مطالعات محیطی هفت حصار شماره چهلم/ سال یازدهم/ تابستان ۱۴۰۱
صفحات ۷۲-۵۵

تحلیل نشانه‌شناختی علائم نوشتاری در مسیریابی محیط‌های شهری تهران[۱]

محمد زریابی*، حسین عابددوست**

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۳
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۴

چکیده

نظام‌های مسیریابی به‌عنوان بخشی از گرافیک شهری، از مهم‌ترین عناصر محیط‌های شهری است. عموماً عوامل نوشتاری در طراحی این نظام‌ها در نقش عنصر غالب ظاهر می‌شوند. این نشانه‌ها علاوه‌بر انتقال اطلاعات، می‌توانند به‌عنوان ابزاری گویا و خلاق، زیبایی و احساس مطلوب بصری و نیز ماندگاری تصویر را به ذهن مخاطب انتقال دهند. پرسش پژوهش آن است که کارکرد نشانه‌های نوشتاری در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران چیست و فرایند ارتباطی این نشانه‌های نوشتاری با مخاطب چگونه است. هدف از پژوهش حاضر، تحلیل نشانه‌شناختی نوشتار در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران در ارتباط با مخاطب است. در این راستا افزون‌بر بیان نقاط ضعف و قوت نوشتار در بازنمایی زبان و بازتاب زبانِ گفتار در سطح نخست دلالتی نوشتار؛ سطوح دلالتی خاص نوشتار (پیرازبانی و غیرزبانی) که در آن‌ها نوشتار از کیفیات دیداری خاصی برخوردار است، با معیار مبانی هنرهای دیداری مورد سنجش قرار می‌گیرد. برای نیل به این هدف، روش تحلیل نشانه‌شناختی متعلق به پارادایم تفسیری به‌عنوان فلسفه پژوهش، ابزار نظری و روشی مورد استفاده قرار گرفته است. رویکرد پژوهش استقرایی بوده، راهبرد پژوهش نمونه موردی است. رهیافت اصلی پژوهش تحلیل محتوای کیفی بوده و از نظر افق زمانی پژوهشی تک مقطعی صورت پذیرفته است. همچنین از لحاظ گردآوری داده‌ها، مبانی نظری و پیشینهٔ تجربی، مطالعه کتابخانه‌ای و از نظر جمع‌آوری داده‌های کیفی، پژوهشی میدانی محسوب می‌شود. ابزار گردآوری داده‌های کیفی در این پژوهش، مصاحبه و همچنین مستندات است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد در نمونه‌های موفق، نوشتار افزون‌بر انتقال معنای زبانی متن، به‌عنوان یک عنصر هویت‌ساز در فضاهای شهری در سطوح خاص دلالتی خود می‌تواند تأثیرگذار باشد و مخاطب شهری را به فهم حس تعلق مکانی و خاطره‌انگیزی نسبت به یک فضای شهری نائل گرداند؛ اما در تقابل با آن چالش‌هایی انتقال مفاهیم و معانی زبانی و بصری نوشتار را در ارتباط با مخاطب با مشکل روبرو می‌سازد که عبارتند از: ۱) فقدان (و یا) ضعف در بهره‌گیری از نشانه‌های نوشتاری فارسی برای ارتباط با مخاطب هدف و نوشتار لاتین برای ارتباط با مخاطب عام و همچنین خوانش دشوار قلم استعمال شده (در سطح زبانی نوشتار)؛ ۲) ضعف از لحاظ آرایش، چیدمان و صفحه‌آرایی نوشتارِ تابلوهای مسیریابی شهری (در سطح پیرازبانی نوشتار)؛ ۳.الف) عدم هماهنگی قلم‌های طراحی (و یا انتخاب شده) با یکدیگر و عدم تناسب آن با موضوع، مفهوم و کارکرد مکان شهری؛ ۳.ب) ضعف از لحاظ گزینش رنگ در نظام‌های مسیریابی؛ ۳.ج) شباهت نظام‌های مسیریابی به نمونه‌های دیگر و نداشتن روحیهٔ مستقل (در سطح غیرزبانی نوشتار). در جهت رشد و اعتلای وجوه ارتباطی و دیداری نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران بایست سطوح مختلف دلالتی در این نظام‌ها به‌عنوان اصلی مهم موردتوجه قرار گیرد. لزوم دوزبانه بودن نوشتار و ارجحیت بهره‌گیری از خط فارسی، به شکل مناسبی معنای صریح را به ذهن مخاطبان شهری متبادر خواهد ساخت. (سطح زبانی نوشتار) از سوی دیگر، توجه به چیدمان، هماهنگی عناصر نوشتاری با هم در تناسب با کارکرد مکان؛ همچنین کاربرد مناسب رنگ و لحاظ ویژگی‌های متمایزکننده نوشتار در این نظام‌ها به ایجاد حس مکان، زیبایی و دل‌بستگی برای مخاطب می‌انجامد که با معانی ضمنی نوشتار مرتبط است. (سطوح پیرازبانی و غیرزبانی نوشتار)

واژگان کلیدی

نشانه‌شناسی، نوشتار، نظام مسیریابی، تهران.

۱- مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، با عنوان "تحلیل کارکرد نوشتار در فرآیند ارتباط با مخاطب (مطالعهٔ موردی: بسته‌بندی‌های برگزیدهٔ رویدادهای سرو نقره‌ای و بسته‌ها)"، با راهنمایی دکتر حسین عابددوست، در دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان است.

* دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکدهٔ هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران zaryabim@gmail.com
** استادیار گروه گرافیک، دانشکدهٔ هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران (نویسنده مسئول) habeddost@guilan.ac.ir

ISSN: 2322-5602
©: IAUH
مقاله پژوهشی- مورد پژوهی

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

مقدمه و طرح مسئله

شهر یک وسیلهٔ ارتباط‌جمعی بسیار بزرگ است و بایست بدان به‌عنوان پدیده‌ای پر از معنا و اهمیت نگریست (مزینی، ۱۳۹۴: ۲۸۸؛ Huerta, ۲۰۱۰: 73). گرافیک شهری با بهره‌گیری از تایپوگرافی (حروف‌نگاری)، تصویر و نماد، به بیان ظرافت‌های زمان و مکان و بازگوئی داستان‌های فرهنگی و تصویری می‌پردازد؛ درحالی‌که هدف مکان را روشن ساخته و پیام معمارانه آن را منعکس می‌کند (Poulin, ۲۰۱۲: ۹). گرافیک شهری می‌تواند جذابیت یا آلودگی بصری را برای یک جامعه به ارمغان بیاورد و به تصویر شهر – به‌عنوان بخش پراهمیت از هویت بصری شهر – بیفزاید یا به آن آسیب رساند (Nasar & Hong, ۱۹۹۹: ۶۷۱). با وجود دامنهٔ فعالیت و تأثیرات گستردهٔ گرافیک شهری می‌توان کاربردهای اصلی آن را در چهار زمینه – به طور خلاصه – بیان نمود: ۱. کاربرد تبلیغاتی؛ ۲. کاربرد آموزشی؛ ۳. کاربرد هدایت، راهنمایی و مسیریابی؛ ۴. کاربرد تفننی (ایلوخانی، ۱۳۸۸: ۱۸؛ احمدی و وافی، ۱۳۹۵: ۱۵۸؛ صالحی، ۱۳۹۴: ۳). از این میان، نظام و علائم مسیریابی شهری به لحاظ کاربرد، تأثیر بیشتری بر مردم داشته و به دلیل استفاده از مفاهیم واضح، از مهم‌ترین عناصر محیط‌های شهری است (اسدالهی، ۱۳۹۷: ۴۱). واژهٔ مسیریابی در سال ۱۹۶۰ توسط طراح شهری به نام کوین لینچ[1] وضع شد (Farias & lena & Silva Gouveia Souza Gatto, ۲۰۱۱: ۳۳۳؛ لینگ وانگ، ۱۳۹۴: ۱۰۵) و آن را به‌عنوان «استفاده و سازمان‌دهی منسجم نشانه‌های حسی قطعی از محیط خارجی» تعریف نمود. امروزه حوزه‌های بسیاری چون طراحی گرافیک، معماری، معماری منظر و طراحی شهری در طراحی سیستم‌های مسیریابی نقش ایفا می‌کنند (تنینت و کویفو، ۱۳۹۴: ۱۱۴). آنچه روشن است نظام مسیریابی شهری، وسیله‌ای مؤثر برای ساختن هویت، خوانایی و تطابق با محیط محسوب می‌شود (مزینی، ۱۳۹۴: ۲۸۹) و بایست جریان انتقال پیام از علائم مسیریابی شهری به مخاطب را مورد مطالعهٔ دقیق قرار داد.

علائم مسیریابی شهری، با ساختن یک هویت و حس منحصربه‌فرد از مکان (Kusdiwanggo & B.Amiuza, ۲۰۱۹: ۲۰۱) و ایجاد تفاوت‌های معنادار، موجب ایجاد دلبستگی و خاطرهٔ ذهنی در مخاطب می‌شود (عاملی، ۱۳۹۶: ۲۵). دراین‌بین علائم مسیریابی شهری با خصوصیات منحصربه‌فرد، یگانه، در زمینهٔ خود قابل تشخیص و از نقاط زیادی قابل‌رؤیت، نشانه‌هایی بااهمیت در محیط شهری محسوب شده و تقویت‌کنندهٔ هویت شهری هستند (Lynch, ۱۹۸۴: ۲۵۱)؛ بنابراین سیمای شهر را تحت‌تأثیر قرار داده و اطلاعات، ارزش‌ها، احساسات و الگوهای رفتاری را به مخاطب شهری انتقال داده و در ذهن او نهادینه می‌سازند (مزینی، ۱۳۹۴: ۲۷۹). تایپوگرافی (حروف‌نگاری) در طراحی این علائم در نظام مسیریابی شهری، نقش بسزایی دارد (نیرون، ۱۳۹۲: ۱۷۸) که می‌تواند به‌عنوان بخشی از هویت و تلاش‌های ارتباطی موردتوجه قرار گرفته و به‌عنوان گفتمان در محیط شهری درک شود (Silva Gouveia & lena Farias & Souza Gatto, ۲۰۱۱: ۳۳۳). به‌واقع شهرها موزه‌ای اصیل بافته شده با رشته‌های الفباست که می‌توانند یاری کنندهٔ تفسیر دوباره‌ای از ساختار میراث شهرها باشند (Huerta, ۲۰۱۰: ۷۲).

شکل و ساختار هندسی حروف، همیشه در ذهن آدمیان القاکنندهٔ تجارب احساسی و زیبایی‌شناختی مختلفی بوده و مبنای مضمون‌آفرینی‌های متفاوتی در عرصه‌های گوناگون چون گرافیک شهری و به طور اخص نظام مسیریابی شهری را بنیان نهاده است (زمردی، ۱۳۹۲: ۱۳۰؛ عاملی، ۱۳۹۶: ۲۶). بدین‌جهت گفته می‌شود که در طراحی گرافیک، شکل حروف بیشترین نقش را در فرایند ارتباط ایفا می‌نماید (Mohamed & youssef, ۲۰۱۴: ۳۸). آن‌چنان‌که مخاطب شهری در مواجه با حروف در قالب علائم مسیریابی شهری، پیش از رمزگشایی کلمات در ساحت ادبیات و زبان، با شکل ظاهری حروف ارتباط برقرار می‌کند (افضل طوسی و انصاریان، ۱۳۹۴: ۷۲). به این صورت، کیفیاتی از خوانش تصویریِ حروف در ذهن مخاطب تحلیل شده که این خود مولد معناست (اُسروش، ۱۳۹۴: ۱۳۳). در همین راستا بایست به حروف در قالب نظام مسیریابی به‌عنوان نشانگر بصری و متنی که نشان‌دهندهٔ هویت بوده و اماکن شهری را از یکدیگر متمایز می‌کند نگریست (Naismith & O'Sullivan, ۲۰۱۱: ۱۳۴). این موضوع باعث ایجاد احساس تعلق مکانی و دلبستگی به محیط در مخاطب شهری شده و به فرد کمک می‌کند فراتر از معنای آشکار و معمول متن فعلی رود (عاملی، ۱۳۹۶: ۴۲؛ میرزایی‌نسب نهادان، ۱۳۹۲: ۱۱۵). بدین صورت معانی تلویحی ویژهٔ حروف می‌تواند به طرد احساسات منفی چون استرس، ترس، نگرانی و خشم ناشی از سردرگمی مکانی کمک نموده (لینگ وانگ، ۱۳۹۴: ۱۰۴) و موجبات آرامش، آسایش، نشاط، تحمل و استقامت انسان در محیط‌های شهری امروزی را فراهم آورد (اسدالهی، ۱۳۸۹: ۷). تقویت کاربرد نشانه‌ها در محیط شهری می‌تواند علاوه بر ارتقای تصویر ذهنی شهروندان و خوانایی فضای شهری، ماندگاری شهر را در ذهن مخاطب افزایش دهد. هدف پژوهش حاضر نیز – پیرو آنچه ذکر شد – تحلیل کارکرد و نقش نشانه‌های نوشتاری در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران و بیان نقاط ضعف و قوت این نشانه‌ها در سطوح مختلف دلالتیِ نوشتار (زبانی – پیرازبانی– غیرزبانی) است. تحلیل ارتباط مخاطب

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

شهری با سطوح مختلف دلالتی نوشتار در فضای شهری از دیگر اهداف تحقیق است. پرسشی که در این پژوهش مطرح می‌شود این است که نقش نشانه‌های نوشتاری در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران چیست و طراحان این نظام‌ها در بهره‌گیری از حروف تا چه میزان به دلالت‌های خاص و مستقل نوشتار توجه داشته و ویژگی‌ها و مفاهیم مکان و قلمروی خاص را در حروف بازنمایی کرده‌اند تا بدین ترتیب ایجادکنندهٔ احساس تعلق مکانی و دلبستگی به محیط در مخاطب شهری باشند. چگونگی ارتباط مخاطب شهری با تایپوگرافی در محیط شهری با تمرکز بر مسیریابی از دیگر موارد مورد توجه پژوهش حاضر است. باتوجه‌به ضرورت توجه نظام‌مند و تئوریک در حوزه نشانه‌شناسی نوشتار در فضای شهری و کمبود منابع علمی در این زمینه، هر گونه پژوهش در این زمینه به ویژه در مورد نمونه‌های موجود در شهر تهران حائز اهمیت است. بر این مبنا پژوهش حاضر از طریق مطالعه‌ای ترکیبی، مبانی نظری و تحلیلی مطالعه نشانه‌شناسی تایپوگرافی را پایهٔ تحلیل کیفی قرار داده و سعی بر این بوده است تا از طریق مطالعات میدانی مبانی نشانه‌شناسی تایپوگرافی در نظام مسیریابی شهر تهران را در ارتباط با مخاطب مورد تحلیل و مطالعه ترکیبی (کیفی -کمی) قرار دهد.

روش پژوهش

پژوهش فرایندی برای شناخت مجهولات و یا شناسایی پاسخ مسائل و راه‌حل مشکلات است. شناخت و فهم واقعیات و حقایق می‌تواند بر اساس روش‌های مختلفی صورت پذیرد که تحت عنوان روش‌شناسی از آن یاد می‌شود (گرجی و برخورداری، ۱۳۸۸: ۱۵؛ عاملی، ۱۳۹۲: پیشگفتار). پارادایم، استراتژی و روش پژوهشِ مناسب، بر اساس ماهیت موضوعِ پژوهش، سؤالات و اهداف آن و درجات آزادی در مداخله و کنترل عوامل مؤثر بر پدیده، مشخص و تعیین می‌گردد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۹). بر اساس مسئلهٔ پیش روی این پژوهش ابعاد مختلف آن بر پایهٔ یکی از جامع‌ترین روش‌ها و تقسیم‌بندی‌های پژوهش به نام پیاز پژوهش (Research Onion) ارائه گشته است (Thornhill & ewisSaunders, L, 130: 2019). در پژوهش حاضر، رویکرد نشانه‌شناختی، متعلق به پارادایم تفسیری به‌عنوان ابزار نظری و روشی مورد استفاده قرار گرفت. بر مبنای لایهٔ گزینه‌های پژوهش، مطالعهٔ حاضر از لحاظ گردآوری مبانی نظری و پیشینه‌های تجربی، مطالعه‌ای کتابخانه‌ای به روش فیش‌برداری و تصویرخوانی است و از نظر گردآوری داده‌های کیفی، پژوهشی میدانی محسوب می‌شود. برخی از داده‌های کمّی در پژوهش حاضر نیز به شیوهٔ کیفی و استدلال منطقی بررسی و تحلیل گشته است و با شواهد توصیفی مقایسه می‌گردد. رویکرد این پژوهش، استقرایی است. به‌طورکلی تحقیقاتی که با جمع‌آوری داده‌ها بر کاوش یک پدیده آغاز گردد و نظریه را تولید یا بسازد، بدان رویکرد استقرایی اطلاق می‌گردد (Saunders, Lewis & Thornhill 153: 2019). راهبرد پژوهش حاضر، مطالعه موردی است. شایان توجه است، در این نوع از پژوهش هرچند که داده‌های کمّی مورد استفاده قرار می‌گیرد، ولی معمولاً غلبه با داده‌های کیفی است (طالب، ۱۳۹۱: ۳۵۷). این پژوهش از نظر افق زمانی به‌صورت تک مقطعی صورت پذیرفته است. ابزار گردآوری داده‌های کیفی در مطالعهٔ حاضر، ارائهٔ پرسش‌نامه‌های باز و مصاحبهٔ عمیق بوده که این مهم بدین‌جهت صورت پذیرفت تا روشن شود مخاطبان ایرانیِ فارسی‌زبان نظام‌های مسیریابی شهری دربارهٔ نشانه‌های نوشتاری این نظام‌ها چگونه فکر نموده و با آن ارتباط برقرار می‌کنند و نیز مواجه و درک بصری آنان از این آثار چیست. با کاربرد این روش سعی بر استنتاج آماری نیست بلکه تلاش بر این است کارکرد نشانه‌های نوشتاری در نظام‌های مسیریابی شهری در ارتباط با مخاطب ایرانیِ فارسی‌زبان، به شکل عمیق مورد مطالعه قرار گیرد. در این روش، تعداد اندکی پرسش‌نامه برای دریافت نتایج مطلوب کفایت می‌کند (داوسون، ۱۳۹۰: ۳۸). نمونه‌های مورد پژوهش، نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران است. در این راستا ۲۵ نظام مسیریابی این کلان‌شهر مورد مصاحبهٔ عمیق و باز ۲۰ نفر از شهروندان تهرانی که به شکل هدفمند و روش گلوله برف (ارجاع زنجیره‌ای) انتخاب شده‌اند، قرار گرفت. با استفاده از مصاحبهٔ عمیق به مصاحبه‌شوندگان فرصت داده شد تا نظرات خود را به شیوه‌ای غیررسمی و آزاد در خصوص فارسی یا غیرفارسی بودن نظام‌ها، نشانه‌های ساختاربندی و آرایش متن و تأثیرات بصری تمامی نظام‌های مسیریابی موجود در این پژوهش بیان نمایند. پس از رسیدن به مرحله اشباع نظری در خصوص تمامی نظام‌های مسیریابیِ پژوهش، مصاحبه به پایان رسید. شایان توجه است رتبه‌بندی نظام‌های مسیریابی توسط جامعهٔ آماری با سه معیار کیفی خیلی خوب، خوب و متوسط انجام شد و در نهایت ۳ نمونه از نظام‌های مسیریابی محبوب و بسیار موردتوجه مخاطبان با رتبه‌بندی خیلی خوب، مورد تحلیل تئوری قرار گرفت.

پیشینهٔ پژوهش

مواردی را می‌توان به‌عنوان پیشینهٔ پژوهش حاضر بیان نمود. موسوی و شکور (۱۳۹۷) در مقالهٔ «بررسی نشانه‌های شهری با تأکید بر شناسایی هویت فضا (مطالعهٔ موردی: بلوار شهید چمران شیراز)» نتیجه حاصل می‌کنند که نشانه‌های شهری از مهم‌ترین عناصر یاری‌رسان در امر خوانش شهر و از عناصر مهم هویت‌بخشی در جامعه است. کریمی آذری و صفر نژاد (۱۳۹۵)

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

در کتاب «هویت در معماری مفهوم هویت و چگونگی حفظ و ارتقای آن از دیدگاه معماری و شهرسازی» بیان می‌دارند، در کلیهٔ طرح‌های معماری و شهرسازی بایست فرهنگ و ویژگی‌های آن را سرلوحه مطالعات قرار داد. درنظرگرفتن فرهنگ و هویت بومی هر منطقه، در ارتقای هویت و افزایش حس تعلق شهروندان نقش مؤثری دارد. میرزایی نسب نهادان (۱۳۹۲) در مقالهٔ «جایگاه گرافیک محیطی در هویت بصری شهر» اظهار می‌کند که گرافیک شهری در ایجاد فضایی مطلوب و دلنشین برای افراد جامعه نقشی مؤثر را داراست. همچنین گرافیک شهری باید نشان‌دهندهٔ هویت هر شهر باشد و طبق هویت تاریخی، فرهنگی و هنری آن مکان، طراحی شود. احمدی و وافی (۱۳۹۵) در مقالهٔ «تحلیل فضاهای شهری با رویکرد گرافیک محیطی (مطالعه موردی: محله چرخاب)» بیان می‌نمایند که گرافیک شهری باعث افزایش ادراک و شناختِ هویت دیداری یک سرزمین و یک فضای شهری می‌شود. اسدالهی (۱۳۹۷) در کتاب «طراحی گرافیک محیطی» بیان می‌دارد، حضور تابلوها، آیینهٔ تمام‌نمای عوامل گوناگونی است که در نزدیک‌ترین سطح ادراک جامعه قرار می‌گیرند و نشان از قوت و ضعف عناصر مختلف شهر و حتی فرهنگ امور جامعه دارند. نایسمیس و اُ سلیوون (۲۰۱۱) در مقالهٔ «نوشتار – فضا: ترجمان حروف‌نگاریِ مکان شهری» نتیجه می‌گیرند که یک رابطهٔ ذاتی بین فرم حروف‌نگاری و محیط‌های ساخته شده وجود دارد. سیلوا گُویلا، لن فاریاس و سوزا گاتو (۲۰۰۹) در مقالهٔ «حروف و شهرها: خوانش محیط شهری با کمک نظریه‌های ادراک»، نتیجه می‌گیرند که یک روش‌شناسی ایده‌آل برای بررسی مناظر حروف‌نگاری، باید لزوماً شامل دستورالعمل‌های مناسب برای جمع‌آوری و طبقه‌بندی داده‌ها و همچنین روش‌های مناسب برای تجزیه، تحلیل و تفسیر باشد. داده‌های جمع‌آوری شده باید به شناسایی ویژگی‌های فرهنگی و مقایسه نمونه‌هایی که در مکان‌های گوناگون و در زمان‌های مختلف رخ می‌دهد، کمک کند. کامران (۱۳۸۶) در مقالهٔ «نشانه‌شناسی تبلیغات شهری در ایران (با تأکید بر بیلبوردهای سطح شهر تهران)» به بررسی کلیشه‌ها و اسطوره‌های حاکم در تبلیغات ایران پرداخته و نتیجه حاصل می‌کند، بخشی از این اسطوره‌ها مختص فرهنگ و جامعه ایرانی و ویژگی‌های مربوط به این بافت بوده و بخشی دیگر متأثر از اسطوره‌های فراملی و منطقه‌ای است و به‌گونه‌ای جهان‌شمول محسوب می‌شوند. سجودی (۱۳۹۸) در کتاب «نشانه‌شناسی نظریه و عمل: مجموعه مقالات» در مقاله‌ای با عنوان «نشانه‌شناسی نوشتار: با نگاهی به رسانه، ادبیات و هنر خوشنویسی» به بررسی دیدگاه‌های برخی زبان‌شناسان در خصوص نوشتار اشاره نموده و با نقد آن دیدگاه‌ها، به دلالت‌های ناشی از وجه دیداری نوشتار می‌پردازد. دمیرچیلو و سجودی (۱۳۹۰) در مقالهٔ «تحلیل نشانه‌شناختی تایپوگرافی فارسی» نتیجه می‌گیرند که مطالعه حروف‌نگاری بیش از هر چیز، بررسی کنش‌هایی است که به تولید معنا می‌پردازند، کنش‌هایی که واسطه آن‌ها متن نوشتاری است. باتوجه‌به مطالعهٔ پیشینه، پژوهش مستقلی به تحلیل نشانه‌شناختی نوشتار در نظام مسیریابی کلان‌شهر تهران انجام نپذیرفته و نگارنده پژوهشی در این حوزه مشاهده نکرده است.

مبانی نظری پژوهش

طراحی گرافیک محیطی

اصطلاح طراحی گرافیک محیطی ترجمهٔ hic DesignEnvironmental Grap است. این لفظ بر نگاه بصری به محیط یا نگرش گرافیکی به محیط دلالت دارد (ایلوخانی، ۱۳۸۸: ۱). جامعهٔ گرافیک دیزاینرهای محیطی، طراحی گرافیک محیطی را دربرگیرندهٔ رشته‌های بسیاری چون طراحی گرافیک، معماری، معماری داخلی، طراحی منظر و طراحی صنعتی معرفی می‌نماید. همهٔ این رشته‌ها به جنبه‌های بصری مسیریابی، اطلاعات و هویت ارتباطی و شکل دادن به ایدهٔ مکان توجه داشته و تجربه‌هایی را می‌آفرینند که مردم را به محیط پیوند دهند (صالحی، ۱۳۹۴: ۱۰). گرافیک محیطی در فضاهای مختلف شهری نقش بسیار مؤثری را داراست و از جنبه‌های گوناگون مورد توجه است (Eshghzadeh Torbati, ۲۰۱۸: ۱۹۴۹). لینچ طراحی گرافیک محیطی را رشته‌ای مرتبط با سه مؤلفهٔ یک مکان تعبیر می‌کند: ۱) تعیین هویت، به‌منظور تمایز محیط از محیط‌های دیگر؛ ۲) تعیین مسیر، به‌گونه‌ای که هر محیط در زمینهٔ پیرامونش بتواند یافته شود؛ ۳) تفسیر، مرتبط با به مشارکت گذاشتن اطلاعات مربوط به محیطی که زمینه‌اش را در حوزهٔ وسیع‌تری از جامعه تفسیر می‌کند. این سه مؤلفه با یکدیگر عمل نموده تا تصویر مکان را ارتقا دهند و حسی از خانه را در مخاطب برانگیزند (صالحی، ۱۳۹۴: ۹). گرافیک محیطی دامنهٔ گسترده و تأثیرات متفاوتی را داراست. گاه به صورت تبلیغ یک کالا یا جریان تجاری و یا فکری عمل نموده، گاه کاربرد آموزشی داشته و با آموزش و فرهنگ‌سازی در تلاش است تا اندازه‌ای مشکلات گوناگون و پیچیدهٔ شهروندان در ارتباط با زندگی امروزی در شهرها را

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

کاهش دهد. همچنین با علائم تصویریِ گویا و صحیح در قالب سیستم‌های مسیریابی، کاربردی هدایتی و راهنمایی داشته و بسیاری از پرسش‌ها را به مخاطبان به هنگام رؤیت تصویری، به شکلی روشن و در سریع‌ترین زمان ممکن پاسخ می‌دهد. مازاد بر این می‌تواند با تغییر محیط‌های یکنواخت و کسل‌کننده، محیط‌هایی جذاب، متنوع و زیبا را خلق کرده و شهروندان را از وضعیت کسل‌کنندهٔ امروزی خارج نموده و کمک کند محیط‌های شهری کارا، زیبا و خاطره‌انگیز جلوه کنند (ایلوخانی، ۱۳۸۸: ۱۷– ۲۹). از میان کاربردهای گرافیک محیطی، کاربرد هدایتی و راهنمایی به لحاظ اهمیت کاربرد و اثرگذاری در محیط‌های شهری، شایان توجه است. عوامل نوشتاری عموماً به عنوان عنصر غالب در این نظام‌های هدایتی و مسیریابی عمل می‌کنند. در این پژوهش عوامل نوشتاری در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران در ارتباط با مخاطب با ابزار نظری و روشی نشانه‌شناختی مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

نشانه‌شناسی در بستر شهر و تفسیر نشانه‌شناختی نوشتار در نظام‌های مسیریابی شهری

نشانه‌شناسی در بستر شهری، ضمن آشکارسازی ایدئولوژی‌های پنهان، به شرح پروژه‌های شهری جدید پرداخته و به تعامل پویا مابین «خود» و محیط شهری؛ به‌ویژه نقش فرد در تغییر محیط و معانی آن تأکید دارد. زمینهٔ حاضر، به مطالعهٔ نشانه‌هایی که به شهر تعلق داشته یا به طور مستقیم با شهر در ارتباط است، می‌پردازد (عظیمی فرد، ۱۳۹۲: ۱۹۴). در این راستا، زبان‌شناسان و نشانه‌شناسان گوناگونی محض تفسیر نشانه‌شناختیِ نوشتار، نظریات مختلفی را ارائه نموده‌اند که می‌توان آن‌ها را در ارتباط با گرافیک شهری و به طور مشخص نظام مسیریابی شهری به کار بست. در این پژوهش، چارچوب نظری (نمودار ۱) بر اساس نظریه سطوح دلالت در نوشتار (زبانی/ پیرازبانی/ غیرزبانی) با تأمل انتقادی بر نظریات هالیدی[۲] و سوسور[۳] و باتوجه‌به نظریات تقسیم‌بندی سه‌گانهٔ نشانه از پیرس[۴] (نماد/ نمایه/ شمایل) و سطوح مختلف معنا از بارت[۵] (صریح/ ضمنی) شکل می‌پذیرد. حال به شرح سه سطح تحلیلی پژوهش و تبیین نظام التقاطی از نظریات عنوان شده پرداخت خواهد شد.

سطح زبانی نوشتار: در سطح زبانی به‌عنوان نخستین سطح دلالت در نوشتار، نظام نشانه‌ای به بیان معنا در سطح انتزاعی زبانی (گفتار) پرداخته و بر اساس رمزگان – یا همان قراردادهای پیشینی – امکان دریافت متن فراهم می‌شود (دمیرچیلو و سجودی،۱۳۹۰: ۹۶). در این سطح از دلالت، نوشتار تنها ابزار بیان است و چگونگی نگارش حروف تأثیری در دریافت معنا ندارد. یعنی تا جایی که در علائم مسیریابی شهری برای مثال کلمهٔ «خروج»، «خروج» دریافت شود؛ با هر قلم، رنگ یا اندازه‌ای که باشد در سطح معناشناسی زبانی تفاوتی ایجاد نمی‌کند. سطح دلالت زبانی در نوشتار، عمدتاً در تقسیم‌بندی سه‌گانهٔ پیرس در نوع نماد (نمادین) قرار می‌گیرد. پیرس معتقد است «نماد»، نشانه‌ای قراردادی یا اختیاری است (نرسیسیانس، ۱۳۹۶: ۱۶۵؛ مارتین و رینگهام،۱۳۹۷: ۱۶۵). نماد، بدون توجه به هرگونه شباهت یا مقایسه با موضوع و پیوند با آن، به‌واسطهٔ «یک قاعده» به موضوع ارجاع می‌دهد که می‌بایست آن را یاد گرفت. زبان از جمله نظام‌های نمادین است. حروف الفبا، کلمه‌ها، جملات، عبارات و اعداد همگی نشانه‌هایی از نوع نماد محسوب می‌شوند (چندلر، ۱۳۹۷: ۶۸–۶۹؛ سجودی،۱۳۹۸: ۲۸). سطح زبانی در نوشتار همچنین در نظریهٔ سطوح مختلف معنا از بارت در سطح معنای صریح جای می‌گیرد. معنای صریح، در واقع رابطهٔ «ارزش صوری» ای است که بین نشانه و مرجع برقرار می‌شود. معنای صریح چیزی نیست که بتوان آن را کاملاً مشخص کرد؛ معنای صریح یک تعمیم است (دانسی،۱۳۹۶: ۵۳). در واقع در سطح دلالت صریح، تمایل به ارائهٔ معنایی «معین»، «آشکار»، یا «مطابق عقل سلیم» وجود دارد (چندلر،۱۳۹۷: ۲۱۰). در ارتباط با جستار حاضر نیز معنای صریح نوشتار از طریق مناسبات زبانی و مرتبط با ادراک زبان‌شناسی مخاطب در ذهن وی شکل می‌گیرد. واقعیت این است که مخاطب با دیدن هر یک از علائم شهری، خواه‌ناخواه، علاوه بر معنای زبانیِ نوشتار اثر، معناهایی فراتر از رمزگشایی کلمات در ساحت زبان دریافت خواهد کرد (اُسروش، ۱۳۹۴: ۱۳۲). بدین ترتیب می‌توان پی برد، همهٔ دلالت متنی فقط در این سطح اتفاق نمی‌افتد.

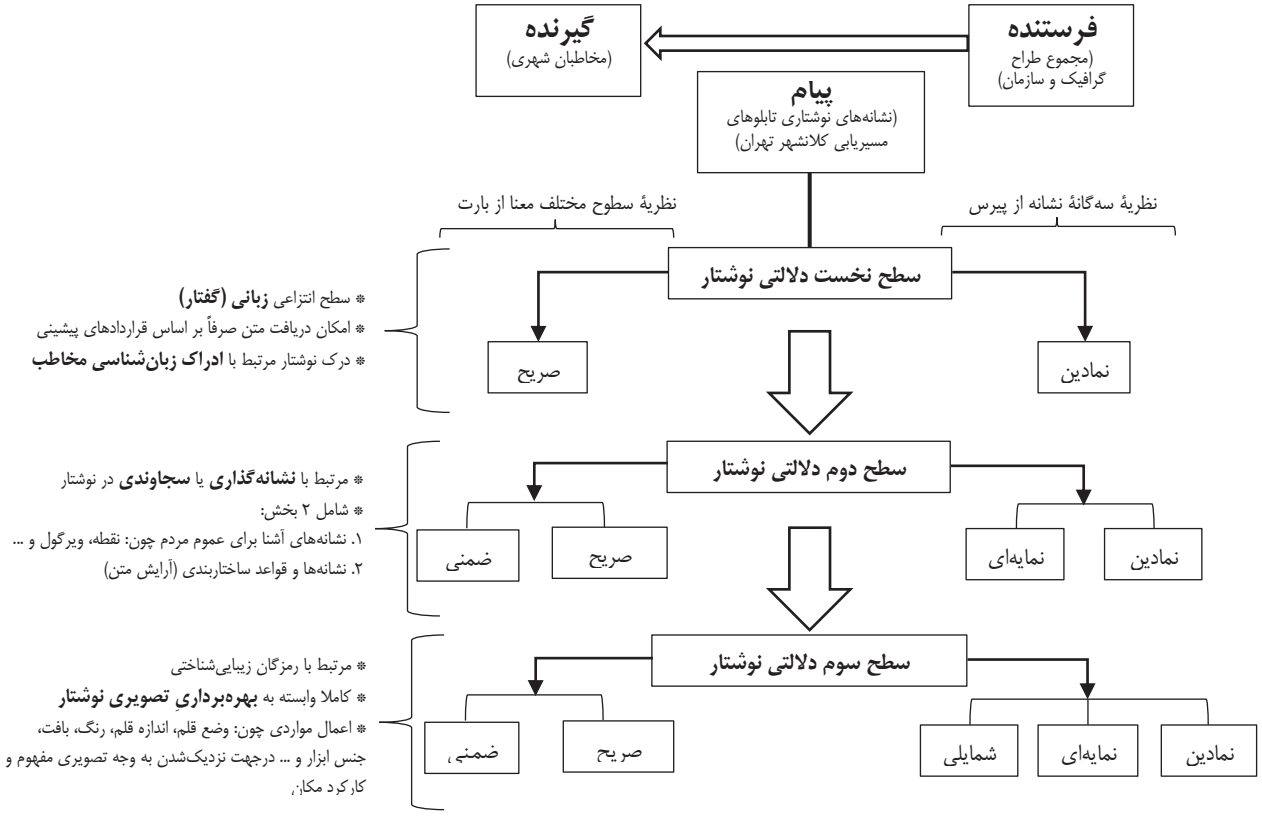
سطح پیرازبانی نوشتار: سطح دومِ سطوح دلالت در نوشتار، دلالت‌های پیرازبانی بوده که به نشانه‌گذاری یا سجاوندی در نوشتار مرتبط است. سجاوندی یا نشانه‌گذاری، به‌کارگیری نشانه‌هایی قراردادی است که سبب درست‌خوانی، فهم راحت و دقیق مطالبی می‌شود که ممکن است به دلیل غیبت گوینده، به ابهام یا کژتابی خواننده منجر شود (نیکوبخت و قاسم زاده، ۱۳۹۸: ۱۴). نشانه‌گذاری به‌طورکلی شامل دو بخش است. بخش اول، شامل مجموعه نشانه‌هایی است که عموم مردم امروزه با آن‌ها آشنا هستند؛ مثل: نقطه (.)، ویرگول(،)، نقطه–ویرگول (؛)، دو نقطه (:)، نقل‌قول («»)، نشانه پرسش (؟)، نشانه تعجب (!)، دوکمان یا پرانتز ( )، خط فاصله (–) و ... (احمدپور،۱۳۷۶: ۸۸). بخش دیگر، شامل نشانه‌ها و قواعدی است که بدان نشانه‌های ساختاربندی یا نشانه‌های نانوشته (غیر دیداری) اطلاق می‌شود که حضور آن‌ها به طور ملموس قابل حس است. در واقع این

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

مهم، همان دستورالعمل‌هایی است که صفحه‌پردازان پیش از آماده‌سازی نهایی، بر متن اعمال نموده که در علم ویرایش با نام «آرایش متن» تعبیر می‌شود. نشانه‌های ساختاربندی متن عبارت‌اند از: ۱. نشانه‌های پاراگراف‌بندی؛ ۲. نشانه‌های تیتربندی؛ ۳. نشانه‌های سطح‌بندی زبانی؛ ۴. نشانه‌های برجسته‌سازی (نیکوبخت و قاسم زاده، ۱۳۹۸: ۸۳). سطح دلالت پیرازبانی در نوشتار در تقسیم‌بندی سه‌گانهٔ پیرس در دو نوع نمادین و نمایه‌ای به چشم می‌خورد. به عبارتی در این سطح، به واسطهٔ بخش اول که میان صورت و معنا رابطه‌ای کاملاً قراردادی و مبتنی بر عرف و سنت (همرستینگل، ۱۳۹۸: ۳۴) وجود دارد، بایست نشانه‌های این بخش را، نشانه‌هایی نمادین دانست. درواقع در طراحی علائم مسیریابی شهری تهران، نمی‌توان ترکیبی با شکل «نیا(یش شما-ر)ه۵» را قابل‌قبول دانست ولی عبارت «(نیایش- شماره۵)» مورد تأیید است. همچنین در عبارت مذکور نمی‌توان بر اساس قوانین و قواعد تمییزکنندهٔ وضع شده، به‌جای دو هلال یا پرانتز ( ) که نشانه‌ای دربرگیرنده و جداساز محسوب می‌شود از نشانه‌ای چون پرسش یا استفهام (؟) بهره جست. گفتنی است در بخش نخست، دلالت‌های پیرازبانی فقط به واسطهٔ همین تمایز به دلالت می‌پردازد و رنگ، بزرگی، تفاوت قلم و ... در کارکرد آن تأثیری ندارد که بدین ترتیب در نظریهٔ سطوح مختلف معنا از بارت نیز معنای صریح را متبادر می‌سازد. اما در بخش دومِ دلالت‌های پیرازبانی، نشانه‌ها در دو نوع نماد و نمایه- تمرکزش بر توجه بر اساس رابطه‌ای عِلّی بین صورت و معنی- (چندلر، ۱۳۹۷: ۷۲) قابل فرض است. در حقیقت در این بخش، نشانه‌های ساختاربندی متن با وجود دستورالعمل‌ها و قوانین برای آرایش متن، از نشانه‌های بخش اول، از جهت قواعد و چارچوب‌های وضع شده در سطح پائین‌تری قرار می‌گیرد. به شکلی که در این گروه، طیفی از قاعده تا سلیقه عمل می‌کنند (سجودی، ۱۳۹۸: ۳۰۰). به‌این‌ترتیب در طراحی علائم مسیریابی شهری، در این بخش، معنای متن، نوع مخاطب و سلیقهٔ طراح گرافیک شهری، در طرح نهایی می‌تواند تأثیرگذار واقع شود (دمیرچیلو و سجودی، ۱۳۹۰: ۹۶). در تکمیل این بخش بایست اشاره شود که نشانه‌های ساختاربندی متن (بخش دوم دلالت‌های پیرازبانی) بر اساس نظریهٔ سطوح مختلف معنا از بارت، بیشتر در حیطهٔ دلالت‌های ضمنی عمل می‌کند تا مستقیم و صریح. طراحان گرافیک شهری، با «آرایش متنِ» علائم مسیریابی شهری، در این بخش می‌توانند حس مفهومی خاصی در مخاطب پدیدآورند و فضای متفاوتی را برای وی به نمایش گذارند که این مهم همانا متبادر کنندهٔ معنای ضمنی به ذهن مخاطب است (کریستین، ۱۳۹۶: ۸۲).

سطح غیرزبانی نوشتار: سطح سومِ سطوح دلالت در نوشتار، دلالت‌های غیرزبانی است. در این سطح از دلالت، تولید معنا توسط نوشتار علاوه بر رمزگان زبان، به سطوح گسترده‌تری از رمزگان‌های فرهنگی، ازجمله رمزگانِ زیبایی‌شناختی مرتبط است. این سطح از دلالت، کاملاً وابسته به بهره‌برداریِ تصویری نوشتار است (دمیرچیلو و سجودی، ۱۳۹۰: ۹۶-۹۷). در این راستا، نوشتار در جهت حساسیت بخشیدن به فرم و محتوا و نزدیک شدن به وجه تصویری مفهوم موردنظر حرکت می‌کند. یک طراح گرافیک شهری نیز، با وضع قلم و اعمال تغییراتی در اندازه قلم نسبت به کادر، فاصلهٔ خطوط و کلمات، سطربندی، رنگ، بافت، جنس ابزار و بسیاری جزئیات دیگر (اُسروش، ۱۳۹۴: ۱۳۲)، از نوشتار به‌عنوان ماده‌ای برای شکل‌دادن به فضای دیداری و شمایل‌نگاری بهره برده و در مجموع نظام نشانه‌ای دیداری‌ای را می‌سازد که در این سطح عمل می‌کند (سجودی، ۱۳۹۸: ۳۰۳). مخاطب شهری، هنگام گشت‌وگذار در شهر، با حروف، اعداد و سمبل‌ها محاصره می‌شود و این عناصر بخشی از محیط پر از علائم در اشکال و اندازه‌های مختلف را تشکیل می‌دهد که برای توجه وی رقابت می‌کنند (Silva Gouveia lena Farias & Souza Gatto, & ۲۰۱۱: ۳۳۳). طراح گرافیک شهری می‌تواند با بهره‌گیری مناسب از حروف در نظام مسیریابی شهری، هم‌سو با کاربرد آن در مکان و محیط شهری و مبتنی بر شخصیت و ویژگی‌های خاص مکان (اسدالهی، ۱۳۹۷: ۱۳؛ بقاپور، ۱۳۸۶: ۱۴۳؛ عاملی، ۱۳۹۶: ۲۵)، در این سطح دلالتی، سبب برقراری رابطهٔ احساسی بین منظر و ناظر و در نتیجه، القای حس مکان و تعلق خاطر به محیط در مخاطب شهری گردد (امین زاده، ۱۳۹۸: ۱۲۲؛ درسخوان، ظفری و حسینی، ۱۳۹۲: ۱۵۳). حال، بر اساس آنچه گفته شد می‌توان دلالت‌های این سطح از نوشتار (غیرزبانی) را در تقسیم‌بندی سه‌گانه از پیرس در نوع شمایلی دانست. هرچند به دلیل گستردگی تکنیک‌ها، نشانه‌های نوشتاری در این سطح می‌توانند نمادین، نمایه‌ای و شمایلی باشند. در شرح نشانه‌های شمایلی بایست اشاره شود که این نشانه‌ها دارای شفافیت معنایی‌اند (عظیمی فرد، ۱۳۹۲: ۱۱۱) که مخاطب با رؤیت آن، به تشابه برخی از کیفیات موضوع با نشانهٔ مفروض پی می‌برد و به نسبت نماد و نمایه احساس می‌کند به واقعیت نزدیک شده است (چندلر، ۱۳۹۷: ۷۱). همچنین گفتنی است سطح غیرزبانی نوشتار در نظریهٔ سطوح مختلف معنا از بارت در سطح معنای صریح و ضمنی جای می‌گیرد؛ به‌طوری‌که طراح توجه مخاطب شهری را به ماهیتی دیگر جلب می‌کند که ورای معنای زبان‌شناختی نوشتار به‌صورت مفهوم ثانویه همراه با صورت آن در ذهن شکل می‌گیرد (حق‌بین، ۱۳۸۹: ۸۶).

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]



نمودار ۱- چارچوب نظری پژوهش

بحث و تحلیل آثار

تحلیل نشانه‌شناختی نوشتار در نظام مسیریابی راه‌آهن شهری (مترو) تهران و حومه

راه‌آهن شهری (مترو)، یکی از سریع‌ترین سیستم‌های حمل‌ونقل است که روزانه افراد زیادی برای رسیدن به مقصد از آن استفاده می‌کنند (نیرون، ۱۳۹۲: ۱۷۲). کارایی این سیستمِ حمل‌ونقل عمومی، علاوه بر متروها و زیرساخت آن‌ها، به طراحی سیستم اطلاعات نیز بستگی دارد (شرکت بهره‌برداری ...، ۱۳۸۶: URL). نشانه‌ها و نوشته‌های راهنمای بصریِ واضح و مناسب، ضمن کاهش ۵۰ درصدی اطلاع‌رسانیِ شفاهی کارکنان و صرفه‌جویی در وقت ایشان، سرعت جابه‌جایی مسافران را نیز می‌افزاید. اینجاست که اهمیت طراحی نظام مسیریابی راه‌آهن شهری (مترو) مشخص می‌شود (سپهر، ۱۳۸۹: ۲۲). در همین راستا، نظام مسیریابی راه‌آهن شهری (مترو) تهران و حومه، برای بالابردن کیفیت سفر و سرعت و قابلیت مسافران در جابه‌جایی، در سال ۱۳۸۷ توسط مسعود سپهر و پدرام حربی طراحی گشته است (اسدالهی، ۱۳۹۷: ۱۲). این نظام مسیریابی یکی از بسترهای حضور قدرتمند نوشتار در فضای شهری تهران بوده که در سطوح مختلف دلالتی قابل تفسیر است. نوشتار به‌عنوان یک نیاز ضروری شهر، یکی از ابزارهای ایجاد زیبایی و حس مطلوب دیداری در شهر است و تعامل فکری و حسی با مخاطب دارد؛ بنابراین نوشتار را می‌توان به‌عنوان یک هسته اطلاعاتی منفرد و یا به‌عنوان یک جریان پیوسته بصری مورد تحلیل قرار داد. تصویر (۱)، یکی از تابلوهای «راهیابی در مسیرِ» راه‌آهن شهری (مترو) تهران است. در سطح زبانی، ارتباط به‌واسطهٔ رمزگذاری و رمزگشایی متون با استفاده از مجموعه علائم و رمزگان زبان فارسی و انگلیسی برقرار می‌گردد. در این سطح آنچه ضرورت دارد خوانایی، رؤیت‌پذیری، درک و دریافت، در زمانی هرچه کوتاه‌تر است؛ زیرا زمان نقش مهمی در زندگی شهری دارد و به همین خاطر، خوانایی در زمانی کوتاه، برای افراد بسیار مهم است (نیرون، ۱۳۹۲: ۱۷۲-۱۷۳). اما در مقابل، ناخوانایی علائم و تابلوهای راهنمای شهری، می‌تواند سبب شکل‌گیری فضاهایی ناخوشایند برای زندگی شهری گردد (میرزایی نسب نهادان، ۱۳۹۲: ۱۱۴) امروزه خوانایی بخش جدایی‌ناپذیری از طراحی نوشتار است. به همین دلیل در طراحی نظام مسیریابی شهری،

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

مهم‌ترین نقطهٔ شروع، اطمینان حاصل نمودن از برطرف‌شدن پیچیدگی‌های ذاتی حروف تلقی می‌گردد. اشکال کاراکترهای حروف تاحدامکان ساده‌سازی می‌شوند تا از نظر خوانایی حداکثر اطمینان حاصل گردد (Boutros, ۲۰۱۷: ۱۴۴) تا متعاقب آن مخاطب شهری بر اساس ادراک زبان‌شناختی خود در این سطح، قادر به خوانش آسودهٔ حروف – این نشانه‌های نمادین (قراردادی)– گردد. این ویژگی‌ها در تصویر شماره ۱ دیده می‌شود. در این تابلوی راه‌آهن شهری تهران در سطح زبانی، اطلاع‌رسانی ایستگاه فعلی «محمد شهر (ماهدشت)» و جهت حرکت «خط ۵– به سمت: تهران (صادقیه)» به دو زبان فارسی و انگلیسی به مخاطب شهری انجام شده ولی نمود بصری نوشتار در این سطح از فرایند اطلاع‌رسانی و همچنین برقراری ارتباط دخیل نبوده است. در واقع در این سطح صرفاً دریافت متن توسط مخاطب شهری بر اساس رمزگان زبانی کفایت می‌کند؛ با هر قلم و رنگ و اندازه‌ای که باشد.

وظیفهٔ طراح گرافیک شهری این است که به جریان اطلاعات صراحت بخشد و آن را به نظم درآورد (مزینی، ۱۳۹۴: ۲۸۹). سجاوندی یا نشانه‌گذاری، به‌کارگیری نشانه‌هایی قراردادی است که در سطح دوم سطوح دلالتی نوشتار می‌توانند موجب نظم، ترتیب و پیوستگی نوشتار و سرانجام خواندن درست و فهم آسان آن توسط مخاطب شهری گردند. در حقیقت نشانه‌گذاری، دانش به‌کارگیری نماد و نشانه‌هایی است که برای راهنمایی چگونه خواندن، تدوین شده‌اند و در دو بخش عمل می‌کنند (نیکوبخت و قاسم‌زاده، ۱۳۹۸: ۱۳). در تابلوی مورد مطالعهٔ راه‌آهن شهری تهران بر مبنای دانش نشانه‌گذاری، در بخش اول نشانه‌های کمانک یا دو هلال ( ) ، دونقطه : و خط فاصله – به‌کارگرفته‌شده است که هرکدام نقش مهمی را در بهبود خوانایی و آراستگی نوشتار ایفا می‌کنند. قرارگرفتن کلمات «ماهدشت» و «صادقیه» در داخل دو هلال که یکی از نشانه‌های دربرگیرنده و جداساز محسوب می‌شود، برای توضیحات اضافه بر متن به‌کاررفته است. نماد خط فاصلهٔ پس از کلمهٔ «خط ۵»، کاربرد جداکننده را داراست. همچنین، دونقطه پس از عبارت «خط ۵– به سمت» نقش جداساز، مکث موقت و شرح عبارت قبل خود را ایفا می‌نماید. کارکرد تمامی نشانه‌های نگارشی در بخش اولِ سجاوندی یا نشانه‌گذاری، از قبیل نشانه‌های مذکور در این تابلو، صرفاً بسته به جایگاه افتراقی آن‌ها در نظام زبانی درک می‌شوند؛ برای مثال تمایز : از ( ). در این بخش از دلالت همچنان تفاوت در رنگ، بزرگی و تفاوت قلم در کارکردشان تأثیری ندارد. حال علاوه بر این بخش از دلالت پیرازبانی، طراحان گرافیک شهری ترفندهایی را برای آرایش متن به کار می‌گیرند که در بخش دوم دلالت‌های پیرازبانی یعنی نشانه‌های ساختاربندی قابل طرح است. به عبارتی، هر متن، از اجزای مختلفی ساخته شده و تفکیک این اجزاء از نظر نگارش، در فهم، درک و جذب مخاطب بسیار مؤثر است؛ طراح گرافیک شهری در این بخش می‌کوشد با اعمال ترفندهایی که در حوزهٔ نوشتارِ فضای راه‌آهن شهری عمدتاً از نوع برجسته‌سازی است، بر کاربرانِ در حال گذر از ایستگاه‌ها، تأثیرگذار واقع گردد. در این بخش ترفندهای اعمال شده در تابلوی حاضر عبارت‌اند از: ۱. تحریر نام ایستگاه فعلی درشت‌تر از شماره خط و ایستگاه دیگرِ در مسیر حرکت؛ ۲. تحریر درشت‌تر نام ایستگاه فعلی به زبان فارسی نسبت به‌عنوان انگلیسی؛ ۳. استفاده از حروف با رنگ سفید بر پس‌زمینهٔ رنگیِ متفاوت، میان قسمت بالائی و پایینی طرح. آنچه روشن است در این تابلو، طراحان، ضمن استفاده از نشانه‌های برجسته‌نمایی که با منطق نوشته و رعایت اصول زیبایی‌شناسی همراه است، از استفاده افراطی از این نشانه‌ها که سبب مغشوش شدن متن می‌گردد نیز اجتناب کرده‌اند بدین ترتیب طراحان به‌خوبی توانسته‌اند با اعمال نشانه‌های مذکور ورای معنای صریح نوشتار، حس مفهومی خاصی در مخاطب راه‌آهن شهری، پدید آورند و فضای متفاوتی را برای او به نمایش گذارند و متبادر کنندهٔ معنای ضمنی در این سطح به ذهن مخاطب شهری گردند. اما تمامی ارتباط به سطوح زبانی و پیرازبانی محدود نمی‌ماند و بایست سیر تولید و دریافت معنا را در سومین سطح دلالتی یعنی دلالت‌های غیرزبانی پی گرفت.

در سطح غیرزبانی، طراح گرافیک شهری می‌تواند با اشراف به ویژگی‌هایی که یک مکان خاص دارای آن است، به بهره‌برداری از حروف در جهت ارتباط با موضوع و بازتاب کیفیات بصری و مفهومی مکان پردازد و جلوه‌ای متمایز از مکان را نسبت به اماکن دیگر در ذهن مخاطب شهری به وجود آورد. در این راستا و بر مبنای این اصل، تشخیص هویت راه‌آهن شهری تهران با بهره‌گیری از نوشتار، پدیده را به موجودی آشنا و خودمانی تبدیل کرده، از تنش روانی مخاطب شهری در مواجه با عینیت آن می‌کاهد. به‌تبع آن، احساس تعلق خاطر به مکان در مخاطب رشد می‌نماید و در ایجاد خاطرات و تداعی‌ها به این احساس دامن می‌زند. این مهم در تابلوهای راهنما با بهره‌گیری از قلم ترافیک فارسی در کنار قلم هلوتیکای لاتین انجام گرفته است. قلم ترافیک همان‌طور که از نامش پیداست برای تابلوهای راهنمای شهری توسط محمدرضا بقا پور طراحی شده است (بقا پور، ۱۳۹۷: ۱۴۹). در مقابل قلم هلوتیکا به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین حروف بین‌المللی با فرم‌هایی واضح و ریتم ممتازِ مثبت و منفی توسط ادوارد هافمن و ماکس میدینگر طراحی گشته است (Meggs & Purvis, ۲۰۱۲: ۳۷۷). این دو قلم با استخوان‌بندی،

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

ویژگی‌های ضخامتی و فواصل همگون، به‌خوبی در نظام مسیریابی شهری گزینش شده‌اند و ویژگی‌های فرمیک خود را که متناسب با فضای شهری است در این سطح نمایان می‌سازند. این انتخاب، به انضمام صفحه‌آرایی و تولید نوشتارِ تابلوی موردمطالعه و سایر تابلوهای راه‌آهن شهری تهران با اصولی واحد، منجر شده تا علائم و تابلوها، کارایی و نیروی مؤثر خود را از دست ندهند و این رکن مهمِ چهرهٔ هویت راه‌آهن شهری تهران، به قوت خود باقی بماند و به‌عنوان ماده‌ای برای شکل‌دادن به فضای بصری و شمایل‌نگاری در این سطح عمل کند.



تصویر ۱- تابلوی نظام مسیریابی مترو تهران و حومه (مأخذ: اسدالهی،۱۳۹۷: ۲۰)

تحلیل نشانه‌شناختی نوشتار در نظام مسیریابی باغ کتاب تهران

«باغ کتاب تهران» بزرگ‌ترین مجموعهٔ کتاب و سرگرمی‌های علمی کشور به شمار می‌رود (روابط عمومی باغ کتاب تهران،۱۳۹۷: URL). هدایت و راهنمایی، در چنین مکانی از فرط حضور مراجعه‌کنندگان به آن، نیازمند دقت بسیار زیادی در طراحی علائم و نصب صحیح آن‌ها به‌منظور جهت‌یابی دقیق است (ایلوخانی،۱۳۸۸: ۲۵). حال، نوشتار در قالب نظام مسیریابیِ باغ کتاب تهران می‌تواند در شیوهٔ تعامل مخاطب با فضای این مجموعه، برای تحقق خواسته‌هایش بسیار مؤثر واقع شود که در سطوح مختلف دلالتی قابل تفسیر است. تصویر (۲) یکی از تابلوهای نظام مسیریابیِ بخش باغ علم کودک واقع در باغ کتاب تهران است. در سطح زبانی، حروف صرفاً نمادهایی هستند که بر اصواتی که هنگام ادای کلمات به کار برده می‌شوند، دلالت دارند (امبروز و هریس،۱۳۹۶: ۲۴۲). بر این مبنا آنچه در سطح حاضر در این تابلو ضروری است، میزان قابلیت رمزگشایی و خوانش عنوان «ماجراجویی در کشوها» به دو زبان فارسی و انگلیسی و عبارت «کشوی اسباب‌بازی ...» بر اساس شکل ظاهری‌شان است (دیویس،۱۳۹۶: ۱۴۵). این مهم با وجود رؤیت‌پذیری و خوانایی مناسب تابلو، بلافاصله در ذهن مخاطب شهری بر اساس رمزگان زبانی شکل‌گرفته و فهم معنای صریح نوشتار را میسر می‌سازد (راسنرکلیمچاک و ای کراسووک، ۱۳۹۷: ۷۶؛ سپهر،۱۳۹۶: ۵۰).

در سطحِ دوم سطوح دلالتی نوشتار، نشانه‌هایی در ارتباط با هم عمل می‌کنند و با ایجاد حس نظم و وحدت به نوشتارِ مندرج بر تابلوهای شهری، جان تازه‌ای می‌بخشند که این مهم سبب خواندن درست و درک و جذب مخاطب شهری می‌گردد و در نتیجه علائم نگارشی به‌عنوان هادی و محرک، کشفیات تازه‌ای را موجب می‌شوند. این سطح از سطوح دلالتیِ نوشتار، خود در دو گروه عمل می‌کند. در تابلوی موردمطالعه و بر مبنای دانش نشانه‌گذاری، در بخش اول نشانهٔ عاطفی (!) که از نشانه‌های مکثِ کامل در دانش نشانه‌گذاری یا سجاوندی محسوب می‌گردد، استفاده شده است. این نشانه پس از شبه جملهٔ «ندایی» «Eureka!» که معنای «ابراز پیروزی از اکتشاف» را می‌دهد و همچنین در قسمت پایینی تابلو پس از جملهٔ «خطابیِ» «... دانش درون آن‌ها را کشف کنید!» ایفای نقش نموده است. افزون بر نشانهٔ عاطفی که در بخش اول با مفاهیمی خاص در بازگویی احساس و روشنی جملات، نقشی انکارناپذیر را داراست، بخش دیگری در سطح دلالت‌های پیرازبانی نوشتارِ این تابلو مطرح است. در این بخش، طراح گرافیک شهری، ترتیب، تناسب و روابط بین هر یک از عناصر موجود در تابلوی مدّ نظر را که قرار است دیزاین شود، معیّن می‌کند (Erlhoff & Marshall,۲۰۰۸: ۲۴۳). درواقع طراح نظام مسیریابی باغ کتاب تهران بیشترین توجه را صرف بررسی این نکته می‌کند که تابلو چگونه خوانده می‌شود و چگونه باید خوانده شود (آرمسترانگ،۱۳۹۳: ۵۹). در این راستا، این ترفندها در تابلو، به‌کاررفته است:۱. تحریر نام محل، درشت‌تر از جملهٔ خطابی قسمت زیرین تابلو؛۲. تحریر درشت‌تر نام محل به زبان فارسی نسبت به زبان انگلیسی؛۳. تعبیهٔ ابزار روشنایی به رنگ سفید در نام محل به زبان فارسی، جهت برجسته نمودن و تأکید بر آن؛۴. تحریر نام محل با قلمی متمایز از جملهٔ خطابی پائین تابلو؛۵. استفاده از حروف رنگی در عبارت «کشوی اسباب‌بازی‌هایتان» متفاوت از رنگ اصلی متن. آنچه هویداست، طراح با ترکیب‌بندی و طرح نظام سلسله‌مراتبی‌ای که در آن کیفیت‌ها و عناصر بصری با سیاستی دقیق در کنار هم قرار گرفته‌اند و همهٔ عناصر در خدمت انتقال درست و دقیق پیام به مخاطب شهری هستند توانسته فضای متفاوتی را برای مخاطب به نمایش گذاشته و متبادر کنندهٔ معانی ضمنی خاصی به وی باشد (طاهری، ۱۳۹۷: ۲۰۳).

در سطح غیرزبانی حروف می‌توانند افزون بر کاربرد به‌عنوان ابزاری برای خواندن و انتقال معنای تصریح‌شدهٔ نوشتار توسط مخاطب شهری، ارتباط خاصی با مکان پیدا کرده (آرمسترانگ،۱۳۹۳: ۱۱۳؛ سپهر،۱۳۹۶: ۴۵) و مفاهیم مهم‌تری مانند تعلق خاطر و القای حس مکان را در مخاطب به وجود آورند (اسدی خونساری،۱۳۹۱: ۲۴۰). بدین ترتیب در شرایطی که مسئلهٔ هویت به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های انسان

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

امروزین تبدیل شده، طراحی حروفِ اختصاصی در هویت‌بخشی آن مکان نقشی انکار ناشدنی را ایفا می‌نماید (سیفی،۱۳۹۲: ۱۶۷). در همین راستا، قلم اختصاصی باغ کتاب تهران در سال ۱۳۹۳ توسط رضا بختیاری فرد در ۳ وزنِ نازک، عادی و تیره طراحی شده است. طراحی این قلم بر اساس خطِ پایهٔ نسخ صورت‌گرفته که خطی بسیار خواناست و در دوران مدرن میان خطوط عربی – فارسی بیشترین کاربرد را دارد (AlGhasra,۲۰۲۰: ۷) و به دو شیوهٔ یاقوتی (عربی) و دیگری نی‌ریزی (یا ایرانی) رایج است (فضائلی،۱۳۹۲: ۲۹۶). طراح با الگوبرداری از خط نسخ به شیوهٔ نی‌ریزی که با روحیه و سلیقهٔ ایرانیان سازگاری دارد، توانسته بیان‌کنندهٔ احساسات، عواطف درونی و طبع و سلیقهٔ زیبایی‌شناسانهٔ مردم این سرزمین باشد (کرمانی نژاد،۱۳۹۱: ۶۸) و با شکل بصری و دورهای خوش‌آهنگِ این شیوه، منجر به معنایی عمیق‌تر از معنای ابتدایی حروف در تعامل با مخاطب گردد. در کنار این قلمِ اختصاصی، طراح هویت بصری باغ کتاب تهران – سید علیرضا میرزا مصطفی – برای گزاره‌های لاتین از قلم هلوتیکا استفاده نموده است که با ویژگی‌های یک‌دستی ضخامت، فاصله‌های مناسب حروف و عدم ابهام در تشخیص حروف (اسدالهی،۱۳۹۷: ۷۸) طراحی شده و کاملاً متناسب با فضای شهری و مجموعه حاضر گزینش گشته است. همچنین در قسمت پایینی تابلو از قلم رؤیا طراحی شده توسط کامران انصاری و رامین جلالی بهره گرفته شده که از نظر ساختار فرمی بر اساس نسخ شیوهٔ نی‌ریزی طراحی گشته است که پایهٔ قلم اختصاصی باغ کتاب تهران نیز محسوب می‌شود. بر اساس همین اشتراک و هماهنگی ساختاری آن‌ها، هم‌جواری این دو قلم هم از لحاظ اصول فنی و هم از جنبه‌های زیبایی‌شناختی به قوام طرح آسیب چندانی وارد نمی‌کند؛ اما بهتر آن است با وجود وزن‌های متفاوت قلم اختصاصی باغ کتاب تهران که صرفاً برای این مکان طراحی گشته، از قلم‌های مختلف استفاده نگردد تا تابلوهای مسیریابی، بیشینهٔ کارایی در القای حس تعلق مکانی به مخاطب را دارا باشند. به‌طورکلی، طراحان با بهره‌گیری از امکانات تصویری نوشتار اثر و با اعمال صفحه‌بندیِ متناسب و هماهنگ با فضای مکان، به‌خوبی از نوشتار به‌عنوان ماده‌ای برای شکل‌دادن به فضای بصری و شمایل‌نگاری در سطح غیرزبانی بهره جسته و به طور ضمنی القاکنندهٔ کیفیات مفهومی خاصی از مکان در ذهن مخاطب گشته‌اند.



تصویر ۲- تابلوی نظام مسیریابی باغ کتاب تهران (مأخذ:URL۱)

تحلیل نشانه‌شناختی نوشتار در نظام مسیریابی مرکز تجاری بازار چارسو

بازار چارسو در سال ۱۳۹۳ به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین مراکز خرید کالاهای دیجیتال به بهره‌برداری رسیده و افزون بر کارکرد اصلی آن، تلفیقی از فعالیت‌های تجاری، فرهنگی و تفریحی را در خود جای‌داده است که این مهم باعث شده این مکان روزانه میزبان تعداد زیادی از مراجعه‌کنندگان باشد. برای حرکت کارآمدترِ مخاطبانِ شهری داخل این مکان، حروف در قالب نظام مسیریابی بازار چارسو، به‌عنوان نشانه‌ای تأثیرگذار، با انتقال مجموعه‌ای از اطلاعات برای رفع سردرگمی مخاطب و تسهیل درک موقعیتش، نقش بسیار اساسی‌ای را ایفا می‌نماید که در سه سطح قابل تفسیر است. تصویر (۳) یکی از تابلوهای نظام مسیریابی مرکز تجاری «بازار چارسو» است. در سطح زبانی، آنچه از حروف در این تابلو انتظار می‌رود، خوانایی و سرعت انتقال اطلاعات به مخاطب است؛ یعنی آنچه در این سطح ضروری است تشخیص آنیِ اختلاف شکلیِ هر حرف و محل قرارگیری آن در ارتباط با دیگر حروف اطلاق می‌شود (کریستین،۱۳۹۶: ۱۰۱). بر این مبنا آن‌چنان که در این تابلو هویداست، مخاطب شهری با اشراف به نظام رمزگان زبانیِ فارسی و انگلیسی به‌راحتی قادر است عبارت «پله فرار» را به دو زبان مذکور خوانده و متعاقب آن به درک معنای صریح نوشتار در این سطح نائل آید.

ورای سطح دلالت زبانی، در سطح دلالت پیرازبانی نوشتار، دانش نشانه‌گذاری با آرایش متن و صفحه‌آرایی، مطرح است که منجر به خوانش درست، تأثیرگذاری و جذب مخاطب شهری می‌گردد (کهوند،۱۳۹۰: ۳۸؛ مولر بروکمان،۱۳۹۸: ۲۳). در حقیقت، طراح، در تابلوهای نظام مسیریابی شهری – در این سطح –، با نشانه‌های ساختاربندی یا آن‌طور که در علم ویرایش مصطلح است، آرایش متن، بسته به سلسله‌مراتبی که قرار است مخاطب شهری متون را قرائت کند، به طبقه‌بندی، مقایسه و ارزش‌گذاری هر یک از عناصر بصری نسبت به دیگر عناصر بصریِ موجود در طرح می‌پردازد (امبروز و هریس، ۱۳۹۶: ۱۴۶). در همین راستا بر پایهٔ دانش نشانه‌گذاری، در تابلوی «پله فرار» از نظام مسیریابی «بازار چارسو»، این موارد – در جهت آرایش متن – از سوی طراح اعمال گشته است: ۱. تحریر درشت‌تر «پله فرار» به زبان فارسی نسبت

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

به‌عنوان انگلیسی آن؛۲. تحریر کلمهٔ «فرار» به رنگ سفید به جهت برجسته نمودن و تأکید بر آن، متمایز از رنگ کلمهٔ «پله» و عبارت انگلیسی «airEscape St». در مجموع، آن‌چنان که روشن است طراح توانسته با اعمال نشانه‌های ساختاربندی و آرایش حروف در این سطح در ذهن مخاطبِ این مجموعه، ورای معنای صریح نوشتار، مفاهیم خاصی پدید آورده و فضای متفاوتی برای وی به نمایش گذارد (معنای ضمنی).

در سطح سوم دلالتی نوشتار، یک حروف‌نگاری عالی در نظام مسیریابی شهری، از پیام پرده بر می‌دارد و متناسب با رفتار، نیازها و بافت هر جامعه و کاربرد مکانِ مفروض، مجموعه‌ای را پی‌ریزی می‌کند که احساس تعلق و عزت‌نفس مخاطب را تقویت نموده و به تحکیم فرهنگ منجر شود (شرین،۱۳۹۴: ۱۱۵؛ Boukerroui,2013: 27). بر مبنای این اصل، حروف‌نگاری در نظام مسیریابی بازار چارسو نیز، به‌عنوان راهی برای شناخت مکان (Boukerroui,2013: 16) و متضمن برطرف‌کردن نیازهای کارکردی مخاطبان و پشتیبانی از امیدها و حس تعلق خاطرِ ایشان به مکان، طراحی گشته است (عاملی،۱۳۹۶: ۵۰۳). در اینجا رسالت حروف انتقال اطلاعات است. تغییر در محل قرار گرفتن و سبک حروف، در راستای انتقال پیام عمل می‌کند. فرم حروف با کارکرد آن ارتباط تنگاتنگی دارد. قلم انگلیسی و فارسی اختصاصیِ این مجموعه، مرتبط با متن‌های دیجیتالی شده عصر کامپیوتر، جایی که تمام تصاویر توسط پیکسل‌ها نمایش داده می‌شوند، طراحی گشته و خواننده و بیننده آمادگی ورود به فضای این مکان – که از بزرگ‌ترین مراکز خرید دیجیتال است – را از پیش پیدا کرده و در نتیجه درک مطلب برایش بهتر و مطبوع‌تر خواهد بود (ممیز،۱۳۹۲: ۴۱؛ Sakkal,2006: 6). از سوی دیگر، ارتباط بسیار نزدیکی از لحاظ فرم میان خط بنایی که یکی از انواع خوشنویسی اسلامی است با این حروفِ به شمایلِ پیکسل، وجود دارد و آن این‌که هر دو بر اساس اشکال هندسی مانند مربع، لوزی، مستطیل و خطوط موازی و متقاطع حاصل می‌شوند. گفتنی است خط بنایی با عنصر اصلی سازندهٔ بنا یعنی آجر یا عامل پوشش عمارت‌ها در ایران یعنی کاشی، هماهنگی کامل دارد و به‌وفور در آجرکاری‌ها و کاشی‌کاری‌ها در ساختمان‌ها به کار می‌رود (Shizaru Design Studio,۲۰۱۲: ۱۵). به‌طورکلی استودیو شیزارو به‌عنوان طراح نظام مسیریابی بازار چارسو و به طور اخص تابلو مسیریابی «پله فرار» توانسته در این سطح، علاوه بر بازتاب ویژگی‌های کارکردی این مکان که مرتبط با لوازم دیجیتال است؛ یادآور یکی از خطوط برجستهٔ معماری اسلامی یعنی کوفی بنایی نیز باشد و بدین ترتیب با اعمال این موارد به طور تلویحی باعث شده است تا مخاطب شهری به مکان احساس تعلق خاطر خاصی پیدا کند.



تصویر ۳– تابلوی نظام مسیریابی بازار چارسو (مأخذ: افسرپور،۱۳۹۴: ۱۵)

یافته‌های پژوهش

تحلیل مواجه مخاطبان شهری با نوشتار نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران

به جهت دستیابی به نتایج جزئی‌تر در زمینهٔ چگونگی ارتباط مخاطبان شهری و نوشتار، نشانه‌های نوشتاریِ موجود در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران باتوجه‌به سطوح سه‌گانهٔ نوشتار با ابزار نظری و روشی نشانه‌شناختی مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت. تأثیرات زبانی نشانه‌های نوشتاری باتوجه‌به فارسی یا غیرفارسی بودن آن‌ها در سطح نخست دلالتی نوشتار؛ نشانه‌های سجاوندی، ساختاربندی و آرایش متن در سطح پیرازبانی نوشتار؛ و تأثیرات بصری باتوجه‌به وضع نوع قلم، اندازهٔ آن، رنگ، بافت و شیوه‌های طراحی در سطح غیرزبانی مورد مصاحبه با مخاطبان شهری و ارزیابی قرار گرفت. نشانه‌های نوشتاری‌ای که به زبان فارسی نگاشته شده‌اند باتوجه‌به ویژگی‌های زبانی به‌سرعت درک گشته و متبادر کنندهٔ معنای صریح به ذهن مخاطبان شهری بوده است. همچنین نشانه‌های نوشتاری با تمهیدات تصویری و تمایزات بصری به‌خوبی توانسته‌اند با ساختن یک هویت و حس منحصربه‌فرد از مکان، به ایجاد حس مکان، هویت دیداری و دل‌بستگی در ذهن مخاطب اثرگذار واقع شوند که با معانی ضمنی نوشتار مرتبط است. جزئیات و نتایج در جدول (۱) و (۲) بیان شده است.

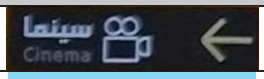
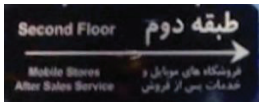
[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

جدول ۱- شاخص‌های مورد آزمون اثربخشی نشانه‌های نوشتاری در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران بر مخاطب شهری

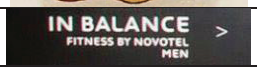
سطح دلالتی	شاخص‌های مورد آزمون	آرا مثبت مخاطبان	توضیحات
زبانی	بهره‌گیری از خط فارسی برای ارتباط با گروه فرهنگیِ هدف و نوشتار لاتین برای ارتباط با مخاطب عام و همچنین آسودگی خوانش آن	۲۰	همهٔ مخاطبان در مصاحبه و پرسش‌نامه به ارجحیت استفاده از خط و نوشتارِ متناسب با مخاطب هدف یعنی خط فارسی در کنار نوشتار لاتین برای ارتباط با عام و همچنین خوانش آسان و بی‌دغدغهٔ آن در تابلوهای مسیریابی تأکید داشتند.
پیرازبانی	آرایش، چیدمان و صفحه‌پردازی مطلوب تابلوهای مسیریابی شهری	۱۶	نفر از مخاطبان، غالب نظام‌های مسیریابی مورد سنجش را از لحاظ آرایش و چیدمان اقلام و بهره‌گیری از نشانه‌گذاری یا سجاوندی، مناسب توصیف نمودند.
غیرزبانی	هماهنگیِ قلم‌های طراحی (و یا انتخاب) شده با یکدیگر و مفهوم و کارکرد مکان شهری	۱۵	این افراد، به انسجام، یکدستی و وحدت میان قلم‌های موجود در طرح‌ها و پرهیز از تنوع و گوناگونی فرم توجه نموده و همچنین تأکید کردند که فونت‌ها بایست به شکلی هماهنگ و در ارتباط با معنا و مفهوم مکان استفاده شود و نباید حروف تنها واسطه‌ای برای جنبهٔ وجودی بخشیدن به زبان اطلاق شود. در این حوزه، نظام مسیریابی بازار چارسو که قلم انگلیسی و فارسیِ آن "سینما" "CINEMA" هماهنگ بوده و همچنین متناسب با موضوع و مفهوم مکان – که مرکزی برای خرید کالاهای دیجیتال است – طراحی شده، مورد استقبال مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت.
غیرزبانی	کاربرد مطلوب و متناسب رنگ در نظام‌های مسیریابی شهری	۲۰	همهٔ مخاطبان در پرسش‌نامه به اهمیتِ گزینش رنگ در جذب یا دوری مخاطب شهری در مواجه با تابلوهای نظام مسیریابی شهری اذعان کرده و آن را عنصری هویت‌ساز در نظام‌های مسیریابی تلقی نمودند. نظام مسیریابی مترو تهران "محمدشهر(ماهدشت) hammad Shahr (Mahdasht)" "خیام Khayyam" "دانشگاه امام علیؑ Daneshgah-e Emam Ali" "نبرد Nabard" از سوی مخاطبان به دلیل بهره‌گیری مناسب از رنگ در تعیین خطوط مختلف راه‌آهن شهری تهران که رؤیت‌پذیری، درک و دریافت را در زمانی کوتاه فراهم می‌سازد؛ و همچنین خوانش را با اختلال روبرو نمی‌کند، موردتوجه قرار گرفت.
غیرزبانی	عدم تشابه و شباهت نظام‌های مسیریابی به نمونه‌های دیگر و القای روحیه مستقل به مخاطبان شهری	۱۴	این افراد اعم نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران از جمله نشانه‌های نوشتاری آن‌ها را برگرفته از گرایش‌های فراگیر روز و نه با هویتی مستقل و منحصربه‌فرد دانسته‌اند. مخاطبان وجود نوشتار مخصوص و یگانه در یک مکان را موجدِ ارتقا هویت دیداری، خاطره‌انگیزی و دلبستگی در ذهن مخاطب شهری بیان کرده‌اند. در میان نمونه‌های مورد سنجش، نظام‌های مسیریابی بازار چارسو "غرفه فروش"، باغ کتاب "تهران" و وزارت ارتباطات "فناوری اطلاعات" که با طراحی قلم‌های اختصاصی موجب تمایز تابلوها گشته بودند، به طور ضمنی القاکننده کیفیات مفهومی خاصی از مکان در ذهن مخاطبان تعبیر شده و موردتوجه آنان قرار گرفت.
نظام‌های مسیریابی محبوب مخاطبان (رتبه‌بندی خیلی خوب)			بازار چارسو؛ باغ کتاب تهران؛ مترو تهران.
نظام‌های مسیریابی موردتوجه مخاطبان (رتبه‌بندی خوب)			برج میلاد؛ دانشگاه علامه طباطبایی؛ دانشگاه علوم پزشکی تهران؛ فرودگاه امام خمینی؛ فرودگاه مهرآباد؛ کتابخانه ملی؛ مرکز تجاری اُپال؛ وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات؛ هتل نووتل.
نظام‌های مسیریابی کمتر موردتوجه مخاطبان (رتبه‌بندی متوسط)			ایران‌مال؛ بازار موبایل ایران؛ راه‌آهن تهران؛ سینما آزادی؛ سینما زندگی؛ سینما مگامال؛ مرکز تجاری بام‌لند؛ مرکز تجاری صبا؛ مجموعه سعدآباد؛ موزه دفاع مقدس؛ ورزشگاه آزادی؛ هتل پارسیان استقلال؛ هتل تاج‌محل.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

جدول ۲- نظرسنجی کیفیت نوشتارِ نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران و ویژگی‌های دیداری آن در ارتباط با مخاطب شهری

نام	نمونهٔ تصویری از نظام مسیریابی	رتبه‌بندی کیفی	زبانی	پیرازبانی	غیرزبانی	غیرزبانی	غیرزبانی
			دوزبانه بودن (فارسی متناسب با مخاطب ایرانی و انگلیسی برای مخاطب عام) و همچنین خوانش آسان آن	چیدمان و هارمونی مطلوب در طرح و تدقیق در دانش نشانه‌گذاری	هماهنگی قلم‌ها با یکدیگر و تناسب آن با کارکرد مکان	کاربرد مطلوب، و متناسب رنگِ نوشتار	لحاظ ویژگی‌های متمایزکننده و اختصاصی نوشتار
ایران مال		متوسط	–	+	+	+	+
بازار چارسو		بسیار خوب	–	+	+	+	+
بازار موبایل ایران		متوسط	+	+	+	+	–
باغ کتاب تهران		بسیار خوب	+	+	+	+	+
برج میلاد		خوب	+	+	+	+	+
د. علامه طباطبایی		خوب	+	+	+	+	–
دانشگاه ع.پ.تهران		خوب	+	+	+	+	–
راه‌آهن تهران		متوسط	+	+	+	+	–
سینما آزادی		متوسط	–	+	+	+	+
سینما زندگی		متوسط	+	+	+	+	–
سینما مگامال		متوسط	–	–	+	+	+
فرودگاه امام‌خمینی		خوب	+	+	+	+	–
فرودگاه مهرآباد		خوب	+	+	+	–	–
کتابخانه ملی		خوب	+	+	+	+	+
مترو تهران		بسیار خوب	+	+	+	+	+

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

م.تجاری اُپال		خوب	+	+	+	+	+
م.تجاری بام لند		متوسط	−	+	−	−	+
م.تجاری صبا		متوسط	+	−	+	+	−
مجموعه سعدآباد		متوسط	+	−	−	+	+
موزه دفاع مقدس		متوسط	+	+	+	+	−
ورزشگاه آزادی		متوسط	+	−	−	−	+
وزارت ارتباطات و فناوری		خوب	+	+	+	+	+
هتل پ. استقلال		متوسط	+	+	+	+	−
هتل تاج‌محل		متوسط	−	+	+	—	+
هتل نووتل		خوب	−	+	+	+	+

نتیجه‌گیری

شهر، بستر شکل‌گیری مجموعهٔ پیچیده‌ای از ارتباطات و تعاملات است. در این راستا، گرافیک شهری با هدف ارتقای تعاملات انسان با فضای زندگی‌اش و ارتباط مناسب میان شهروندان، به طور مستقیم و غیرمستقیم در فضاهای شهری نقش ایفا می‌کند. از میان زمینه‌های گوناگونِ گرافیک شهری، نظام مسیریابی شهری به لحاظ کاربرد، تأثیر بسزایی در معنامندی و زیبایی شهر را داراست. این آثار می‌توانند افزون بر انتقال اطلاعات اولیه و نیازهای راهیابی، هویتمندی و حس تعلق مکانی را در مخاطبان افزایش داده و محیطی پرانرژی و زنده را خلق کنند؛ بنابراین، نظام مسیریابی شهری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر محیط‌های شهری، همواره باید موردتوجه و تحلیل قرار گیرد. معمولاً عنصرِ غالب در تابلوهای نظام مسیریابی شهری را عوامل نوشتاری و قلم تشکیل می‌دهند. در پژوهش حاضر نیز باتوجه‌به این عنصر غالب در نظام‌های مسیریابی شهری، نشانه‌های نوشتاریِ نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران در سطوح مختلف دلالتی خود (زبانی، پیرازبانی و غیرزبانی) مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

در نمونه‌های موفقِ نشانه‌های نوشتاری این نظام‌ها، نوشتار فراتر از معنای کلامی و ابزاری محضِ اطلاع‌رسانی، انتقال‌دهندهٔ پیام زیبایی و احساس مطلوب دیداری در شهر به حساب می‌آید. به عبارتی، نوشتار تنها به قراردادهای پیشینیِ رمزگان زبانی که امکان دریافت متن را فراهم می‌کند، محدود نمی‌ماند و افزون بر سطح دلالت زبانی که متبادرکنندهٔ معنای صریح و زبانی به ذهن مخاطب است، با ویژگی‌های منحصر به خود، قلمروهای دلالتیِ خاص و ارزش افزوده‌ای را ضمن بازنمایی زبان تحقق

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

می‌بخشد و قادر است معانی ضمنی متعددی را به مخاطب عرضه کند. این مهم با اعمال نشانه‌های متنی و منطقی، و نشانه‌های ذوقی و سبکی در سطح پیرازبانی و همچنین در سطح غیرزبانی با اعمال تغییراتی در نوشتار در جهت نزدیک شدن به وجه تصویری مفهوم موردنظر و بروز آن به‌عنوان ماده‌ای برای شکل‌دادن به فضای بصری و شمایل‌نگاری، محقق می‌گردد. اما در تقابل با آن، چالش‌هایی سبب گشته انتقال معانی و مفاهیمِ موردنظر در سطوح مختلف دلالتی نوشتار تحت‌تأثیر قرار گرفته و مانع از برقراری ارتباط نشانه‌های نوشتاری به شکل مناسب با مخاطب شهری گردد که بدین شرح است:

۱. فقدان (و یا) ضعف در بهره‌گیری از نشانه‌های نوشتاری فارسی – برای ارتباط با مخاطب هدف- و لاتین- برای ارتباط با مخاطب عام – و همچنین خوانش دشوار قلم استعمال شدهٔ (در سطح زبانی)؛

۲. وجود ضعف در آرایش، چیدمان و صفحه‌پردازی متونِ تابلوهای مسیریابی شهری (در سطح پیرازبانی)؛

۳. عدم هماهنگی مابین قلم‌های طراحی (و یا انتخاب) شده با یکدیگر و عدم تناسب آن با موضوع، مفهوم و کارکرد مکان شهری (در سطح غیرزبانی)؛

۴. وجود ضعف از لحاظ گزینش رنگ در متونِ نظام‌های مسیریابی شهری (در سطح غیرزبانی)؛

۵. شباهتِ نظام‌های مسیریابی شهری به نمونه‌های دیگر و نداشتن هویت مستقل (در سطح غیرزبانی).

پیشنهاد می‌شود طراحان نظام‌های مسیریابی شهری برای بهبود شرایط بدین موارد اهتمام ورزند:

۱. دوزبانه بودن نوشتار تابلوها ضمن ارجحیت بهره‌گیری از خط و نوشتار متناسب با گروه فرهنگی هدف و خوانش راحت آن؛

۲. تدقیق در اصول دانش نشانه‌گذاری و چیدمان و هارمونیِ موجود در طرح؛

۳. بهره‌گیری قلم‌های نزدیک به هم از لحاظ ساختار، وزن و سبک، تا تغییراتِ فونت‌ها به وحدت و یکدستی طرح خدشه‌ای وارد نکند؛

۴. کاربرد مطلوب، هماهنگ و متناسب رنگ نوشتار در نظام‌های مسیریابی؛

۵. لحاظ ویژگی‌های متمایزکننده و اختصاصی حروف‌نگاری تابلوها.

نشانه‌های نوشتاری در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران می‌توانند با لحاظ موارد فوق در سطوح خاص دلالتی خود گفتمانی پویا با مخاطب برقرار سازند و در جهت رشد و اعتلای وجه دیداری و ارتباطی این شهر گام بردارند و بر زیبایی و خاطره‌انگیزی محیط شهر بیفزایند.

پی‌نوشت

1. Kevin A. Lynch
2. Michael Halliday
3. Ferdinand de Saussure
4. Charles Sanders Peirce
5. Roland Barthes

منابع

– احمدی، ف. و وافی، ا. (۱۳۹۵). تحلیل فضاهای شهری با رویکرد گرافیک محیطی (مطالعه موردی: محله چرخاب)، ماهنامه دانش نما، (۲۵۳): ۱۵۳-۱۶۲.

– ارمسترانگ، ه. (۱۳۹۳). تئوری‌های طراحی گرافیک، ترجمهٔ مرجان زاهدی، تهران: نشر مشکی.

– اسدالهی، م. (۱۳۹۷). طراحی گرافیک محیطی، تهران: انتشارات فاطمی.

– اسدالهی، م. (۱۳۸۹). گرافیک محیط بررسی نقش عناصر محیطی در کیفیت بصری فضا، نشریه منظر، (۷): ۷۰-۷۱.

– اسدالهی، م. (۱۳۹۷). مسعود سپهر طراح گرافیک، پژوهشگر، تایپوگرافر و معلم، نشریه نشان، (۴۳): ۱۰-۲۳.

– اسدی خونساری، م. (۱۳۹۱). نگاهی به هویت بصری شهر و جایگاه گرافیک شهری در کتاب سال گرته؛ ۱: مجموعه نوشتار درباره‌ی گرافیک، به اهتمام سعید باباوند. تهران: کتاب آبان.

– اُسروش، ب. (۱۳۹۴). سمفونی نشانه‌ها نگاهی به جایگاه متن و زمینه در خوانش آثار گرافیک شهری، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۵۵):۱۳۲-۱۴۳.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]

[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

- افسرپور، ع. (۱۳۹۴). استودیو شیزارو، نشریه نشان، (۳۴): ۸-۲۱.
- افضل طوسی، ع. و انصاریان، ص. (۱۳۹۵). ارتباط شخصیت سازی در طراحی حروف و ویژگی‌های نوشتاری زیباشناسانه، نشریه مبانی نظری هنرهای تجسمی، (۲): ۷۱-۸۲.
- امبروز، گ. و هریس، پ. (۱۳۹۶). اصول پایه طراحی گرافیک، مترجم شروین شهامی‌پور، تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.
- امبروز، گ. و هریس، پ. (۱۳۹۶). فرهنگ مصور گرافیک، تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.
- امین زاده، ب. (۱۳۹۸). ارزش‌ها در طراحی منظر شهری: پایداری، زیبایی و هویت، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- ایلوخانی، م. (۱۳۸۸). گرافیک محیطی، تهران: انتشارات فاطمی.
- بقاپور، م. (۱۳۹۷). ترافیک، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۶۸): ۱۴۸-۱۴۹.
- بقاپور، م. (۱۳۸۶). نقش ضوابط در سازماندهی گرافیک خیابانی، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۱۹): ۱۴۳-۱۴۶.
- تینت، ک. و کویفو، د. (۱۳۹۴). یافتن مسیری تازه، ترجمهٔ ابوالفضل توکلی شاندیز، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۵۵): ۱۱۲-۱۱۸.
- چندلر، د. (۱۳۹۷). مبانی نشانه شناسی، ترجمهٔ مهدی پارسا؛ زیرنظر فرزان سجودی، تهران: شرکت انتشارات سوره مهر.
- حق‌بین، ف. (۱۳۸۹). زیبایی و زبان در مجموعه مقالات نخستین و دومین هم‌اندیشی زبان‌شناسی و مطالعات بینارشته: ادبیات و هنر/ دبیر هم‌اندیشی، ویراستار تدوینگر فرهاد ساسانی، تهران: مؤسسهٔ تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن».
- دانایی فرد، ح.، باقری کنی، م. و خانی، ع. (۱۳۹۴). فهم اولویت‌های راهبردی تحولِ نظام آموزش و پرورش از دیدگاه امام خامنه‌ای، فصلنامهٔ مدیریت اسلامی، ۲۳(۱): ۱۰۵-۱۳۵.
- دانسی، م. (۱۳۹۶). فهم نشانه‌شناسی رسانه‌ها، ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- داوسون، ک. (۱۳۹۰). روش‌های کاربردی تحقیق، ترجمه محمدرضا داوری؛ جمشید امانی و مصطفی قاضی‌زاده، تهران: انتشارات هرمس.
- درسخوان، ر.، ظفری، د. و حسینی، م. (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر مبانی نظری شهرسازی، تبریز: انتشارات فروزش.
- دمیرچیلو، ه. و سجودی، ف. (۱۳۹۰). تحلیل نشانه‌شناختی تایپوگرافی فارسی، نشریه کتاب ماه هنر، (۱۵۲): ۹۰-۱۰۱.
- دیویس، م. (۱۳۹۶). تئوری طراحی گرافیک، ترجمه فاطمه مرزبان؛ ویرایش سحر بکائی، تهران: انتشارات هنر نو.
- راسنرکلیمچاک، م. و ای کراسووک، س. (۱۳۹۷). طراحی بسته‌بندی موفقیت نام تجاری محصول از مفهوم تا قفسه، ترجمه محمدرضا شریف‌زاده، زهرا کریمی‌پور و ارغوان پورعلی، تهران: انتشارات علمی.
- روابط عمومی باغ کتاب تهران (۱۳۹۷). معرفی باغ کتاب تهران، بارگیری: ۱۴۰۰/۶/۱۰، https://bagheketab.com/about/ معرفی-باغ-کتاب-تهران
- زمردی، ح. (۱۳۹۲). نظریه‌ی نشانه‌شناسی حروف در متون فارسی، تهران: انتشارات زوّار.
- سپهر، م. (۱۳۹۶). تجزیه و تحلیل آثار گرافیک در ارتباط تصویری، تهران: انتشارات فاطمی.
- سپهر، م. (۱۳۸۹). علائم و نشانه‌های راه‌آهن شهری متروی تهران و حومه، نشریه طراحی گرافیک ایران نشان، (۲۳): ۲۲-۲۷.
- سجودی، ف. (۱۳۹۸). نشانه‌شناسی: نظریه و عمل: مجموعه مقالات، تهران: نشر علم.
- سجودی، ف. (۱۳۹۸). نشانه‌شناسی کاربردی، تهران: نشر علم.
- سیفی، م. (۱۳۹۲). سخنی در باب گرافیک محیطی، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۴۶)، ۱۶۷-۱۷۱.
- شرکت بهره‌برداری راه‌آهن شهری تهران و حومه (۱۳۹۶). مسیریابی- نکته پراسترس در طراحی اطلاعات، بارگیری: ۱۴۰۰/۶/۱۰، https://metro.tehran.ir/صفحه-اصلی/اخبار/ArticleId/16360
- شرین، آ. (۱۳۹۴). عناصر، ساختار، طرح؛ اصول رنگ، ترجمهٔ آرمینه آواک قهرمانی(کاراپتیان)، تهران: انتشارات فرهنگسرای میردشتی.
- صالحی، س. (۱۳۹۴). گرافیک دیزاین محیطی: تعاریف و حوزه‌های فعالیت، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۵۵): ۲-۱۳.
- طالب، م. (۱۳۹۱). شیوه‌های عملی مطالعات اجتماعی (روش تحقیق کمی و کیفی)، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- طاهری، ف. (۱۳۹۷). مبادی طراحی بصری برای فونت فارسی، تهران: انتشارات فاطمی.
- عاملی، س. ر. (۱۳۹۶). نمادهای هویتی شهری: پاریس، مادرید، استانبول و کویوتو، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- عاملی، س. ر. (۱۳۹۲). روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- عظیمی فرد، ف. (۱۳۹۲). فرهنگ توصیفی نشانه‌شناسی، تهران: انتشارات علمی.

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

- فضائلی، ح. (۱۳۹۲). تعلیم خط، تهران: سروش (انتشارات صدا و سیما).
- کامران، ا. (۱۳۸۶). نشانه‌شناسی تبلیغات شهری در ایران (با تأکید بر بیلبوردهای سطح شهر تهران)، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۳(۸): ۷۹-۱۱۳.
- کرمانی‌نژاد، ف. (۱۳۹۱). هنر خوشنویسی در ایران، تهران: انتشارات کتاب آبان.
- کریستین، ک. (۱۳۹۶). لی اوت: راهنمای واقعی برای چیدمان متن و تصویر، ترجمهٔ نسرین صدقیان و مهگان فرهنگ، تهران: شرکت انتشارات کتاب آبان.
- کریمی آذری، ا. و صفرنژاد، م. (۱۳۹۵). هویت در معماری مفهوم هویت و چگونگی حفظ و ارتقای آن از دیدگاه معماری و شهرسازی، رشت: انتشارات دانشگاه گیلان.
- کهوند، م. (۱۳۹۰). تایپوگرافی؛ دامنه و محدوده، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۳۸): ۲۸-۳۹.
- گرجی، ا. و برخورداری، س. (۱۳۸۸). مبانی روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: نشر ثالث.
- لینگ وانگ، ی. (۱۳۹۴). خلق تجربه‌های مسیریابی موفق پرورش حس‌های مثبت در طراحی سیستم‌های مسیریابی، ترجمه افسانه کامران، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۵۵): ۱۰۴-۱۱۱.
- مارتین، ب. و رینام، ف. (۱۳۹۶). واژه‌نامه توصیفی نشانه‌شناسی، ترجمهٔ مهدی منتظر قائم و زهرا اسدی، قم: نشر لوگوس.
- مزینی، م. (۱۳۹۴). مقالاتی در باب شهر و شهرسازی، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- ممیز، م. (۱۳۹۲). حرف‌های تجربه، گردآورنده حسین چنعانی، تهران: انتشارات کتاب آبان.
- موسوی، س. و شکور، ع. (۱۳۹۷). بررسی و نقش نشانه‌های شهری با تأکید بر شناسایی هویت فضا (مطالعهٔ موردی: بلوار شهید چمران شیراز)، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۹(۴): ۱-۱۰.
- مولر بروکمان، ژ. (۱۳۹۸). سیستم گرید در طراحی گرافیک، ترجمه دژار حقی، تهران: نشر فخراکیا.
- میرزایی نسب نهادان، م. (۱۳۹۲). جایگاه گرافیک محیطی در هویت بصری شهر، نشریه چیدمان، ۲(۴): ۱۱۴-۱۱۹.
- نرسیسیانس، ا. (۱۳۹۶). انسان، نشانه، فرهنگ، تهران: نشر افکار.
- نیرون، ا. (۱۳۹۲). اهمیت طراحی گرافیک محیطی در زندگی انسانی، ترجمهٔ آریا متین، نشریه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۴۶): ۱۷۲-۱۸۰.
- نیکوبخت، ن. و قاسم‌زاده، س. ع. (۱۳۹۸). دانش نشانه‌گذاری در خط فارسی، تهران: نشر چشمه.
- همرستینگل، و. (۱۳۹۸). مبانی نشانه‌شناسی، ترجمه مسعود فرهمندفر در کتاب نشانه‌شناسی (مقالات کلیدی، گزینش و ویرایش امیرعلی نجومیان، تهران: انتشارات مروارید.
-) .AlGhasra, E2020Arabic Typography Anatomy and Classification in Relation to Arabic .(*Polytechnic Isa Town: Bahrain* ,Calligraphy.
- .Reflection-Calligraphy: A Vehicle to Self .(۲۰۱۳)Boukerroui, M. T.
-) .Boutros, M2017Arabic for Designers An inspirational guide to Arabic culture and creativity, .(London: Thames and Hudson Ltd.
- *.esign dictionary: perspectives on design terminologyD* .(۲۰۰۷)Erlhoff, M., & Marshall, T. (Eds.). .Walter de Gruyter
- The role of environmental graphic in the identification of urban public .(۲۰۱۸)Torbati, H. E. .۱۹۵٤-۱۹٤۹ ,(۸) ٤ ,*Civil Engineering Journal* .spaces
- you like letters? Introducing urban typography in art I like cities; Do .(۲۰۱۰)Huerta, R. .۸۱-۷۲ ,(۱) ۲۹ ,*International Journal of Art & Design Education* .education
- July). Urban Typography as a Reflection of Talkative ,۲۰۲۰)Kusdiwanggo, S., & Amiuza, C. B. *ational International Conference of Heritage & Culture in Intern* Behavior in Malang City. In .Atlantis Press .(۲۰٦-۲۰۱pp.) *(۲۰۱۹Urban Context (HUNIAN -Integrated Rural*
- BOOK REVIEW] City sense and city design, writings and projects of Kevin] .(۱۹۹۱)Lynch, K. .۱۳۸۲-۱۳۸۱ , ۲۳ ,*A Environment and Planning* .Lynch
- .John Wiley & Sons .*Meggs' history of graphic design* .(۲۰۱٦)Meggs, P. B., & Purvis, A. W.
- Utilization of Arabic calligraphy to promote the Arabic .(۲۰۱٤)Mohamed, N. A., & Youssef, K. T. .٤۹-۳۵ , ۱۹ ,*Studies Arts and Design* .identity in packaging designs

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]

[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

- space: Typographic Translations of Urban □Letter .(۲۰۱۱)Naismith, J., & O'Sullivan, A. .۱٤۳-۱۳۳ ,(۱)۳۰ ,*International Journal of Art & Design Education* .Place
- *ronment and Envi* .Visual preferences in urban signscapes .(۱۹۹۹)Nasar, J. L., & Hong, X. .٦۹۱-٦۷۱ ,(٥)۳۱ ,*Behavior*.
- *th century history: a guide to type, image, ۲۰Graphic design and architecture, a* .(۲۰۱۲)Poulin, R. .Rockport Pub .*symbol, and visual storytelling in the modern world*
- .۸۲-۷۸ ,۸ ,*Identity magazine* .ntity designSquare Kufic calligraphy in ide .(۲۰۰٦)Sakkal, M.
- Research Methods for Business Students .(۲۰۱۹)Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. .*QualitativeMarket Research: An International Journal* .Eight Edition
- Letters and cities: reading the urban .(۲۰۰۹)Gatto, P. Silva Gouveia, A. P., Lena Farias, P., & Souza .۳٤۸-۳۳۹ ,(۳)۸ ,*Visual Communication* .environment with the help of perception theories

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]

[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]

Semiotic Analysis of Written Signs in the Road Sign Systems of Tehran City

Mohammad Zaryabi, *M.A. Student in Art Research, Faculty of Art and Architecture, University of Guilan, Rasht, Iran.*
Hossein Abeddoust, *Assistant Prof., Graphic group, Faculty of Art and Architecture, University of Guilan, Rasht, Iran.* *(habeddost@guilan.ac.ir)*

Received: 2021/12/24 *Accepted: 2022/2/23*

Extended abstract
Introduction: as a component of the urban landscape, road sign systems are among the most critical elements of urban environments. Generally speaking, the written signs dominate the design of these systems. These signs can also foster aesthetic and visual pleasure compellingly and innovatively. Furthermore, they perpetuate a specific image in the minds of their observers. This research seeks to answer the question of what functions the written elements of the road sign systems of metropolitan Tehran serve and how these written signs relate to their audience.
Research objective: The present article offers a semiotic analysis of the text in metropolitan Tehran's road sign systems vis-a-vis their audience. To that aim, the paper first goes over the strengths and weaknesses of the text in representing the language and reflecting the discursive language in the first implicative level of the text. It then employs the principles of visual arts to discuss the specific implicative levels of text (paralinguistic and non-linguistic) in which text takes on particular visual qualities.
Research methodology: The method of semiotic analysis has been used as research philosophy, theoretical tool, and method. Inductive research is a research sample strategy. The main approach of the research is a qualitative analysis, and in terms of time horizon, it has been done in cross-sectional research. Also, field research is done in terms of data collection, theoretical foundations and empirical background, library study, and qualitative data collection. The tool for collecting qualitative data in this research is interviews and documents.
Results: The research findings indicate that text may fulfill functions other than merely communicating its literal meaning. Specifically, its multiple implicative levels can help build identities in urban environments and inculcate a sense of spatial belonging and nostalgia in the urban audience. However, various challenges complicate the audience's communication of linguistic and visual meanings and concepts. These challenges include 1. Deficiency (or lack thereof) in utilizing Persian written signs to communicate with the target audience and in its stead using English text along with the use of the unclear and hard-to-read font (at the written level of the text); 2. Low-quality styling, arrangement, and layout of the urban road signs (at the paralinguistic level of the text); 3.A. lack of harmony among the fonts used in designing the road sign systems and lack of coordination between the fonts and the subject and function of the urban places; 3.B. poor choice of color in road sign systems; 3.C. The resemblance of the road sign systems to other experiences and lack of an independent ethos (at the non-linguistic level of the text).
Conclusion: to enhance the communicative and visual aspects of the road sign systems of metropolitan Tehran, one needs to consider the various implicative levels of these systems. Utilizing bi-lingual text while prioritizing Persian fonts is helpful in clearly communicating the message to the audience (the linguistic level of the text). On the other hand, attention to arrangement, the harmony between the written elements and the function of a place, the appropriate color, and distinctive textual features in these systems combine to instill a sense of place, beauty, and attachment in the audience implications of the text (the paralinguistic and non-linguistic levels of the text).
Keywords: semiotics, text, road sign system, Tehran

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1401.10.40.6.3]
[DOI: 10.52547/hafthesar.11.40.6]