

# مطالعه نقش‌های ایرانی در گرافیک محیطی شهری

الهه پنجه‌باشی<sup>۱</sup>، لیلا وامق مدرس<sup>۲</sup>

۱. استادیار، دکتری پژوهش هنر، دانشگاه الزهرا

۲. کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز

.....

E-mail: elah\_141@yahoo.com

E-mail: vmm.leila@yahoo.com

## چکیده

گرافیک محیطی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تبلیغ، پیام‌رسانی، نشر دانش سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و جزئی جدا نشدنی از زندگی شهری می‌باشد که به عنوان یکی از شاخه‌های گرافیک در جامعه نقش به‌سزایی را ایفا می‌کند. در دهه‌های اخیر به علت ارتباط مستقیم این هنر با مردم و تاثیر آن بر جامعه، بسیار مورد توجه قرار گرفته است و از آنجایی که گرافیک محیطی در پیوندی نزدیک با هنرهای تجسمی و طراحی شهری می‌باشد، عوامل و امکانات متنوعی را بکار می‌بندد تا توجه مخاطبان را برانگیخته و در پی آن به هدف خود که انتقال سریع و صریح پیام به مخاطبان است، برسد.

تلاش نگارندگان در مقاله حاضر بر این بوده تا با معرفی نقش‌های کهن ایرانی و استفاده از آنها در گرافیک شهری تأکیدی بر ارزش‌های بصری و تداوم آنها در جامعه داشته باشند. آن چه در این مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد اهمیت فرم و نقش‌های ایرانی، در حفظ فرهنگ و هویت ایرانی است و هدف از آن انتقال بهتر مفاهیم در قالب نقش‌های ایرانی می‌باشد.

بر اساس آنچه بیان شد پرسش‌های این مقاله به این ترتیب است:

استفاده از نقش‌های ایرانی در گرافیک شهری چگونه است؟

دلیل استفاده از نقش‌های ایرانی در گرافیک محیطی بر چه مبنایی است؟

روش تحقیق به‌کارگرفته شده تحلیلی بوده و روش گردآوری اطلاعات، اسنادی (کتابخانه‌ای) با توجه به منابع مکتوب و آثار هنری است. در نهایت چنین نتیجه گرفته می‌شود که با استفاده بیشتر از نقش‌های ایرانی در قالب‌های مختلف از گرافیک محیطی شهری، می‌توان هویت ایرانی را در جریان هنر شهری قرار داده تا گامی در جهت معرفی و ترویج هر چه بیشتر فرهنگ غنی و ایرانی برداشت.

**واژگان کلیدی:** "گرافیک شهری"، "محیطی"، "نقش"، "هویت"، "ایرانی".

# The Study of Using Iranian Designations in Urban Environmental Graphic

<sup>1</sup>Elaheh panjebashi, <sup>2</sup>Leila Vamegh Modarresi

<sup>1</sup>Assistant Professor, PhD in Art Research, Alzahra University

<sup>2</sup>MA in Visual Communication, Islamic Azad University in central Tehran

.....  
E-mail: *elaheh\_131@yahoo.com*

E-mail: *vmm.leila@yahoo.com*

## Abstract

Environmental graphic as one of the most important factors in advertising, messaging, dissemination of the political, social and cultural knowledge, is an integral part of city life, which as one of the branches of graphics plays an important role in society. In recent decades due to direct contact of this art with the public and its impact on society, it is highly regarded, and since environmental graphics, visual arts and urban design are closely linked, they use variety of features and factors to get the audience's attention and subsequently transfer the message to the audience. The authors of this paper are trying to emphasis on the visual graphics and its continuity in society by introduction of the ancient Iranian forms and use of them in the urban graphic. What this paper examines is the importance of Iranian designations in the preservation of Iranian culture and identity and the purpose is to transfer the concepts in Iranian designation.

Based on what mentioned earlier, the questions are as follows:

What is the use of the Iranian designations in urban graphic?

What are the reasons to use Iranian designations in environmental graphic?

Method applied in research is analytical and data collection methods are documentation and library methods based on written documents and art works. Finally, it is concluded that by the use of Iranian designations in various patterns of urban environment graphic, we can use Iranian identity in the urban art in order to take further steps towards Iranian rich culture promotion.

**Keywords:** "urban graphic", " environmental ", "designations", " identity ", "Iranian."

## مقدمه:

در تقسیم‌بندی هنرها، گرافیک را شاخه‌ای از هنرهای تجسمی به‌شمار می‌آورند. سابقه کار گرافیک طولانی است. از جهتی عمر تاریخ هنرهای تجسمی ما را دارد: از زمان نقوش اولیه روی سفال‌ها، حجاری‌ها، گچ‌بری‌ها، خطوط کوفی و ثلث و نستعلیق و بعد تصاویر کتاب‌ها: مینیاتور و تذهیب و آرایش صفحات و نیز نقوش پارچه‌ها و قالی و حکاکی روی وسایل مختلف زندگی و امثال این‌ها تا زمان ظهور چاپ، و اگر فن چاپ و تکثیر را مبنی قرار دهید، سابقه هنر گرافیک ما نزدیک یک قرن می‌شود [۱]. از زمان اختراع دستگاه ماشین چاپ، گرافیک به وجود آمد و مبحث تکثیر که جز اساسی آن بود شکل گرفت و البته شروع تایپوگرافی و نقش آن در گرافیک خصوصاً اطلاعیه‌ها و پوسترها که پیش از این نیز وجود داشتند، بسیار اهمیت دارد [۲].

گرافیک یا به عبارت کامل‌تر طراحی گرافیک (design Graphic)، به کارگیری تکنیک‌های مختلف، خلق آثار دوبعدی بر روی سطوح مختلف نظیر کاغذ، دیوار، بوم، فلز، چوب، پارچه، پلاستیک، نمایشگر رایانه، سنگ و... است که در جهت رساندن پیامی خاص به بیننده انجام می‌پذیرد.

طراحی گرافیک در اعلان‌های تبلیغاتی و تجاری تلویزیون، سینما، بسته بندی کالاها، علائم راهنمایی و رانندگی، ویتترین مغازه‌ها، تزئین خیابانی و عمومی نظیر هتل‌ها، فرودگاه‌ها و متروها، رستوران‌ها و پارک‌ها، فروشگاه‌ها و اماکن مختلف ورزشی هنری و فرهنگی، نوشته‌ها و تبلیغات بدنه ساختمان‌ها و وسایل نقلیه مثل اتوبوس‌ها، ترن‌ها و هواپیماها بیلبردها و گرافیک در ابعاد بزرگ و نقاشی دیواری، پیکتوگرام‌ها و علائم نمادین، نقش عمده‌ای دارد. محیط اطراف ما، خانه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم، خیابانی که در آن تردد می‌کنیم، فضای سبزی که در آن قدم می‌زنیم، پارکی که برای تفریح به آنجا می‌رویم، همه نیاز به برقراری روابط منطقی فرمی و روابط سازمان بندی دقیق بر مبنای اصول و مبانی بیان بصری دارند. انسان به واسطه گرافیک محیطی با محیط پیرامون خود سخن می‌گوید، و با دیگران ارتباط برقرار می‌کند.

گرافیک محیطی در ایجاد فضایی مطلوب و دلنشین برای افراد جامعه نقش موثر دارد. آنچه در این مقاله پیش‌رو مورد بررسی قرار گرفته است گرافیک محیطی است، که در سالهای اخیر با توجه زیادی به آن، در شهر روبه‌رو می‌شویم و استفاده از عناصر بصری متفاوتی را که باعث جذب مخاطبان شود را، مشاهده می‌کنیم.

بنابر آنچه گفته شد این پژوهش ماهیت تحلیلی دارد و در راستای مطالعه گرافیک محیطی و استفاده از نقش‌های ایرانی است، که با توجه به محیط شهری به آنها پرداخته شده است.

بدین منظور در مقاله حاضر مستقیماً از گرافیک محیطی استفاده شده است. در نهایت می‌توان به این نتیجه رسید که استفاده از المان‌ها و عناصر تصویری ایرانی می‌تواند در هویت‌دار کردن هنر ایران، بی‌تاثیر نباشد ضمن آنکه باعث زیبایی سیمای شهری نیز، می‌شود.

## روش تحقیق:

شیوه گردآوری اطلاعات این مقاله از گونه اسنادی (کتابخانه‌ای) است و رویکرد آن تحلیلی می‌باشد. بنابر این رویکرد، ضرورت حضور گرافیک محیطی در جامعه امروز با ماهیت ایرانی مورد تحلیل قرار گرفته است.

## پیشینه پژوهش:

گرافیک محیطی یکی از تاثیرگذارترین ابزار، بر افکار عمومی جامعه است. مسعود ایلوخانی (۱۳۹۳) در کتاب گرافیک محیطی به معرفی این هنر و زیرشاخه‌هایش بطور گسترده پرداخته است و در نهایت به این نتیجه رسیده است که گرافیک محیطی نقشی فراتر از یک هنر صرف دارد و باید برای اجرای آن به مسائل اجتماعی آگاهی کامل داشته باشید. تصویر شماره (۱) نمونه‌ای از کارهای این کتاب است. ستاره نورویی (۱۳۸۴) در مقاله خود از تقسیمات بین‌المللی گرافیک محیطی می‌گوید. با این همه آنچه موضوع این پژوهش را متمایز می‌کند، ترغیب هنرمندان به بهره‌گیری از نقش‌های ایرانی و معرفی گزیده‌ای از این نقش‌ها می‌باشد.

## پیشینه گرافیک محیطی:

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، می توانیم برای آن تاریخچه‌ای به قدمت تصویرنگاری قائل شویم. به طور کلی تمام ایدئوگرام‌ها، پیکتوگرام‌ها، خطوط هیروگلیف، تزئینات قصرها و قبرهای مصریان، کتیبه‌ها و سنگ نبشته‌های هخامنشی در به تصویر کشیدن پیروزی خود و نیز ستون‌های سنگی «ابلیسک» (Oblisk) که ستون‌های بلند چهار وجهی یا هرمی شکلند برای ترویج مذاهب مصریان باستان در معابر عمومی را باید جز مقدم‌ترین کارهای گرافیک محیطی به حساب آورد، که در تصویر شماره (۲) می‌توان نمونه‌ای از آن را مشاهده کرد. شاید پوستری یافت شده‌ای که سه هزار سال پیش در شهر تبس روی پاپيروس نوشته شده و مفاد آن آگهی درباره‌ی یافتن برده‌ای فراری بود و نیز فرمان‌هایی را که یونانیان برای بازی‌های عمومی صادر می کردند و روی ستون‌های چوبی به نام «آکسوی» می نوشتند و بردگان آن‌ها را به روم حمل می کردند را بتوان جز اعلانات عمومی و پوستره‌های اولیه در گرافیک محیطی به حساب آورد. همچنین نمونه‌ای دیگر از گرافیک محیطی اعلانات و تبلیغات روی دیوارهای شهر پمپی است که پیام‌ها و اعلانات عمومی روی صفحات معلق درج می شد و به منزله‌ی بیلبوردهای فعلی تلقی می گشت و این اعلانات بر اثر آتشفشانی کوه وزوو در غرب ایتالیا نزدیک به شهر ناپل مدفون شدند. از این رو مصادیق فراوانی از این دست را می توان به عنوان نمونه‌های گرافیک محیطی نام برد [۳]. نصب اولین پوستر و به عبارتی بیلورد‌ها به صورت رسمی در ۱۷۹۶ شروع شد. یعنی زمانی که لیتوگرافی تکمیل شد و پوستره‌های شهری با ابعاد بزرگتری انتشار یافت. این مکان‌ها به صورت ستون یا چارچوب‌هایی بود که پوستر روی آن قرار می گرفت، به این علت که تاثیر فراوان داشته باشد معمولاً تا چهار ماه این محل در اختیار آن تبلیغ خاص قرار داشت. تاجران و حتی فروشندگان جز به تدریج در کنار جاده‌ها با تابلوها و علایم تصویری و پیکتوگرام‌ها، تبلیغ و معرفی کالا یا خدمات را آغاز کردند. در سال ۱۸۳۵ اولین نماد گرافیک محیطی با همان مفهومی که ما اکنون از آن داریم یعنی پوستری به بلندی ۱۵ متر در چاپخانه گروبل برای تبلیغ سیرک چاپ و عرضه شد [۴]. در دهه ۱۸۷۰ پیشرفت‌های زیادی در چاپ خصوصاً چاپ رنگی و مکانیزه شدن دستگاه‌ها صورت گرفت، به همین دلیل بسیاری از هنرمندان فرانسوی توانستند رنگ را به کار بگیرند و از آن برای ساخت پوستره‌ها و بیلورد‌های اولیه و سر در مغازه‌ها بهره ببرند. در دهه ۱۸۰۰ کوشش‌های زیادی برای بالا بردن و ارتقای کیفی سطح تبلیغات شهری انجام گرفت، از آن جمله به کار گرفتن پروژکتورها و تاباندن نور به نمادهای تصویری، خصوصاً تابلوهای سر در مغازه‌ها است. در همین سال‌ها بسیاری از فروشندگان در ایالات متحده و کشورهای اروپایی به ساخت نمونه‌های حجمی از محصولات خود با مقیاس، بزرگ هم برای سردرها و هم به طور گردان با اراجه‌هایی در مسیر تردد، اقدام کردند. در اوایل دهه ۱۹۰۰ شاهد بیلوردهایی بودیم که بر آن‌ها تبلیغات کالاهای عمومی، وسایل بهداشتی و انواع نوشیدنی‌ها و خوراکی‌ها نصب بود. با گسترش شهرها و تولد موضوع‌های جدید و نیز پیچیدگی و شتابی که دنیای ماشینی ایجاد کرده بود، چهره شهرها دگرگون شد. وسایل حمل و نقل به کلی تغییر یافت و نمادها و علایم جدید و رنگی در زیر پرتو نور طبیعی و مصنوعی جلوه‌ای دیگر یافت. پس از پایان جنگ جهانی اول موضوع برنامه ریزی شهری و طراحی شهری مطرح شد، خصوصاً از سال ۱۹۲۹ در دانشگاه‌ها، مثلاً هاروارد، این رشته‌ها تاسیس شد و بین رشته‌های برنامه‌ریزی شهری، طراحی شهری و معماری تعامل‌هایی صورت گرفت [۵]. شعله‌های جنگ جهانی دوم در حال زبانه کشیدن بود که بیشتر گرایش‌های محیطی جنبه‌ی حکومتی و سیاسی یافتند. میادین در اختیار حماسه‌های نمادین ملت‌ها قرار گرفت و مجسمه‌ها و تندیس‌های آرمانگرا آن را تقویت می کرد.

سبک‌های هنری نیز در این فرآیند سهیم بودند و بعضی از آن‌ها مستقیماً در گرافیک محیطی و فضای شهر نقش عمده‌ای را ایفا می کردند. مثلاً در سبک باروک تزئینات بنا را متکلفانه به کار می بردند و اکنون بخشی از طراحی شهری اروپا خصوصاً کشور های فرانسه، ایتالیا و آلمان را متأثر ساخته است. یا سبک روکوکو که آن هم در فرانسه (در دهه ۱۷۲۰) شکل گرفت و بعد به سراسر اروپا راه یافت، هنری بود تزئینی که معماری، بناآرایی و طراحی اثاث و ظروف را شامل می شد. همچنین طرح‌های بوشه روی البسه و دستبافت‌های دیوار کوب و چاپ روی پارچه‌های مختلف را باید در زمره‌ی گرافیک محیطی و طراحی شهری به شمار آورد [۳].

## تعریف گرافیک محیطی:

گرافیک محیطی عبارت است از طراحی متناسب و هماهنگ نشانه‌ها، نوشته‌ها و تزئینات، به شکل سه بعدی برای راهنمایی، اطلاع رسانی و در عین حال زیباسازی در محیط‌های داخلی و خارجی و دو مبحث طراحی شهری و زیباسازی شهری را شامل می‌شود [۶]. گرافیک محیطی، علمی است که در آن چگونگی استفاده از انواع فرم‌ها، رنگ‌ها، نقش‌ها و تصاویر گوناگون به روشی ماهرانه، اصولی و برنامه‌ریزی شده، در جهت بهتر و ساده‌تر شدن روابط، اطلاع‌رسانی و جهت‌یابی و همچنین ساختن زیبایی‌های محیط عمومی، مطرح شده و مورد بررسی قرار می‌گیرد.

در این تعاریف به این ویژگی ها اشاره شده است:

(الف) ارزش تصویر و متعاقب آن تجسم که شکل گیری آن ممکن است هم ذهنی باشد و هم عینی.

(ب) مفاهیم عمومی یا کلی و مفاهیم خصوصی یا انحصاری.

(ج) محیط‌های گوناگون که هم امکان دارد اشاره‌ای به فرهنگ‌های مختلف باشد و هم فضای محیط از نظر بیرونی یا درونی بودن را مد نظر قرار دهد (فضاهای بسته مثل داخل یک ساختمان و فضای باز مثل خیابان‌ها)

(د) سه ویژگی یک تبلیغ خوب را باید در بر داشته باشد: سرعت، صراحت و صحت.

(ه) چارچوب نگرش به این عوامل بصری را ترسیم کند یعنی نگاه گرافیکی به موضوع.

گرافیک محیطی جز لاینفک زندگی شهری شده است و سعی در تصحیح ارتباط انسان با محیط دارد. هیچ ابزار اجرایی نمی تواند در فرهنگ سازی به اندازه گرافیک محیطی قوی و موثر و نزدیک به مخاطب باشد، بنابراین متولیان امور زیبا سازی شهر باید به این مهم به خوبی واقف باشند تا با طراحی صحیح محیط بتوانند رفتارهای مناسب و مطلوب در شهروندان به وجود آورند [۳]. گرافیک محیطی را باید یکی از ارکان زندگی اجتماعی و شهری قلمداد کرد. حضور طراحی و جلوه‌های تجسمی در زندگی روزمره از طریق گرافیک محیطی میسر است. گرافیک محیطی یک پدیده اجتماعی است که با توجه به فضا سازی تصویری خصایص ملی، قومی، فرهنگی، قراردادهای اجتماعی، آداب و سنن و گرایش‌های سیاسی اقتصادی جامعه قابل تحلیل و بررسی است [۷].

### انواع گرافیک محیطی

گرافیک محیطی بر اساس تقسیم‌بندی بین‌المللی (Walter Herdeg) در کتاب (Aarchigraphia) بدان اشاره داشته، به شش قسمت تقسیم شده‌است، موارد به ترتیب زیر می‌باشند:

۱. پیکتوگرام‌ها. تصویر شماره (۳)

۲. علائم نشانه‌های ترافیک. تصویر شماره (۴)

۳. سیستم‌های هدایت بصری. تصویر شماره (۵)

۴. طراحی گرافیکی حروف بر روی ساختمان‌ها و فروشگاه‌ها

۵. طراحی‌های گرافیکی با ابعاد بزرگ (نقاشی های دیواری)

۶. گرافیک بدنه وسایل حمل و نقل

در این تقسیم‌بندی مواردی مانند تابلوهای تبلیغاتی بزرگ بیلبورد (Billboard)، در گروه طرح‌های گرافیکی با ابعاد بزرگ و آگهی اتوبوس، در گروه گرافیک بدنه وسایل حمل و نقل قرار می‌گیرند [۸].

### گرافیک شهری:

شهر بزرگترین نماد تمدن بشری است که انسان آن را برای امنیت، آسایش و رفاه خود بنا نهاده است. این محصول بشری تاثیر دائمی و فراگیر بر زندگی وی داشته و خواهد داشت. آدمی در این محیط دائما در حال رفت و آمد است و شاید در مواردی بیشترین وقت خود را در سطح معابر آن بگذراند. از آنجا که همه این عوامل در محیط شهر انجام می‌گیرد، بنابراین باید بین مردم و شهر، هماهنگی ایجاد شود. شهر از دید کارشناسان و صاحبان تئوری شهرسازی در دنیا، معنای متفاوتی دارد. شهر محل زندگی و حضور شهروندانی است که در آن رفت و آمد کرده و در تعاملات اجتماعی با یکدیگر دیدار و مراوده می‌کنند و بر دانش خود می‌افزایند خود را سرگرم ساخته، نقد کرده و آمل و آرزوهایشان را می‌پروراند. سه شاخه اصلی برای فضاهای شهری در عرصه عمومی شهر وجود دارد. عمومی بودن فضا، باز بودن فضا و برقراری تعاملات اجتماعی در فضا. امروز باید پذیرفت که شهر محل زندگی مجموعه‌ای از آدم‌ها با نیازها و سلیقه‌های مختلف است. یک خانه بزرگ که هیچ کس حق ندارد سلیقه شخصی یا سازمانی‌اش را در آن حاکم کند [۸]. نقش گرافیک شهری از این جهت اهمیت دارد که باعث حضور بیشتر و کیفی شهروندان و در نتیجه افزایش مشارکت شهروندان می‌شود.

هدف مطلوب شهرهای امروزی، ایجاد محیطی خلاق و پرورنده برای مردمی است که در آن زندگی می‌کنند. شهرها امروزه علاوه بر رفع نیازهای فیزیکی پاسخی برای رفع نیازهای روانی، روحی و فرهنگی ساکنانش دارند و تنها در این صورت است که شهر تجلی رفتار اجتماعی ساکنانش است و می‌توان آن را به نظم درآورد و کنترل کرد [۹]. شهر به مثابه ناخودآگاه مکانی شهروند، مانند هر امر ناخودآگاه دیگر، رفتار ساز و جهت بخش است. در حقیقت کیفیت ذهنی که از شهر در شخص حلول کرده، به جبر مکانیتش، محدوده و کیفیت هر امر انسانی را تبیین می‌کند. وقتی به منظر شهری با دید فرهنگی، تاریخی، تکنولوژی و ... نگاه می‌کنیم، می‌بینیم در برخی شهرها شکل سنگ فرش‌ها چیدمان درخت، خیابان‌ها، قرار گرفتن نیمکت‌ها و ... بخشی از هویت یک شهر محسوب می‌شوند. لذا باید در هر شهر با

توجه به هویت تاریخی و فرهنگی‌اش برای طراحی شهری‌اش دستورالعملی دقیق و کارشناسی شده، تعریف کرد. قابلیت زندگی، هویت، اصالت و فرصت‌های شهری از خصوصیات مثبت محیط شهری است که باید در خدمت فرد، شهروند و واحدهای کوچک اجتماعی قرار گیرد. ساختار شهر بایستی به طور مستقیم از طریق نهادها و به صورت نمادی از طریق فضاهای عمومی‌اش دعوت کننده و مشوق حیات عمومی باشد. گرافیک شهری می‌تواند مهم‌ترین نقش را در زیبایی بصری ایفا کند و الگوی رفتار زندگی انسان شهرنشین باشد و به عنوان ابزاری اجتماعی و توانمند علاوه بر رسالت و وظیفه پیام رسانی، چشم را به خود جلب می‌کند تا نظم لازم را برای درک چیزهای قابل رویت در ذهن مخاطب پدید آورد و در شناخت ارزش زندگی اجتماعی مطلوب، به او یاری رساند. از نکات مهم طراحی عناصر گرافیکی شهری در نظر گرفتن فرهنگ مردم همان شهر و مکان است. طراحی مبلمان شهری باید دارای هویت باشد و به نوعی نشان دهد که از دیگر مکان‌ها متمایز است و خود دارای شخصیت است. فرم کاربرد مبلمان شهری همواره متأثر از هویت گذشته فرهنگ یک شهر بوده است [۱۰].

#### گرافیک محیطی شهری و جامعه:

از آنجا که هنر عرصه وسیعی را در بر گرفته و در واقع با فطرت پاک و زلال انسان سرشته است و با عواطف و احساس انسان رابطه مستقیم دارد لذا انسان در طول تاریخ گذشته همواره با هنر سر کار داشته است. هنر وسیله‌ای برای ثبت احساسات پاک روح انسانی در قالبی مشخص است پس هنر یکی از موثرترین و مهمترین ابزار تبلیغات در جهت عمق بخشیدن به حقایق در بین‌الملل است به طوری که هنر می‌تواند در قالب‌های فیلم، نقاشی، گرافیک و تئاتر و... ظهور کند. فضای بیرون شهری از آنجا که فضایی برای زندگی و تماشا ایجاد می‌کند وظیفه اساسی دارند. اگر تصویر آن، خشن، نفرت‌انگیز و یا یکنواخت باشد تاثیر منفی برجا خواهد گذاشت. فضای بیرون شهری نیز وظایف مهم دیگری نیز بر عهده دارد، که محل‌های عبور و مرور و ارتباطات و ملاقات از شاخه‌ترین وظایف آن محسوب شده و در نگاه اول مشخص می‌شوند. فضای بیرون شهری دارای وظایف متعدد هستند که باید به صورت کلی مد نظر قرار بگیرد تا شهر جلوه‌ای از یکپارچگی به خود بگیرد. وظیفه ارتباط که مختص فضای بیرونی است، تمام فعالیت‌های دیگر از قبیل عبور و مرور، تفریح و مبادلات اقتصادی را که در شهر صورت می‌گیرند تحت الشعاع خود قرار می‌دهد. این فعالیت‌ها ارتباط بین افرادی و توسعه وسایل ارتباطی مناسب را سبب می‌شوند [۱۱]. زمانیکه یک ساختار گرافیکی در ارتباط مستقیم با اقشار مختلف یک جامعه شهری بود و هدف آن ایجاد یک فضای زندگی مساعد و دلپذیر و هماهنگ ساختن با سن و فرهنگ و خلق و خوی افراد آن جامعه باشد از آن به عنوان گرافیک محیطی یاد می‌شود. بدیهی است در صورتیکه تدابیر مقتضی از طرف اداره‌کنندگان در زمینه‌های مختلف در طراحی مناسب و اصولی عناصر تشکیل دهنده گرافیک محیطی صورت نگیرد محیط زیست و زندگی شهروندان به صورت مکانی غیر قابل تحمل و متشنج در خواهد آمد. چرا که با ایجاد مجموعه‌ای متناسب از نظر شکل و رنگ می‌توان موجبات امیدواری و کشش افراد جامعه را برای زندگانی فراهم ساخت و اسباب شور و شوق عمومی را فراهم نمود و روح تازه به اجتماع داد [۱۲]. در این میان نقش گرافیک آن است که این وظیفه ارتباط در فضای بیرونی را سهل تر و بی دغدغه سازد و بتواند نوعی آرامش و وحدت در قسمت‌های مختلف فضای بیرونی ایجاد کند. گرافیک محیطی همان طور که از اسم آن پیداست ارتباط مستقیم با محیط بیرون یعنی داخل فضای شهر را دارد [۱۳]. نمونه‌ای از این کار را در تصویر شماره (۵) مشاهده می‌کنید. محیط شهری به جای آنکه فقط برای کسانی شناخته شده باشد که مالکیت بیشتری دارند محیط شهری برای عموم کسانی طراحی شود که از محیط استفاده می‌کنند و از شکل آن متأثر می‌شوند نه فقط برای کسانی که مالکیت بیشتری دارد. این تفکر، بیگانگی شهروند از شهر و گمنامی شهروندان را کاهش می‌دهد و حس هویت مردم و ریشه‌دار بودن در محیط کالبدی شهرها را افزایش می‌دهد [۱۴]. مردم به شکل فردی و جمعی باید نسبت بخشی از محیط شهری حس تعلق داشته باشند و نسبت به آن توجه و مسولیت نشان دهند. محیط شهری باید چنان محیطی باشد که مردم را به ابراز خواسته‌هایشان تشویق نماید و فعالانه بر حسب نیازشان عمل کنند. در شهر نیز به مثابه یک سمینار که هر کس سهمی در مباحث‌های جمعی دارد، باید شرایط ترغیب به مشارکت مردم تقویت شود. محیط ساخته شده برای مردم معانی بالقوه نمادین زیادی دارد. تشخیص این معانی، خودآگاه و ناخودآگاه در احساسات مردم نسبت به محیط و نسبت به خودشان اثرگذار است. این هویت یافتن که با معانی نمادین محیط ساخته شده احساس تعلق مردم را به یک گروه اجتماعی یا یک مکان افزایش می‌دهد.

#### هویت:

هویت واژه‌ای سهل و ممتنع است. سهل از این نظر که بسیاری به صورت متداول از آن استفاده می‌کنند و اکثریت استفاده‌کنندگان متعارف فهم نسبتاً درستی از آن دارند. ممتنع از این نظر که در کنکاش پژوهشگرانه و مصداقی، به راحتی نمی‌توان به توضیحات موضوعات مربوط پرداخت. به همین دلیل، بسیاری از کاربران انتقال معنای این واژه را در کل فهمی و کلی‌گویی متوقف می‌کنند. به صورت خیلی

ساده می‌توان هویت (همانی) یک چیز را بازتاب و تبلور صفات و مشخصاتی از آن دانست. که عمدتاً وجه تمایز آن را با چیزهای دیگر فراهم می‌کند. وجوه مشترک نیز سجه تکمیلی هویت است که این همانی‌های چند چیز در یک گروه‌همانی‌های خاص را تبیین می‌کند. مانند اثر انگشت که انسان‌ها را از یکدیگر تمایز می‌کند [۱۴]. جدایی و متمایز شدن، تعیین یافتن، انفراد، شخصیت و بزرگی و آنچه بدان چیزی از غیر خود متمایز شود چنانچه غیر دیگر در آن چیز مشارک آن نباشد، تعریف شده است [۱۵]. هویت جمعی تلاشی است که جمعی از انسان‌ها به منظور تداوم و تمایز حیات مادی و معنوی خود بروز می‌دهند و بر معیارهای گوناگونی از قبیل خانواده، خویشاوندی و مقولات انتزاعی چون دین مشترک، قومیت و دیدگاه‌های سیاسی استوار است. هویت ملی، هویت قومی و هویت دینی براساس همین تعریف شکل می‌گیرند [۱۶]. ایران در منطقه خاورمیانه پل ارتباطی میان فرهنگ‌ها و تمدن‌های مختلفی چون: هند، چین، مصر، بابل، یونان و روم بوده است. از همین رو در طول تاریخ کهن، این سرزمین شاهد تحولات سیاسی، دینی و نظامی بسیار بوده است که در تعیین هویت ایرانی و تحول آن نقش اساسی ایفا کرده‌اند از این میان، گسترش اسلام در ایران و برخورد کشور ما با اندیشه‌های جدید غربی در تحول هویت ملی ما بیشترین تاثیر را داشته است [۱۷]. هویت و اصالت در هنر وظیفه‌ای است بسیار سنگین و پر مسئولیت. و تنها از عهده کسانی بر می‌آید که به حقیقت آن را دریافته و برای انتقال آن یک ضرورت باطنی احساس کنند [۱۸]. فرهنگ پذیری در شهر برای شهروندان بر اساس سازگاری با محیط انجام می‌شود. گاهی اوقات به وسیله موسسات، رسانه‌ها و افراد، هنجارهایی را به فرد می‌آموزد و گاه فرد به وسیله مشاهده و سپس تعبیر و تفسیر خود که با استفاده از ابزارهای فرهنگی (زبان، معنی، علائم و پدیده‌ها) هنجارها را از آن خود و دوباره آنها را از ذهن‌اش به وجود آورد. اگر عناصر شهری که لازم است گویای مفاهیمی که ریشه در فرهنگ پایه و مشترک داشته باشند، چنین عمل نکند، فرهنگ‌پذیری (که خاص شخصیت پایه است) انجام خواهد شد و ارتباط زبانی، معنایی، علامتی و پدیده‌ای برقرار می‌شود. در صورت عدم برقراری چنین ارتباطی، شخصیت پایه رو به ضعف می‌نهد و شخصت فردی نیز دچار تزلزل می‌شود و فرد و جامعه سعی در برقراری ارتباط با عناصری دارد که با فرهنگ او متفاوت و گاه متعارض است. و اینجاست که به قول "مورتن" آسیب‌های اجتماعی ظهور پیدا می‌کند. او می‌گوید آسیب‌های موقعی بروز می‌کنند که ارزش‌های اصلی فرهنگ یک جامعه به هم ریخته و آشفتن شود و یا دچار تناقض شود [۱۹]. به نظر "آنتونی اسمیت" نظریه‌پرداز برجسته ملی‌گرایی و قومیت، درون مایه فرهنگ و هویت را خاطره جمعی تشکیل می‌دهد و خاطره جمعی بر تداوم زمان استوار است. اگر فرآیند جهانی شدن، یک دنیای "بی زمان" پدید می‌آورد، در واقع یکی از ابزارها و منابع اصلی هویت‌یابی را از بین می‌برد [۲۰]. در تصاویر شماره (۷-۸) چهره‌هایی از اساطیر یک شهر را در گرافیک محیطی مشاهده می‌کنید. هر جامعه باید منابع هویت بخش و معنا آفرین را در اختیار اعضای خود قرار دهد تا آنها بتوانند به صورت هویت یافته، زندگی خود را معنادار کنند. هرگونه هویت فردی و اجتماعی نیازمند تداوم فردی و اجتماعی است و چنین تداومی را احساس نمی‌کنیم، مگر در صورتی که وجود یک گذشته معنادار را فرض کنیم. از لحاظ فردی، گذشته مورد نظر همان خاطره است و از لحاظ جمعی تاریخ است. هر فرد و گروه تداوم خود را بر خاطره و تاریخ استوار می‌کنند. از این رو تقریباً در فرهنگ همه جوامع به انحای مختلف بر اهمیت حیاتی تاریخ تاکید و هشدار داده شده که ملت بدون تاریخ محکوم به فناست [۱۴]. هویت ملی ایرانی نیز مانند هویت‌های دیگر دارای مولفه‌های اساسی مخصوص به خود است که نقوش ایرانی را یکی از این مولفه‌ها دانست.

#### نقوش ایرانی:

تزئین منبع اصلی و هدف هنر ایران بوده و می‌باشد و نقش وسیله‌ای برای پرستش و مایه‌ای برای راز و نیاز، آرامش روح و نیروی باطنی است. پیوند عمیق فرهنگ و دین با نقوش سنتی و تزئینی چه در معماری و چه در تصویرسازی کتاب و دیگر هنرها، حکایت از ریشه عمیقی دارد که با باطن آن در محتوای غنی نهفته است و با باورهای اعتقادی مردم ایران وابسته و پیوسته است. هنر ایرانی، اسلامی ترکیبی از رمزهای تصویری است که در ساخت فرا زمان و غیرفانی صورت پذیرفته است [۲۱]. استفاده از نقوش کهن ایرانی سبب آشنایی بیشتر افراد جامعه با گذشته فرهنگی خود می‌شود. انواع نقوش به کار رفته در هنر ایران:

نقوش گیاهی:

نقوش گیاهی بعد از نقوش حیوانی و انسانی کاربرد زیادی در آثار هنری به خود اختصاص داده‌اند، به طوری که امروزه در هنرهای سنتی ایران بیشترین نقوش به کار رفته مربوط به آنها می‌باشد. از جمله نقوش گیاهی که در طراحی نشان به کار می‌رود، می‌توان به گل نیلوفر و آذین گل سرخ (روزت) اشاره نمود. گل نیلوفر در تمدن‌های هند، چین، ژاپن و بین‌النهرین علاوه بر این که عنصری تزئینی بوده، نماد باروری و زایش به شمار می‌رفته و در حجاری‌های تخت جمشید در دست بزرگان پارسی دیده می‌شود [۲۲]. گل روزت نیز از نقوش مورد علاقه ی ساکنان بین‌النهرین و نماد خورشید به شمار می‌رفته است [۲۳]. این نقش در ایران بر روی نقش برجسته‌ها، ظروف و پلاک‌ها دیده می‌شود. نمادهای گیاهی به کار رفته در نشان‌ها بدون تغییرات زیادی به کار گرفته شده‌اند. دلیل این امر را باید در سادگی و تجرید محض نقوش گیاهی جست و جو کرد [۲۴].

نقوش هندسی:

نقوش هندسی نقوشی هستند که از ترکیب فرم‌های هندسی اولیه به دست می‌آیند بدون آنکه در طبیعت وجود داشته باشند. مثل انواع گره چینی‌ها که در آثار هنری ایران از جمله آیینه کاری به کار رفته است. در هنر هندسه، دارای اهمیت و مفهوم ویژه است و گسترش خود را در فلسفه و راه حیات می‌جوید و تجلی‌گاه افکار عالی و عقلانی و ادراک جهان هستی است. قرینه سازی اوج یک تفکر استوار است که با احکام و دستورالعمل‌های روشن و با آهنگی منظم جلو می‌رود.

پایه این اشکال بر دایره است که تصویری هستند از کمال و چون به قسمت‌های مساوی تقسیم شوند سبب پیدایش چند ضلعی‌های منظم می‌شوند که رفته رفته به شکل ستاره‌های منظم و خوش‌نما در می‌آیند علاوه بر این ویژگی دایره فاقد جهت مشخص است اصولاً دایره یکی از شکل‌های بسیار خاص هندسی است که در بسیاری از سرزمین‌ها افزون بر مفهوم ساختاری و هندسی مفاهیم ادراکی و فرهنگی نیز دارد [۲۱].

نقوش حیوانی:

آسیا از کهن‌ترین روزگاران در استفاده از تزئینات حیوانی غنی بوده است، حتی هنر بیژانس تصاویر جانوران در نقش‌های خود را از ایران و آشور گرفته است، از این رو هنر ایرانی از روزگار کهن و سپس در دوره اسلامی از نظر تزئینات حیوانی غنی بوده است. شیر، بز کوهی، مار، عقاب، آهو و... نقوش حیوانی از قدیمی‌ترین نقوش مورد استفاده بشر بوده‌اند. این نقوش معمولاً در ارتباط با مفاهیم و نماد‌های مختلفی استفاده و به کار گرفته شده است.

نقوش انسانی:

ایران بیش از سایر ملت‌های اسلامی از نقش‌های آدمی در تزئینات استفاده می‌کرد، اما به نظر می‌رسد که این نقش‌ها ویژگی معینی دارد و هنرمند از آن تنها به قصد توضیح استفاده می‌کند. از این رو در بیشتر موارد به صورت طراحی مجدد و خلاصه شده است [۲۵]. نقوش انسانی که بیشتر در حالت شکار، مراسم آیینی مثل دعا کردن، قربانی کردن، رقص، کار و... ترسیم شده‌اند. این نقوش نیز پا به پای نقوش حیوانی در آثار هنری بشر در وضعیت‌ها و حالت‌های مختلف بکار رفته‌اند. نقوش خطوط نوشتاری:

به دو گروه تقسیم می‌شود: ۱- خطوط قابل خوانش که علاوه بر زیبایی ظاهری می‌توان آنها را مطالعه کرد. ۲- خطوط قدیمی و منسوخ شده که امروزه قابلیت خوانش ندارند اما از نظر زیبایی شناسی بسیار قابل توجه‌اند. مثل انواع خطوط کوفی. ایرانیان به سرعت از ارزش‌های تزئینی خط عربی بهره گرفتند و انواع طرح‌های تزئینی خاص خود را پدید آوردند [۲۶]. نقطه مشترک همه نقوش یاد شده انتزاعی بودن آنهاست لازم به ذکر است که تنها نقوش هندسی هستند که ذاتاً انتزاعی هستند.

### تأثیر استفاده از نقوش ایرانی در گرافیک محیطی شهری:

در بررسی تحلیلی آثار گرافیک محیطی، آنچه به نظر می‌رسد استفاده کم طراحان گرافیک از نقوش ایرانی در طراحی‌ها است و آنچه زیاد به چشم می‌خورد حضور طرح‌ها و المان‌های غربی در گرافیک ایران است. از آنجا که هر طرح و نقش دارای معنا و مفهومی خاص خود می‌باشند، باید به گونه‌ای از آنها بهره جست که با محیط هماهنگ باشند و بتواند فضایی آرامش بخش را برای مردم به ارمغان آورد. یکی از این راهکارها استفاده از طرح‌ها و نقش‌های کهن ایرانی، تلفیق آن با هنر معاصر است. البته طراحی که از این نقوش استفاده می‌کند، باید علم کافی از آن را داشته باشد تا بتواند با استفاده درست از آن، باعث تاثیرگذاری بیشتر آن شود و اگر تسلط کافی به آن را نداشته باشد باعث لطمه وارد کردن به ماهیت آن نقش می‌شود. نقش‌های ایرانی که به نقش‌های قبل از اسلام و بعد از اسلام تقسیم می‌شوند دارای خصوصیات خاص خود هستند و از لحاظ قدمت تاریخی دارای سابقه طولانی در فرهنگ و تمدن می‌باشند. استفاده از فرم‌ها و نقش‌های ایرانی در فضاهای شهری اگر همراه با مفهوم و تاریخچه کوتاهی از آن باشد نه تنها جنبه زیبایی آن را فراهم می‌آورد بلکه جنبه آموزشی نیز به خود می‌گیرد. تنوع و زیبایی در نقوش ایرانی بقدری گسترده است که نمی‌توان آن را توصیف کرد. به عنوان نمونه در این نقوشی که معرفی کردیم چند تا را نام می‌بریم که در یادها زنده شود، و می‌شود از آنها استفاده کرد. نقش‌های حیوانی مانند سفالینه‌های شوش، نقش‌های انسانی مانند نقش برجسته‌های هخامنشی، نقش‌های گیاهی مانند طرح‌های فرش دوران صفوی، نقش‌های هندسی جاجیم بافی‌های خلخال و خط نوشته‌های ظروف سفالی دوران ساسانی همگی از مواردی هستند، که می‌شود در طراحی گرافیک محیطی از آنها استفاده کرد. حال ما در جدول شماره (۱) به بررسی این موارد می‌پردازیم. از طرفی بهره گرفتن از این نقوش در طراحی‌ها هویت ایرانی را جلوه‌گر می‌کند و هنر معاصر را با هنر گذشته به هم متصل می‌کند و در این حالت می‌توان، هنر ایران را از سایر هنرها شناخت و تشخیص داد و با این کار هنر ایرانی هویت ایرانی پیدا خواهد کرد.



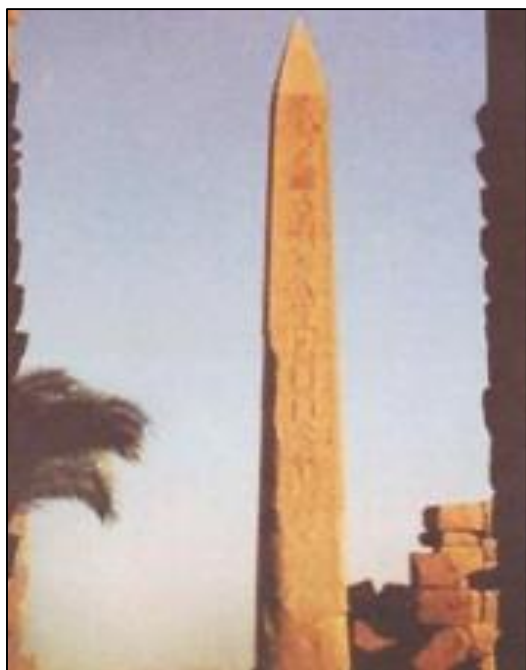
## نتیجه‌گیری:

در هنرهای تجسمی از گرافیک به عنوان رسانه‌ای تصویری یاد می‌شود. برقراری ارتباط میان فضا و مردم را هنری چون گرافیک محیطی عهده‌دار است. حال اگر این ارتباط در فضای بیرونی شهر باشد به گرافیک محیطی شهری اطلاق می‌شود. گرافیک محیطی شهری نه تنها وظیفه زیبا سازی شهر را بر عهده دارد باید روابط و ارتباطات میان افراد جامعه را سهل تر کرده و آنها را از دغدغه‌های فکری خارج کند. اگر این هنر با استفاده از علوم روز مانند جامعه‌شناسی، روانشناسی و... اجرا شود نه تنها می‌تواند به زیبایی شهر کمک کند بلکه می‌تواند از نظر فرهنگی، تاریخی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی تاثیر گذار باشد. بهره‌گیری از سابقه تاریخی در هنر، در کشورهایی چون ایران که دارای فرهنگ و تمدن کهن هستند می‌تواند راهکاری مناسب برای ترویج آنها باشد. برای آن که بتوانیم از هنر ایرانی مانند سرمایه ملی محافظت کنیم می‌توان هنر کهن ایرانی را با هنر معاصر در آمیخت و در بستری مناسب آن را پرورش داد و به ترویج آن پرداخت. نقش‌های ایرانی دارای معانی و مفاهیم خاصی نیز می‌باشند. اگر این روند در این راستا حرکت صعودی داشته باشد هنر ایرانی، هویت ایرانی به خود می‌گیرد و با این هویت به جهانیان معرفی خواهد شد. در نهایت، چنین نتیجه‌گیری می‌شود که گرافیک محیطی شهری می‌تواند تاثیر بسزایی بر روی مخاطبان بگذارد و اگر در آثار هنری از نقش‌های ایرانی استفاده شود، در هویت و شناسنامه‌دار کردن آثار هنری ایران کمک خواهد کرد، و باعث حفظ فرهنگ و تمدن ایرانی می‌شود. همچنین از خارج شدن این نقوش از سابقه تاریخی و یادها در این کشور جلوگیری خواهد کرد.

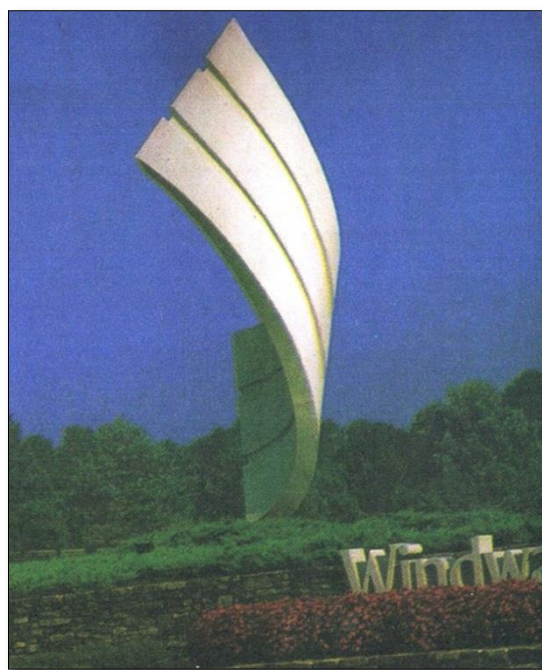
## جدول و تصاویر:

جدول شماره (۱): جدول با استفاده از نقش‌های ایرانی، (منبع نگارندگان)

ردیف	نقش‌های ایرانی	نمونه‌هایی از نقش ایرانی	میزان استفاده از نقش‌ها در گرافیک شهری	نمونه تصویری
۱	نقش‌های حیوانی	بزکوهی. عقاب. شیر	کم	
۲	نقش‌های گیاهی	اسلیمی. گل نیلوفر. ختمی	زیاد	
۳	نقش‌های انسانی	قهرمانان اساطیری	کم	
۴	نقش‌های هندسی	شمسه. ترنج. طبل	کم	
۵	نقش‌های خطوط نوشتاری	سیاه‌مشق. کوفی‌بنایی	زیاد	



تصویر ۲. ابلیسک (ایلوخانی، ۱۳۹۳).



تصویر ۱. نمونه‌ای از یک گرافیک محیطی شهری (ایلوخانی، ۱۳۹۳).



تصویر ۴. نشانه‌های ترافیکی (ایلوخانی، ۱۳۹۳).



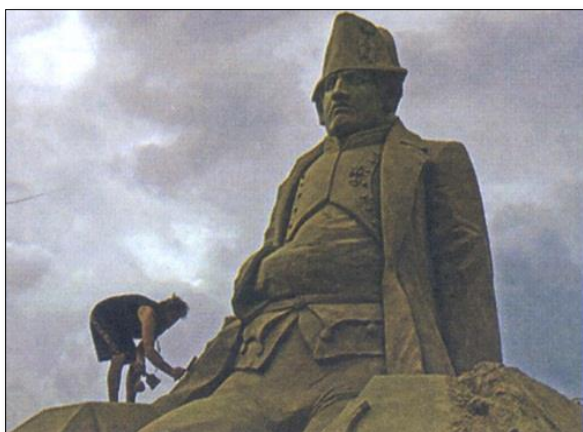
تصویر ۳. پیکتوگرام (ایلوخانی، ۱۳۹۳).



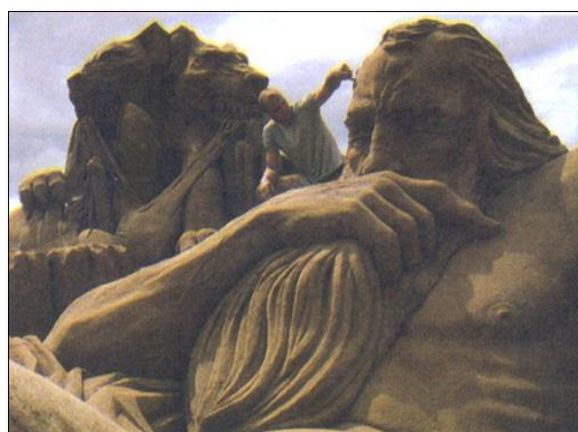
تصویر ۵. سیستم‌های هدایت بصری (ایلوخانی، ۱۳۹۳).



تصویر ۶. سیستم‌های هدایت بصری (ایلوخانی، ۱۳۹۳).



تصویر ۸. چهره‌ای از اساطیر، در گرافیک محیطی (ایلوخانی، ۱۳۹۳).



تصویر ۷. چهره‌ای از اساطیر، در گرافیک محیطی (ایلوخانی، ۱۳۹۳).

- [۱] معاونت فرهنگی و اجتماعی وزارت فرهنگ و آموزش عالی، ۱۳۸۷، "آشنایی با مفاهیم هنرهای تجسمی"، تهران، موسسه امور فرهنگی و هنری نقش جهان هنر، ۶۴.
- [۲] پورتر، تام؛ سوگود، من، ۱۳۷۸، "تکنیک‌های گرافیک برای معماران و طراحان گرافیک و هنرمندان"، ترجمه هایده عبدالحسین زاده، تهران، عفاف، ۱۸-۲۴.
- [۳] ایلوخانی، مسعود، ۱۳۹۳، "گرافیک محیطی"، تهران، انتشارات فاطمی، ۹-۱۵.
- [۴] مگز، فلیپبی، ۱۳۹۲، "تاریخ طراحی گرافیک"، ترجمه ناهید اعظم فراست؛ غلامحسین فتح‌اله نوری، تهران، سمت، ۱۹۰.
- [۵] کلیف، ماتین، ۱۳۸۶، "طراحی شهری ابعاد سبز"، ترجمه مهندسان مشاور، زیر نظر کاوه مهربانی، تهران، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری، ۲۸-۲۹.
- [۶] مشتاق، خلیل، ۱۳۹۳، "فرهنگ هنر و دانستنی‌های وابسته"، تهران، هنر مشتاق، ۴۸۴.
- [۷] کفشچیان مقدم، اصغر، "مجموعه مقالات دیوار نگاری شهری"، تهران، موسسه فرهنگی هنری - هنر معماری قرن، ۲۶۵.
- [۸] نورویی، ستاره، ۱۳۸۴. "تقسیم‌بندی گرافیک محیطی"، مجله تندیس، شماره ۶۸، ۱۸.
- [۹] جمعی از نویسندگان مبلمان شهری، ۱۳۸۸. "مبلمان شهری ضرورتی برای سلامت شهروندان"، سرمایه، ۲۴.
- [۱۰] موسوی عراقی، مریم سادات، "نقش گرافیک محیطی در چشم‌انداز شهری"، پایان‌نامه، ۷۳-۷۸-۸۰-۸۲.
- [۱۱] ژان پیر، موره، ایوماری، آلن، ماری لیز، سابری، رضایی، حسین، مجابی، میرفخرالدین، رسول، محسن، ۱۳۷۳، "فضاهای شهری"، تهران، اداره کل روابط عمومی و بین‌المللی شهرداری تهران، ۲۶۱.
- [۱۲] استوار، مسیب، ۱۳۹۳، "هنر گرافیک محیطی"، تهران، انتشارات رازنامه، ۲۴.
- [۱۳] آزما، الهام، "گرافیک محیطی در شهر به مثابه میراث فرهنگی"، پایان‌نامه، ۶۸.
- [۱۴] بهزادفر، مصطفی، ۱۳۹۰، "هویت شهر"، تهران، موسسه نشر شهر، ۴۲-۱۵-۲۸-۳۱.
- [۱۵] دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۲، "لغتنامه"، تهران، دانشگاه تهران، ۵۹۰۸.
- [۱۶] افروغ، عماد، ۱۳۷۷، "فضا و نابرابری اجتماعی، ارائه الگویی برای جدگزینی فضایی و پیامدهای آن"، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۲۲۱.
- [۱۷] صفی‌زاده، فاروق، عبداللهی، شهرام، ۱۳۸۸، "صنایع دستی و هویت ملی"، تهران، انتشارات بوره‌کاهی، ۸۵.
- [۱۸] تولستوی، لئون، ۱۳۷۳، "هنر چیست"، تهران، امیرکبیر، ۵۴.
- [۱۹] مورتن، دوپیچ، ۱۳۷۴، "نظرها در روانشناسی اجتماعی"، تهران، دانشگاه تهران، ۲۱۳.
- [۲۰] گل محمدی، احمد، ۱۳۸۱، "جهانی شدن فرهنگ هویت"، تهران، نشر نی، ۲۳۸.
- [۲۱] بوکهارت، ۱۳۶۹، "هنر مقدس"، تهران، انتشارات سروش، ۷-۱۰.
- [۲۲] ریاضی، محمدرضا، ۱۳۷۵، "فرهنگ مصور اصطلاحات ایران"، تهران، مرکز انتشارات دانشگاه الزهراء(س)، ۲۳۹-۲۴۰.
- [۲۳] بلک، جرمی، گرین، آنتونی، ۱۳۸۳، "فرهنگ‌نامه خدایان، دیوان و نمادهای بین‌النهرین باستان"، تهران، انتشارات امیرکبیر، ۲۶۰.
- [۲۴] انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران، ۱۳۸۸، "مجموعه مقالات طراحی گرافیک"، تهران، انتشارات یساولی، ۸۹.
- [۲۵] مددپور، محمد، ۱۳۷۱، "حکمت معنوی و ساحت هنر"، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی(حوزه هنری)، ۳۵-۱۹۲.
- [۲۶] پاکباز، رویین، ۱۳۸۹، "دایرة المعارف هنر"، تهران، فرهنگ معاصر، ۷۷۰.