

آسیب شناسی گرافیک محیطی در پیاده روهای شهری،

مطالعه موردی: خیابان ولیعصر شهر تهران

سعیده آذربایجانی

کارشناسی ارشد گرافیک، دانشگاه آزاد تهران مرکز (SHADI_6820@YAHOO.COM)

.....

E-mail: (Shadi_6820@YAHOO.COM)

چکیده

پیاده‌روها یکی از مطلوب‌ترین فضاهای شهری هستند که عرصه‌های تبلور روح مکان و تجسد کالبدی زندگی شهری به حساب می‌آیند. بر اساس تحقیقات انجام شده، پیاده‌روها، از مهم‌ترین و پرترددترین مکان‌ها در محیط شهری هستند. آن‌چه در این مکان‌ها بر بازدیدکننده و کاربر شهری تاثیرگذار است، مجموعه‌ای از عوامل است که کیفیات بصری و گرافیک محیطی، از مهم‌ترین آن‌هاست. گرافیک محیطی با توجه به ایجاز و ایهام و خلاقیت ذاتی آن مخاطب را به تفکر وامی‌دارد و موجب تاثیرگذاری و حتی آموزش بر مخاطب می‌شود.

در این پژوهش، به بررسی و آسیب‌شناسی گرافیک محیطی در فضای پیاده‌رو با تاکید بر پیاده‌رو خیابان ولیعصر شهر تهران، پرداخته شده و سپس با اتکا بر منابع مکتوب، تحلیل محتوا و آثار تصویری موجود، نمونه‌های موفق جهان در خصوص استفاده از گرافیک محیطی در فضای پیاده، مورد بررسی قرار گرفته و کیفیات آثار هنری موجود در پیاده‌رو خیابان ولیعصر، با کشورهای موفق جهان، مورد تحلیل و مقایسه قرار گرفته است. و با پاسخ به این پرسش که ضرورت به کارگیری گرافیک محیطی در پیاده‌رو چه بوده و عملکرد مفید گرافیک محیطی در محیط پیاده‌رو چگونه میتواند باشد؟ به میزان تاثیرگذاری و اهمیت بسیار زیاد گرافیک محیطی موجود در پیاده‌روها بر آموزش یا اصلاح رفتار شهروندان، به راه‌کارها و ضوابط اجرایی در جهت بهبود منظر پیاده‌روها و افزایش تاثیرپذیری هرچه بیشتر شهروندان، پرداخته شده است. نتایج تحقیق حاکی از این است که، گرافیک محیطی به عنوان یکی از مغفول‌ترین اضلاع فرهنگی هنری جامعه ایران، اگر به صورت درست و با برقراری روابط منطقی و سازمان‌بندی شده دقیق بر مبنای اصول و مبانی زیبایی‌شناسی، در فضای شهری به کار گرفته شود، همانند دیگر کشورهایی که در این زمینه موفق بوده‌اند می‌تواند در آموزش، تشویق و ترغیب مخاطبان هدف، تاثیر بسزایی داشته باشد.

واژگان کلیدی: پیاده‌روهای شهری، گرافیک محیطی، خلاقیت، آسیب شناسی.

Pathology of Environmental Graphics in urban Pavements;

A case study of Tehran Vali-Asr street

Saeide Azarbayjani

Master of Arts, Islamic Azad university of Tehran(shadi_6820@yahoo.com)

Abstract

Pavements and footways are among the most favorable places in every city. Such spaces are the true manifestations of the soul of a city. According to a number of conducted studies, pavements and footways are among the most important and the most crowded places in the cities. A number of elements may have an impression on the people in such places, among which visual and graphical elements are considered to be particularly important. Because of artistic elements (brevity and ambiguity) and mental creativity involved in environmental graphics, they can be very effective in attracting the attention of audience. In fact, they might have a deep impression on their audience and even teach them.

In this study, environmental graphics on the pavements and footways of Vali-Asr Street of Tehran were examined. Then, these works and their level of quality were compared with the contents of a number of most successful works in environmental graphics in the world. Considering the importance of environmental graphics and their role in educating the citizens and changing their behavior, this study offers several suggestions for the improvement of graphics on the pavements. This can lead to a more favorable urban environment and a more positive impact on the citizens.

The results of this study showed that environmental graphics, as one of the most neglected branches of Iranian artistic and cultural society, can be an effective tool for the education and encouragement of its target audience if it is employed in a logical and organized manner and on the basis of aesthetics principles.

Keyword: City sidewalks, Environmental Graphic, Creativity, pathology.

مقدمه:

گرافیک محیطی گرایشی از هنر گرافیک است که ریشه آن در انقلاب صنعتی است. بعد از انقلاب صنعتی مقوله ایجاد شهرهای کاربردی عنوان شد، که نکته مهم آن توجه بر کاربرد بودن شهرها براساس نظم و منطق در کنار جنبه زیبایی آن بود.

براین اساس میتوان گفت، از کارکردهای مختلف گرافیک محیطی علاوه بر زیباسازی و هویت بخشیدن به محیط، آموزش، اطلاع رسانی و ایجاد آرامش روانی افراد در سطح شهر است.

ما همواره از محیطی که در آن زندگی می کنیم تاثیر می پذیریم و از سوی دیگر بر آن تاثیر می گذاریم، این تعامل در محیط شهری نیز دیده می شود. یک شهر، اجزاء آن و مکانی که به صورت روزانه در آن گذر می کنیم به دست ما ساخته می شود و شرایطی که وجود دارد بر چگونگی رفتار و هنر ما تاثیر دارد، یکی از فضاهای شهری که فوائد بی شمار و لزوم توجه بر آن بر کسی پوشیده نیست پیاده روها هستند. پیاده روها جزئی از فضاهای عمومی شهر هستند که همواره بستری برای تجلی الگوهای رفتاری متفاوت و ارتباط میان فعالیت های انسانی و اجتماعی بوده اند و ساختار و ویژگی های آنها تاثیر گذارترین عامل در جذب افراد پیاده است.

بنابر مطالب فوق میتوان گرافیک محیطی را یکی از مهمترین عواملی دانست که به فضا هویت بخشیده و بر رفتارهای استفاده کنندگان فضاهای پیاده تاثیر گذار است.

بنابراین طراحی پیاده راهها، زمینه ارزشمندی برای تجربه زیبایی در زندگی روزمره فراهم میکند و امکان برخوردها و تجارب روانی، فرهنگی، اجتماعی و ... را میسر میسازد. (الکساندر، 1386، ص 57)

هدف از این پژوهش این است که، با توجه به اهمیت پیاده روها به عنوان پرتددترین مکان در شهر و اهمیت گرافیک محیطی برای ایجاد محیطی مناسب به لحاظ روحی و روانی برای افراد در سطح شهر و جلوگیری از هرج و مرج، به آسیب شناسی گرافیک محیطی در پیاده روها در 30 سال اخیر بپردازد و با مطالعه موردی بر خیابان ولیعصر تهران که با ابتدا و انتهای تعریف شده، از جمله بزرگترین و طولی ترین محورهای ارتباطی در این شهر است، گرافیک محیطی موجود در آن مورد بررسی و آسیب شناسی قرار گرفته، نقاط ضعف آن مورد مطالعه و مقایسه با نمونه های موفق دیگر کشورها قرار بگیرد.

در این فرآیند، سعی میشود تا تاثیرگذارترین مسائل و عوامل بر نبود کارایی لازم گرافیک محیطی در پیاده روهای موجود معرفی شود و با بررسی برخی تجارب موفق جهانی، زمینه ای برای پیشنهادات در جهت رفع این معضلات ایجاد شود چرا که حل کامل برخی معضلات موجود بدون توجه به زیر ساخت ها و مسائل بنیادی، فرهنگی و اجتماعی ممکن نیست.

روش نگاشتار این مقاله به کمک روش تحقیق کیفی مطالعه موردی، جمع آوری اطلاعات کتابخانه ای، توصیفی و تحلیلی است.

این پژوهش به دنبال پاسخ دادن به این پرسش است که:

- ضرورت به کارگیری گرافیک محیطی در پیاده رو چه بوده و عملکرد مفید گرافیک محیطی در محیط پیاده رو چگونه میتواند باشد؟
در راستای سؤال مطرح شده، این نوشتار سعی در اثبات این فرضیه دارد که در میان مقوله هنر به ویژه هنرهای تجسمی با گرایش های کاربردی و ارتباطی، گرافیک محیطی به دلیل زیبایی و ظرافت خاص، سهم به سزایی در درمان نابسامانی و هرج و مرج موجود در پیاده روهای شهری دارد و نشان میدهد که با برطرف نمودن فضاهای بصری بلا تکلیف و نامناسب در پیاده روها و جایگزین کردن ایده های جذاب در طراحی گرافیک محیطی، می توان میزان رضایت مندی تعداد فراوان عابران پیاده را جلب کرد، به محیط هویت داد و ملزومات پرورش و شکوفایی فکری، آموزشی و اطلاع رسانی به مردم در سطح شهر را فراهم کرد.

نگاهی بر گرافیک محیطی، تاریخچه، تعریف و کاربرد آن:

تاریخچه:

اشاره کردیم که ریشه گرافیک محیطی در انقلاب صنعتی است اما با توجه به معنای گسترده و وسیعی که گرافیک محیطی دارد و طیف بسیار متنوعی از عناصر بصری را در حیطه تعریف خود جای می دهد، میتوانیم برای آن تاریخچه ای به قدمت تصویرنگاری قائل شویم. با نظر به بحث ارتباط و انتقال مفاهیمی که در تعریف گرافیک محیطی وجود دارد، به طور کلی تمامی ایدئوگرام ها، پیکتوگرام ها، خطوط هیروگلیف، تزئینات قصرها و قبرهای مصریان، کتیبه ها و سنگ نبشته های پادشاهان هخامنشی در به تصویر کشیدن پیروزی ها و صحنه های قدرت نمایی خویش، همینطور آثار مربوط به مذاهب مصریان باستان در معابر عمومی و مصادیق فراوانی از این دست را میتوان جز مقدم ترین کارهای گرافیک محیطی دانست. (پریسا زارعیان، 1390، ص 3)

گرافیک محیطی و کاربرد آن:

از میان تمامی زیرشاخه های هنر گرافیک قویترین ابزار فرهنگ سازی و تاثیر بر افکار عمومی شهروندان به "گرافیک محیطی" (Environmental graphic)، تعلق دارد. یک پدیده اجتماعی که با توجه به فضا سازی تصویری، خصایص ملی، قومی، فرهنگی، قراردادهای اجتماعی، آداب و سنن و گرایش های سیاسی و اقتصادی جامعه قابل تحلیل و بررسی است (عبدالحمین، 1385، ص 69).

گرافیک محیطی شامل کلیه سیاست گذاری های بصری در سطح شهر می باشد که هدفی اجتماعی و فرهنگی دارد و گستره آن نیز بسیار وسیع است. با وجود اینکه کار یک طراح گرافیک محیطی، طبق تعریف مؤسسات بین المللی زیربط عبارت است از تهیه طرح ها و سیستم های علائم خاص و سایر اشکال ارتباط بصری در محیط ساخته شده و یا طبیعی (تجویدی، 1388، ص 34). اما مهم ترین ویژگی و اصلی ترین هدف هنر گرافیک محیطی، ایجاد مناظر بصری و کاربردی بودن آن، انتقال پیام و فرهنگ سازی از طریق تاثیر بر افکار عمومی شهروندان است.

سوژه های کاربردی گرافیک محیطی :

کاربرد دامنه گرافیک محیطی بسیار گسترده است که در جمع بندی کلی مجامع می توان کاربرد های اصلی گرافیک محیطی و حوزه های فعالیت آن را به صورت زیر تقسیم بندی کرد:

- علائم تصویری خدمات عمومی شهری
- علائم راهنمایی و رانندگی در شهرها و بزرگراهها
- علائم هدایت تصویری و نوشتاری اماکن عمومی و خصوصی
- آگهی ها و پوسترهای تبلیغی و تجاری
- زیبا سازی اماکن عمومی و معابر
- نمادها و سردر مراکز و اماکن عمومی و خصوصی
- تابلوهای تبلیغی آموزشی، فرهنگی، اطلاع رسانی و تجاری
- رنگ آمیزی و چیدمان عناصر تزئینی بناها، اماکن و فضاهای شهری
- طراحی غرفه ها و ویتترین های فروشگاههای و فضاهای مراکز اداری، تجاری، خدماتی
- عناصر و حجم های تزئینی فضاهای شهری
- گرافیک محیطی میلمان شهری (ایستگاه ها، پارک ها، مراکز تفریحی و...)
- زیبا سازی میادین و معابر و آب نما ها، حجم های تزئینی و ...)
- طراحی تزئینی محیطی در مراسم (جشنواره ها، مسابقات، جشن ها، اعیاد، آیین های دینی، مذهبی و ...)

آسیب شناسی گرافیک محیطی پیاده رو خیابان ولیعصر

خیابان ولیعصر مهم ترین خیابان تهران یا حتی ایران است که گرافیک محیطی موجود در پیاده راه آن به عنوان طولانی ترین محور ارتباطی و یک محور خاطره ای، با تعداد فراوان عابر پیاده قابل نقد و بررسی است.

اختصاص فضاهایی به عابر پیاده، برای سال ها از نشر فضایی در محدوده ولیعصر یک مولفه کانونی بوده است، اما سلامت و سرزندگی این پیاده راه طولی در سال های اخیر بسیار مورد غفلت قرار گرفته که ناشی از به حاشیه رفتن برنامه ریزی شهری، و نتایج ضعیف طراحی های محیطی است.

پیاده راه ولیعصر برخلاف هویت و تاریخ آن، امروزه صرفا مسیری برای گذر و دسترسی است و فضایی مناسب برای مکث ندارد. ساماندهی این محور تاریخی توسط استفاده صحیح از هنرهای محیطی و استفاده از انواع فرم ها، رنگ ها، نقش ها و تصاویر به شکل تخصصی و برنامه ریزی شده و با تمرکز بر فرهنگ جامعه و شناساندن هنجارها، ارزش ها، آداب و رسوم و قوانین، می تواند زندگی و فعالیت های مردمی را به آن بازگرداند و تاثیری سازنده در رشد فعالیت های مشارکتی مردم و ارتقاء کیفیت و سرزندگی پیاده راه و حضور مردم در آن به وجود آورد و موجب بهتر و ساده تر شدن روابط، اطلاع رسانی، جهت یابی و همچنین ساختن زیبایی های محیط عمومی شود.

متأسفانه چیزی که امروزه در بستر پیاده روی خیابان ولیعصر به عنوان هنر محیطی مشاهده میکنیم- که شاید بتوان ریشه آن را در دهه 70 مشاهده کرد- صرفا توجه خود را به سودآوری و مشتری مداری معطوف کرده است و از توجه کردن به فکر و ذهن مردم در جهت برانگیختگی فرهنگی آنان، که از رویکردهای اصلی هنرهای بصری است، غافل مانده که این مساله را میتوان به وضوح در تبلیغات غیرمجاز محیطی موجود در پیاده راه ها که چهره و سیمای شهر را زشت کرده و سبب آشفتگی و به هم ریختگی چهره پیاده راه شده، مشاهده کرد که نشانه واضحی از دامن زدن به وندالیسم بدون کارکرد است. برای خروج از وندالیسم موجود در گرافیک پیاده راه ها ضوابطی وجود دارد اما این ضوابط نه کافی اند و نه الزام و ضمانتی برای آنها وجود دارد. (شکل 1 و 2)

تأثیرات سامان دهی گرافیک محیطی پیاده راه ولیعصر، بر مطلوبیت منظر و کارآیی آن:

1. عامل برانگیختگی رفتاری (مثبت): گرافیک محیطی به عنوان اثرگذارترین عنصر محیط، اگر به صورت علمی و بر مبنای اصول زیبایی شناختی طراحی شود در جهت تشویق و ترغیب مخاطب به "هنجارگرایی" نقش ویژه ای دارد.
2. به عنوان عنصر تزئینی (دکوراتیو) در عرصه پیاده راه: بخشی از گرافیک محیطی و رای کارکرد خاص و فرهنگی و اجتماعی، کارکردی تزئینی دارند و هدفشان فرح بخشی و تقویت روحیه نشاط و شادی در بین مردم جامعه میباشد که تا حدود زیادی از بار فشار روانی ناشی از شلوغی شهر و ترافیک میکاهد.
3. نظم بخشی به محیط در قالب آرایش بصری هماهنگ و مرتبط: گرافیک محیطی نقش بارزی را در هارمونی محیط پیرامون به عهده دارد.
4. پرورش و برانگیختگی حس ملی و میهنی: طراحی متناسب با روحیه مخاطب و محیط پرورش یافته در آن، توجه به خصایص قومی و قبیله ای و کاربرد فرمها و اشکال مرتبط با آن از نکات مهم در این مقوله است.
5. آرام بخشی بصری و کاهش دغدغه های روانی جامعه: یکی از مهم ترین تأثیرات این رویداد و استفاده به جا و تخصصی از هنر بصری، کاهش تنشهای روانی ناشی از ناهنجاریهای جامعه است.
6. تشخیص هویتی فضا: در کنار توجه به ماهیت های بصری (شکل و رنگ) در ارائه اثر، توجه به نقش هویتی مکان و فضا از نکات مهم است. به بیان دیگر عناصر بصری به کار گرفته شده، باید به نوعی در راستای معرفی هویتی فضا باشد.
7. برانگیختن ذوق و سلیقه مخاطب: یکی از اهداف بلند مدت گرافیک محیطی این است که بتواند سلیقه مخاطب را از نازلترین سطح به درجه ای بالاتر ارتقا دهد که از آن به "آگاهی سواد بصری" و یا "شعور بصری" نام میبریم.
8. تقویت بنیه فرهنگی جامعه: گرافیک محیطی از بی واسطه ترین هنرهاست که به راحتی در دسترس و دید مردم جامعه است و همین ویژگی باعث می گردد تا نقشی شاخص در فرهنگ افزونی داشته باشد.
9. بعد آموزش و اطلاع رسانی: یکی از کارکردهای اصلی هنرهای شهری، تعلیم و آموزش است که اگر با الگوهای بصری مناسب صورت گیرد، به جریان سازی آموزشی در سطح جامعه می انجامد.

10. در نظر گرفتن بار روانی محیط: از مهم ترین تاثیرات گرافیک محیطی نقشی است که در آرام سازی محیط در جهت کاهش بار روانی فضا میتواند انجام بدهد، است.

11. به عنوان عنصری مبلغ: با توجه به فراگیری آن و گستردگی بصری در سطح شهرها و پیاده راهها، المانها و عناصر که دارای بار ارزش بصری باشند، به عنوان عنصری مبلغ، نقش خود را ایفا کنند.

بررسی تجارب موفق جهانی در زمینه گرافیک محیطی در شهر پیاده:

اینکه بخواهیم شهر پیاده را در کشورهای جهان سوم لزوماً به ناچار پدیده ای آسیب زا بدانیم منطقی نیست، هر چند بسیاری از مسائلی که درباره ایران مطرح میشود به صورت های مختلف در کشورهای دیگر در حال توسعه نیز مشاهده میشوند اما این کشورها از نظر مدیریت مسئله و رسیدن به موقعیت های کنونی خود به شدت با یکدیگر متفاوت بوده و نتایج بسیار مختلف گاه غیر قابل مقایسه ای را عرضه می کنند. (فکوهی، 1362، ص 158).

در این بخش به معرفی برخی نمونه های موفق جهانی پرداخته و سعی شده است کارکردها و کیفیات منبث از گونه های مختلف هنر شهری و گرافیک محیطی در قالب مصادیق گویا و موفق جهانی مورد شناخت و ارزیابی قرار گیرد. در این خصوص، تاثیرات کارکردی، اداری و بصری گونه های مختلف آثار هنری در فضاها مورد ارزیابی قرار می گیرد و سه عنصر اصلی هویت، کیفیت کالبدی و حضور پذیری مورد توجه قرار گرفته اند.

میدان ترافا لگارد (لندن)

میدان ترافا لگارد، یکی از اصلی ترین و مشهورترین میدان های لندن است که در مرکز آن واقع شده و از جاذبه های توریستی شهر به شمار می آید که به فضای پیاده شهری بی نظیری تبدیل شده است. مجسمه ها و بناهای یادبود و گرافیک محیطی موجود در این میدان، فضاهای مناسبی را برای تجمع و گردهمایی فراهم آورده است. به دلیل وجود عناصر بصری قوی فضای پیاده موجود در میدان دارای هویت شاخصی گشته که جشن ها و مراسم زیادی در این میدان برپا میشود. همچنین به دلیل پتانسیل فضا، هنرهای مناسبی و رویدادهای خاص نیز در این فضا شکل می گیرد. (شکل 3 و 4)

استروگت (کپنهاگ)

این مسیر، به عنوان ستون فقرات فعالیتی و کالبدی شهر کپنهاگ، و طولانی ترین پیاده راه جهان شناخته می شود آنچه به اهمیت کارکردی و پایداری این مسیر کمک نموده است، حضور پذیری بالا در کنار جذابیت های توریستی، و ارائه تجربیات متنوع بصری-اداری به بازدیدکننده است.

از جمله آثار هنری موجود در این محور، میتوان به هنرهای دیواری، هنر موزاییک، موسیقی، نمایش های خیابانی و مجسمه های مختلف اشاره کرد که با استقرار در فواصل مختلف و در نقاط کانونی، به ایجاد تباين کالبدی و تنوع اداری در این مسیر طولانی کمک کرده و فضای پیاده راه را از نظر گرافیک محیطی در سطح بالایی معرفی می کند (شکل 5 و 6).

پارک پیکادلی (منچستر)

پارک پیکادلی فضایی سبز در مرکز شهر منچستر است و در یکی از نقاط انتهایی منطقه خرید قرار گرفته است. در این فضا، خلاقیت در طراحی کلی فضا، و عناصر موجود در آن به چشم می خورد. استفاده از عناصر هنری، به عنوان جداکننده فضاها و دارای نقش کارکردی، شبیه سازی عناصر طبیعی با استفاده از مصالح غیر معمول و...، مثال هایی از خلاقیت در این فضا است.

علاوه بر این، وجود مجسمه ها و پیکره های یادمانی و تزئینی، امکان تجمع و ایجاد روابط اجتماعی را به وجود آورده است. استفاده از هنر آب نما و بازی با آب، یکی از اصلی ترین ویژگی های این پارک است که سرزندگی و جنب و جوش افراد در فضا را به دنبال دارد (شکل 7).

میدان کامپوس مارتیوس (دیترویت میشیگان)

این میدان، که در شهر دیترویت میشیگان واقع شده است، این شهر را به شهری جالب و قابل توجه در آمریکای شمالی تبدیل کرد. ساخت پردیس مارتیوس، بار دیگر سبب شد که به شکلی کاملاً مشخص، مرکز شهر به صورت فضایی مرکزی تعریف شود. استفاده از انواع هنرهای شهری، نظیر

هنرهای دیواری، مجسمه های تزئینی و اجرای مراسم زنده موسیقی و نمایشی، به این فضا به عنوان یک مرکز شهری و گردهمایی هویت ویژه ای بخشیده است .

نتیجه گیری:

امروزه با گسترش فضاهای شهری، لزوم توجه به فضاهای پیاده شهری در کنار حجم بالای تردد سواره، بیش از پیش مطرح شده است و با توجه به تاثیرات مختلف هنرهای تجسمی که گرافیک محیطی در راس آن است، میتوان از قابلیت های بیشمار آن در زیبا سازی پیاده راه های شهر استفاده بسیار کرد.

اگر شرایط اجتماع، بیش از پیش راه را برای ورود طراحان گرافیک و هنرمندان متخصص در این زمینه به عرصه های طراحی فضای شهری هموار سازد این هنر میتواند علاوه بر زیباسازی ظاهری شهر و پیاده راه ها در شناساندن ارزش های زندگی اجتماعی مطلوب و به طبع آن لذت بردن مردم از زندگی شهرنشینی نقش مهم تری را ایفا کند.

با مطالعه پیاده راه های کشورهای موفق در این زمینه به این مهم میرسیم که وجود گرافیک محیطی به مثابه یک محتوای واجد معنی، توانسته است نقش یک محرک فعالیت، و جاذب افراد ناظر را در این گونه فضاها ایفا کند. این عامل علاوه بر ارتقاء سطح کیفی محیط، به ایجاد معنی و ارزش های ادراکی، به عنوان محتوای فضایی، کمک کرده و باعث ایجاد کنش بین مخاطب و اثر، حضورپذیری موثر افراد در فضای پیاده شده است.

از این رو با توجه به ارتقاء سطح کیفی آثار بصری و گرافیکی موجود در پیاده راه ها و اثبات ضمنی فرضیه اولیه در این تحقیق انتظار میرود با بهره گیری مناسب و برنامه ریزی شده از ویژگی های هر یک از هنرهای شهری در فضای پیاده و پیرایش محیط های دچار به وندالیسم بتواند به ایجاد هنجارهای مورد نظر، و رونق پیاده راه ها به طور خاص پیاده راه خیابان ولیعصر شهر تهران کمک کند.

به غیر از ارتقاء گرافیک محیطی موجود در پیاده راه خیابان ولیعصر، بخش دیگری که بسیار قابل توجه است، معضلات ناشی از کم توجهی به معیارهای طراحی و اجرایی و نیز مسائلی در حوزه معماری و شهرسازی است که حل آن نیاز به بررسی های جامع در زمینه ساخت و ساز و معماری پیاده راه ها و توجه به ریشه های مسائل در حوزه های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دارد که بحث آن در این مجال نمی گنجد.

با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق، باید به اقدام گونه بندی انواع فضاهای پیاده مدار و امکان استفاده از انواع هنرهای بصری و شهری با توجه به توقعات کیفی از این فضاها، اقدام شود.

در پایان پیشنهاد های ذیل جهت سرعت بخشیدن به روند تکاملی هنرهای شهری و گرافیک محیطی موجود در پیاده راهها، و حاکمیت نگاه کارشناسانه در اجرای آثار ارائه میشود:

1. تشکیل اتاق فکر هنرهای شهری در شهرداری تهران، با حضور جمعی از مدیران و کارشناسان متخصص هنرمند.
2. نظارت یک استاد راهنمای متخصص بر هر پروژه هنری و نظارت بر گرافیک محیطی موجود در پیاده راه ها.
3. نقد و تحلیل مداوم آثار توسط منتقدین، در رسانه ها و مطبوعات.
4. برگزاری دوسالانه بین المللی برای آشنایی با گرافیک محیطی کشورهای مختلف.
5. چاپ و انتشار دوسالانه آثار هنر شهری و گرافیک محیطی مورد تایید توسط کارشناسان و اساتید.
6. حمایت جدی از نوآوری ها و خلاقیت های بومی که در سطح ملی و بین المللی قابل ارائه اند.
7. استفاده از گرافیک محیطی در پوشش کف پیاده رو.
8. حفظ و ارتقاء پتانسیل های تاریخی و فرهنگی.

9. افزایش قابلیت های فضا برای استفاده گروه های مختلف مردمی و در نظر گرفتن مکان هایی برای فعالیت دست فروشان.
10. ایجاد فضاهای خلاقانه برای مکتب و استراحت در فضای پیاده راه و استفاده از نورپردازی های خلاقانه در این فضاها.
11. ایجاد هماهنگی میان هنرهای شهری موجود در پیاده راه با عناصر معمارانه بناها از قبیل ورودی، پنجره، بالکن، مصالح و ...، استفاده از عناصر طبیعی، گیاه و آب.

منابع:

1. کریستوفر، الکساندر، 1368، معماری و راز جاودانگی راه بی زمان ساختن، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی
2. زارعیان، پریسا، 1390، طراحی گرافیک ایران، تهران، انتشارات سازمان زیباسازی شهر تهران
3. عبدالحسینی، امیر، 1385، گرافیک محیطی تصویر جامعه، در، هنرهای تجسمی، شماره 24، 10
4. تجویدی، فاطمه، 1388، "گرافیک محیطی و نقش آن در روابط عمومی"، شماره 14، 20
5. فکوهی، ناصر، 1387، خرده فرهنگ های اقلیتی و سبک زندگی، روندها و چشم اندازها، در، تحقیقات فرهنگی ایران، شماره 1، 74
6. مهرنگار، منصور، 1392، دیوارنگاری هویت بصری شهری، در، مجموعه مقالات همایش دوسالانه گرافیک محیطی، شماره 1، ص. 16

تصاویر:



شکل ۲: پیاده راه ولیعصر (منبع: اینترنت)



شکل ۱: پیاده راه ولیعصر (منبع: اینترنت)



شکل ۳: میدان ترافالگارد (منبع: اینترنت)



شکل ۳: میدان ترافالگارد (منبع: اینترنت)



شکل ۶: استروگت (منبع: اینترنت)



شکل ۵: استروگت (منبع: اینترنت)



شکل ۷: پارک پیکادلی (منبع: اینترنت)