

تحلیل هویت مکانی میدان حسن‌آباد تهران از منظر گرافیک محیطی

(صفحات ۴۳ تا ۷۴)

سید ادریس مستقیم^۱ * امیر حق جو^۲

* سهیلا حمیدزاده خیابی^۳ * سولماز بابازاده اسکویی^۴

دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۹

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۵

چکیده

احیای هویت مکانی و اجتماعی بومی ایرانی تنها با زنده نگه داشتن فرهنگ و تمدن ایرانی امکان‌پذیر است؛ از این رو، بازپروری باورها و آداب و رسوم، بستری را فراهم می‌کند که می‌تواند به گروه‌های قومی مختلف انسجام بخشد. از این منظر، یکی از زمینه‌های احیای فرهنگ و هویت مکانی و اجتماعی، توجه به هویت بصری گرافیک محیطی و مبلمان زیستگاه انسانی است که بازتابی از رفتار و کردار آدمی است. بر همین منوال، توجه بیشتر به فضای بومی مناطق تاریخی، به عنوان نماد فرهنگ و تمدن یک منطقه یا یک ملت، ضروری به نظر می‌رسد. هدف مقاله تحلیل هویت مکانی میدان حسن‌آباد تهران از منظر گرافیک محیطی برای حفظ فرهنگ و تمدن ایرانی است. تحقیق حاضر به صورت توصیفی-تحلیلی و تفسیری می‌باشد که اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری و تحلیل و تفسیر شده‌اند. یافته‌ها نشان دادند که در فضاهای نشستن که حالت مکث و رفع خستگی دارد، میزان خوانش گرافیک محیطی از جزئیات و تناسبات بهتری برخوردار است. مبلمان شهری در میدان حسن‌آباد شهر تهران به لحاظ استفاده از مصالح هماهنگ با محیط و بادوام، به کارگیری رنگ‌های شاد و جذاب و تأمین امنیت، جانمایی مجسمه‌ها در میدان در میان آن همراه با المان‌های شهری در میدان، جملگی باتوجه به مطالعات میدانی این در میدان حسن‌آباد در وضعیت بسیار مطلوبی قرار دارند و تمامی این عوامل که به یکدیگر وابسته هستند، سبب ایجاد حس مکان، هویت مکانی و سرزندگی در میدان شده‌اند.

واژگان کلیدی: هویت مکانی، گرافیک محیطی، میدان، فضای شهری، میدان حسن‌آباد.

۱- دانش‌آموخته معماری منظر، گروه معماری و شهرسازی، واحد شبستر، دانشگاه آزاد اسلامی، شبستر، ایران؛

۲- استادیار معماری، گروه معماری و شهرسازی، واحد شبستر، دانشگاه آزاد اسلامی، شبستر، ایران (نویسنده مسئول)
a.haghjou@iau.ac.ir

۳- استادیار معماری، گروه معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر، شبستر، ایران؛

۴- استادیار معماری، واحد اسکو، دانشگاه آزاد اسلامی، اسکو، ایران؛

۱- بیان مسئله

توسعه شهرنشینی در سراسر جهان و افزایش تأثیرات این فضاها بر زندگی اجتماعی مردم و کیفیت آن، موجب شده است تا با مراجعه به منابع مختلف در این زمینه، مشکلات مربوط به آن به منظور بهبود کیفیت فضاهای شهری با روش‌های اجرایی مختلف از جمله گرافیک محیطی مورد بررسی قرار گیرد. گرافیک محیطی به عنوان یک پیام‌رسان بصری است. زمانی که مقدار زیادی از اخبار به صورت غیر کلامی در سراسر جهان رد و بدل و منتقل می‌شود، آن‌ها به عنوان تصاویر به خصوص به عنوان نشانه‌های گرافیکی مختلف، منتقل می‌شوند (Salimi Elizei, 2017). بدون شک می‌توان ادعا کرد که یکی از معیارهای رشد فرهنگی در هر جامعه‌ای، زبان بصری و دستیابی به نوع شناسی در آن جامعه است. تشخیص دقیق تصاویر و استفاده دقیق از نشانه‌ها می‌تواند ارتباط فرهنگی و پیوستگی فکری را با جوامع دیگر سرعت بخشد.

اساساً نشانه‌ها و تصاویر، برداشت اولیه و اصلی انسان از محیط اطراف خود و توجه به تمرین گرافیک محیطی در فضاهای شهری، استفاده از آن‌ها در زیباسازی شهرها و حفظ ساختمان‌های تاریخی می‌تواند اهمیت این موضوع را نشان دهد (Azarbouyehdinaki et al, 2017). با استفاده از گرافیک محیطی در فضاهای شهر ب خصوص میدان‌ها، مردم می‌توانند هویت و شناخت فرهنگی خود را بهتر درک کنند و به‌طور هم‌زمان، به چالش‌ها و مشکلات موجود در جامعه معاصر بپردازند. فرهنگ یک فعالیت نمادین و مادی شده است که بیانگر زندگی و شیوه‌ای از زندگی است. همه اشکال فرهنگ نمادین هستند (تیموریان و همکاران، ۱۴۰۱). رابطه نزدیکی بین فرهنگ، طراحی، خلاقیت و صنعت وجود دارد. در این میان فرهنگ یک شیوه زندگی است، طراحی طعم زندگی است، خلاقیت تجسم تشخیص تماس است و صنعت وسیله، وسیله یا روشی برای تحقق خلاقیت طراحی فرهنگی است. برای دستیابی به توسعه فرهنگی پایدار واقعی لازم است روابط متقابل بین این پیوندها با طراحی گرافیک محیطی در نظر گرفته شود (ملاعباسی و هدایتی، ۱۴۰۰). باید اصول فرم، طرح‌ها و هماهنگی کلی آن‌ها با محیط اطرافشان را تنظیم کرد. این امر می‌تواند منجر به افزایش فرهنگ اجتماعی مردم در قالب تبلیغات، اهداف فرهنگی و تجاری با تبلیغات، بیلبوردها و غیره شود و تلاش شود تا طرحی انتخاب شود که در میان تمام طرح‌ها با محیط مطابقت بیشتری دارد.

گرافیک محیطی به عنوان مهم‌ترین ابزار ارتباط تصویری در فضاهای شهری امروزی کاربرد دارد و رفتار و بسیاری ضعف‌های موجود در بطن جامعه را به صورت لایه‌های پنهانی پوشش می‌دهد (Candido, 2018). گرافیک محیطی معیارها و اصولی را با خود به همراه دارد که بی‌توجهی به آن موجب ضعف و اغتشاش ذهنی می‌شود؛ بنابراین توجه به آن یعنی موفقیت در طراحی گرافیک محیطی. انسان از زمانی انسان می‌گردد که دارای فرهنگ می‌شود و فرهنگ از زمانی آغاز می‌گردد که انسان به وجود می‌آید. در این بین آنچه را که می‌توان برایش تقدم و تأخر قائل شد، تمدن است. انسان با فرهنگ وارد تمدن می‌شود و برای رهایی و آزادی نیاز به پرواز دارد و شاید برای این پرواز، بالی بهتر از فرهنگ و هویت خویش نیابد. این نقطه‌ای است که منظر شهری می‌تواند پا به عرصه وجود بگذارد و رسالت خویش را به انجام برساند. گرافیک محیطی شاخه‌ای از علم منظر شهری است که جزء لاینفک زندگی شهری شده و در تلاش است بتواند بین انسان و محیط پیرامونش ارتباط مناسب و مطلوبی به وجود آورد تا هویت مکانی فضاهای شهری را حفظ و ارتقا بخشد. نحوه بهره‌گیری از اجزاء گرافیک محیطی و تأثیرات آن در ایجاد هویت مکانی و فضاهای شهری سرزنده و پویا بخصوص میدان شهری در این مطالعه مورد بررسی قرار می‌گیرد و نمونه‌ای از این روابط در میدان حسن‌آباد شهر تهران، معرفی می‌شود. همچنین در این مقاله تلاش شده است تا نقش گرافیک محیطی در فضای باز و زندگی مردم برجسته شود. اطلاعات کلی در مورد محیط و گرافیک محیط میدان حسن‌آباد را برای افراد علاقه‌مند فراهم کرده است و مشکلات جامعه را درک کرده و راه‌حلی را برای آن‌ها به منظور تسهیل زندگی صلح‌آمیز در محیطی که برایشان خلق شده است پیشنهاد داده است. تحقیق حاضر در پی پاسخگویی به این سوال است که گرافیک محیطی چقدر در ارتقا کیفیت هویت مکانی میدان حسن‌آباد تهران مؤثر بوده است؟

۲- ادبیات پژوهش

۲-۱. ادبیات تجربی

سلامیان، (۱۴۰۱) در بررسی تحلیلی تأثیر گرافیک محیطی بر ارتقاء بصری فضای شهری المان‌های نوروز ۱۳۹۲ شهر مشهد؛ یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان داد که بر اساس داده‌های آماری و تحلیل و بررسی برخی از المان‌های نوروز ۹۲ مشهد، این آثار

توانسته‌اند هم در پیشبرد حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی و هم در ارتقای بصری شهر و بالا بردن ذائقه بصری مخاطبان، به میزان زیادی تأثیرگذار باشند. آقاجانی (۱۴۰۱) در تحلیلی در مورد گرافیک محیطی و لزوم پیاده‌سازی صحیح آن منطبق با فرهنگ ملی و تأثیرات مثبت آن در رابطه با جامعه‌ای شاداب و امیدوار، بیان می‌کند، عزم بر تغییر سراسری جهت نیل به دستاوردهای همه‌جانبه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، زیباسازی، هویت بخشی، رشد و توسعه، آموزشی و روان‌شناختی تنها زمانی رخ خواهد داد که در گام اول، نگاه کلان مدیریتی به گرافیک محیطی بیش‌ازپیش ارتقا یابد و با برنامه‌ریزی مدوّن و مستمر، پیاده‌سازی صحیح آن در جای‌جای این مرز و بوم نهادینه گردد. مریخ و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای در اصول قابل کاربست گره‌های هندسی اسلامی در گرافیک محیط شهری، نشان می‌دهند که استفاده از گره‌های هندسی ایرانی اسلامی برای گرافیک محیط شهری در بعد کالبدی می‌تواند موجب ایجاد نظم و آرامش بصری، زیبایی و ارتقای کیفیت بصری و در بعد اجتماعی، موجب ارتقای فرهنگ تجسمی شهروندان، توسعه آثار هنری و تجارب تجسمی، ایجاد تنوع و سرزندگی فضاهای شهری، آموزندگی و پرورش ذهن و در بعد معنایی، موجب خوانایی و ایجاد هویت، هویت بصری و تشخیص بخشی به فضاهای شهری و در بعد محیطی موجب ایجاد یکپارچگی و پیوستگی و انعطاف‌پذیری گردد. مهران فر و همکاران (۱۴۰۱) ارائه یک مدل خوانش گرافیکی مبلمان شهری با تاکید بر بهبود حس مکان ساحلی در منطقه ۲ شهر قزوین، به این نتیجه می‌رسند که ساختار کالبدی گرافیک شهری منطقه ۲ شهر قزوین، کیفیتی متعادل از نشانه‌های معنادار است که بسته به نوع فرم، رنگ و مصالح خود سبب جلب توجه مخاطبان شده و حس مکان را در این منطقه رقم می‌زنند. در ضمن، از میان مؤلفه‌های خوانش گرافیک محیطی در منطقه ۲ شهر قزوین، مؤلفه ساختار بصری و معماری بیشترین نقش را دارند که در این میان توانسته‌اند از طریق تناسبات با بستر خود و نوع ترکیبات رنگی به کاررفته، حس مکان را در شهروندان این منطقه ایجاد نمایند. والوردو-گوردی و مارین-روگ^۱ (۲۰۲۳) در مطالعه نقش نشانه‌شناسی طراحی گرافیک در کمپین‌های آگاهی محیطی، یافته‌ها نشان می‌دهد که نشانه‌شناسی طراحی گرافیک با

^۱- Vallverdu-Gordi & Marine-Roig

ایجاد واکنشی حساس، احساسی و شناختی نسبت به کمپین در مخاطب، بر آگاهی محیطی عمومی و حفظ مقصد تأثیر می‌گذارد. این چارچوب نوآورانه در طراحی گرافیک را می‌توان با سایر کمپین‌های برندسازی یا بازاریابی برای بهبود تصاویر مقصد تطبیق داد. اسحاق زاده تربتی^۱ (۲۰۱۸) در نقش گرافیک محیطی در شناسایی فضاهای عمومی شهری، بیان می‌کند که گرافیک محیطی یکی از ابزارهای مفید برای طراحی فضاها و ایجاد هویت است و هویت شهری مبتنی بر ارتباط و هماهنگی شاخه‌های مختلف هنر و علم مانند روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، ترافیک، محوطه‌سازی، شهرسازی، معماری، طراحی گرافیک و غیره است. اسلس عارف (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «روش گرافیکی محیطی برای ایجاد منطقه تأثیر مجاز»، مطالعات انجام‌شده با روش گرافیکی ساخت منطقه تأثیرات مجاز در حل مسائل اکولوژیکی برنامه‌ریزی خطی، اثربخشی و دید آن را در مقایسه با نتایج به‌دست‌آمده با محاسبه نشان داده است. مؤثرترین آن‌ها توسعه سیستم‌های مدیریت ایمنی زیست‌محیطی برای ساخت‌وسازهای مرتبط با منابع، تعاریف و دسته‌بندی پسماندها و همچنین ترکیب و تصفیه جریان‌های زباله به منظور ترویج پیشگیری از زباله و ایجاد و اجرای مکانیسم‌هایی برای جلوگیری از تولید است.

۲-۲. ادبیات نظری

گرافیک محیطی

اولین و مهم‌ترین هدف گرافیک در معماری برقراری ارتباط با مخاطب است. اگرچه طرح‌های کاربردی در معماری ممکن است دوبعدی باشند، اما اگر بتوانند ارتباط برقرار کنند، آن‌ها به بهترین شکل ممکن است (Atamaz, 2019). از نظر مفهومی، مداخله گرافیک با اشکال مختلف آن در محیط اطراف انسان به عنوان گرافیک محیطی شناخته می‌شود و این اشکال در انواع ویژگی‌ها با رویکردهای مشخص، اما متنوع با سبک‌های مختلف در تابلوها مانند تابلوهای تبلیغاتی، پوسترها، تبلیغات روی وسایل نقلیه، پارک‌ها اتفاق می‌افتد. طراحی‌های محیطی و به‌طور کلی فضاهای داخلی و خارجی در خانه‌ها، شهرها و کشورها. از آنجایی که ما در محیط‌هایی زندگی می‌کنیم که ساخته دست بشر

^۱- Eshaghzadeh Torbati

است، هنر معماری اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد (نوین و شهباززاده، ۱۴۰۰). لازم به ذکر است که ابزارها و وسایلی برای ارائه اطلاعات وجود دارد که هر کدام از آن‌ها برای انتقال پیام به روشی متفاوت برای برقراری ارتباط استفاده می‌شود. به عنوان مثال، تبلیغات روی وسایل نقلیه یا بیلبوردها باید در مناطقی قرار گیرد که ارتباط سریعی با مخاطب برقرار می‌کند. اگر این عوامل به صورت اصولی ساخته شوند، می‌توانند در ارتباطات اجتماعی بسیار مؤثر باشند و یا مناظر زیبایی را در منطقه ایجاد کنند تا به سلامت ذهن انسان کمک کنند. روابط انسانی و محیطی نشان‌دهنده تسلط کامل بر محیط طبیعی نیست و نمونه‌هایی از آن را می‌توان در شهرهای جدید یافت. در شهرهای نوساز مردم محیط‌های جدیدی را با ارتباطات مناسب ایجاد می‌کنند و سعی می‌کنند خود را در برابر بلایای طبیعی مانند سیل، زلزله و غیره حفظ کنند (Sheykhi, 2017)؛ بنابراین، وظایف اصلی گرافیک محیطی به دو بخش تقسیم می‌شود: ۱- برقراری ارتباط برای آگاه کردن مخاطب، ۲- زیباسازی محیط‌زیست انسان. گرافیک محیطی و روابط عمومی می‌توانند رابطه‌ای یکپارچه با یکدیگر داشته باشند. از آنجایی که هدف روابط عمومی جلب مشارکت عمومی و همکاری آنان در زمینه‌های مختلف است و علاوه بر آن ایجاد ارتباط کارکنان با مسئولین و مسئولین با مردم است، باید مسئولیت خود را با استفاده از روش‌های خاص و خاص انجام دهند (تیموریان و همکاران، ۱۴۰۰).

هویت مکان عبارت «هویت مکان» از اواخر دهه ۱۹۷۰ مورد استفاده قرار گرفته است (Proshansky et al, 1983)، به عنوان «تبلوری از خاطرات، مفاهیم، تفسیرها، ایده‌ها و احساسات مرتبط در مورد تنظیمات فیزیکی خاص و همچنین انواع تنظیمات» توصیف می‌کند. دل‌بستگی به مکان بخشی از هویت مکان است؛ اما هویت مکان بیش از دل‌بستگی است (Wang & Eldemerdash, 2022). هویت مکان زیربنای هویت اجتماعی مانند جنسیت و طبقه اجتماعی است. از مشاهده و تفسیر در مورد محیط تشکیل شده است (ذاکرزاده و قربانی نیا، ۱۴۰۱). این عناصر را می‌توان به دو نوع تقسیم کرد. یکی از آن‌ها شامل خاطرات، ارزش‌ها، افکار، ایده‌ها و محیط‌ها و نوع دیگر شامل رابطه بین محیط‌های مختلف است: خانه، محله و مدرسه. تغییرات هویت مکانی در طول زندگی فرد اتفاق می‌افتد (طهماسبی زاده و مسعود، ۱۴۰۱). پنج کارکرد اصلی هویت مکان شامل: شناخت، معنا، نیاز بیانی، تغییر، اضطراب و عملکرد دفاعی. هویت مکان

تبدیل به یک «پایگاه داده» شناختی می‌شود که هر محیط فیزیکی در برابر آن تجربه می‌شود. شکل‌گیری شهرها باعث شد که فرم شهری با کیفیت‌های متفاوتی از طریق تحولات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و فناوری شکل بگیرد. هر جامعه‌ای در تاریخ، سبک زندگی و افکار خود را در شهرها منعکس می‌کرد (Dixon et al, 2022)؛ بنابراین می‌توان به مفهوم هویت شهری مؤثر بر اصالت شهرها پی برد. هر فضای شهری دارای هویت مکانی خاص خودش است (باقری بهشتی و همکاران، ۱۳۹۸). هویت میدان به عنوان یک فضای شهری یعنی یکپارچگی معنایی مؤثر بر تصویر مکانی که حامل صفات منحصربه‌فرد در هر شهر با مقیاس‌ها و تفاسیر مختلف، به طور مستمر در حال توسعه و شکل‌گیری عوامل فیزیکی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی و رسمی و شهروندان و سبک‌های زندگی آنان است (Feng et al, 2022). هویت میدان می‌تواند از طریق عوامل متعددی از جمله عناصر هویتی منشأ گرفته از محیط طبیعی و مصنوعی، اقلام فضایی این عناصر، ارزش‌ها و سطوح تاریخی، فرهنگی، معماری، ساختار اجتماعی، جغرافیا، تمدن‌ها، سنت‌های محلی، سبک زندگی، توپوگرافی و ... تغییر کند (سجاذاده، ۱۳۹۲). پوشش گیاهی، اقلیم، موقعیت ژئوپلیتیکی، ارتباطات حمل‌ونقل، ساختار اقتصادی، موجودات زنده، مشاغل جنگ‌ها و غیره باعث می‌شود میدان‌ها ویژگی‌های منحصربه‌فردی پیدا کنند. درواقع هویت میدان‌ها نتیجه درک مردم از چیزهایی است که میدان دارد. فارغ از اینکه میدان دارای چه واحدهای معماری و عملکردی است، ادراک مردم یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده هویت میدان شهری است (آزادی زاده و مهردادش، ۱۴۰۱). سه عنصر اساسی در شکل‌گیری هویت مکانی میدان‌ها دخیل هستند: ۱- محیط طبیعی، ۲- محیط انسانی و ۳- محیط دست‌ساز بر اساس این طبقه‌بندی، رابطه بین انسان و هویت میدان رابطه قوی است، انسان به‌طور مستقیم و از طریق محیطی که ساخته است بر شکل‌گیری هویت میدان تأثیر می‌گذارد (Cutini, 2014). **میدان شهری** در زمان‌های قدیم، میادین بخش یکپارچه‌ای از زندگی بودند زیرا صحنه‌هایی بودند که زندگی واقعی مردم را در آن زمان نشان می‌دادند و زندگی امروزه در خانه ادامه دارد (Maslovskaya, 2019). شهرهای بزرگ میدان‌هایی دارند که بر پایه استعدادها معماری و نوآوری‌های شهری و طرح‌های داخلی بنا نشده‌اند، اما این فضاها بدون توجه به فرهنگ ساکنان شهر طراحی شده‌اند و صرفاً به منظور زیباسازی طراحی

شده‌اند، درحالی که معماری میادین، یکی از خلاق‌ترین و مؤثرترین شاخص‌های هویت ساکنان آن منطقه است و بیش‌ترین توجه را در شهرها به خود جلب کرده و طراحی آن‌ها به نحوی با تاریخ آن شهر در ارتباط است (Dąbrowska-Zóltak et al, 2022). یکی از عوامل کیفی که شهرها را تهدید می‌کند، فراهم کردن آسایش برای آن مکان است و طراحی فضاهای شهری می‌تواند این پیام را ارسال کند. البته لازم به ذکر است که آنچه در شرق ایران مهم به نظر می‌رسید، کارکرد اجتماعی - اقتصادی آن منطقه بود که باید در دسترس تر باشد؛ بااین حال، امروزه با دور شدن از شیوه‌های ایرانی - اسلامی در طراحی، به‌ویژه در طراحی میادین شهری، در حال طفره رفتن است. هدف از میدان‌های شهری، مربع‌هایی هستند که در منطقه شهر واقع شده‌اند و شخصیت‌های شهری دارند، یعنی فعالیت‌های فضای شهری، تراکم هستند (دانش‌پژوه و همکاران، ۱۳۹۹).

طراحی میدان‌ها یک موضوع پیچیده است که نباید نادیده گرفته شود و به موضوعات سطحی توجه شود و این می‌تواند به ما در درک نقش و اهمیت میدان‌ها کمک کند. اسکوآرها باید برای نشان دادن هویت شهر و تاریخ آن شهر در طول زمان طراحی شوند تا شهرها دارای ساختارهای مناسب باشند (Stocco et al, 2021). کیفیت یک شهر به کیفیت خیابان و میدان بستگی دارد و یک شهر مطلوب مجموعه‌ای از ساختمان‌های مطلوب است که نه میادین مبهم و مشخص که زیبایی بصری یک شهر را تضمین می‌کنند (Acar et al, 2021). به منظور طراحی فضاهای عمومی مربعی، اثرات آن‌ها بر شهر باید در نظر گرفته شود. برای درک اهمیت نقش طراحی میدان‌ها در شهرها، میدان‌ها باید نگاهی از زوایای مختلف داشته باشند تا نقش خود را در شهرهای ایران بهتر نشان دهند. میدان‌های آموزشی ممکن است نقش بسیار محکمی نداشته باشند (حقیریان و همکاران، ۱۳۹۵). بااین حال، اگر تناقضی میان طراحی شهر و فرهنگ ساکنان و تاریخ شهر وجود نداشته باشد، یا ارزش‌های فرهنگی شهر در هنگام طراحی شهری مورد توجه قرار گیرد؛ بنابراین، باتوجه به مباحث آموزشی، میدان‌ها نقش انکارناپذیری دارند و از عناصر اساسی فضای شهری هستند که می‌توانند ابعاد خیابان را توسعه داده و افزایش دهند (رحیمی، ۱۳۹۷). اثربخشی یک شهر با مجسمه یک فرد مشهور در ادبیات مانند سهروردی و یک میدان با درخت نخل یا سنگ‌های تزئینی یک‌سان نیست؛ بنابراین، وقف زیبایی ساختار یک مربع تنها در این مورد نیست، برخی جنبه‌های دیگر نیز باید در

نظر گرفته شوند. شهری با تاریخ و فرهنگ دیرینه را می‌توان در میدان‌های آن‌ها منعکس کرد و بدون این هویت، آموزش و یادگیری از آن‌ها، شهر را تاریک و مرده می‌کند. یک میدان یک فضای باز عمومی شهری است که یک هویت اجتماعی و فیزیکی دارد. همان‌طور که آلدو روسی معتقد است، یک میدان باید نشان‌دهنده هویت آن شهر با ساختارهای شهری و اجتماعی خوب باشد که در آن معماری یک اهمیت فرض می‌کند (صفری شیخ علی کلایه و ترابی، ۱۴۰۰).

مبلمان فضاهای شهری

هنگامی که انسان سعی می‌کند فضا را درک کند، اولین برخورد تجربه بصری است. انسان در ابتدا اشیا نزدیک خود را می‌بیند و سپس شروع به درک رابطه بین این اشیا می‌کند (Grabiec et al, 2022). فضاهای شهری، فضاهای باز و سرپوشیده، شبکه‌های جاده‌ای، میادین و فضاهای عمومی هستند (سلطان‌زاده، ۱۳۹۲) در جهان مدرن امروزی شهرسازی، با پیشرفت تکنولوژی سعی می‌کند که با در نظر گرفتن فرهنگ و آداب‌ورسوم شهروندان، زیباسازی شهرری انجام پذیرد. مسئولان شهری با استفاده از تجهیزاتی مانند: نیمکت‌های شهری، ایستگاه اتوبوس و وسایل ورزشی پارکی، شهر را برای زندگی راحت آماده می‌کنند (Kaya et al, 2022).

تعریف مبلمان شهری به زبان ساده می‌توانیم بگوییم: استفاده بهینه از تمامی وسایل و ابزار مورد نیاز برای شهروندان که توسط شهرداری و پیمان‌کاران طراحی و اجرا می‌شود، به منظور تجهیز مکان‌های عمومی برای آسایش و رفاه حال شهروندان و همچنین زیبایی شهر. مبلمان شهری مثل هر عنصر دیگری در ایجاد چهره زیبا برای شهر تأثیرگذار است و باید در این حوزه با طراحی و برنامه‌ریزی‌های دقیق، متناسب با فرهنگ و آداب‌ورسوم مردم گام برداشت (بصیری و زینالی عظیم، ۱۳۹۸). میزان تأثیر مبلمان شهری در روحیه ساکنان و مسافران شهرهای مختلف، سطح توجه به طراحی اجزای مبلمان را افزایش داده است. مبلمان شهر درواقع نمود زیباشناسی و هویت یک جامعه است. ازاین‌رو طراحی ویژه و کاربردی در کنار استفاده درست و اصولی از مبلمان در بستر شهر در اولویت شهرداری قرار دارد (رئیزی قنواتی و همکاران، ۱۴۰۲). توجه به اقلیم شهر، نیاز شهروندان، میزان کارایی محصول و ماندگاری مبلمان شهری در طراحی این محصولات حائز اهمیت است. رفاه شهروندان، میزان رضایت آنان و صرفه‌جویی در هزینه‌ها از نکات

قابل توجه در طراحی مبلمان می‌باشند. طراحان خبره پس از ارزیابی محدوده مدنظر و پیش‌بینی میزان استقبال مردم از محصول نهایی، ایده پردازی می‌کنند. طراحی مبلمان شهری همچون طراحی داخلی و خارجی ساختمان‌ها نیازمند دانش، آگاهی و اصول خاص خود است. کارآیی، ماندگاری، جلوه بصری و جذابیت عناصر مبلمان شهر به رعایت استانداردها بستگی دارد. مهم‌ترین نکات قابل توجه در طراحی و اجرای المان‌های شهری به شرح ذیل می‌باشند (Soffritti et al, 2020). توجه به فرهنگ و اقلیم در طراحی مبلمان شهری، - طراحی برای عامه مردم، از اصول طراحی مبلمان شهری، - توجه به توسعه پایدار، - جذابیت‌های مبلمان مدرن شهری.

۳. روش پژوهش

روش تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی و تفسیری است؛ و در چهار مرحله انجام گرفت: ۱- تبیین و صورت‌بندی مسئله پژوهش؛ ۲- تبیین چارچوب نظری تحقیق؛ ۳- عملیاتی کردن داده‌ها و یافته‌ها؛ ۴- تفسیر و تحلیل هویت مکانی میدان حسن آباد تهران با رویکرد گرافیک محیطی از زمان پهلوی تا زمان معاصر. در همین ارتباط تحلیل و تفسیر داده‌ها بر اساس مطالعات میدانی-پیمایشی و اسنادی-کتابخانه‌ای با بهره‌گیری از کتب، مقالات تحقیقاتی و پایگاه‌های اینترنتی در رابطه با موضوع مورد بررسی به دست آمده است. میدان حسن آباد یکی از میدان‌های تاریخی و جزء بافت قدیمی شهر تهران می‌باشد. مطابق مدارک کالبدی موجود در بنا و بر اساس کتیبه گچ‌بری حک شده در ضلع جنوب شرقی میدان، ساختمان این ضلع در سال ۱۳۰۸ به اتمام رسیده است. پیش از ساخت میدان تاریخی حسن آباد، باغ بزرگی در این منطقه وجود داشت که از املاک میرزا یوسف آشتیانی، ملقب به مستوفی‌الممالک از رجال قاجار بود. پس از گسترش یافتن تهران، او آن منطقه را به نام پسرش حسن «حسن آباد» نام‌گذاری کرد. میدان حسن آباد یکی از میدان‌های تاریخی و بخشی از بافت تاریخی و سنتی تهران قاجاری است. این میدان و ساختمان‌های گنبدی پیرامونش در سال ۱۳۰۹ ساخته شد و به بهره‌برداری رسید و برخی از مستندات، تاریخ ساخت کامل میدان را تا سال ۱۳۱۳ نیز نسبت داده‌اند. استخر بزرگ آن محل کنونی سفارت ایتالیا است. ترکیب بدنه میدان تقلیدی از آثار معمار مشهور ایتالیایی دوره رنسانس، آندره پالادیو می‌باشد. پالادیو، از

ترکیب قوس- نعل درگاه در فاصله میان ستون‌ها به طور مؤثری استفاده کرده است. ساختمان‌های قدیمی بخش جنوب شرقی میدان که شبیه سه وجه دیگر میدان بوده‌اند، در دوره‌ای تخریب و در دهه ۳۰، متأسفانه ساختمانی با نمای نوین تمام شیشه‌ای و بدون هماهنگی با بناهای پیرامون میدان به جای آن ساخته شد. این بنا متعلق به بانک ملی ایران است و در سال‌های اخیر در پی بازسازی میدان در جلوی این نمای شیشه‌ای، سازه‌ای نمایشی شبیه به نمای دیگر بناهای میدان ساخته شد تا تمامیت فضای اولیه معماری میدان تا حدی بازگردد. این میدان در سال‌های پیش از ۱۳۰۹ تنها یک چهارراه کوچک و محدود در محل تقاطع خیابان سپه و خیابان شاهپور بود. ساختمان‌های چهار طرف میدان کار قلیچ باقلیان است (که پس آن همان‌طور که پیش‌تر به آن اشاره شد، ساخت عمارت نظمیه یا کاخ شهربانی نیز که در اوایل سال ۱۳۱۱ شروع و در سال ۱۳۱۶ به اتمام رسیده بود هم از آثار مهندس قلیچ باقلیان می‌باشد) و مهندس محاسب آن، معمار برجسته ارمنی لئون تادوسیان بوده است.

- میدان حسن آباد، در امتداد یکی از مسیرهای ورودی میدان با میدان سپه (امام خمینی) قرار گرفته است. از شمال با خیابان حافظ و از جنوب با خیابان وحدت اسلامی مرتبط است. این میدان بیش از جنبه تاریخی، به محلی برای حضور اصناف تجاری مشهور است. میدان حسن آباد و چهار بنای پیرامون آن بخشی از میراث تاریخ شهر تهران هستند. این میدان در حد فاصل منطقه ۱۱ و ۱۲ و در بافت تاریخی شهر قرار دارد. در این منطقه بافت تاریخی با بافت تجاری، دولتی و اداری تلفیق شده است و این امر سبب حضور مخاطبانی از اقشار متفاوت شده است. شناخت میدان حسن آباد از رویکردهای مختلف و از سوی دیگر شناخت فرصت‌ها و محدودیت‌های این میدان و بناهای آن می‌تواند سبب حفظ ارزش‌های آن و جلوگیری از آسیب‌های احتمالی شود.

تحلیل هویت مکانی میدان حسن آباد تهران از منظر گرافیک محیطی



شکل ۱- موقعیت میدان حسن آباد

۴. تحلیل تجربی

در تحلیل و تفسیر یافته‌ها ابتدا عوامل اساسی تشکیل دهنده هویت مکانی میدان حسن آباد در رابطه با گرافیک محیطی شناسایی و جمع‌بندی شدند که در جدول ۱ آورده شدند.

جدول ۱- بررسی عوامل اساسی هویت مکانی در میدان حسن آباد

میدان	انسان	مکان	زمان
میدان حسن آباد	انسان به عنوان استفاده‌کننده استفاده‌کنندگان از این میدان شامل دو گروه؛ کارمندان، بازاریان، شاغلان و فروشندگان و بقیه مردمی که در میدان حضور دارند، می‌شود. انسان در مقام طراح و سازنده ترکیب بدنه میدان تقلیدی از معماری آندره آپالادیو	مکان به مثابه فضای تجربه‌شده آگاهی از این فضای تجربه‌شده (میدان حسن آباد) با نظرسنجی از شهروندان آن و از طریق پرسش‌نامه حاصل می‌شود. مکان به مثابه فضای دارای ویژگی‌های کالبدی قرار گرفته در شهر تهران و دارای ویژگی‌های	- تخریب ابنیه قدیمی بخش جنوب شرقی میدان و احداث ساختمان بانک ملی - نماسازی بانک ملی به شکل سه وجه دیگر (پوسته آجری بر روی نمای شیشه‌ای) - تغییر کاربری به بانک صادرات و بانک شهر در ضلع غربی میدان و مسدود

است. مهندس محاسب آن، لئون تادوسیان بوده و احداث آن را به برادران ایلقانیان نسبت داده‌اند و بانک ملی از کارهای فروغی می‌باشد.	کالبدی شامل: استفاده از مصالح بومی در همه بناهای میدان به غیر از ساختمان بانک ملی و همچنین اجرای نمای آجری در سه جداره میدان و نمای شیشه‌ای در جداره چهارم میدان (ساختمان بانک ملی) و ویژگی‌های کالبدی میدان متفاوت با دیگر بناهای اطراف این میدان و حتی سایر میادین شهر	شدن طبقه دوم ساختمان‌های میدان - برداشتن آب‌نمای وسط میدان و نصب مجسمه آتش‌نشان در ضلع شمالی میدان - احداث آتش‌نشانی در ضلع شمال غربی میدان - ایجاد زیرگذر سواره و پارکینگ در کناره‌های میدان - رویدادهای اجتماعی و سیاسی مانند اعدام و کشتار در زمان پیش از انقلاب اسلامی
---	---	---

جدول ۲- بررسی عوامل شکل‌دهنده هویت مکانی از نظر گرافیک محیطی در میدان حسن‌آباد تهران

عوامل شکل‌دهنده	هویت مکانی	میدان حسن‌آباد
	فرم، اندازه و تناسبات	همه بناهای میدان پالانی به صورت ربعی از دایره، محاط در مربع دارند.
محیط مصنوعی و سازمان کالبدی مکان	یافت و تزئینات روابط و چیدمان سه وجه همسان میدان با نمای آجری - ترکیب قوس - نعل درگاه در فاصله میان ستون‌ها - تزئینات آجری سرستون‌ها و دست‌اندازهای ایوان و بام‌ها و تزئینات گل‌های هشت پر با گچ - دارای ریتم و تقارن و ۸ گنبد فلزی به تقلید از	

تحلیل هویت مکانی میدان حسن آباد تهران از منظر گرافیک محیطی

	گنبدخانه سن پیتر و اثر برامانته رویکرد سبک معماری در نما: کلاسیک غربی شیوه طرح و نقش: غیر ایرانی (کیانی، ۱۳۹۲: ۲۶) وجه چهارم میدان (ساختمان بانک ملی) - نمای شیشه‌ای و پوسته آجری - استفاده از بتن - در تضاد از نظر ارتفاع با سایر بناهای میدان (۵ طبقه) رویکرد سبک معماری در نما: مدرن چیدمان مبلمان به صورت مقارن		
	- کاربری‌های میدان اعم از اداری و تجاری - میدان علاوه بر نقش ارتباطی، نقش تجاری دارد.	کاربری بناها	کاربری مکان و فعالیت اتصال بر آن مکان کاربری مکان
	- وجود دستفروش‌ها در مقابل ایستگاه مترو	فعالیت‌ها	

	- بخشی از میدان به صورت پیاده بوده و در بخشی از آن امکان تردد سواره وجود دارد.	ی موجود در مکان	
	- هر روز به محل کار رفتن کارمندان و بازاریان - قرار ملاقات افراد با یکدیگر در این میدان - وجود مترو در وسط میدان و تعامل افراد در آن مکان - پاتوق‌های کنار بانک‌ها و بازاریان جلوی درب مغازه‌های خود - دست‌فروش‌های کنار پیاده‌روهای اطراف میدان باعث اجتماع مردم شده است. - گفتگوی بازاریان با	تعاملات اجتماعی	ارزش‌ها، تدافعی‌ها، پایرها، رفتارها، خاطره‌ها و رویدادها روح مکان

تحلیل هویت مکانی میدان حسن آباد تهران از منظر گرافیک محیطی

	یکدیگر در محل های نشستن و جلوی درب مغازه ها، حس اجتماع را نشان می دهد.	
	رویدادها و اتفاقات تاریخی - عملکردهای فرهنگی در اطراف این میدان - اعدام و کشتار در زمان پیش از انقلاب اسلامی و اعتراض کارگران در این میدان	
	مفاهیم، نمادها و زیبایی ها - بناهای تاریخی میدان و نماهای خاص آن و همچنین قرارگیری در بافت تاریخی - پیشینه تاریخی و فرهنگی و سیاسی - حکومتی غنی میدان - نقش تجاری میدان - یک مکان مشخص و شناخته شده، به علت قرارگیری این میدان در بافت تاریخی و همچنین به دلیل کالبد متمایز آن - مصالح سستی	

چون آجر، فرم گنبدها، تزئینات سرستون‌ها، ایوان‌ها و بام جملگی با گل‌های هشت پر گچ‌بری شده، درها و پنجره‌های چوبی بنا - وجود مجسمه آتش‌نشان در مقابل آتش‌نشانی		
--	--	--

باتوجه به جدول ۲ می‌توان بیان کرد که در شکل‌گیری هویت مکانی در میدان حسن‌آباد تهران از نظر گرافیکی سه عامل اثرگذار بوده‌اند، اما اثرگذاری این سه مورد یکسان نبوده است. کالبد مکان شامل: سازمان کالبدی و محیط مصنوع (بناها، مبلمان شهری، منظر شهری، چشم‌انداز. کاربری مکان: نوع کاربری مکان (تجاری، اداری و...) فعالیت مردم به صورت سواره و پیاده، روح مکان هم ارزش‌ها، تداعی‌ها، باورها، رفتارها، خاطره‌ها، رویدادها، می‌باشد. محدوده کالبد میدان حسن‌آباد که در عهد ناصری، آخرین حد شمال غربی شهر تهران بود را صدراعظم، ناصرالدین‌شاه، میرزا یوسف آشتیانی بنیان نهاد و نام حسن‌آباد نیز همان‌طور که پیش‌ازاین بیان گردید، به خاطر نام پسرش میرزا حسن مستوفی‌الممالک بر آن نهاده شد. (هرچند که قبل از آن، این محله به هشت گنبد معروف بود، پس از فوت میرزا یوسف آشتیانی - مستوفی‌الممالک، ورثه این ملک را تکه‌تکه و به مردم فروختند. در دوره قاجار، چهارراهی در تقاطع خیابان حافظ کنونی و خیابان امام خمینی قرار داشت؛ که بعدها و در دوره پهلوی اول و در زمان ریاست کریم آقا بوذرجمهری بر شهرداری تهران و هم‌زمان با تعریض خیابان‌های تهران، در فاصله سال‌های ۱۳۰۳ تا ۱۳۱۲، میدانی دایره‌ای شکل به شعاع ۴۵ متر و بناهایی با مجموع مساحت حدود ۶۵۰۰ مترمربع به دور آن ساخته شد. این میدان در گذشته با نام‌هایی چون میدان پهلوی، میدان ملک المتکلمین و میدان ۳۱ شهریور نیز شناخته می‌شده است. این میدان به دلیل وجود ۸ گنبد بر روی ساختمان‌های پیرامون آن، به میدان ۸ گنبد نیز

مشهور بوده است، اما نام حسن آباد از دیرباز برای آن باقی مانده است چرا که این نام در یاد و خاطره نسل‌های مختلف حک شده است و نام آن نیز جزئی جدانشدنی از هویت این میدان را تشکیل می‌دهد. در مورد معمار این چهار بنا اختلاف نظر وجود دارد. مختاری به نقل از لازاریان، معماری بنای میدان حسن آباد را به لئون تاداسیان منتسب کرده است. مصطفی کیانی ساخت میدان را به علی قلیچ باغلیان نسبت داده است، اما قبادیان معماری بدنه میدان را به مهندس علیخان نسبت داده است. همان‌طور که پیش‌ازین به آن اشاره شد، معماری این بنا تحت تأثیر آثار معماری نئوکلاسیک اروپایی می‌باشد و می‌توان مجموعه این میدان را در شیوه، اکلکتیسم اروپایی، با تمایلات، نئورنسانس و نئوباروک، قرار داد. این بنا با وام‌گیری از معماری باروک فرانسوی و هم‌چنین آثار معمار مشهور ایتالیایی آندره پالادیو، طراحی شده است.

سبک نئوکلاسیک اروپایی از دوره قاجار تا نیمه نخست دوره پهلوی اول رواج داشت. این نوع از معماری در ساختمان‌های عمومی نیمه نخست دوره پهلوی اول، همچون ساختمان تلگرافخانه و ساختمان ثبت‌احوال نیز به چشم می‌خورد. میدان شامل چهار بنا می‌باشد که از زمان ساخت تا به امروز دستخوش مداخلات معماری شده‌اند. در فضای داخلی بناها، اصناف و کاربری‌های گوناگون هر کدام بر اساس نیازهای خود و بی توجه به اثرات مخرب، دست به تغییرات اجزای معماری حتی در بخش ساختاری بناها زده‌اند. در تغییراتی که در طی سال‌های گوناگون ایجاد شده است، برخی از جداره‌ها حذف شده و ستون‌هایی در بخش‌هایی به جای دیوارهای حذف شده قرار گرفته است. همچنین تعداد زیادی از دیوارهای باربر داخلی در طبقه دوم با ستون‌های فلزی جایگزین شده‌اند. نمای ضلع جنوب شرقی میدان به دلیل اختصاص آن بخش به بانک ملی، دچار تغییرات نامطلوب شده که به‌طور واضح در سیمای میدان نمایان است.

در نمای چهار بنای پیرامون میدان با صرف‌نظر از مداخلات ضلع جنوب شرقی، تقارن و ریتم قابل مشاهده است. این تقارن در قرارگیری اجزای نمای هر کدام از چهار بنا نیز دیده می‌شود. نمای بناها شامل اجزای بسیاری از جمله بازشوها، طاق‌ها، ستون‌ها و سرستون‌ها و کاله‌فرنگی‌ها است که هر کدام دارای جزئیات و تزئیناتی برگرفته از سبک دوران ناصری و نئوکلاسیک اروپایی هستند. از بارزترین مشخصه‌های معماری آن دوران و نئوکلاسیک اروپایی در این بنا می‌توان به قوس‌های نیم دایره‌ای اشاره کرد. هشت گنبد

هشت وجهی بر روی این ساختمان‌ها هیچ شباهتی با گنبد‌های سنتی ایران ندارد و بیشتر به گنبد‌های باروک و رنسانس می‌ماند. نکته قابل توجه استفاده از مصالح آجر و گچ است که برخلاف کاربرد سنگ در سبک نئوکلاسیک اروپایی، این ویژگی از تکنیک و مصالح معمول آن دوره از ایران به یادگار مانده است، اگرچه چیدمان نمای آجری و چیدمان گچ‌بری مکمل آن به گونه‌ای است که تقسیم‌بندی‌ها و ابعاد نمای سنگی را القا می‌کند. بخش‌هایی از این بنا به بنای باسیلیکا پالادیو که در دوره رنسانس در ایتالیا ساخته شده بود، شباهت دارد، برخی از منابع نیز گنبد‌های ساخته شده بر روی بناهای این میدان را الهام گرفته از گنبدخانه سن پیترو اثر دوناتو برامانته دانسته‌اند. ستون‌ها و نیم ستون‌ها در نمای طبقه اول به شکل دوریک و در طبقه دوم به شکل کورنتین است. نرده‌های روی بام نیز به شکل صراحی است که از مشخصه‌های معماری نئوکلاسیک به شمار می‌رود. سنگ تاج پنجره پالادیو از جمله این مشخصه‌ها است. کاربری ساختمان‌های پیرامون میدان و بافت اطراف آن در طی حیات طولانی آن، بارها و بارها دستخوش تغییرات شده است. از سال‌های اخیر تا به امروز کاربری اصلی میدان تجاری است که در بخش‌هایی با بافت مسکونی تلفیق شده است. ساختمان ضلع شمال شرقی میدان به کاربری تجاری و فروشگاه‌های ابزار و یراق اختصاص دارد. در گوشه شمال غربی میدان در گذشته قدیمی‌ترین قبرستان تهران و یک حمام قرار داشت که از سال ۱۳۱۷ آتش‌نشانی بزرگی جای آن قرار گرفت که اکنون نیز فعال است. هتل گلستان نیز در شمال غربی میدان و با فاصله اندکی از آن قرار دارد. ساختمان ضلع شمال غربی در ۲۶ ام تیرماه سال ۱۳۹۸ دچار آتش‌سوزی شد. این آتش‌سوزی از انبار ابزار و یراق در طبقه دوم بنا آغاز شد. در سال ۱۳۹۶ نیز یک مورد آتش‌سوزی در ضلع جنوب غربی و در انبار کاموا اتفاق افتاده بود. کاربری‌های این ساختمان پیش از آتش‌سوزی، در طبقه همکف، بانک شهر و بانک صادرات، یک صرافی و مغازه‌های ابزار و یراق و یک اغذیه‌فروشی بودند. طبقه اول آن نیز شامل دفترخانه‌ای از قدیمی‌ترین دفترخانه‌های کشور بود. در ساختمان ضلع جنوب غربی، مغازه‌های فروش کاموا و نخ قرار دارد. در قسمت شمالی میدان، خیابان حافظ، بورس فروش مبلمان اداری و لوازم چوبی است. در ضلع جنوب شرقی میدان نیز ساختمان بانک ملی ایران و بازارچه ابزار و یراق قرار دارد. قسمت جنوبی میدان، خیابان وحدت اسلامی، بورس لوازم کودک و لوازم نظامی و ارتشی است. عمده کاربری بافت

پیرامون میدان نیز تجاری است که در ادامه بافت بازار تهران شکل گرفته‌اند. در منطقه پیرامون میدان تا شعاع ۸۰۰ متری، میدان امام خمینی، خیابان فردوسی، خیابان لاله‌زار، خیابان سی تیر و میدان مشق قرار گرفته است که در هر کدام بناهای ارزشمندی از تاریخ به یادگار مانده است. از این بناها می‌توان به قزاقخانه (دانشگاه هنر)، خانه قوام (موزه آبگینه)، خانه مقدم (موزه مقدم) مربوط به دوره قاجار و سردر باغ ملی، کاخ شهربانی (کاخ وزارت امور خارجه) و موزه ایران باستان مربوط به دوره پهلوی اشاره کرد. در بحث شناخت مخاطبان و کاربران با گرافیک محیطی، از این جهت اهمیت دارد که بررسی اقشار مختلف و خصوصیات آن‌ها از جمله جنسیت، سن، حرفه و غیره، منجر به شناخت رفتارها و فعالیت‌ها و استخراج نیازها و خواست‌های آن‌ها خواهد شد که در نظر گرفتن آن‌ها با طراحی گرافیکی محیطی منجر به افزایش میزان رضایت و کیفیت حضور مخاطبان می‌شود.



شکل ۲- عناصر کالبدی میدان حسن‌آباد تهران

مبلمان میدان بخشی از مبلمان شهری است که در خارج از فضاهای بسته قرار دارد. در اینجا از نظر گرافیک محیطی وظیفه اصلی مجسمه تزئین، شناسایی و ارسال پیام به تماشاگران است و از سنگ، سیمان، فلز، چوب، فایبرگلاس و یا هر ماده مدرن دیگری ساخته شده است. مجسمه‌ها تنها اقلام تزئینی برای میدان حسن‌آباد نیستند، بلکه دیگر قطعات هنری را نیز می‌توان برای این منظور استفاده کرد که در تعریف آن‌ها با مجسمه‌ها نزدیک است، اما دارای هویت‌های متمایز هستند. درک مؤثر از چنین کارهایی می‌تواند کیفیت فضای شهری میدان حسن‌آباد را ارتقا دهد. قرار دادن المان‌ها در میدان حسن‌آباد یا نصب آن‌ها باید با دانش بیشتری از المان‌ها و گرافیک محیطی داشته باشد و گاهی اوقات شاهد هستیم که نصب و قرار دادن یک عنصر در حسن‌آباد مهم بوده است و هیچ ملاحظه دیگری برای مطابقت با دیگر عناصر در آن فضا مانند ساختمان‌ها، درختان و غیره وجود ندارد. مبلمان میدان باید مانند فضای داخلی خانه، رنگ فرش‌ها، مبلمان، میزها، پرده‌ها و حتی گل‌ها و نقاشی‌ها همه در نظر گرفته شوند. استفاده از سطل زباله هوشمند و مناسب با میدان حسن‌آباد باعث می‌شود مردم زباله‌های خود را در میدان رها نکنند. استفاده از تابلوها برای خوانایی قسمت‌های مختلف میدان حسن‌آباد با گرافیک مفهومی و معنایی باعث جذب افراد بیشتری شده که منجر به سرزندگی و روح بخشی به هویت مکان حسن‌آباد می‌شود. نورپردازی مناسب خود باعث امنیت بیشتر و جذب بازدیدکننده می‌شود که متأسفانه از نظر گرافیکی در میدان حسن‌آباد در زمان شب ضعیف عمل می‌کند. در میدان حسن‌آباد، این المان‌ها نباید نادیده گرفته شوند و استفاده از کنتراست برای توجه به یک مجسمه یا یک آلمان مناسب یا گاهی اوقات ضروری است که یکی از راه‌حل‌ها در این زمینه استفاده از نور در شب یا زمینه‌های مختلف برای جدا کردن آن از زمان روز است.

تحلیل هویت مکانی میدان حسن‌آباد تهران از منظر گرافیک محیطی



شکل ۳- تصاویر ضعف هویت مکانی از منظر گرافیک محیطی میدان حسن‌آباد تهران

در میدان حسن‌آباد در برخی از موارد طراحی گرافیکی محیطی دچار ضعف‌هایی است که در شکل بالا (۳) آورده شده است که تقویت این موارد و امثال آن در میدان حسن‌آباد از نظر گرافیک محیطی می‌تواند به ارتقا هویت مکانی و اشاعه فرهنگ کمک کند. در مقابل بعضی از گرافیک‌های محیطی به کاررفته در میدان حسن‌آباد بسیار منظم و استاندارد به کار رفته‌اند که در شکل ۴ آورده شده است.



شکل ۴- تصاویر نقاط قوت هویت مکانی از منظر گرافیک محیطی میدان حسن‌آباد تهران

با توجه به شکل ۴ حس مکان علاوه بر این که موجب احساس راحتی از یک محیط می‌شود، باعث یادآوری تجارب گذشته و دستیابی به افراد می‌شود. قرارگیری در این گونه محیط‌ها و یادآوری فضاهای نوستالژیک، به افزایش خرسندی و ایجاد آرامش در فرد منجر می‌شود. می‌توان گفت که محیط، مجموعه‌ای سازمان داده شده از قابلیت‌ها می‌باشد. کلید هر تعریفی از محیط، در این نکته نهفته است که محیط دارای ویژگی احاطه کنندگی می‌باشد. محیط ساخته شده مجموعه‌ای از انطباق‌پذیری‌هایی است که انسان با محیط‌های جغرافیایی و فرهنگی ایجاد می‌کند. معنای یک محیط حاصل تعامل بین قابلیت‌های آن محیط و نیازهای فردی و جمعی استفاده‌کننده‌های آن می‌باشد. از این رو یک محیط نوستالژیک، تداعی‌کننده خاطرات و حوادثی است که می‌تواند با خوشایند بودن یا نبودن خاطرات آن فضا، در فرد احساس رضایت و آرامش یا یادآوری خاطرات تلخ باشد. میان فرد و محیط، از یک سو ویژگی‌ها و ظرفیت‌های خاص خود قرار دارد و از دیگر سو محیط بسیار گسترده که با تمام پیچیدگی خود را عرضه می‌کند. در این بین فرایند ارتباط است که پله پله با احساس شروع شده و پس از ادراک به سوی شناخت، جهت‌گیری می‌کند. حواس ما به عنوان اولین عامل ارتباط ما با محیط نقش مهمی را بازی می‌کند و برای ادراک، ارزیابی و رفتار در فضا نقش اساسی دارد. تنها ابزار ارتباط انسان با محیط، حواس پنج‌گانه می‌باشند. پس بدون شک تأثیرات محیط بر انسان نیز از گذر (کانال) حواس پنج‌گانه اتفاق می‌افتد. در این میان آنچه از اهمیت بالایی برخوردار است، این است که ما انسان‌ها نه بر اساس واقعیت محیط، بلکه بر اساس ذهنیات خود رفتار می‌کنیم. این ذهنیات که دربرگیرنده توقعات، ارزش‌ها، اعتقادات، خاطرات، تجربه‌ها و آرزوها و... وی باشد. در جدول ۳، فرآیند ارتباط با محیط در میدان حسن آباد نشان داده شده است.

جدول ۳- فرآیند ارتباط با محیط در میدان حسن آباد

فرم	منظر	تصور ذهنی
اطلاعات محیط ارسال می‌شود؛ و ما آن را بر اساس توانایی حواس پنج‌گانه دریافت می‌کنیم.	بخشی از اطلاعات احساس شده، گزینش و ادراک می‌شود.	بخشی از اطلاعات ادراک شده گزینش و در ذهنی تحلیل و ثبت می‌گردد.
احساس	ادراک	شناخت

ادراک فرآیند کسب اطلاعات از محیط است که درعین حال، فرآیندی فعال و هدفمند می باشد. ادراک محل مشترک بین تداخل شناخت و واقعیت می باشد. همه انسان ها در ارتباط با محیط اطراف خود، به نحوی از محیط تأثیر گرفته یا بر آن اثر می گذارند. در بحث روانشناسی محیط، انسان با محیط کالبدی اش را به گونه ای مورد بررسی قرار می دهد که ارزش ها، نگرش ها و احتیاجات او مورد توجه قرار گیرد و به موضوعاتی که در تشریح رفتارهای مردم نقش اساسی دارند مانند ادراک و شناخت پردازد، در اینجا با توجه به این که قدمت میدان حسن آباد به بیش از ۸۰ سال برمی گردد، طبیعی است که خود خاطراتی را از قسمتی از تاریخ در دل خود جا بدهد و حال و هوایی از گذشته را، همواره با خود حمل نماید. بر همین اساس در جدول ۴، به مواردی که اشاره به نوستالژیک بودن میدان حسن آباد تهران دارد پرداخته شده است.

جدول ۴- حضور در میدان و قرار گرفتن در این فضا، تداعی کننده خاطرات و ایجاد طرحواره های

ذهنی می شود.

- حس تعلق خاطر به محیط.	- درک معانی و احساسی و عاطفی.
- وجود حس مکانی در این محیط.	- نمادی از معماری، خاطرات و فضای گذشته است.
- میدان جای بسیار مهمی در خاطرات افراد مسن دارد.	- وجود سنگفرش های کف که نظیرش در ایران کم است.
- نقش بستن طرحواره ای از دوران رنسانس ایتالیا در ذهن فرد.	- بسیاری از افراد مسن و کهن سال این میدان را قلب تهران می دانند.
- میدان تاریخی و جزء بافت تاریخی و سنتی تهران قاجاری است.	- خودنمایی هشت گنبد یادآور معماری رنسانس در چهار گوشه میدان.
- با قرارگیری فرد در میدان، ناخودآگاه دوران قدیم برای فرد تداعی می شود.	- نفوذ نگرش غرب گرایانه پهلوی در سبک معماری بنا گنبدی میدان حسن آباد.

در نهایت در جدول ۵ به ارائه راه ها و تکنیک های گرافیک محیطی در میدان

حسن آباد پرداخته می شود.

جدول ۵- ارائه راه ها و تکنیک های گرافیک محیطی در میدان حسن آباد

هدف	راهبرد	سیاست
سرزندگی	به کارگیری عناصر طبیعی ایجاد دلبازی	- نور و روشنایی جهت بهره ی بهینه از نور آفتاب و نورپردازی عرصه ی فضا در شب

پویایی	وضوح در تقاطع	- امکان رؤیت علایم، نشانه‌ها، تابلوها و... در تقاطع‌ها
	روان بودن در فضا	- استفاده از نورپردازی متناسب در تقاطع‌ها
تنوع	تنوع	- استفاده از مترتال متفاوت و دارای رنگ‌های جذاب در به‌کارگیری گرافیک محله
		- استفاده از المان و مبلمان شهری گوناگون در محله
خاطره‌انگیزی	در کالبد نقش‌انگیزی	- تطابق فرم و عملکرد کاربری‌ها با استفاده از رنگ
		- تقویت و ساماندهی دیوارنگاری خلاقانه در بدنه‌های شاخص خیابان
انعطاف	در کالبد	- ایجاد فضاهای همگانی با گرافیک محیطی خاص
		- پرهیز از به‌کارگیری مبلمان صلب، جای‌گیر و غیرقابل جابه‌جایی
یکپارچگی	پیوستگی در بدنه‌ها پیوستگی در عناصر کالبدی	- ایجاد تمهیداتی برای نصب آسان مبلمان شهری در مواقع لزوم
		- پرهیز از به هم ریختن یکدستی فضا توسط درختان و پوشش گیاهی
تجمع‌پذیری	دیدن شدن آسان امکان جذب شهروندان	- توجه به پاسخ‌دهندگی محیط
		- ایجاد پیوستگی در یکپارچه بودن تابلوها و علایم شهری
تجمع‌پذیری	دیدن شدن آسان امکان جذب شهروندان	- استفاده از رنگ در تبلیغات و تابلوهای مغازه جهت جذب مشتری
		- استفاده از المان‌های شهری زیبا و با هویت در محله
تجمع‌پذیری	دیدن شدن آسان امکان جذب شهروندان	- ایجاد تمهیداتی برای دیوارنگاری خلاقانه و زیبا
		- ایجاد تمهیداتی برای دیوارنگاری خلاقانه و زیبا

۵. نتیجه‌گیری

امروزه به سبب عوض شدن چهره‌ی شهرها و کیفیت زندگی ساکنان آن‌ها، گرافیک محیطی به صورت یک نیاز ضروری درآمده است، نیازی که نقشش در کارا بودن فضاهای شهری قابل‌انکار نیست؛ بنابراین اگر بخواهیم ذوق و سلیقه‌ی شهروندان یک شهر را بفهمیم، می‌بایست به گرافیک محیطی در آن شهر توجه کنیم و ببینیم چگونه از گرافیک شهری بهره‌جسته‌اند. به منظور بهبود وضعیت کیفیت محیط شهرها، متولیان امور شهری طی همکاری با هنرمندان گرافیک، طراحان و برنامه‌ریزان شهری باید برای تابلوها، طراحی دیوارها، آب‌نماها، مجسمه‌ها و المان‌ها و دیگر عناصری که در پژوهش

از آن‌ها یاد شد برنامه‌ریزی و طراحی کنند.

بر اساس مشاهدات و یافته‌های مقاله حاضر به منظور خوانش گرافیک محیطی در میدان حسن آباد تهران مشخص شد که در فضاهای نشستن که حالت مکث و رفع خستگی دارد، میزان خوانش گرافیک محیطی از جزئیات و تناسبات بهتری برخوردار است. مبلمان شهری در میدان حسن آباد شهر تهران به لحاظ استفاده از مصالح هماهنگ با محیط و بادوام، به کارگیری رنگ‌های شاد و جذاب و تأمین امنیت، جانمایی مجسمه‌ها در میدان در میان آن همراه با المان‌های شهری در میدان، جملگی باتوجه به مطالعات میدانی این در میدان حسن آباد در وضعیت بسیار مطلوبی قرار دارند و تمامی این عوامل که به یکدیگر وابسته هستند، سبب ایجاد حس مکان، هویت مکانی و سرزندگی در میدان شده‌اند. اگر شرایط بحرانی را در نظر نگیریم گزینه‌های زیباشناختی برای همه انسان‌ها حتی آنان که پایین تراز سطح شخصی از درآمد و استانداردهای زندگی هستند، همواره وجود دارند و شرایط در این مورد اهمیت ندارد چرا که انسان‌ها همواره درگیر فرآیند ذهنی یا عملی از قضاوت و ایجاد زیبایی‌شناختی‌اند. این مؤلفه حیاتی بخش از هویت فردی و جمعی است و فقدان آن به بیگانه شدن و بحران هویت می‌انجامد.

از آنجا که برنامه ریزان و معماران در خصوص معیارهای زیبایی‌شناختی قضاوت می‌کنند، در دو دهه گذشته برای مقابله با اصول و روش‌هایی که رو به فراموشی‌اند، رویکرد مربوط به زمینه و بستر شهر نقش مهم‌تری را در انتخاب معیارها دارد و احترام به بستر موجود را به عنوان روشی برای انسانی کردن و جمع‌گرایی هر طرح پیشنهادی مطرح می‌کنند. مرمت میدان حسن آباد تهران نیز به عنوان بخشی از هسته تاریخی و مرکزی شهر تهران از این وجه قابل بررسی و اهمیت است؛ و توجه به نحوه انجام آن می‌تواند حامل پیام‌های مهمی باشد. سیمای شهر مطلوب فارغ از مقیاس خود با جلوه‌ای متمایز و انحصاری خود واجد ارزش‌های زیبا شناسانه است؛ و با استفاده از توانایی معماری خود شناسانده و معرفی می‌شود. بدنه‌ها بخشی از مهم‌ترین نقش‌های القاکننده در سیمای شهری را دارند و در تعریف هر فضای معماری اهمیت اساسی می‌یابند. در تعریف فضاهای شهری، انواع بدنه‌های آن خصلت‌ها و مصادیق خاص خود را دارند و باتوجه به ویژگی‌ها و ترکیب گوناگون خود می‌توانند نقش بسزایی در سیمای شهری ایفا کنند. امتداد بدنه‌های شهری باتوجه به این که بخشی از فضای شهری را تشکیل می‌دهند

می‌توانند در جهت ایجاد فضای مطلوب و نقش‌انگیزی آن سهم بالایی داشته باشد. لازم به ذکر است که این جداره‌ها حامل ارزش‌های هنری و زیباشناسانه است که می‌توانند ارزش‌های گذشته را نیز در خود داشته باشند. لزوم توجه ویژه به اهمیت میراث گذشته در شهر و مرمت و نگهداری درست از آن می‌تواند این ارزش‌ها را که حامل پیام‌های مهم و گاه طراحانه از گذشته است را به حال و آینده انتقال دهد. نظم را مهم‌ترین عنصر در ایجاد تعادل و موازنه بین نیروهای متفاوت جهان می‌دانند. ایجاد تعامل بصری در یک تصویر، باعث ایجاد آرامش در ذهن انسان و مقبولیت آن از جهت دارا بودن ارزش‌های زیبایی‌شناسانه می‌باشد؛ بنابراین هر نوع اغتشاش، مکان‌یابی نادرست، تناسب‌ناهمگن و شکل‌های نامرتب می‌تواند به عنوان زشتی تلقی شود. اکثر به‌عنوان مثال یک پیاده‌روی در شهر اروپایی را با یک پیاده‌روی در کشور خودمان مقایسه کنیم مهم‌ترین تمایز قطعاً در نوع و شکل مصالح و بافت‌ها نیست بلکه در انتظام اجزاء با هم و با کل است. در روان‌شناسی محیط باید دو خصوصیت مورد توجه باشد، اول این که محیط یکپارچه و از نظر نظم مشخصی تبعیت کند و دوم ایجاد تغییرات و تمایزات محیط را به هم پیوند دهد. بدون شک، اگر قوانین روشنی برای ارائه خدمات گرافیک محیطی وجود داشته باشد و طراحی شهری به کارشناسان و فارغ‌التحصیلان این حوزه واگذار شود، کیفیت کارهای تولیدی بسیار بهتر از چیزی که وجود دارد افزایش خواهد یافت. معیارها و شاخص‌هایی که می‌توانند مبنایی برای خلق گرافیک محیطی و فضاهای شهری برای یک جامعه و مصرف‌کننده باشند باید در نظر گرفته شوند و باید تعیین شوند. مردم باید از هنر و انرژی در این تصاویر آگاه باشند و آن را می‌توان با مطالعه به دست آورد و همچنین باید با برخی مفاهیم ابتدایی رنگ و ترکیب‌بندی آشنا باشند. به عبارت دیگر، تبلیغات می‌تواند سواد بصری مردم را افزایش دهد.

مجلات و مقالات منتشر شده در دانشکده‌های هنر، معماری و شهرسازی که شامل ارزش‌های هنری، ایجاد هنرهای تجسمی، می‌تواند در این زمینه کمک کنند. همچنین باید یک جنبش جدید در بازگشت به طرح‌های ارزشمند در کشور ما وجود داشته باشد، اما این تجدید نظر باید با آگاهی کامل از مفاهیم آن هنرها و طرح‌ها صورت گیرد. در غیر این صورت، می‌تواند منجر به تخریب شود.

مشکلات گرافیک در ایران باید شناخته شود و یک اتحادیه جدید باید ایجاد

شود تا تمام کارشناسان این حوزه را گرد هم آورد. شناخت بازارهای جهانی و مقررات آن‌ها می‌تواند کشور ما را به صادرکننده طرح‌های گرافیکی تبدیل کند. پذیرش یک تکنیک جدید از صنایع با در نظر گرفتن اثربخشی آن‌ها اجتناب‌ناپذیر است و طراح هنری باید ذهن خود را با این تکنیک منطبق کند و باید در این جهت باشد. دانستن قوانین گرافیک محیطی ضروری است زیرا قوانین گرافیک محیطی برای مدت طولانی مورد استفاده قرار می‌گیرند و اثربخشی آن‌ها باید در نظر گرفته شود زیرا آن‌ها نباید بعد از مدت طولانی خسته‌کننده به نظر برسند؛ بنابراین باید مفاهیم زیر باید در نظر گرفته شوند:

- تشکیل یک مجموعه از کارشناسان در زمینه‌های مختلف روانشناسی،

انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی، شهرسازی، گرافیک.

- در نظر گرفتن روش‌های سنتی، فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و آموزشی برای گرافیک محیطی و فضاهای شهری.

- حفظ ارزش‌های اسلامی و ملی و غیره در تمام جنبه‌های گرافیک محیطی و فضای شهری (کیفیت و کمیت، نوع ارائه، زمان ارائه و مکان) تحت نظارت شورای مذکور برای جلوگیری از سلیقه‌های شخصی.

- ارزیابی گرافیک محیطی و فضای شهری مخاطبان و ایده‌های مصرف‌کنندگان از طریق نظرسنجی.

- پیدا کردن برخی امکانات برای ارزیابی مداوم و داده‌های به روز در مورد گرافیک محیطی و فضای شهری.

منابع

- آزادی زاده، نامدار؛ مهردادش، گونا (۱۴۰۱). موضوع: بررسی نقش میدان‌ها در هویت شهری (مطالعه موردی شهر تازه‌آباد). جغرافیا و روابط انسانی، سال چهارم، شماره ۴: ۳۸۱-۳۶۶.
- آفاجانی، امیرحسین (۱۴۰۱). تحلیلی در مورد گرافیک محیطی و لزوم پیاده‌سازی صحیح آن منطبق با فرهنگ ملی و تأثیرات مثبت آن در رابطه با جامعه‌ای شاداب و امیدوار، جستارنامه فرهنگ و هنر اسلامی، دوره اول، شماره ۲: ۱۰۵-۸۶.
- باقری بهشتی، آیدا؛ حبیب، فرح؛ زرآبادی، زهرا سادات سعیده (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی منظر شهری خرمشهر و برلین در حفظ خاطرات جمعی. فصلنامه علمی مطالعات میان فرهنگی، دوره چهاردهم، شماره ۳۹: ۶۸-۴۵.
- بصیری، مصطفی؛ زینالی عظیم، علی (۱۳۹۸). تأثیر مبلمان شهری بر کیفیت محیط‌زیست شهری (مطالعه موردی محدوده خیابان امام تبریز از میدان ساعت تا آبرسان). جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، دوره نهم، شماره ۳۵: ۲۴۸-۲۲۹.
- تیموریان، کتایون؛ اثنی عشری، سیدمانی؛ علی پور، شهره (۱۴۰۰). نقش مؤلفه‌های مؤثر بر کیفیت بصری گرافیک محیطی در توسعه فضاهای عمومی (مورد مطالعه: منطقه یک تهران). مطالعات مدیریت شهری، دوره سیزدهم، شماره ۴۵: ۷۰-۵۹.
- تیموریان، کتایون؛ زیویار، پروانه؛ اثنی عشری، سیدمانی (۱۴۰۱). ارزیابی عملکرد مبلمان شهری در بهبود کیفیت گرافیک محیطی (مورد مطالعه: محله صادقیه تهران)، سیاست‌گذاری شهری و منطقه‌ای، دوره اول، شماره ۲: ۶۵-۵۲.
- حقیریان، شیدا؛ سجاذزاده، حسن؛ کریمی مشاور، مهرداد (۱۳۹۵). اولویت بصری میدان‌ها شهری از منظر کاربران (نمونه موردی: میدان‌های شهر همدان). آمایش محیط، سال نهم، شماره ۳۵: ۴۲-۲۳.
- دانش‌پژوه، حمید؛ ماجدی، حمید؛ سعیده زرآبادی، زهرا سادات (۱۳۹۹). ارزیابی کیفی ریخت‌شناسی میدان شهری بر اساس دو مدل HSE و AGE. آمایش محیط، سال سیزدهم، شماره ۴۸: ۱۹۸-۱۷۳.
- ذاکرزاده، امیرحسین؛ قربانی نیا، انیسه (۱۴۰۱). تزئینات خانه‌های دوره قاجاریه و تأثیر آن در ایجاد حس مکان (نمونه موردی خانه‌های مشیرالدوله، مؤتمن الاطباء و اعلم السلطنه). فصلنامه علمی مطالعات میان فرهنگی، سال هفدهم، شماره ۵۲: ۱۵۴-۱۲۷.

- رحیمی، لیلا (۱۳۹۷). تبیین و ارزیابی عوامل تأثیرگذار در مطلوبیت میدان شهری مطالعه موردی: میدان ساعت تبریز. برنامه‌ریزی فضایی، دوره هشتم، شماره ۴: ۶۷-۸۸.
- رئیسی قنواتی، سپیده؛ موغلی، مرضیه؛ عفیفی، محمدابراهیم (۱۴۰۲). بررسی نقش مبلمان شهری در ارتقاء کیفیت محیط شهری (نمونه موردی: شهر بندرعباس). تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره بیست و سوم، شماره ۷۱: ۱۶۷-۱۸۲.
- سجاذزاده، حسن (۱۳۹۲). نقش دل‌بستگی به مکان در هویت بخشی به میدان‌های شهری (نمونه موردی: میدان آرامگاه شهر همدان). باغ نظر، دوره دهم، شماره ۲۵: ۶۹-۷۸.
- سلطانزاده، حسین (۱۳۹۲). فضاهای شهری در بافت‌های تاریخی ایران، چاپ پنجم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- صفری شیخ علی کلایه، بهاره؛ ترابی، زهره (۱۴۰۰). میادین شهری به عنوان فضای عمومی در زندگی اجتماعی و ارائه راهبردهایی به منظور ارتقای تعامل اجتماعی. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، دوره یازدهم، شماره ۴۳: ۳۴۹-۳۶۱.
- طهماسبی زاده، فرشاد؛ مسعود، محمد (۱۴۰۱). تحلیل شاخص‌های هویت مکانی در محله‌های جدید شهری مطالعه موردی: شهرک نگین شهر اصفهان. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره سیزدهم، شماره ۵۳: ۱۶۰-۱۲۰.
- مریخ، لیلی؛ نژاد ابراهیمی، احد؛ عواطفی کریمی، طاسین؛ یعقوب زاده، آزاده (۱۴۰۱). مطالعه‌ای در اصول قابل کاربست گره‌های هندسی اسلامی در گرافیک محیط شهری، معماری سبز، دوره چهل و پنجم، شماره ۳۰: ۳۷-۵۰.
- ملاعباسی، فرشته؛ هدایتی، صالحه السادات (۱۴۰۰). بررسی نقش مایه‌های هندسی دوره قاجار در هویت بخشی به گرافیک محیطی معاصر (مطالعه‌ی موردی: مسجد و مدرسه سپه‌سالار تهران)، پژوهش‌های نوین علوم جغرافیایی، معماری و شهرسازی، دوره چهارم، شماره ۳۴: ۱۸۰-۱۶۳.
- مهران فر، مونا؛ سهیلی، جمال‌الدین؛ افهمی، رضا (۱۴۰۱)، ارائه یک مدل خوانش گرافیکی مبلمان شهری با تاکید بر بهبود حس مکان ساحلی (نمونه مورد مطالعه: منطقه ۲ شهر قزوین). فصلنامه مطالعات شهری، دوره یازدهم، شماره ۴۳: ۵۵-۶۴.
- نوین، عاطفه؛ شهباززاده، نسرين، (۱۴۰۰)، بررسی گرافیک محیطی در راستا زیباسازی و طراحی شهری، معماری سبز، دوره هفتم، شماره ۳: ۱۱-۲۲.

- Acar, H., Yavuz, A., Eroğlu, E., Acar, C., Sancar, C. (2021). Değermenci AS. Analysis of activity, space and user relations in urban squares. *Indoor and Built Environment*, 30(9):1466-1485. <https://doi.org/10.1177/1420326X20942271>.
- Atamaz, E. (2019). Environmental graphic design for building information systems, *Eurasian Journal of Biosciences* 13(2):2271-2278.
- Azarbouyehdinaki, G., Eghbali, P., & Ghazizadeh, K. (2017). The Effect of Environmental Graphics on the Attractiveness of Museums Interior Architecture. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(6), 207-220. <http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v6i6.1203>.
- Candido, F. (2018). Environmental Graphics as Atmospheres Generators, Amoruso, G. (Ed. Book, 2018). Putting Tradition into Practice: Heritage, Place and Design. *Lecture Notes in Civil Engineering*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57937-5>.
- Cutini, V. (2014). Spatial Analysis of Urban Squares, *TeMA - Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 0.4, <http://dx.doi.org/10.6092/1970-9870/2476>.
- Dałbrowska-Ziółtak, K., Wojtowicz, J., Wrona, S. (2022). The Future of City Squares: Robotics in the Urban Design of Tomorrow. *Land*, 11, 1055. <https://doi.org/10.3390/land11071055>.
- Dixon, J., Sturgeon, B., Huck, J., Hocking, B., Jarman, N., Bryan, D., Whyatt, D., Davies, G., & Tredoux, C. (2022). Navigating the divided city: Place identity and the time-geography of segregation. *Journal of Environmental Psychology*, 84, [101908]. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2022.101908>.
- Eshaghzadeh Torbati, H. (2018). The Role of Environmental Graphic in the Identification of Urban Public Spaces, *Civil Engineering Journal*, 4(8), 1949-1954. <http://dx.doi.org/10.28991/cej-03091129>.
- Feng, X., Zhang, Z., Chen, X. (2022). Paper Analysis of the Relevance of Place Attachment to Environment-Related Behavior: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 14, 16073.
- Grabiec, A.M., Łacka, A., Wiza, W. (2022). Functional, and Aesthetic Solutions for Urban Furniture in Public Spaces. *Sustainability*, 14(23), 16211. <https://doi.org/10.3390/su142316211>.
- Kaya, H.S., Kaya, M.E., Yakut, E.S., Çiçek, M., Tozluoğlu, G. (2022). An Interdisciplinary Urban Furniture Design Model. *A|Z Itü J. Fac. Archit.* 19, 721-740.
- Maslovskaya, O. (2019). The Role of Urban Squares in the Spatial Concept of Being, *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*

272 (2019) 032242. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/272/3/032242>.

- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. 3(1), 57-83. [https://doi.org/10.1016/s0272-4944\(83\)80021-8](https://doi.org/10.1016/s0272-4944(83)80021-8).

- Salimi Elizei, N. (2017). Environmental Graphics and Its Impact on Modern Life, International Journal of Scientific Study, 5(5), 277-280. <https://doi.org/10.17354/ijssI/2017/137>.

- Shykhi, M. (2017). Dimensions of Environmental Graphic Design: A Socio-Artistic Study of Youth Aged 18-29 in Tehran City, World Journal of Research and Review (WJRR), 5(2), 44-53. www.wjrr.org.

- Slesarev, M. (2018). Environmental graphic method for creating area of permissible impact, IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 365 (2018), 1-11. 022055 <https://doi.org/10.1088/1757-899X/365/2/022055>.

- Soffritti, C., Calzolari, L., Chicca, M., Neri, R.B., Neri, A., Bazzocchi, L., Garagnani, G.L. (2022). Cast Iron Street Furniture: A Historical Review. Endeavour, 44, 100721. <http://dx.doi.org/10.1016/j.endeavour.2020.100721>.

- Stocco, S., Cantón, M.A. & Correa, E. (2021). Evaluation of design schemes for urban squares in arid climate cities, Mendoza, Argentina. Build. Simul. 14, 763–777. <https://doi.org/10.1007/s12273-020-0691-5>.

- Vallverdu-Gordi, M., Marine-Roig, E. (2023). The Role of Graphic Design Semiotics in Environmental Awareness Campaigns. Int. J. Environ. Res. Public Health, 20(50), 1-19: 4299. <https://doi.org/10.3390/ijerph20054299>.

- Wang, A. H., & Eldemerdash, N. (2022). National identity, willingness to fight, and collective action, Journal of Peace Research, Electronic copy available at: <https://ssrn.com/abstract=4270668>.