانند: جایگاه استفاده از برخی رشته‌های خاص، استفاده از رنگ در طراحی و ... است. در ادامه، این پژوهش به بررسی شاخصه‌های موجود در این سه عامل و میزان رعایت آن‌ها در طراحی گرافیک محیطی فضاهای عمومی شهر شیراز خواهد پرداخت و با توجه به آسیب‌های موجود، موانع رسیدن به اهداف فوق را بیان می‌کند. در نهایت، راهکارهای مناسب را ارائه خواهد داد.



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد شیراز



روش شناسی پژوهش

با توجه به مسئله گرافیک محیطی و به کارگیری آن در طراحی شهری، روش اصلی مورد استفاده در این تحقیق، روش کیفی و تحلیل محتواست تا با دستیابی به رویکرد و سیاست‌های طراحی، ارتباط بین سیاست‌ها با طرح و ضوابط، اولویت‌ها و تحلیل فرایند تهیه طرح امکان پذیر گردد. بنا به مورد روش جمع‌آوری داده‌ها شامل مشاهده، مصاحبه و جمع‌آوری و مرور اسناد مربوطه می‌باشد. پس از جمع‌آوری نمونه‌های عکاسی از مکانهای تاریخی شهر شیراز نیز به تجزیه و تحلیل عناصر با اهمیت گرافیک محیطی و همچنین پوسته بیرونی آنها پرداخته خواهد شد.

سابقه تاریخی گرافیک محیطی

شاید بتوان آغاز گرافیک دیزاین محیطی، به عنوان یک رشته تخصصی را اوایل قرن بیست دانست. در سال ۱۹۰۰ فن‌آوری‌های جدید منجر به کشف و اختراعات جدید دیگر مانند ورود اتوموبیل‌های بسیار به بازار و کشف نفت گردید. یکی از نقاط عطف در تاریخ گرافیک دیزاین محیطی، طراحی سیستم عملیاتی یا ساینژ متروی پاریس است که به طور ساده به عنوان سبک مترو شناخته می‌شود (برگر، ۲۰۰۵). در اوایل ۱۹۰۰ میلادی، هکتور گایمارد، سیستم علامتی و ورودی‌های سیستم حمل و نقل عمومی پاریس را طراحی کرد (ادواردز، ۲۰۱۴). بعد از جنگ جهانی دوم با رشد و توسعه شهرها و انبوه شدن آنها، فضاهای عمومی نیاز به شناسایی پیدا نمودند و هویت‌های گرافیکی به تدریج به فضاها حسی از فردیت دادند (پولین، ۲۰۱۲). در دهه ۱۹۶۰ رابرت ونتوری، پیشتاز معماری پست مدرن، پروژه‌هایی را توسعه داد که مرتبط با ادغام گرافیک و کلمات در ساختمان‌ها بودند. در دهه ۱۹۷۰ اصطلاح گرافیک دیزاین محیطی پا به عرصه وجود گذاشت و راهیابی، ساینژ و سیستم‌های اطلاعاتی زیرگروه‌های آن شدند. در میانه دهه ۱۹۸۰ دسته‌بندی جدیدی در گرافیک‌های محیطی ایجاد شد. در این دهه، در کشورهای غربی به خصوص آمریکا، با یک توسعه انفجاری در رشد مجتمع‌های تجاری و فروشگاه‌ها، مراکز باشکوه، کمپانی‌ها و باغ وحش‌های جدید، باغ‌های گیاهشناسی و موزه‌ها روبرو هستیم (برگر، ۲۰۰۵). امروزه، با رشد فن‌آوری دیجیتال و همه گیر شدن استفاده از انواع رایانه‌ها، مسیریابی در محیط‌های ساخته شده بسیار آسان گردیده است. در آینده حتما در طراحی این‌گونه گرافیک‌ها از فن‌آوری‌های پیشرفته الکترونیکی و دیجیتالی، فضای مجازی و سایبری و هوشمند استفاده خواهد شد (صالحی، ۱۳۹۴).

پیشینه تحقیق

در این پژوهش نیز با مطالعه چندی از تحقیقات مرتبط، از تجربیات آنها استفاده شده است. در این زمینه تحقیقات زیادی در زمینه‌های تخصصی علم انجام گرفته و تحقیقات اندکی در حوزه‌های معماری و طراحی شهری انجام شده است. علاوه بر این‌ها بررسی متون نزدیک به معماری و شهرسازی در دنیا که مقالات و یا انتشاراتی با روش‌های تحلیل محتوای کمی و توصیفی انجام داده‌اند، نادر است که می‌توان نمونه‌های زیر را نام برد:

صلواتی (۱۳۹۲)، طی پژوهشی به بررسی کارکرد عناصر بصری پرچم تبلیغاتی به عنوان زیرشاخه گرافیک محیطی در طراحی شهری پرداخت. در این پژوهش ضمن ارائه تعریفی از پرچم تبلیغاتی و انواع آن، نقش آن به عنوان زیرشاخه‌ای از گرافیک محیطی مورد بررسی قرار گرفته و نهایتاً عناصر بصری در طراحی این اقلام گرافیک محیطی تحلیل شدند. روش تحقیق در این پژوهش تاریخی بوده و شیوه جمع‌آوری اطلاعات، اسنادی و بر اساس مطالعه کتابخانه‌ای بوده است. نتایج این پژوهش نشان داد که یک سری عناصر بصری شاخص و ضروری از جمله: نوشتار، تصویر، رنگ، ترکیب‌بندی و کادر در طراحی پرچم‌های تبلیغاتی، برجسته‌اند که با تأکید بر آنها بر زیبایی و اثرگذاری گرافیک محیطی افزوده شده و می‌توان زیبایی شهر را دوچندان کرده و در کنار کارکرد تبلیغاتی و اطلاع رسانی خود را نیز به خوبی ایفا کند. نادری (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به موضوع جایگاه طراحی گرافیک و هنرهای دیداری و میزان تأثیرگذاری آن بر تحقق پذیری ارزش طراحی شهری پرداخته که در قالب راهنمای ارزش طراحی شهری کمیسیون معماری و محیط مصنوع به تعیین نقش طراحی گرافیک در این مهم می‌پردازد. نتایج و یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که علاوه بر کاربردهای معمول گرافیک در حوزه ارائه طرح‌ها و کیفیت گرافیکی طرح‌های ارائه شده شهری، می‌توان از گرافیک محیطی در نظام بصری شهری و ارزش‌های طراحی شهری بهره گرفت که



بی شک ارتقا کیفیت طراحی شهرها را نیز به همراه خواهد داشت. مظفری خواه و کفشچیان مقدم (۱۳۹۱)، قابلیت‌های هنر کمینه (مینی مال) در گرافیک محیطی شهری با تأکید بر نمونه‌های دیوارنگاره‌های شهری ایران را مورد بررسی قرار دادند. این پژوهش تلاشی است در جهت بیان ظرفیت‌ها و قابلیت‌های دیوارنگاری معاصر و گرافیک محیطی ایران و می‌تواند جهت آرام‌سازی فضای شهری، که شالوده اصلی آن است، اهداف تزیینی و اصول ساختاری هنر کمینه (مینی‌مال) مورد توجه قرار گیرد. هدف این مقاله بررسی دیوارنگاری با نظر به هنر کمینه (مینی‌مالیسم) است و همچنین شناخت و چگونگی بهره‌گیری از توانایی‌های این هنر برای پویا کردن آثار دیواری و محیطی در سطح شهر پژوهش کاربردی حاضر به روش توصیفی، تحلیلی و تطبیقی صورت گرفته و گردآوری اطلاعات آن به شکل کتابخانه‌ای و میدانی انجام شده است. در این راستا، ابتدا هنر کمینه و دیوارنگاری معرفی شده و سپس به بررسی وجوه اشتراک و افتراق این هنر با دیوارنگاری پرداخته شده است. سپس چگونگی بهره‌گیری از ویژگی‌های هنر کمینه در دیوارنگاری معاصر و گرافیک محیطی ایران برای خلق آثار جدید بررسی شده و پیشنهادهایی برای استفاده مفید از هنر کمینه در فضاهای شهری ایران ارائه گردیده است.

فرضیه‌های تحقیق

اگر گرافیک محیطی به گونه‌ای مؤثر در طراحی اماکن باستانی و تاریخی شهر شیراز به کار گرفته شود، کیفیت بصری محیط زندگی و عمومی شهروندان شیراز ارتقا یافته و باعث پویایی شهر شیراز برای شهروندان شیرازی می‌شود. به کارگیری سایر حرفه‌های دخیل در طراحی شهری از جمله معماری، مهندسی شهرسازی، مهندسی عمران و ... می‌بایست در تعامل و همراهی با گرافیک محیطی به منظور ایجاد محیطی مطلوب در زمینه‌های بصری و زیبایی شناختی شهر شیراز ضروری می‌باشد. عنصر رنگ از عناصر مهم و اصلی مؤثر در گیرایی و اثربخشی طراحی‌های شهری و گرافیک محیطی شهر شیراز می‌بایست مورد توجه واقع شود. آشنایی هر چه بیشتر گروه طراحان و سازندگان محیط با پروژه‌های مربوط به طراحی شهری و ارتباط آن با گرافیک محیطی، آنان را در خلق محیط‌های زیبا و دارای کیفیت دیداری بهتر در شهر شیراز یاری می‌دهد.

جنبه جدید بودن و نوآوری در تحقیق

در اکثر تحقیقاتی که در خصوص طراحی شهری نوشته شده است، به بررسی مهندسی و فنی جایگاه حرفه‌هایی چون عمران، راه‌سازی و شهرسازی پرداخته شده است. ولی بایستی در نظر داشت که طراحی هر شهری تنها با توجه به این اصول به ایجاد شهری کاملاً پویا و معرف فرهنگ و تمدن واقعی آن نخواهد انجامید. لذا در این تحقیق از منظر متفاوتی یعنی از دریچه گرافیک و طراحی و تلفیق آن با طراحی شهری بحث به میان خواهد آمد. از آنجا که شهر یک تجربه جمعی از (مکان) است. ساخت مکان باید فرایندی عقلی، شهودی و جدلی باشد تا با واقعیات زندگی روزمره در ارتباط قرار گیرد. به جای آن‌که فرایندی بسته، تحمیلی، تخصصی و اقلیدسی باشد، نیازمند یک فرایند باز، مشارکتی، تعاملی و ادامه‌دار است. با چنین نگرشی این تحقیق سعی دارد علاوه بر ارائه تحلیلی انتقادی از وضعیت کنونی طراحی شهری در ایران، جهت وضوح بحث طرح اماکن باستانی و تاریخی شهر شیراز را به عنوان مصداق بارز از نحوه تفکر متفاوت مورد بررسی قرار دهد. همچنین بدلیل آنکه شهر شیراز شهری تاریخی و توریستی می‌باشد، نیاز به تحقیقی جامع در زمینه طراحی شهری و آمیختن آن با مسایل گرافیک محیطی بوده تا بدین وسیله ابزاری در دست برنامه‌ریزان توسعه شهری در آینده فراهم آورده بتواند در برجسته‌سازی و زیباسازی بیشتر شیراز در عرصه کشوری و جهانی مثمر ثمر واقع گردد. لذا در این پژوهش به جایگاه گرافیک در طراحی شهری مکانهای باستانی و تاریخی شهر شیراز و معماری این شهر پرداخته شده و سعی می‌گردد ضمن اشاراتی به عناصر و معیارهای مشترک بین آنها، امکان چگونگی تعیین این جایگاه در طراحی شهری شهر شیراز تا حدودی تبیین و مورد بحث قرار گیرد.

محدوده پژوهش

مطالعه حاضر در کلانشهر شیراز انجام شده است. شهر شیراز به عنوان کلانشهر منطقه جنوب ایران و مرکز استان فارس در مختصات جغرافیایی ۲۷ دقیقه و ۷ درجه و ۱۳ درجه و ۳۶ دقیقه عرض شمالی و عرض جغرافیایی ۵۰ درجه و ۲۷ دقیقه و ۵۵ درجه و ۳۰ دقیقه طول شرقی نسبت به نصف النهار گرینویچ قرار دارد. ارتفاع آن از سطح آب‌های آزاد ۱۵۴۰ مترمربع است (رفیعیان و همکاران، ۱۳۸۸).



مبانی نظری

اماکن عمومی

به عقیده تیبالدز پیاده‌روها چیزی بیش از مجموعه مغازه‌ها هستند. از نقطه نظر وی این مکان‌ها زمینه‌های فرهنگی، تفریحی، فراغتی، گردشگری، زندگی مدنی و تبادل دیدگاه‌ها، عقاید و نظرات جامعه را فراهم می‌آورند (تیبالدز، ۱۳۸۵). هالپرین، بیان می‌دارد که خیابان پیاده ساده‌ترین بخش چند منظوره و حیاتی فضای باز شهری است. به نظر او طراحان شهری باید کیفیت‌های زبانشناسانه خیابانهای قدیمی، از جمله آرامش، حس همسایگی و مقیاس شهری را با عبارات مدرن امروزی باز زنده سازند. وی همچنین در طراحی فضاهای شهری مناسب برای عابر پیاده تأکید می‌کند که برنامه‌ریزی و طراحی می‌بایست از دید پیاده صورت پذیرد (Halprin, 1963). در شیراز اماکن تاریخی یکی از مهمترین فضاهای شهری و عرصه‌های عمومی در شهر هستند. محله‌های قدیمی مدت مدیدی است که به عنوان تربیون عمومی شهری مطرح شده‌اند. اماکن تاریخی نیز همانند بسیاری از جنبه‌های زندگی شهری، دارای ساختار اجتماعی و فیزیکی خاص خود هستند. در کشورهای گوناگون، تلاش‌های زیادی در سطوح متفاوت برنامه‌ریزی شهری برای تشویق و تسهیل حرکت در این اماکن صورت می‌گیرد و حمایت‌های دولتی و شهرداری‌ها در این زمینه سهم بسزایی دارند. مکانهای قدیمی گاهی با پوشش گیاهی و باغچه و جوی آب از دیگر مکانها جدا می‌شوند. یک مکان تاریخی باید نیازهای اطلاعاتی مردم در قرون گذشته را راضا کند و برای شهروندان جذابیت بصری و روحی ایجاد کند و قابلیت انعطاف برای برآوردن این نیازها را داشته باشد. مسیرهای پیاده روی ایمن در جهت مکانهای تاریخی باید دارای سرپناه، محل نشستن، محیط تمیز و کم سر و صدا، دسترسی به وسایل حمل و نقل عمومی، مناظر جذاب عمومی، امکان برقراری ارتباط اجتماعی با دیگر شهروندان، توجه به خصوصیات جسمانی افراد همه و همه در طراحی مسیر پیاده تأثیر دارد. در شهرهای ایران و از جمله شهر شیراز، متأسفانه استقبال از پیاده رو و کریدورهای عابر پیاده کمتر مورد توجه قرار گرفته و آن ظرفیت‌هایی هم که وجود داشته از بین رفته است. مسیرهای عابر پیاده از ایمنی کافی برخوردار نیستند و عرض نامناسب سبب مشکلاتی برای عابران می‌شود. روشنایی کم، تراکم زیاد عابران، پر سر و صدا بودن مسیرها و دود خودروها از عوامل دیگر کمبود محله‌های تاریخی است. مسیرهایی که هیچ وسیله نقلیه‌ای حق عبور از آن را ندارد متفاوت است تا مسیرهایی که در ساعات خاصی و با روزهای خاص و یا وسایل نقلیه به خصوصی از آن می‌گذرند. ایجاد می‌کند که طراحی گرافیک محیطی خاصی شود. انواع مبلمان شهری بر اساس اینکه در کدام محله تاریخی قرار گیرند متفاوتند. خود نیمکت‌ها و دکه‌ها نباید مزاحمتی در تردد گردشگران و بازدیدکنندگان ایجاد کند. تجهیزات بازی و سرگرمی می‌تواند عابران را بیشتر در پیاده رو مشغول نگاه دارد و زمان بیشتری را صرف کنند. نورپردازی، که شامل نور فروشگاه‌ها هم می‌شود، ایجاد فضای سبز و سایه، به آرامش روانی بازدیدکنندگان کمک می‌کند. طراحی یک حوزه پیاده تاریخی باستانی فرصت خوبی برای تلفیق هنر در مکان‌های عمومی شهری می‌دهد. ارائه آثار هنری فضای مناسبی جهت مکث و ایجاد کشش برای افراد فراهم می‌کند. این رویکرد به خاطر شاخصه مقیاس انسانی ایجاد پویایی و افزایش تعاملات اجتماعی می‌کنند.

فضاهای عمومی شهری

شهر ترکیبی از فضاهای خصوصی و فضاهای عمومی است که به گونه‌ای پیچیده در یکدیگر تداخل یافته‌اند. تحقیقات و تجارب جهانی صورت گرفته درباره فضاهای عمومی شهری بر این نکته اشتراک دارند که فضاهای عمومی شهری می‌بایست مکانی برای تعاملات اجتماعی و زندگی جمعی باشند. فضاهای عمومی را دارای رسالتی برای افزایش سرمایه اجتماعی در جوامع، در بستر تعاملات و مراودات اجتماعی می‌دانند که می‌تواند بستری برای توسعه و شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی باشند (رفیعیان و همکاران، ۱۳۹۰). به عبارت دیگر فضای عمومی فضایی است که آن را با دیگران (مردمی که اقوام، دوستان یا همکار ما نیستند) سهیم هستیم. فضای عمومی، فضایی است برای همزیستی مسالمت‌آمیز و برخوردهای غیرشخصی (مدنی‌پور، ۱۳۸۴). در چنین فضایی مردم می‌آموزند سایرین را در برخورداری از مکان شریک بدانند. سابقه چنین فضاهایی به آگوارهای یونانی به عنوان مکانی برای انواع فعالیت‌های اجتماعی و تجاری (Kurnia waiti, 2012) و آمفی تئاترهای رومی بازمی‌گردد که مکان‌های ابتدایی برای نشست‌ها، گردهمایی‌ها، جشن‌ها و برگزاری مراسم و آیین‌ها به شمار می‌رفته‌اند (پورجعفر و محمدی‌نژاد، ۱۳۸۸). اولدنبرگ به این فضا، واژه مکان سوم، یعنی فضایی در کنار خانه و محل کار اطلاق می‌نماید، فضایی که میزبان تجمعات داوطلبانه افراد می‌باشد (رفیعیان و همکاران، ۱۳۹۰).



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد زنجان



مركز پژوهش‌های علمی و تخصصی
96170-82201

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

با ایجاد قابلیت درامکن تاریخی وباستانی در شهر شیراز می‌توان شهری پویاتر به وجود آورد. این رویکرد، فضاهایی سالم، پایدار و سرزنده به وجود می‌آورد که این امکان رادراولویت قرار داده، سلامتی و کیفیت زندگی شهروندان را ارتقا داده و امنیت عمومی محیط‌های شهری شیراز را بالا می‌برد. در چنین شرایطی امکان حضور و فعالیت روزانه در محیط جامعه و فرصت لذت بردن از فضاهای تاریخی و کسب اطلاعات محیطی فراهم می‌گردد و به مردم اجازه داده می‌شود به مکان‌های مورد نظرشان تردد نمایند. درزندگی شهری برای بسیاری از مردم فضای تاریخی بعنوان یک میراث ملی تعریف می‌شود و فضای شهر تنها در خدمت عبور و مرور وسایل نقلیه و متأثر ازاصول ترافیک و مهندسی محض نباشد و کیفیات زیبایی‌شناسانه و راه‌حل‌های منطبق با اصول انسانی و اخلاقی در سازماندهی محیط مدنظر قرار گیرد. کلید موفقیت در برنامه‌ریزی و طراحی، مشارکت فعال جوامع محلی از همان ابتدای پروژه بسط آن و بهره‌گیری از دانش بومی منطبق با اصول توسعه پایدار است که نیازمند بینشی همگام با ارزش‌های اکولوژیکی و همراه با طبیعت و نه بر ضد آن است.

پیشنهادات

با توجه به نتایج حاصل از تحقیق میتوان اصول زیر را به عنوان اصولی پیشنهادی و کاربردی در طراحی گرافیکی اماکن تاریخی وباستانی شهر شیراز به منظور پویاسازی فضای این شهر در نظر گرفت: ۱- مقیاس‌های انسانی در کلیه مراحل و در همه جزئیات آن در مراحل طراحی گرافیکی مورد توجه واقع شود. ۲- در طراحی گرافیکی معابر عمومی، قلمروی جغرافیایی و فرهنگی محدوده پیاده و ارتباط آن با معیارهای فرهنگی و تاریخی واجتماعی شهر شیراز در نظر گرفته شود. ۳- با به کارگیری طراحی خلاق گرافیکی، درحوزه اطلاع رسان، تبلیغاتی، تزئینی و کاربردی اجرایی شود. ۴- به هنگام طراحی گرافیک محیط در ابعاد بهسازی و مبلمان پیشنهادی، از گیاهان، آب و عناصرو مصالح طبیعی حداکثر استفاده به عمل آید. ۵- در طراحی گرافیک پیاده‌روها و معابر عمومی شیراز از بناهای تاریخی حفاظت به عمل آید و یا محدوده‌های پیاده حول این ابنیه گسترش داده شود. ۶- در طراحی گرافیک محیطی درامکن تاریخی، نوع اقلیم؛ شرایط نور طبیعی ومصنوعی به گونه‌ای بهینه استفاده شود. ۷- زیرساخت‌های موجود را به منظور توسعه‌های آتی و چشم‌اندازهای بصری در گرافیک شهری مد نظر قرار داده شود. ۸- استفاده از نتایج تحقیقات کاربردی در زمینه به کارگیری اصول گرافیک محیطی در طراحی اماکن تاریخی وباستانی شیراز و تلفیق این نتایج با نقطه نظرات اکثریت کاربران این محدوده‌ها از طریق نظرسنجی و مشارکت دادن آنان.



فهرست منابع

- ۱- اسلام دوست، مریم. (۱۳۹۵). تأثیر گرافیک محیطی متروی تهران بر فرهنگ و هویت. *هنرهای زیبا- تجسمی*، ۱: ۵۱-۳۷.
- ۲- بحرینی، سید حسین و امین‌زاده، بهناز. (۱۳۸۵). طراحی شهری در ایران: نگرشی نو. *نشریه هنرهای زیبا*، ۲۶: ۲۶-۱۳.
- ۱- بنتلی، ای یین و همکاران. (۱۳۸۹). محیط‌های پاسخ‌ده، ترجمه مصطفی بهزادفر، تهران، دانشگاه علم و صنعت ایران.
- ۲- پامیر، سای. (۱۳۸۹). آفرینش مرکز شهری سرزنده، ترجمه مصطفی بهزادفر و امیر شکیبامنش، تهران، دانشگاه علم و صنعت ایران.
- پورجعفر، محمدرضا و محمودی نژاد، هادی. (۱۳۸۸). طراحی شهری و سرمایه اجتماعی در فضاهای عمومی شهری. تهران، انتشارات هله.
- ۳- تیبالدز، فرانسیس. (۱۳۸۷). شهرهای انسان محور، ترجمه حسن علی لقایی و فیروزه جدلی، تهران، دانشگاه تهران.
- ۴- حاتمی، صفیه. (۱۳۹۴). ارزیابی اثربخشی گرافیک محیطی در ارتقای سطح فرهنگی جامعه با رویکرد ترغیب محور مطالعه موردی: ارتقای فرهنگ تفکیک پسماند بین دانش‌آموزان ابتدایی. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*. ۳۱، ۸۱-۶۳.
- رفیعیان، مجتبی، عظیمی، مریم و مقدم، حامد. (۱۳۹۰). ارزیابی کیفیت مناطق شهری در برخورداری از فضاهای عمومی با استفاده از نمودار وزنی ورونی، *فصلنامه آمایش محیط*، ۱۶: ۴۹-۳۳.
- ۵- صدرمحمدی، علیرضا. (۱۳۸۸). چرا تبلیغات محیطی؟. چاپ دوم، نشر سیت، تهران.
- ۶- صلواتی، مرجان. (۱۳۹۲). پرچم تبلیغاتی زیرشاخه گرافیک محیطی و کارکرد عناصر بصری آن. *فصلنامه علمی- پژوهشی هنرهای تجسمی نقش مایه*، ۱۵۰، ۹۰-۷۹.
- ۷- صلواتی، مرجان. (۱۳۹۰). تأثیر گرافیک محیطی در ارتباطات شهری (تحقیقات رنگ در شهر تهران تأیید آن در زیبایی فضای شهری در چهار منطقه از شهر تهران، شمال، جنوب، شرق، غرب). *فصلنامه علمی- پژوهشی هنرهای تجسمی نقش مایه*، ۷، ۱۳۴-۱۱۱.
- ۸- گلکار، کورش. (۱۳۷۸). کندوکاوی در تعریف طراحی شهری، تهران، مرکز مطالعه و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
- مدنی‌پور، علی. (۱۳۸۴). طراحی فضای شهری، نگرشی بر فرآیند اجتماعی. *ماهنامه دادرسی*، ۷۹: ۴۴-۳۸.
- ۹- مظفری‌خواه، زینب و کفشچیان مقدم، اصغر. (۱۳۹۱). قابلیت‌های هنر کمینه (مینی مال) در گرافیک محیطی شهری با تأکید بر نمونه‌های دیوارنگاره‌های شهری ایران. *فصلنامه علمی- پژوهشی نگره*، ۲۲، ۱۰۵-۸۵.
- ۱۰- نادری، منیره. (۱۳۹۴). بررسی و بازبینی جایگاه گرافیک در طراحی شهری با تأکید بر اسناد طراحی. *مدیریت*، ۴۰، ۴۶-۲۳.
- ۱۱- نادری، مریم و ابراهیم، امیر. (۱۳۹۴). پیویاسازی پیاده‌روها و معابر شهری با تأکید بر کاربست گرافیک محیطی. *مدیریت شهری*، ۴۱، ۶۶-۴۹.

-Gosling, D. and Maitland, B. (1984). *"Concepts of Urban Design"*, Academy Editions, London.

-Kurniawati, W (2012). Public Space for Marginal People, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 43, pp: 1205-1215.

-Inam, A. (2002). *"Meaningful Urban Design: teleological/ catalytic/ relevant"*, *Journal of Urban Design*, Vol.7, No.1, 35-58.

-Moudon, A.V. (1992). *"A Catholic approach to Organizing What Urban Designers Should Know"*, *Journal of Planning Literature*, Vol.6, No.4, May.

-Sternberg, E. (2000). *"An Integrative Theory of Urban Design"*, *APA Journal*, Summer, Vol.66, No.3.