

## تحلیل نشانه‌شناسنامه علائم نوشتاری در مسیریابی محیط‌های شهری تهران<sup>۱</sup>

محمد زربابی\*، حسین عابددوست\*\*

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۴

### چکیده

نظام‌های مسیریابی به عنوان 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 به عنوان 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 نشانه‌شناسنامه نوشتار در نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران در ارتباط با مخاطب است. در این راستا افزون بر بیان نقاط ضعف و قوت نوشتار در بازنمایی زبان و بازتاب زبان گفتار در سطح نخست دلالتی نوشتار؛ سطوح دلالتی خاص نوشتار (پیرازبانی و غیرپیرازبانی) که در آن‌ها نوشتار از کیفیت دیداری خاصی برخوردار است، با معیار مبانی هنرهای دیداری مورد سنجش قرار می‌گیرد. برای نیل به این هدف، روش تحلیل نشانه‌شناسنامه متعلق به پارادایم تفسیری به عنوان فلسفه پژوهش، ابزار نظری و روشنی مورد استفاده قرار گرفته است. رویکرد پژوهش استقرایی بوده، راهبرد پژوهش نمونه موردنی است. رهیافت اصلی پژوهش تحلیل محتوا کیفی بوده و از نظر افق زمانی پژوهشی تک مقطعی صورت پذیرفته است. همچنین از لاحظ گردآوری داده‌ها، مبانی نظری و پیشینه تجربی، مطالعه کتابخانه‌ای و از نظر جمع آوری داده‌های کیفی، پژوهشی میدانی محسوب می‌شود. ابزار گردآوری داده‌های کیفی در این پژوهش، مصاحبه و همچنین مستندات است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد در نمونه‌های موقع، نوشتار افزون بر انتقال معنای زبانی متن، به عنوان 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 روپردازی سازد 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 لاحظ آرایش، چیدمان و صفحه‌آرایی نوشتار 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 لاحظ گزینش رنگ در نظام‌های مسیریابی؛ ۳.ج) شباهت نظام‌های مسیریابی به نمونه‌های دیگر و نداشتن روحیه مستقل (در سطح غیرپیرازبانی نوشتار). در جهت رشد و اعتلای وجوده ارتباطی و دیداری نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران بایست سطوح مختلف دلالتی در این نظام‌ها به عنوان اصلی مهم موردنموده قرار گیرد. لزوم دوزبانه بودن نوشتار و ارجحیت بهره‌گیری از خط فارسی، به شکل مناسبی معنای صریح را به ذهن مخاطبان شهری مبتدا خواهد ساخت. (سطوح زبانی نوشتار) از سوی دیگر، توجه به چیدمان، هماهنگی عناصر نوشتاری با هم در تناسب با کارکرد مکان؛ همچنین کاربرد مناسب رنگ و لاحظ ویژگی‌های متمایز کننده نوشتار در این نظام‌ها به ایجاد حس مکان، زیبایی و دل‌بستگی برای مخاطب می‌انجامد که با معانی ضمنی نوشتار مرتبط است. (سطوح پیرازبانی و غیرپیرازبانی 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 (مطالعه موردنی؛ بسته‌بندی‌های برگزیده رویدادهای سرو نقره‌ای و بسته‌ها)"، با راهنمایی دکتر حسین عابددوست، در دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان است.

[zaryabim@gmail.com](mailto:zaryabim@gmail.com)

[habeddost@guilan.ac.ir](mailto:habeddost@guilan.ac.ir)

\* دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

\*\* استادیار گروه گرافیک، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران (نویسنده مسئول)

## مقدمه و طرح مسئله

شهر یک وسیله ارتباط جمعی بسیار بزرگ است و بایست بدان به عنوان پدیده‌ای پر از معنا و اهمیت نگریست (مزینی، ۱۳۹۴: ۲۸۸؛ Huerta ۲۰۱۰: ۷۳). گرافیک شهری با بهره‌گیری از تایپوگرافی (حروفنگاری)، تصویر و نماد، به بیان ظرفات‌های زمان و مکان و بازگوئی داستان‌های فرهنگی و تصویری می‌پردازد؛ درحالی که هدف مکان را روشن ساخته و پیام معمارانه آن را منعکس می‌کند (Poulin, ۲۰۱۲: ۹). گرافیک شهری می‌تواند جذابیت یا آلدگی بصری را برای یک جامعه به ارمغان بیاورد و به تصویر شهر - به عنوان 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<sup>۱</sup> وضع شد (Farias & lena & Silva Gouveia) و آن را به عنوان «استفاده و سازمان دهنده منسجم نشانه‌های حسی قطعی از محیط خارجی» تعریف نمود. امروزه حوزه‌های بسیاری چون طراحی گرافیک، معماری، منظر و طراحی شهری در طراحی سیستم‌های مسیریابی نقش ایفا می‌کنند (تبیینت 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 مطالعه دقیق قرار داد.

علائم مسیریابی شهری، با ساختن یک هویت و حس منحصر به فرد از مکان (Kusdiwanggo & B.Amiuza, ۲۰۱۹: ۲۰۱) و ایجاد تفاوت‌های معنادار، موجب ایجاد دلیستگی و خاطرهٔ ذهنی در مخاطب می‌شود (عاملی، ۱۳۹۶: ۲۵). در این میان علائم مسیریابی شهری با خصوصیات منحصر به فرد، یگانه، در زمینهٔ خود قابل تشخیص و از نقاط زیادی قابل رویت، نشانه‌هایی بالاهمیت در محیط شهری محسوب شده و تقویت‌کنندهٔ هویت شهری هستند (Lynch, ۱۹۸۴: ۲۵۱؛ بنابراین سیمای شهر را تحت تأثیر 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 به عنوان بخشی از هویت و تلاش‌های ارتباطی موردنوجه قرار گرفته و به عنوان گفتمان در محیط شهری درک شود (Silva Gouveia & lena Farias & Souza Gatto, ۲۰۱۱: ۳۳۳). به واقع شهرها موزه‌ای اصیل بافته شده با رشته‌های الفباست که می‌توانند یاری کنندهٔ تفسیر دوباره‌ای از ساختار میراث شهرها باشند (Huerta, ۲۰۱۰: ۷۲).

شكل و ساختار هندسی حروف، همیشه در ذهن آدمیان القاکنندهٔ تجارت احساسی و زیبایی‌شناختی مختلفی بوده و مبنای مضمون آفرینی‌های متفاوتی در عرصه‌های گوناگون چون گرافیک شهری و به طور اخص نظام مسیریابی شهری را بنیان نهاده است (زمردی، ۱۳۹۲: عاملی، ۱۳۹۶: ۲۶). بدین جهت گفته می‌شود که در طراحی گرافیک، شکل حروف بیشترین نقش را در فرایند ارتباط ایفا می‌نماید (& Mohamed, ۲۰۱۴: ۲۰۱؛ youssef, ۲۰۱۴: ۳۸). آن‌چنان که 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: ۱۳۹؛ ۱۳۹۴: ۷۲). به این صورت، کیفیاتی از خوانش تصویری حروف در ذهن مخاطب تحلیل شده که این خود مولد معناست (أسروش، ۱۳۹۴: ۱۳۳). در همین راستا بایست به حروف در قالب نظام مسیریابی به عنوان نشانگر بصری و متنی که نشان‌دهندهٔ هویت بوده و اماکن شهری را از یکدیگر تمایز می‌کند نگریست (Naismith & O'Sullivan, ۲۰۱۱: ۱۳۴). این موضوع باعث ایجاد احساس تعلق مکانی و دلستگی به محیط در مخاطب شهری شده و به فرد کمک می‌کند فراتر از معنای آشکار و معمول متن فعلی رود (عاملی، ۱۳۹۶: ۴۲؛ میرزایی نسب نهادان، ۱۳۹۲: ۱۱۵). بدین صورت معانی تلویحی و پیش‌بینی حروف می‌تواند به طرد احساسات منفی چون استرس، ترس، نگرانی و خشم ناشی از سردرگمی مکانی کمک نموده (لينگ 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 شهر وندان 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 کلان شهر تهران و بیان نقاط ضعف و قوت این نشانه‌ها در سطوح مختلف دلالتی نوشتار (زبانی - پیرازبانی - غیرزبانی) است. تحلیل ارتباط مخاطب

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 کلان شهر تهران چیست و طراحان این نظام‌ها در بهره‌گیری از حروف تا چه میزان به دلالت‌های خاص و مستقل نوشتار توجه داشته و بیشگی‌ها و مقاهم مکان و قلمروی خاص را در حروف بازنمایی کرده‌اند تا بدین ترتیب ایجاد‌کننده 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. با توجه به 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 مبنای پژوهش حاضر از طریق مطالعه‌ای ترکیبی، مبانی نظری و تحلیلی مطالعه نشانه‌شناسی تایپوگرافی را پایه 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 مجھولات و یا شناسایی پاسخ مسائل و راه حل 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 بخورداری، ۱۳۸۸؛ عاملی، ۱۵؛ پیش‌گفتار). پارادایم، استراتژی و روش پژوهشی مناسب، بر اساس ماهیت موضوع پژوهش، سؤالات و اهداف آن و درجات آزادی در مداخله و کنترل عوامل مؤثر بر پذیره، مشخص و تعیین می‌گردد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۹). بر اساس مسئله پیش روی این پژوهش ابعاد مختلف آن بر پایه یکی از جامعه‌ترین روش‌ها و تقسیم‌بندی‌های پژوهش به نام پیاز پژوهش (Research Onion) ارائه گشته است (Thornhill & ewisSaunders, L, 130: 2019). در پژوهش حاضر، رویکرد نشانه‌شناسنخانی، متعلق به پارادایم تفسیری به عنوان ابزار نظری و روشی مورد استفاده قرار گرفت. بر مبنای لایه‌گزینه‌های پژوهش، مطالعه 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 کمی در پژوهش حاضر نیز به شیوه کیفی و استدلال منطقی بررسی و تحلیل گشته است و با شواهد توصیفی مقایسه می‌گردد. رویکرد این پژوهش، استقرایی است. به طور کلی تحقیقاتی که با جمع‌آوری داده‌ها بر کاوش یک پذیره 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 کمی مورد استفاده قرار می‌گیرد، ولی معمولاً غلبه با داده‌های کیفی است (طالب، ۱۳۹۱: ۳۵۷). این پژوهش از نظر افق زمانی به صورت تک مقطعی صورت پذیرفته است. ابزار گردآوری داده‌های کیفی در مطالعه حاضر، ارائه پرسش‌نامه‌های باز و مصاحبه عمیق بوده که این مهم بدین جهت صورت پذیرفت تا روشن شود مخاطبان ایرانی فارسی زبان نظام‌های مسیریابی شهری در درباره نشانه‌های نوشتاری این نظام‌ها چگونه فکر نموده و با آن ارتباط برقرار می‌کند 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 ایرانی فارسی زبان، به شکل عمیق مورد مطالعه قرار گیرد. در این روش، تعداد اندکی پرسش‌نامه برای دریافت نتایج مطلوب کفايت می‌کند (داوسون، ۱۳۹۰: ۳۸). نمونه‌های مورد پژوهش، نظام‌های مسیریابی کلان شهر تهران است. در این راستا ۲۵ نظام مسیریابی این کلان شهر مورد مصاحبه 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 مصاحبه عمیق به مصاحبه‌شوندگان فرصت داده شد تا نظرات خود را به شیوه‌ای غیررسمی و آزاد در خصوص فارسی یا غیرفارسی بودن نظام‌ها، نشانه‌های ساختارنی 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 مسیریابی پژوهش، مصاحبه به پایان رسید. شایان توجه است رتبه‌بندی نظام‌های مسیریابی توسط جامعه آماری با سه معیار کیفی خیلی خوب، خوب و متوسط انجام شد و در نهایت ۳ نمونه از نظام‌های مسیریابی محبوب و بسیار مورد توجه مخاطبان با رتبه‌بندی خیلی خوب، مورد تحلیل تئوری قرار گرفت.

## پیشینه‌پژوهش

مواردی را می‌توان به عنوان پیشینه‌پژوهش حاضر بیان نمود. موسوی و شکور (۱۳۹۷) در مقاله «بررسی نشانه‌های شهری با تأکید بر شناسایی هویت فضا (مطالعه موردي: 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)

در کتاب «هویت در معماری مفهوم هویت و چگونگی حفظ و ارتقای آن از دیدگاه معماري و شهرسازی» بیان می‌دارند، در کلیه طرح‌های معماري 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. میرزاپی نسب نهادان (۱۳۹۲) در مقاله «جایگاه گرافیک محیطی در هویت بصری شهر» اظهار می‌کند که گرافیک شهری در ایجاد فضایی مطلوب و دلنشیب برای افراد جامعه نقشی مؤثر را دارد. همچنین گرافیک شهری باید نشان‌دهنده هویت هر شهر باشد و طبق هویت تاریخی، فرهنگی و هنری آن مکان، طراحی شود. احمدی و واپی (۱۳۹۵) در مقاله «تحلیل فضاهای شهری با رویکرد گرافیک محیطی (مطالعه موردی: محله چرخاب)» بیان می‌نمایند که گرافیک شهری باعث افزایش ادراک و شناخت هویت دیداری یک سرزمین و یک فضای شهری می‌شود. اسداللهی (۱۳۹۷) در کتاب «طراحی گرافیک محیطی» بیان می‌دارد، حضور تابلوها، آینه‌های 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 اسلیوون (۲۰۱۱) در مقاله «نوشتار - فضا: ترجمان حروف‌نگاری مکان شهری» نتیجه می‌گیرند که یک رابطهٔ ذاتی بین فرم حروف‌نگاری و محیط‌های ساخته شده وجود دارد. سیلوا گویلا، لن فاریاس و سوزا گاتو (۲۰۰۹) در مقاله «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 مقاله «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 به گونه‌ای 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 برقی زبان‌شناسان در خصوص نوشتار اشاره نموده و با نقد آن دیدگاه‌ها، به دلالت‌های ناشی از وجه دیداری نوشتار می‌پردازد. دمیرچیلو و سجودی (۱۳۹۰) در مقاله «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. با توجه به مطالعهٔ پیشینه، پژوهش مستقلی به تحلیل نشانه‌شناختی نوشتار در نظام مسیریابی کلان شهر تهران انجام نپذیرفته و نگارنده پژوهشی در این حوزه مشاهده نکرده است.

## مبانی نظری پژوهش طراحی گرافیک محیطی

اصطلاح طراحی گرافیک محیطی ترجمه hic Design Environmental Graph است. این لفظ بر نگاه بصری به محیط یا نگرش گرافیکی به محیط دلالت دارد (ایلوخانی، ۱۳۸۸: ۱). جامعه گرافیک دیزاینرها محیطی، طراحی گرافیک محیطی را دربرگیرنده رشته‌های بسیاری چون طراحی گرافیک، معماری، معماری داخلی، طراحی منظر و طراحی صنعتی معرفی می‌نماید. همه این رشته‌ها به جنبه‌های بصری مسیریابی، اطلاعات و هویت ارتباطی و شکل دادن به ایده 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 دارد و از جنبه‌های گوناگون مورد توجه است (Torbati, Eshghzadeh ۱۹۴۹: ۲۰۱۸). لینج طراحی گرافیک محیطی را رشته‌ای مرتبط با سه مؤلفه یک مکان تعییر می‌کند: ۱) تعیین هویت، به منظور تمایز محیط از محیط‌های دیگر؛ ۲) تعیین مسیر، به گونه‌ای 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 وسیع تری 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 دارد. 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

کاهش دهد. همچنین با علائم تصویری 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، متعدد و زیبا را خلق کرده و شهروندان را از وضعیت کسل‌کننده امروزی خارج نموده و کمک کند محیط‌های شهری کارا، زیبا و خاطره‌انگیز جلوه کنند (ایلوخانی، ۱۳۸۸: ۲۹-۱۷). 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 روشنی نشانه‌شناسنخانی مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

### نشانه‌شناسی در بستر شهر و تفسیر نشانه‌شناسنخانی نوشتار در نظام‌های مسیریابی شهری

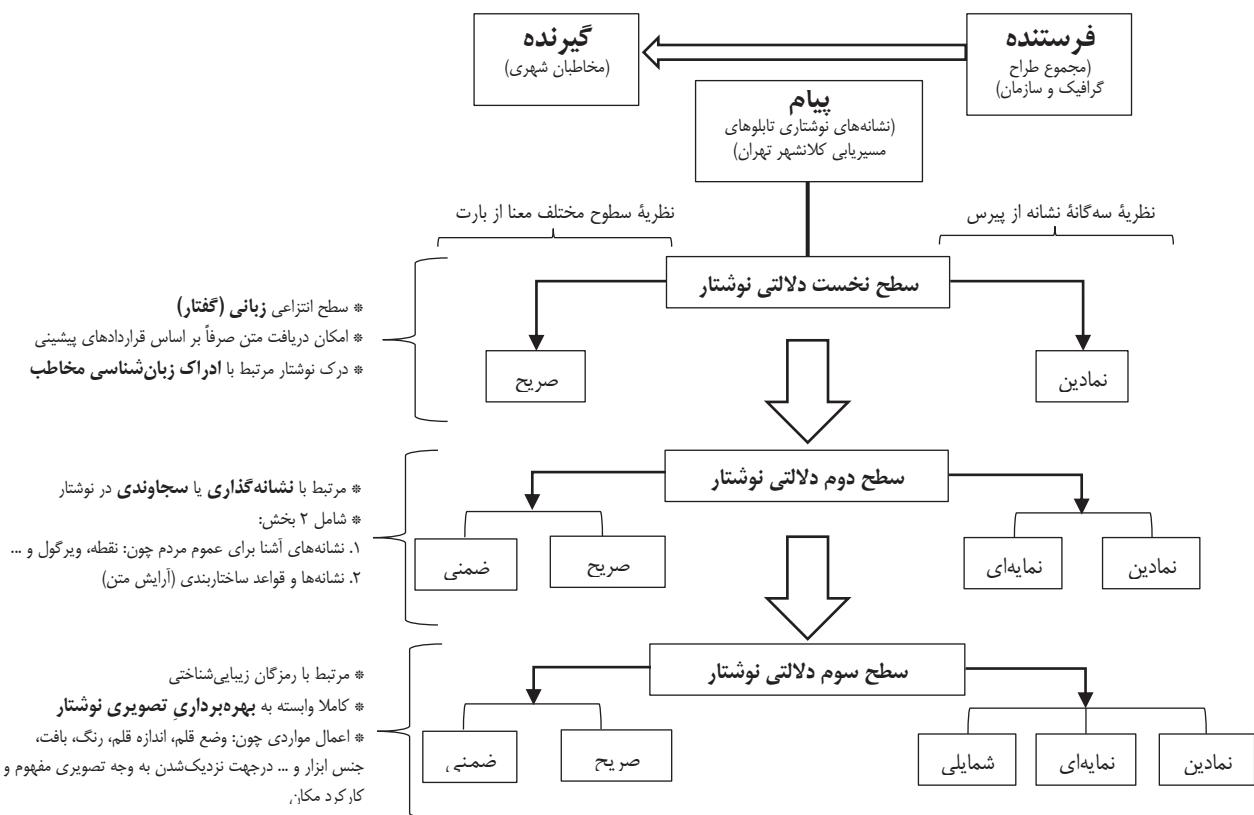
نشانه‌شناسی در بستر شهری، ضمن آشکارسازی ایدئولوژی‌های پنهان، به شرح پژوههای شهری جدید پرداخته و به تعامل پویا ماین «خود» و محیط شهری؛ به‌ویژه نقش فرد در تغییر محیط و معانی آن تأکید دارد. زمینه حاضر، به مطالعه نشانه‌هایی که به شهر تعلق داشته یا به طور مستقیم با شهر در ارتباط است، می‌پردازد (عظیمی فرد، ۱۳۹۲: ۱۹۴). در این راستا، زبان‌شناسان و نشانه‌شناسان گوناگونی مغض تفسیر نشانه‌شناسنخانی 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 / پیازبانی / غیرزبانی) با تأمل انتقادی بر نظریات هالیدی<sup>۲</sup> و سوسور<sup>۳</sup> و با توجه به نظریات تقسیم‌بندی سه‌گانه نشانه از پرس (نماد / نمایه / شمایل) و سطوح مختلف معنا از بارت<sup>۴</sup> (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 به عنوان 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 کلمه «خروج»، «خروج» دریافت شود؛ با هر قلم، رنگ یا اندازه‌ای که باشد در سطح معناشناختی زبانی تفاوتی ایجاد نمی‌کند. سطح دلالت زبانی در نوشتار، عمدتاً در تقسیم‌بندی سه‌گانه پرس در نوع نماد (نمادین) قرار می‌گیرد. پرس 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، به واسطه «یک قاعده» به موضوع ارجاع می‌دهد که می‌بایست آن را یاد گرفت. زبان از جمله نظام‌های نمادین است. حروف الفباء، کلمه‌ها، جملات، عبارات و اعداد همگی نشانه‌هایی از نوع نماد محسوب می‌شوند (چندر، ۱۳۹۷: ۶۸-۶۹؛ سجودی، ۱۳۹۸: ۲۸). سطح زبانی در نوشتار همچنین در نظریه سطوح مختلف معنا از بارت در سطح معنای صریح جای می‌گیرد. معنای صریح، در واقع رابطه «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 ارائه معنایی «معین»، «آشکار»، یا «مطابق عقل سلیم» وجود دارد (چندر، 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، خواهانخواه، علاوه بر معنای زبانی نوشتار اثر، معنای‌هایی فراتر از رمزگشایی کلمات در ساحت زبان دریافت خواهد کرد (أسوش، ۱۳۹۴: ۱۳۲). بدین ترتیب می‌توان پی برد، همه دلالت متنی فقط در این سطح اتفاق نمی‌افتد.

**سطح پیازبانی نوشتار:** سطح دوم سطوح دلالت در نوشتار، دلالت‌های پیازبانی بوده که به نشانه‌گذاری یا سجاوندی در نوشتار مرتبط است. سجاوندی یا نشانه‌گذاری، به کارگیری نشانه‌هایی قراردادی است که سبب درست‌خوانی، فهم راحت و دقیق مطالبی می‌شود که ممکن است به دلیل غیبت گوینده، به ابهام یا کرتابی خواننده منجر شود (نیکوبخت و قاسم زاده، ۱۳۹۸: ۱۴). نشانه‌گذاری به‌طور کلی شامل دو بخش است. بخش اول، شامل مجموعه نشانه‌هایی است که عموم مردم امروزه با آن‌ها آشنا هستند؛ مثل: نقطه (،)، ویرگول (،)، نقطه (-)، دو نقطه (،)، نقل قول («»)، نشانه پرسش (؟)، نشانه تعجب (!)، دوکمان یا پرانتر ( )، 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

مهما، 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 سه‌گانه‌پرس در دو نوع نمادین و نمایه‌ای به چشم می‌خورد. به عبارتی در این سطح، به واسطه بخش اول که میان صورت و معنا رابطه‌ای کاملاً قراردادی و مبتنی بر عرف و سنت (همروستینگل، 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) ۵۵» را قابل قبول دانست ولی عبارت «نیا» (شماره ۵۵) مورد تأیید است. همچنین در عبارت مذکور نمی‌توان بر اساس قوانین و قواعد تمیزکننده وضع شده، به جای دو هلال یا پرانتز ( ) که نشانه‌های دربرگیرنده و جداساز محسوب می‌شود از نشانه‌ای چون پرسش یا استفهام (؟) بهره جست. گفتنی است در بخش نخست، دلالتهای پیرازبانی فقط به واسطه همین تمایز به دلالت می‌پردازد و رنگ، بزرگی، تفاوت قلم و ... در کارکرد آن تأثیری ندارد که بدین ترتیب در نظریه سطوح مختلف معنا از بارت نیز معنای صریح را مبتادر می‌سازد. اما در بخش دوم دلالتهای پیرازبانی، نشانه‌ها در دو نوع نماد و نمایه-تمرکزش بر توجه بر اساس رابطه‌ای علی 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 قاعده‌های سلیقه عمل می‌کنند (سجودی، ۱۳۹۸: ۳۰۰). بهاین ترتیب در طراحی علائم مسیریابی شهری، در این بخش، معنای متن، نوع مخاطب و سلیقه 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 نظریه سطوح مختلف معنا از بارت، بیشتر در حیطه دلالتهای ضمنی عمل می‌کند تا مستقیم و صریح. طراحان گرافیک شهری، با «آرایش متن» 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 مبتادر کننده معنای ضمنی به ذهن مخاطب است (کریستین، ۱۳۹۶: ۸۲).

**سطح غیرزبانی نوشتار:** سطح سوم سطوح دلالت در نوشتار، دلالتهای غیرزبانی است. در این سطح از دلالت، تولید معنا توسط نوشتار علاوه بر رمزگان زبان، به سطوح گستردگتری از رمزگان‌های فرهنگی، از جمله رمزگان زیبایی‌شناختی مرتبط است. این سطح از دلالت، کاملاً وابسته به بهره‌برداری 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، فاصله خطوط و کلمات، سطربندی، رنگ، بافت، جنس ابزار و بسیاری جزئیات دیگر (اسروش، ۱۳۹۴: ۱۳۲)، از نوشتار به عنوان 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 سبیل‌ها 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 & Farias & Souza Gatto, ۲۰۱۱: ۳۳۳-۲۰۱). 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 (اسداللهی، ۱۳۹۷: ۱۳؛ بقاپور، ۱۳۸۴: ۱۴۳؛ عاملی، ۱۳۹۶: ۲۵)، در این سطح دلالتی، سبب برقراری رابطه 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 پرسش 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 رویت آن، به تشابه برخی از کیفیات موضوع با نشانه 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 نظریه سطوح مختلف معنا از بارت در سطح معنای صریح و ضمنی جای می‌گیرد؛ به طوری که طراح توجه مخاطب شهری را به ماهیتی دیگر جلب می‌کند که ورای معنای زبان‌شناختی نوشتار به صورت مفهوم ثانویه همراه با صورت آن در ذهن شکل می‌گیرد (حق‌بین، ۱۳۸۹: ۸۶).



نمودار ۱ - چارچوب نظری پژوهش

## بحث و تحلیل آثار

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

راه‌آهن شهری (مترو)، یکی از سریع‌ترین سیستم‌های حمل و نقل است که روزانه افراد زیادی برای رسیدن به مقصد از آن استفاده می‌کند (نیرون، ۱۳۹۲: ۱۷۲). کارایی این سیستم حمل و نقل عمومی، علاوه بر متروها و زیرزمینی راه‌آهن، به طراحی سیستم اطلاعات نیز بستگی دارد (شرکت بهره‌برداری ... URL). نشانه‌ها و نوشتلهای راهنمای بصری واضح و مناسب، ضمن کاهش ۵۰ درصدی اطلاع‌رسانی شفاهی کارکنان و صرف‌جویی در وقت ایشان، سرعت 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 توسعه مسعود سپهر و پدرام حربی طراحی گشته است (اسداللهی، 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 به عنوان یکی از 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 به عنوان یک هسته اطلاعاتی منفرد و یا به عنوان یک جریان پیوسته بصری مورد تحلیل قرار داد. تصویر (۱)، یکی از تابلوهای «راهیابی در مسیر» راه‌آهن شهری (مترو) تهران است. در سطح زبانی، ارتباط به واسطه 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، ۱۱۴: ۱۳۹۲) امروزه خوانایی بخش جدایی‌ناپذیری از طراحی نوشتار است. به همین دلیل در طراحی نظام مسیریابی شهری،

مهمنترین نقطه شروع، اطمینان حاصل نمودن از برطرف شدن پیچیدگی‌های ذاتی حروف تلقی می‌گردد. اشکال کارکترهای حروف تاحدامکان ساده‌سازی می‌شوند تا از نظر خوانایی حداکثر اطمینان حاصل گردد (Boutros, ۱۴۴: ۲۰۱۷) تا متعاقب آن مخاطب شهری بر اساس ادراک زبان‌شناختی خود در این سطح، قادر به خوانش آسوده 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.

وظیفه طراح گرافیک شهری این است که به جریان اطلاعات صراحة بخشد و آن را به نظم درآورد (زمینی، ۱۳۹۴: ۲۸۹). سجاوندی یا نشانه‌گذاری، به کارگیری 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، داشت به کارگیری نماد و نشانه‌هایی است که برای راهنمایی چگونه خواندن، تدوین شده‌اند و در دو بخش عمل می‌کنند (نیکوخت و قاسم‌زاده، ۱۳۹۸: ۱۳). در تابلوی مورد مطالعه راه‌آهن شهری تهران بر مبنای داشت نشانه‌گذاری، در بخش اول نشانه‌های کمانک یا دو هلال ( )، دونقطه : و خط فاصله - به کارگرفته شده است که هر کدام 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 به کارگرفته است. نماد خط فاصله پس از کلمه «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 اول 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 کارکردن تأثیری ندارد. حال علاوه بر این بخش از دلالت پیازبانی، طراحان گرافیک شهری ترفندهایی را برای آرایش متن به کار می‌گیرند که در بخش دوم دلالت‌های پیازبانی 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 حوزه نوشتار فضای راه‌آهن شهری عمده‌ای از نوع برجسته‌سازی است، بر کاربران 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 دیگر در مسیر حرکت؛ ۲. تحریر درشت‌تر نام ایستگاه فعلی به زبان فارسی نسبت به عنوان انگلیسی؛ ۳. استفاده از حروف با رنگ سفید بر پس زمینه رنگی متفاوت، میان قسمت بالائی و پایینی طرح. آنچه روشن است در این تابلو، طراحان، ضمن استفاده از نشانه‌های برجسته‌نمایی که با منطق نوشه و رعایت اصول زیبایی‌شناسی همراه است، از استفاده افراطی از این نشانه‌ها که سبب مغشوشه شدن متن می‌گردد نیز احتساب کرده‌اند بدین ترتیب طراحان به خوبی توانسته‌اند با اعمال نشانه‌های مذکور و رای معنایی صریح نوشتار، حس مفهومی خاصی در مخاطب راه‌آهن شهری، پدید آورند و فضای متفاوتی را برای او به نمایش گذارند و متأذیر کننده معنای ضمی در این سطح به ذهن مخاطب شهری گردد. اما تمامی ارتباط به سطوح زبانی و پیازبانی محدود نمی‌ماند و با استفاده از حروف با رنگ سفید بر دلالت‌های غیرزبانی پی‌گرفت.

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 راهنمایی با بهره‌گیری از قلم ترافیک فارسی در کنار قلم هلوتیکای لاتین انجام گرفته است. قلم ترافیک همان‌طور که از نامش پیداست برای تابلوهای راهنمایی شهری توسط محمد رضا بقا پور طراحی شده است (بقا پور، ۱۳۹۷: ۱۴۹). در مقابل قلم هلوتیکا به عنوان یکی از برجسته‌ترین حروف بین‌المللی با فرم‌هایی واضح و ریتم ممتاز مثبت و منفی توسط ادوارد هافمن و ماسکس میدینگر طراحی گشته است (Meggs & Purvis, ۲۰۱۲: ۳۷۷). این دو قلم با استخوان‌بندی،

ویژگی‌های ضخامتی و فواصل همگون، به خوبی 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 نوشتار تابلوی موردمطالعه و سایر تابلوهای راه آهن شهری تهران با اصولی واحد، منجر شده تا علائم و تابلوها، کارایی و نیروی مؤثر خود را از دست ندهند و این رکن مهم چهره هویت راه آهن شهری تهران، به قوت خود باقی بماند و به عنوان ماده‌ای برای شکل دادن به فضای بصری و شما می‌نگاری در این سطح عمل کند.

## محمد شهر (ماهدشت)

hammad Shahr (Mahdasht)

خط ۵- به سمت: تهران (Sadeghiyeh) Line 5- To: Tehran (Sadeghiyeh)

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

### تحلیل نشانه‌شناسنامه نوشتار در نظام مسیریابی باغ کتاب تهران

«باغ کتاب تهران» بزرگ‌ترین مجموعه 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 به منظور جهت‌یابی دقیق است (ایلوخانی، ۱۳۸۸: ۲۵). حال، نوشتار در قالب نظام مسیریابی باغ کتاب تهران می‌تواند در شیوه 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 مسیریابی بخش باغ علم کودک واقع در باغ کتاب تهران است. در سطح زبانی، حروف صرفان نمادهایی هستند که بر اصواتی که تابلوهای نظام مسیریابی نشانه‌گذاری باشند، دلالت دارند (امبروز و هریس، ۱۳۹۶: ۲۴۲). بر این مبنای آنچه در سطح حاضر در این تابلو ضروری است، هنگام ادای کلمات به کار برده می‌شوند، دلالت دارند (امبروز و هریس، ۱۳۹۶: ۲۴۵). این مهم با وجود رؤیت‌پذیری و خوانایی مناسب تابلو، بالافاصله در ذهن مخاطب شهری بر اساس میزان قابلیت رمزگشایی و خوانش عنوان «ماجرایی در کشوها» به دو زبان فارسی و انگلیسی و عبارت «کشوی اسباب‌بازی...» بر اساس شکل ظاهری شان است (دیویس، ۱۳۹۶: ۱۴۵). این مبنای از سطح زبانی، حروف صرفان نمادهایی هستند که بر اصواتی که رمزگان زبانی شکل‌گرفته و فهم معنای صریح نوشتار را می‌سازد (راسنر کلیمچاک و ای کراسووک، ۱۳۹۷: ۵۶؛ سپهر، ۱۳۹۶: ۵۰).

در سطح دوم سطوح دلالتی نوشتار، نشانه‌هایی در ارتباط با هم عمل می‌کنند و با ایجاد حس نظم و وحدت به نوشتار 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 به عنوان هادی و محرك، کشفیات تازه‌ای را موجب می‌شوند. این سطح از سطوح دلالتی نوشتار، خود در دو گروه عمل می‌کند. در تابلوی موردمطالعه و بر مبنای دانش نشانه‌گذاری، در بخش اول نشانه‌های مکث کامل در دانش نشانه‌گذاری یا سجاوندی محسوب می‌گردد، استفاده شده است. این نشانه پس از شبه جمله «نداشی!» (Eureka!) که معنای «ابراز پیروزی از اکتشاف» را می‌دهد و همچنین در قسمت پایینی تابلو پس از جمله «خطابی» «...دانش درون آن‌ها را کشف کنید!» ایفای نقش نموده است. افزون بر نشانه‌های عاطفی که در بخش اول با مفاهیمی خاص در بازگویی احساس و روشنی جملات، نقشی انکارناپذیر را داراست، بخش دیگری در سطح دلالت‌های پیازبانی نوشتار این تابلو مطرح است. در این بخش، طراح گرافیک شهری، ترتیب، تناسب و روابط بین هر یک از عناصر موجود در تابلوی مدنظر را که قرار است دیزاین شود، معین می‌کند (Erlhoff & Marshall, ۲۰۰۸: ۲۴۳). در اواقع 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، به کاررفته است: ۱. تحریر نام محل، درشت‌تر از جمله خطابی قسمت زیرین تابلو؛ ۲. تحریر درشت‌تر نام محل به زبان فارسی نسبت به زبان انگلیسی؛ ۳. تعبیه ابزار روشنایی به رنگ سفید در نام محل به زبان فارسی، جهت بر جسته نمودن و تأکید بر آن؛ ۴. تحریر نام محل با قلمی متمایز از جمله 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 سلسه‌مراتبی‌ای که در آن کیفیت‌ها و عناصر بصری با سیاستی دقیق در کنار هم قرار گرفته‌اند و همه عناصر در خدمت انتقال درست و دقیق پیام به مخاطب شهری هستند توائسته فضای متفاوتی را برای مخاطب به نمایش گذاشته و متدار کننده معانی ضمی خاصی به وی باشد (ظاهری، ۱۳۹۷: ۲۰۳).

در سطح غیرزبانی حروف می‌توانند افزون بر کاربرد به عنوان ابزاری برای خواندن و انتقال معنای تصریح شده 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 مسئله هویت به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های انسان

امروزین تبدیل شده، طراحی حروف اختصاصی در هویت‌بخشی آن مکان نقشی انکار ناشدنی را ایفا می‌نماید (سیفی، ۱۳۹۲: ۱۶۷). در همین راسته، قلم اختصاصی باغ کتاب تهران در سال ۱۳۹۳ توسط رضا بختیاری فرد در ۳ وزن نازک، عادی و تیره طراحی شده است. طراحی این قلم بر اساس خط پایه نسخ صورت گرفته که خطی بسیار خوانایست و در دوران مدرن میان خطوط عربی - فارسی بیشترین کاربرد را دارد (AlGhasra, ۱۳۹۲: ۷) و به دو شیوه یاقوتی (عربی) و دیگری نی‌ریزی (با ایرانی) رایج است (فضائلی، ۱۳۹۲: ۲۰۲). طراح با الگوبرداری از خط نسخ به شیوه نی‌ریزی که با روحیه و سلیقه ایرانیان سازگاری دارد، توانسته بیان کننده احساسات، عواطف درونی و طبع و سلیقه زیبایی‌شناسانه مردم این سرزمین باشد (کرمانی نژاد، ۱۳۹۱: ۶۸) و با شکل بصری و دورهای خوش‌آهنگ این شیوه، منجر به معنایی عمیق‌تر از معنای ابتدایی حروف در تعامل با مخاطب گردد. در کنار این قلم 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 (اسداللهی، 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 شیوه نی‌ریزی طراحی گشته است که پایه 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 زیبایی‌شناسختی 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، بیشینه کارایی در القای حس تعلق مکانی به مخاطب را دارا باشند. به‌طور کلی، طراحان با بهره‌گیری از امکانات تصویری نوشتار اثر و با اعمال صفحه‌بندی 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 القاکننده کیفیات مفهومی خاصی از مکان در ذهن مخاطب گشته‌اند.



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

### تحلیل نشانه‌شناسختی 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 جای داده است که این مهم باعث شده این مکان روزانه میزبان تعداد زیادی از مراجعه کنندگان باشد. برای حرکت کارآمدتر مخاطبان 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 آنی اختلاف شکلی هر حرف و محل قرارگیری آن در ارتباط با دیگر حروف اطلاق می‌شود (کریستین، ۱۳۹۶: ۱۰۱). بر این مبنای آنچنان که در این تابلو هویداست، مخاطب شهری با اشراف به نظام رمزگان زبانی فارسی و انگلیسی به راحتی 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؛ مولو بوکمان، 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 سلسه‌مراتبی که قرار است مخاطب شهری متون را قرائت کند، به طبقه‌بندی، مقایسه و ارزش‌گذاری هر یک از عناصر بصری نسبت به دیگر عناصر بصری موجود در طرح می‌پردازد (امروز و هریس، ۱۳۹۶: ۱۴۶). در همین راستا بر پایه 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

به عنوان انگلیسی آن؛ ۲. تحریر کلمه «فرار» به رنگ سفید به جهت برجسته نمودن و تأکید بر آن، تمایز از رنگ کلمه «پله» و عبارت انگلیسی airEscape St. در مجموع، آن چنان که روش است طراح توانسته با اعمال نشانه‌های ساختاریندی و آرایش حروف در این سطح در ذهن مخاطب 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 مکان مفروض، مجموعه‌ای را پی‌ریزی می‌کند که احساس تعلق و عزت نفس مخاطب را تقویت نموده و به تحکیم فرهنگ منجر شود (شرين، ۱۳۹۴: ۲۷؛ Boukerroui, 2013: ۱۱۵). بر مبنای این اصل، حروف‌نگاری در نظام مسیریابی بازار چارسو نیز، به عنوان راهی برای شناخت مکان (Boukerroui, 2013: 16) و متضمن برطرف کردن نیازهای کارکردی مخاطبان و پشتیبانی از امیدها و حس تعلق خاطر 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 اختصاصی این مجموعه، مرتبط با متن‌های دیجیتالی شده عصر کامپیوتر، جایی که تمام تصاویر توسط پیکسل‌ها نمایش داده می‌شوند، طراحی گشته و خوانده و بینده آمادگی ورود به فضای این مکان - که از بزرگترین مراکز خرید دیجیتال است - را از پیش پیدا کرده و در نتیجه در ک مطلب برایش بهتر و مطبوع‌تر خواهد بود (ممیز، ۱۳۹۲: ۶؛ Sakkal, 2006: ۴۱). از سوی دیگر، ارتباط بسیار نزدیکی از لحاظ فرم میان خط بنایی که یکی از انواع خوشنویسی اسلامی است با این حروف به شمایل پیکسل، وجود دارد و آن این‌که هر دو بر اساس اشکال هندسی مانند مریب، لوزی، مستطیل و خطوط موازی و متقطع حاصل می‌شوند. گفتنی است خط بنایی با عنصر اصلی سازنده‌بنا 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: ۲۰-۱۲). به‌طورکلی استودیو شیزارو به عنوان 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 برجسته 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 کلان شهر تهران

به جهت دستیابی به نتایج جزئی‌تر در زمینه چگونگی ارتباط مخاطبان شهری و نوشتار، نشانه‌های نوشتاری موجود در نظام‌های مسیریابی کلان شهر تهران با توجه به سطوح سه‌گانه نوشتار با ابزار نظری و روشنی نشانه‌شناسنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تأثیرات زبانی نشانه‌های نوشتاری با توجه به فارسی یا غیرفارسی یا پیرازبانی نوشتار؛ تأثیرات بصری با توجه به وضع نوع قلم، اندازه آن، رنگ، بافت سجانوندی، ساختاریندی و آرایش متن در سطح پیرازبانی نوشتار؛ و تأثیرات بصری با توجه به وضع نوع قلم، اندازه 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 با توجه به ویژگی‌های زبانی به سرعت درک گشته و متبادر کننده معنای صریح به ذهن مخاطبان شهری بوده است. همچنین نشانه‌های نوشتاری با تمهدات تصویری و تمایزات بصری به خوبی توانسته‌اند با ساختن یک هویت و حس منحصر به‌فرد از مکان، به ایجاد حس مکان، هویت دیداری و دل‌بستگی در ذهن مخاطب اثرگذار واقع شوند که با معنای ضمنی نوشتار مرتبط است. جزئیات و نتایج در جدول (۱) و (۲) بیان شده است.

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

شاخص‌های مورد آزمون	سطح دلالتی	آرا مثبت مخاطبان	توضیحات
بهره‌گیری از خط فارسی برای ارتباط با گروه فرهنگی زبانی هدف و نوشتار لاتین برای ارتباط با عام و همچنین خوانش آسان و بی‌دغدغه آن در تابلوهای مسیریابی تأکید داشتند.	۲۰	همه مخاطبان در مصاحبه و پرسش‌نامه به ارجحیت استفاده از خط و نوشتار مناسب با مخاطب هدف یعنی خط فارسی در کنار نوشتار لاتین برای ارتباط با عام و همچنین خوانش آسان و بی‌دغدغه آن در تابلوهای مسیریابی تأکید داشتند.	آرایش، چیدمان و صفحه‌پردازی مطلوب پیازبانی تابلوهای مسیریابی شهری
هماهنگی قلم‌های طراحی (و یا انتخاب) شده با یکدیگر و مفهوم و کارکرد مکان شهری	۱۵	نفر از مخاطبان، غالب نظام‌های مسیریابی مورد سنجش را از لحاظ آرایش و چیدمان اقلام و بهره‌گیری از نشانه‌گذاری یا سجاوندی، مناسب توصیف نمودند.	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 جنبه وجودی بخشیدن به زبان اطلاق شود. در این حوزه، نظام مسیریابی بازار چارسو که قلم انگلیسی و فارسی آن "CINEMA" "سینما" گرفت.
کاربرد مطلوب و مناسب رنگ در نظام‌های مسیریابی شهری	۲۰	همه مخاطبان در پرسش‌نامه به اهمیت 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 "نهارد" "دانشگاه امام علی" "خیام" "محمد شهر (مهدشت)" 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 رو برو نمی‌کند، موردنوجه قرار گرفت.	همه مخاطبان در پرسش‌نامه به اهمیت 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 "نهارد" "دانشگاه امام علی" "خیام" "محمد شهر (مهدشت)"
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 فرآگیر روز و نه با هویتی مستقل و منحصر به فرد دانسته‌اند. مخاطبان وجود نوشتار مخصوص و یگانه در یک مکان را موجد ارتقا هویت دیداری، خاطره‌انگیزی و دلیستگی در ذهن مخاطب شهری بیان کرده‌اند. در میان نمونه‌های مورد سنجش، نظام‌های مسیریابی بازار چارسو "غرفه فروشن"، باع کتاب "تهران" و وزارت ارتباطات "فتاواری اطلاعات" که با طراحی قلم‌های اختصاصی موجب تمایز تابلوها گشته بودند، به طور ضمنی الفاکنده کیفیت مفهومی خاصی از مکان در ذهن مخاطبان تعبیر شده و موردنوجه آنان قرار گرفت.	این افراد اعم نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران از جمله نشانه‌های نوشتاری آن‌ها را برگرفته از گرایش‌های فرآگیر روز و نه با هویتی مستقل و منحصر به فرد دانسته‌اند. مخاطبان وجود نوشتار مخصوص و یگانه در یک مکان را موجد ارتقا هویت دیداری، خاطره‌انگیزی و دلیستگی در ذهن مخاطب شهری بیان کرده‌اند. در میان نمونه‌های مورد سنجش، نظام‌های مسیریابی بازار چارسو "غرفه فروشن"
نظام‌های مسیریابی محبوب مخاطبان (رتیبه‌بندی خیلی خوب)		بازار چارسو؛ باع کتاب تهران؛ مترو تهران.	
نظام‌های مسیریابی موردنوجه مخاطبان (رتیبه‌بندی خوب)		برج میلاد؛ دانشگاه علامه طباطبائی؛ دانشگاه علوم پزشکی تهران؛ فرودگاه امام خمینی؛ فرودگاه مهرآباد؛ کتابخانه ملی؛ مرکز تجاری اپال؛ وزارت ارتباطات و فتاواری اطلاعات؛ هتل نووتل.	
نظام‌های مسیریابی کمتر موردنوجه مخاطبان (رتیبه‌بندی متوسط)		ایران مال؛ بازار موبایل ایران؛ راه‌آهن تهران؛ سینما آزادی؛ سینما زندگی؛ سینما مکمال؛ مرکز تجاری بام‌لنده؛ مرکز تجاری صبا؛ مجموعه سعدآباد؛ موزه دفاع مقدس؛ ورزشگاه آزادی؛ هتل پارسیان استقلال؛ هتل تاج محل.	

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

نام	نمونه تصویری از نظام مسیریابی	کیفی	رتبه‌بندی	برای مخاطب عام) و طرح و تدقیق	مطلوب در ایرانی و انگلیسی	همانگی قلم‌ها با	غیرزنی کاربرد مطلوب، و متناسب	لغاظ ویژگی‌های متمازکننده و اختصاصی نوشتار	زبانی	پیرازبانی	غیرزنی						
ایران مال		متوسط	-	دوزبانه بودن (فارسی همانگی هارمونی متناسب با مخاطب ایرانی و انگلیسی مطلوب در ایرانی و انگلیسی رتبه‌بندی کیفی"/>	چیدمان و قلم‌ها با یکدیگر و رنگ نوشتار تناسب آن با کارکرد مکان	دوزبانه بودن (فارسی همانگی هارمونی متناسب با مخاطب ایرانی و انگلیسی مطلوب در ایرانی و انگلیسی رتبه‌بندی کیفی)	+ + + + + -	لحظه ویژگی‌های متمایزکننده و اختصاصی نوشتار	زبانی	پیرازبانی	غیرزنی						
بازار چارسو		خوب	-	بسیار خوب			+ + + + + -										
بازار موبایل ایران		متوسط	+	بسیار			+ + + + + +										
باغ کتاب تهران		خوب	+	بسیار			+ + + + + +										
برج میلاد		خوب	+	بسیار			+ + + + + +										
د. علامه طباطبایی		خوب	-	بسیار			+ + + + + +										
دانشگاه ع.پ. تهران		خوب	-	بسیار			+ + + + + +										
راه آهن تهران		متوسط	-	بسیار			+ + + + + +										
سینما آزادی		متوسط	+	بسیار			+ + + + + -										
سینما زندگی		متوسط	-	بسیار			+ + + + + +										
سینما مگامال		متوسط	+	بسیار			+ + + - - -										
فرودگاه امام خمینی		خوب	-	بسیار			+ + + + + +										
فرودگاه مهرآباد		خوب	-	بسیار			+ + + + + +										
کتابخانه ملی		خوب	+	بسیار			+ + + + + +										
مترو تهران		خوب	+	بسیار			+ + + + + +										

+ + + + +	خوب		م.تجاري أقبال
+ - + - -	متوسط		م.تجاري بام لند
- + - + +	متوسط		م.تجاري صبا
+ + - - +	متوسط		مجموعه سعدآباد
- + + + +	متوسط		موزه دفاع مقدس
+ - - - +	متوسط		ورزشگاه آزادی
+ + + + +	خوب		وزارت ارتباطات و فنواری
- + + + +	متوسط		هتل پ. استقلال
+ - + + -	متوسط		هتل تاج محل
+ + + + -	خوب		هتل نووتل

### نتیجه گیری

شهر، بستر شکل گیری مجموعه پیچیده‌ای از ارتباطات و تعاملات است. در این راستا، گرافیک شهری با هدف ارتقای تعاملات انسان با فضای زندگی‌اش و ارتباط مناسب میان شهر و ندان، به طور مستقیم و غیرمستقیم در فضاهای شهری نقش ایفا می‌کند. از میان زمینه‌های گوناگون گرافیک شهری، نظام مسیریابی شهری به لحاظ کاربرد، تأثیر بسزایی در معنامندی و زیبایی شهر را دارد. 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 به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر محیط‌های شهری، همواره باید مورد توجه و تحلیل قرار گیرد. عموماً عنصر غالب در تابلوهای نظام مسیریابی شهری را عوامل نوشتاری و قلم تشکیل می‌دهند. در پژوهش حاضر نیز با توجه به این عنصر غالب در نظام‌های مسیریابی شهری، نشانه‌های نوشتاری نظام‌های مسیریابی کلان‌شهر تهران در سطوح مختلف دلالتی خود (زبانی، پیازبانی و غیرزبانی) مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

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

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 پیازبانی و همچنین در سطح غیرپیازبانی با اعمال تغییراتی در نوشتار در جهت تزدیک شدن به وجه تصویری مفهوم موردنظر و بروز آن به عنوان ماده‌ای برای شکل دادن به فضای بصری و شما می‌نگاری، محقق می‌گردد. اما در تقابل با آن، چالش‌هایی سبب گشته انتقال معانی و مفاهیم موردنظر در سطوح مختلف دلالتی نوشتار تحت تأثیر 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 شده (در سطح پیازبانی):

۲. وجود ضعف در آرایش، چیدمان و صفحه‌پردازی متون تابلوهای مسیریابی شهری (در سطح غیرپیازبانی):

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 غیرپیازبانی):

۴. وجود ضعف از لحاظ گزینش رنگ در متون نظام‌های مسیریابی شهری (در سطح غیرپیازبانی):

۵. شباهتِ نظام‌های مسیریابی شهری به نمونه‌های دیگر و نداشتن هویت مستقل (در سطح غیرپیازبانی). 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 هارمونی 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 واشقی، ا. (۱۳۹۵). تحلیل فضاهای شهری با رویکرد گرافیک محیطی (مطالعه موردی: محله چرخاب)، ماهنامه دانش نما، ۱۶۲-۱۵۳: (۲۵۳).
- ارمسترانگ، ۵. (۱۳۹۳). تئوری‌های طراحی گرافیک، ترجمه مرجان زاهدی، تهران: نشر مشکی.
- اسداللهی، م. (۱۳۹۷). طراحی گرافیک محیطی، تهران: انتشارات فاطمی.
- اسداللهی، م. (۱۳۸۹). گرافیک محیط بررسی نقش عناصر محیطی در کیفیت بصری فضا، نشریه منظر، ۷: ۷۰-۷۱.
- اسداللهی، م. (۱۳۹۷). مسعود سپهر طراح گرافیک، پژوهشگر، تایپوگراف 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.
- اسرрош، ب. (۱۳۹۴). سمفونی نشانه‌ها نگاهی به جایگاه متن و زمینه در خوانش آثار گرافیک شهری، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۵۵): ۱۳۲-۱۴۳.

- 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.
- امیروز، گ. و هریس، پ. (۱۳۹۶). اصول پایه طراحی گرافیک، مترجم شروین شهامتپور، تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.
- امیروز، گ. و هریس، پ. (۱۳۹۶). فرنگ مصور گرافیک، تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.
- امین‌زاده، 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.
- تینیت، ک. و کویفو، د. (۱۳۹۴). یافتن مسیری تازه، ترجمۀ ابولفضل توکلی شاندیز، فصلنامه هنرهای تصویری حرفه هنرمند، (۵۵): ۱۱۲-۱۱۸.
- چندر، د. (۱۳۹۷). مبانی نشانه‌شناسی، ترجمۀ 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 بین‌رشته: ادبیات و هنر / دیبر هم‌اندیشی، ویراستار تدوینگر فرهاد ساسانی، تهران: مؤسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن».
- دانایی فرد، ح.، باقری کنی، م. و خانی، ع. (۱۳۹۴). فهم اولویت‌های راهبردی تحول نظام آموزش و پرورش از دیدگاه امام خامنه‌ای، فصلنامه مدیریت اسلامی، (۲۳): ۱۰۵-۱۳۵.
- دانایی، م. (۱۳۹۶). فهم نشانه‌شناسی رسانه‌ها، ترجمۀ گودرز میرانی و بهزاد دوران، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- داؤسون، ک. (۱۳۹۰). روش‌های کاربردی تحقیق، ترجمۀ 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 فروزان.
- دمیرچیلو، ه. و سجودی، ف. (۱۳۹۰). تحلیل نشانه‌شناختی تایپوگرافی فارسی، نشریه کتاب ماه هنر، (۱۵۲): ۹۰-۱۰۱.
- دیوبس، م. (۱۳۹۶). تئوری طراحی گرافیک، ترجمۀ فاطمه مرزبان؛ ویرایش سحر بکائی، تهران: انتشارات هنر نو.
- راسنر کلیمچاک، م. و ای کراسووک، س. (۱۳۹۷). طراحی بسته‌بندی موفقیت نام تجاری محصول از مفهوم تا قفسه، ترجمۀ محمدرضا شریف‌زاده، زهرا کربیمی‌پور و ارغوان پورعلی، تهران: انتشارات علمی.
- روابط عمومی باگ کتاب تهران (۱۳۹۷). معرفی باگ کتاب تهران، بارگیری: ۱۰/۶/۱۴۰۰.

معرفی-باغ-کتاب-تهران/<https://bagheketab.com/about>

- زمردی، ح. (۱۳۹۲). نظریه‌ی نشانه‌شناسی حروف در متون فارسی، تهران: انتشارات زوار.
- 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: ۱۰/۶/۱۴۰۰.
- <https://metro.tehran.ir/ArticleId/16360>
- شرین، آ. (۱۳۹۴). عناصر، ساختار، طرح؛ اصول رنگ، ترجمۀ 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 کویتو، 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). فرنگ توصیفی نشانه‌شناسی، تهران: انتشارات علمی.

- 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*، ۱۱۳-۷۹.
- کرمانی‌نژاد، ف. (۱۳۹۱). *هنر خوشنویسی در ایران*، تهران: انتشارات کتاب آبان.
- کریستین، ک. (۱۳۹۶). *لی اوت: راهنمای واقعی برای چیدمان متن و تصویر*، ترجمه 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 حرفة هنرمند*، ۳۸: ۲۸-۳۹.
- گرجی، ا. و بخورداری، 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 حرفة هنرمند*، ۵۵: ۱۰۴-۱۱۱.
- مارتین، ب. و رینام، ف. (۱۳۹۶). *واژه‌نامه توصیفی نشانه‌شناسی*، ترجمه 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 چنانی*، تهران: انتشارات کتاب آبان.
- موسوی، س. و شکور، ع. (۱۳۹۷). *بررسی و نقش نشانه‌های شهری با تأکید بر شناسایی هویت فضا* (مطالعه موردی: بلوار شهید چمران شیراز)، *نشریه پژوهش و برنامه‌بازی شهری*، ۴۹: ۱-۱۰.
- مولر بروکمان، ز. (۱۳۹۸). *سیستم گرید در طراحی گرافیک*، ترجمه دزار حقی، تهران: نشر فخر اکیا.
- میرزابی نسب نهادان، م. (۱۳۹۲). *جایگاه گرافیک محیطی در هویت بصری شهر*، *نشریه چیدمان*، ۴۲: ۱۱۴-۱۱۹.
- نرسیسیانس، ا. (۱۳۹۶). *انسان، نشانه، فرهنگ*، تهران: نشر افکار.
- نیرون، ا. (۱۳۹۲). *اهمیت طراحی گرافیک محیطی در زندگی انسانی*، ترجمه آریا متین، *نشریه هنرهای تصویری حرفة هنرمند*، ۴۶: ۱۷۲-۱۸۰.
- نیکوبخت، ن. و قاسمزاده، س. ع. (۱۳۹۸). *دانش نشانه‌گذاری در خط فارسی*، تهران: نشر چشممه.
- همروستینگل، و. (۱۳۹۸). *مبانی نشانه‌شناسی*، ترجمه مسعود فرهمندر در کتاب نشانه‌شناسی (مقالات کلیدی، گرینش 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. ۱۹۵۴-۱۹۴۹ ,۸ ,Civil Engineering Journal .spaces
- you like letters? Introducing urban typography in art I like cities; Do .(۲۰۱۰)Huerta, R. ۸۱-۷۲ ,۱ ,International Journal of Art & Design Education .education
- July). Urban Typography as a Reflection of Talkative ,۲۰۲۰)Kusdiwanggo, S., & Amiuzza, C. B. ational International Conference of Heritage & Culture in Intern Behavior in Malang City. In Atlantis Press .(۲۰۶-۲۰۱pp. ) (۲۰۱۹)Urban 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 .(۲۰۱۶)Meggs, P. B., & Purvis, A. W.
- Utilization of Arabic calligraphy to promote the Arabic .(۲۰۱۴)Mohamed, N. A., & Youssef, K. T. ۴۹-۳۵ ,۱ ,Studies Arts and Design .identity in packaging designs

- space: Typographic Translations of Urban □Letter .(۲۰۱۱)Naismith, J., & O'Sullivan, A. .۱۴۳-۱۳۳,(۱) ۳۰ ,*International Journal of Art & Design Education* .Place
- ronment and Envi .Visual preferences in urban signscapes .(۱۹۹۹)Nasar, J. L., & Hong, X. .۷۹۱-۶۷۱,(۵) ۳۱ ,*Behavior*.
- th century history: a guide to type, image, ۲۰ .Graphic design and architecture, a .(۲۰۱۲)Poulin, R. Rockport Pub .symbol, and visual storytelling in the modern world
- .۸۲-۷۸ ,۴ ,Identity magazine .ntity designSquare Kufic calligraphy in ide .(۲۰۰۷)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 .۳۴۸-۳۳۹ ,(۳) ۴ ,*Visual Communication* .environment with the help of perception theories

# 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