

# بررسی جایگاه تابلوهای معرف کاربری در بهبود کیفیت بصری منظر شهری (نمونه موردی شهر شیراز)<sup>۱</sup>

سعیده منصوری\*  
دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری دانشگاه شهید رجایی  
تهران

آتوسا اعظم کثیری  
دکتری مطالعات عالی هنر، هیئت علمی دانشگاه شهید رجایی تهران

سوسن خطایی  
دکتری پژوهش هنر، هیئت علمی دانشگاه شهید رجایی تهران

## چکیده

همگام با توسعه و تحولات زندگی شهرنشینی، ضرورت دستیابی سریع و آسان شهروندان به خدمات و نیازهای تجاری و اقتصادی اهمیت بسیاری می‌یابد. در چنین موقعیتی است که گرافیک محیطی با استفاده از قابلیت‌های بصری و فنون خلاقانه‌ی خود برای رفع این نیازها و به‌عنوان آغازگر رقابتی بصری برای پیام‌رسانی و تبلیغات گام برمی‌دارد؛ اما آنچه همواره در فضای شهری مطرح می‌شود چگونگی ساماندهی و وحدت انبوهی از این اطلاعات و تبلیغات با توجه به اغتشاشات بصری موجود است. یکی از مواردی که همواره در محیط پیرامون شهر به تعاملات اجتماعی کمک شایان توجهی می‌کند استفاده از تابلوهای معرف کاربری است که بخش گسترده‌ای از ساختار بصری منظر شهری را در بر می‌گیرد. در پژوهش پیش‌رو با بررسی ویژگی‌های ساختاری، فنی، ضوابط محل نصب و زیبایی‌شناسی این تابلوها به نقش آن‌ها در بهبود فضای کسب‌وکار، جلب توجه مخاطبان و میزان تأثیرگذاری در آسایش بصری منظر شهری می‌پردازیم. هدف این پژوهش با انتخاب نمونه موردی شهر شیراز، رسیدن به قابلیت‌های بصری منظم و پایدار برای رفع آلودگی بصری منظر شهری است. این مقاله به روش تحلیلی-توصیفی و شیوه‌ی گردآوری اطلاعات از طریق پژوهش میدانی و کتابخانه‌ای است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با استفاده از ویژگی‌های خلاقانه ساختار بصری، فنون اجرا و انتخاب محل نصب و ابعاد مناسب بر طبق ضوابط مدون می‌توان در ایجاد آسایش بصری و نظامی هماهنگ در منظر شهری اقدام کرد و اطلاع‌رسانی را سریع و فعالیت‌های اقتصادی را رونق بخشد. البته این امر منوط به همکاری و آگاهی اصناف و متولیان زیباسازی و طراحی شهری در کنار ایجاد تسهیلات موردنیاز است.

**واژه‌های کلیدی:** منظر شهری، گرافیک محیطی، تابلوهای معرف کاربری

<sup>۱</sup>. این مقاله در دومین همایش ملی معماری و شهر پایدار در چارچوب سخنرانی پذیرفته و ارائه شده است.

\* نویسنده مسئول: mansoori.saeedeh@gmail.com

## ۱- مقدمه و ضرورت مسئله

بخش زیادی از زندگی و ارتباط‌های انسانی در محیط پیرامون سپری می‌شود. فضای شهری نیز به‌عنوان ساخته‌ای مصنوعی در پاسخگویی به مسائل شهروندان (ترافیکی، اجتماعی، کالبدی و...) یک محیط محسوب می‌شود (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۸۱) اما آنچه همواره مورد توجه است چگونگی ادراک شهروندان در پس رویارویی با اطلاعات حاصل شده از این فضاهای شهری است.

آسایش بصری یکی از مهمترین مسائلی است که امروزه در ارتقاء کیفیت منظر شهری مطرح می‌شود و پژوهش‌های زیاد پیرامون آن نشانگر درجه‌ی اهمیت این موضوع است. به‌طور کلی عوامل بسیاری در این مبحث دخالت دارند از جمله فرم، رنگ، روشنایی، کیفیت محیط، تناسبات و... که ناهماهنگی و وحدت در به‌کارگیری این عوامل ممکن است به آشفتگی و دگرگونی بصری و بی‌نظمی در محیط منجر شده و فشارهای روانی را به دنبال آورد.

بدنه‌های شهری از مؤثرترین عناصر تأثیرگذار بر کیفیت فضاهای شهری هستند که اصلاح آن‌ها می‌تواند به بالا رفتن کیفیت منظر عینی شهر منجر شود (خاک زند و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۶). بخش بزرگ بدنه شهری را نمای ساختمان‌ها و تابلوهای معرف کاربری تشکیل می‌دهند که رابطه مستقیم با آلودگی یا آسایش بصری دارند.

متأسفانه در چند دهه اخیر گستردگی و افزایش نرخ شهرنشینی در کشورهای درحال توسعه و از جمله ایران به کاهش کیفیت کالبدی و اجتماعی شهرهای این مناطق منجر شده است و بحث ساماندهی و آسایش بصری و زیبایی در منظر شهری با روند کندی رو به جریان است.

مهم‌ترین سؤالات پژوهش پیش‌رو دربرگیرنده موضوع‌های زیر است: تابلوهای معرف کاربری در ایجاد آسایش و آرامش بصری در منظر شهری چه نقشی ایفا می‌کنند؟ آیا ساماندهی این تابلوها در بهبود زیباسازی شهری مؤثر است؟ وضعیت آسایش بصری در محدوده مورد مطالعه در چه سطحی است؟

هدف اصلی این پژوهش، معرفی و بررسی یکی از مؤلفه‌های مؤثر در ارتقاء کیفیت منظر شهری یعنی تابلوهای معرف کاربری است و در پی یافتن راهکارهایی برای ساماندهی این تابلوها است. شهر شیراز با توجه به رشد سریع جمعیت به‌عنوان یکی از کلان‌شهرهای ایران به‌عنوان نمونه موردی انتخاب شده است؛ اما با توجه به وسعت آن، تنها بخش‌هایی از خیابان‌های مرکزی و پرتردد شهر با توجه به حجم بالای مراکز تجاری، اداری و خدمات پزشکی در محدوده مورد مطالعه گنجانده شده است. ضروری است گفته شود پژوهش پیش‌رو نگاهی کلی به وضع تابلوهای معرف کاربری در شهر شیراز دارد و ضرورت پرداختن به جزئیات با نگاه تخصصی‌تر همچنان احساس می‌شود.

## ۲- روش تحقیق

پژوهش پیش‌رو از نوع کیفی و توصیفی-تحلیلی است و ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات، مشاهده، فیش‌برداری و عکس‌برداری میدانی است و از طریق منابع مکتوب و تصویری کتابخانه‌ای، اینترنتی و مصاحبه صورت گرفته است. نمونه موردی این پژوهش، چندین خیابان پر رفت‌وآمد و تجاری شهر شیراز است و پس از تهیه حدوداً ۱۰۰ قطعه عکس از تابلوهای معرف کاربری، ۷ قطعه به‌عنوان نماینده‌ای از کل موارد، در قسمت تجزیه‌وتحلیل قرار داده شده است و انتخاب این عکس‌ها کاملاً اتفاقی و بدون قصد قبلی است.

## ۳- مفهوم فضا و منظر شهری

شهر از شبکه‌ای از فضاهای متوالی با کیفیت‌های بصری متفاوت شکل گرفته است. این توالی فضایی در صورتی به وجود می‌آید که انسان در طول یک مسیر، فضاهای مجزا از هم را تشخیص دهد و آن‌ها را به‌عنوان فضاهای مرتبط به هم تلقی نماید. شهروندان با عبور از این فضاها، ادراکات حسی مختلفی را در اثر دریافت پیام‌های متنوع دریافت می‌کنند (متولی، ۱۳۸۹: ۱۲۴).

فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به‌نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی هستند، یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند و تعامل و تقابل اجتماعی در آن صورت می‌گیرد. عناصر و اجزاء تشکیل‌دهنده فضای شهری عبارت‌اند از: کف، بدنه، سقف و عناصر مستقر در فضا. بدین ترتیب از میان این عناصر بخشی را که توسط شهروندان درک می‌شود منظر شهری می‌گویند (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۸۱-۸۷).

منظر شهر بیشترین و نزدیک‌ترین ارتباط را با مخاطب خود یعنی مردم دارد و در این میان منظر خیابان‌ها و فضاهای تجاری و تفریحی به علت اختلاط کاربری پذیرای مخاطبان بیشتری است (قلعه‌نویی و دیگران، ۱۳۹۰: ۳۰).

سیمای شهری را می‌توان به معنای منظر ذهنی از شهر تلقی کرد؛ و این ذهنیت از طریق ادراک و پردازش منظر عینی در ذهن انسان شکل می‌گیرد. بدین ترتیب از لحاظ مفهومی میان واژه منظر و سیما تفاوت وجود دارد.

## ۴- زیبایی‌شناسی شهری

دانش زیبایی‌شناسی در محیط شهری از رویکرد پرداخت به سازمان بصری و شکل شهر به رویکرد سازمان‌دهی کیفیت محیط شهری روی آورده است؛ بنابراین زیبایی و تعریفی که از زیبایی در فضاهای شهری ارائه می‌شود تحت تأثیر فرهنگ‌ها و مدل‌های فرهنگی حاکم در هر

شهر قرار می‌گیرد که بر این اساس مفهوم زیبایی و تعابیر و تعاریفی که از آن می‌شود تغییرپذیر و نسبی خواهند بود. تلاش برای زیبا سازی چهره شهرها را می‌توان به دو موضوع عمده تقسیم کرد:

۱. پیراستن چهره شهر از عوامل ناهمگون و نازیبا؛ و ۲. ایجاد مناظر و نماهای زیبا و مفرح. پیگیری هر کدام از موارد یاد شده به بسترهای قانونی، برنامه‌های مدون و تعریف شده و ارائه تصاویر واضح و مشخص از شهر در بازه‌های زمانی متفاوت احتیاج دارد (بهزادفر و دیگران، ۱۳۹۱: ۸۹).

بدنه‌های شهری از مؤثرترین عناصر تأثیرگذار بر کیفیت فضاهای شهری هستند که اصلاح آن‌ها می‌تواند به بالارفتن کیفیت منظر عینی شهر منجر شود. در این بین، نمای خیابان به عنوان یکی از اجزای اصلی بدنه‌های شهری باید مورد توجه قرار گیرد (خاک زند، ۱۳۹۳: ۱۶). تابلوهای معرف کاربری نیز جزء تفکیک‌ناپذیری از نمای خیابان هستند.

بدین ترتیب سازمان زیباسازی شهرداری نیز برای رسیدن به هدف زیبایی شهر و با توجه به دو عامل یاد شده کار خود را آغاز کرده و تاکنون توانسته است تأثیر بسزایی در بهبود کیفیت بصری شهرها ایفا کند، هر چند پیمایش این مسیر نیاز به همکاری و همیاری همه‌ی شهروندان و مسئولان داشته و با صرف هزینه و زمان زیادی همراه خواهد بود.

## ۵- گرافیک محیطی و نقش آن در ایجاد آلودگی بصری

امروزه ارتقاء سطح کیفی زندگی برای تأمین نیازهای مادی و معنوی از ضرورت زندگی شهرنشینی است و به نحوه‌ی تعامل انسان‌ها با محیط پیرامون خود وابسته است. دنیای معاصر، فضایی است آکنده از پیام‌ها و اطلاعات فراوان که به طور مستمر مبادله می‌شوند، در این بین گرافیک محیطی مؤثرترین ابزار برای تأثیر بر الگوهای رفتاری زندگی انسان شهرنشین است. گرافیک محیطی با علوم ارتباطات و رسانه‌ها پیوندی مستقیم دارد؛ از همین روست که به عنوان مهم‌ترین روش ارتباطی است؛ ولی در عین حال هنری است به شدت اقتصادی و مرتبط با اهداف تجاری (عبدالحسینی، ۱۳۸۵: ۶۹-۷۰). گرافیک محیطی با توجه به حیثی گسترده، چهار کاربرد اصلی دارد: ۱. کاربرد تبلیغی؛ ۲. کاربرد آموزشی؛ ۳. کاربرد هدایت و راهنمایی؛ ۴. کاربرد تفننی. بر این اساس از تبلیغات محیطی در دو بخش تبلیغ کالا و خدمات یا تبلیغ یک جریان فکری استفاده می‌شود (ایلوخانی، ۱۳۹۳: ۱۸). تابلوهای معرف کاربری نیز زیر مجموعه‌ی گرافیک محیطی هستند و به نوعی جنبه تبلیغاتی دارند و حتی در بعضی موارد علاوه بر معرفی واحد صنفی مستقیم به برندی خاص اشاره می‌کنند.

یکی از ویژه‌ترین اهداف اجتماعی و روانی فرایند گرافیک شهری، ایجاد آرامش و تلطیف فضای پیرامونی و همچنین کاهش شدت زیان‌های روانی ناشی از دگرگونی‌ها و آلودگی بصری است (صلواتی، ۱۳۹۰: ۱۱۲)؛ اما گاهی تعدد بیش از اندازه‌ی زیرمجموعه‌های گرافیک محیطی در کنار رعایت نکردن نظم و اصول کاربردی و ساختاری، به عاملی برای ایجاد آلودگی بصری منجر می‌شود که مسلماً علاوه بر از بین بردن زیبایی منظر شهری، اختلال‌هایی را در نحوه‌ی ارتباطها و تعامل‌های شهروندان ایجاد می‌کند.

به‌طور کلی آلودگی‌های محیطی به محورهای اصلی زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

۱. آلودگی‌های فیزیکی: رهاسازی و انباشت انواع زباله و آلودگی‌هایی که برهم‌زننده‌ی توازن محیط زیستی و اکولوژیکی هستند.

۲. آلودگی دیداری: آلودگی دیداری؛ وجود هر نوع اغتشاش و کیفیت بصری نامطلوب در شکل شهر است (مثل نماها، فرم‌ها، احجام کالبدی، ساختمان‌ها، تابلوها، پنجره‌ها و...).

۳- آلودگی نمادی (اطلاعات و علائم محیطی) و خوانایی: آلودگی نمادی عبارتست از هرگونه خللی که در هر یک از دو عنصر مفهوم و درک آن مفهوم پیش آید. به‌عنوان مثال، وجود اطلاعات مبهم، غیرقابل درک و یا نامربوط با مکان و... نوعی آلودگی نمادی است. همچنین وجود شمار زیادی اطلاعات در یکجا ممکن است به معنی از بین رفتن آن اطلاعات تفسیر شود.

۴- آلودگی نور: آلودگی نور عبارت از کم نوری و توزیع نامناسب نور در بحث امنیت اجتماعی، ایمنی عبور و مرور و زیبایی شهر است (صالحی، ۱۳۸۶: ۸۴-۸۷). البته تعدد منابع نوری نیز به بروز مشکلاتی برای رانندگان و یا ساکنان مناطق مختلف منجر می‌شود.

۵- آلودگی صوتی: به‌طور کلی هر نوع سرو صدای حاصل از حرکت و سایل نقلیه، ترافیک شهری، فعالیت‌های ساختمانی، کارخانه‌های صنعتی و... آلودگی ایجاد می‌کند.

۶- آلودگی رنگی: تنوع بیش از اندازه‌ی رنگ‌ها سبب خستگی چشم شهروندان و یا برعکس، یکنواختی رنگ‌ها باعث کسالت و گمراهی در محیط می‌شود.

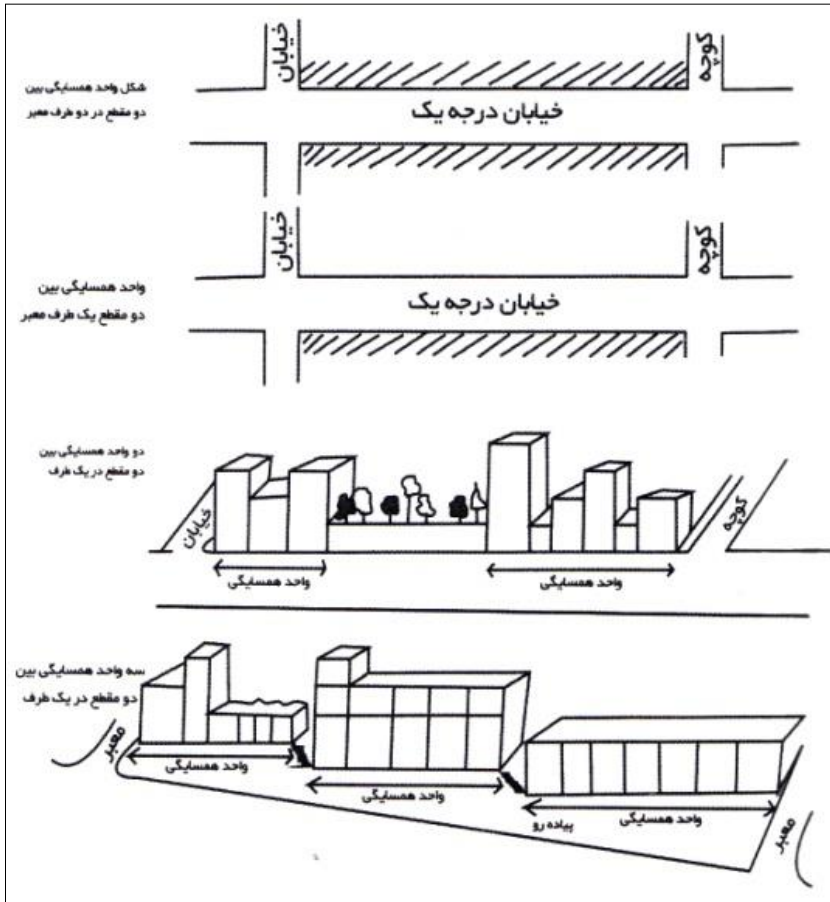
آنچه مسلم است گرافیک محیطی نقش مهمی در کاهش یا افزایش آلودگی دیداری، نمادی، نوری و رنگی و در اصل در ایجاد هنجارهای رفتاری وابسته به این عوامل دارد؛ اما بدون شک این جزء جدایی‌ناپذیر زندگی شهری اگر با رعایت اصول و ضوابط انجام پذیرد نه تنها مشکلی به وجود نمی‌آورد بلکه در بهبود روابط اجتماعی و تبلیغاتی نیز بسیار تأثیرگذار است.

در تعریف تابلوهای معرف کاربری می‌توان گفت: «تابلوهایی که در بالای سر در فروشگاه‌ها، مراکز خدماتی، تولیدی، توزیعی و اداری به‌منظور معرفی و اطلاع‌رسانی کاربری مکان نصب می‌شوند و جنبه معرف کاربری دارند.» (احمدی، ۱۳۸۹: ۲۶۹). البته گونه‌ای از این تابلوها علاوه بر معرفی مکان یا صنف موردنظر برندی را نیز تبلیغ می‌کنند که از نظر پرداخت عوارض برای صدور مجوز باید مراحل خاصی را طی کنند. به‌طور کلی تنوع در فرم، رنگ، اندازه، محل قرارگیری، زاویه تابلو، همسایگی با دیگر تابلوهای مجاور، پیش‌آمدگی و عقب‌نشینی و نورپردازی، هر کدام عامل مهمی در چگونگی ایجاد آلودگی یا آسایش بصری در منظر شهری هستند. بدون شک «سبک و نوع معماری بنا به‌عنوان بستر اصلی محل قرارگیری تابلو نقش محوری و اساسی در ساماندهی تابلوهای صنفی دارد» (همان: ۲۷۱). با پیش‌بینی محل استقرار تابلو در ابتدای طراحی نقشه‌ی یک ساختمان و رعایت هماهنگی با نمای آن تو سط معماران، همچنین رعایت ضوابط زیبایی‌شناختی از سوی سازمان‌های وابسته می‌توان بخش بزرگی از ساماندهی تابلوها را به نتیجه‌ی مطلوب رساند که البته تا به حال در موارد اندکی اجرا شده است.

متأسفانه در دهه‌های گذشته به دلیل رشد سریع اقتصاد و ایجاد فضای رقابتی، بی‌نظمی‌ها و هرج‌ومرج‌هایی در چگونگی تناسب ابعاد تابلو و ناهمگونی در محل نصب به وجود آمده است که ضمن ایجاد مناظر ناخوشایند و شلوغ در فضای شهر با از بین بردن نمای ساختمان‌ها باعث ایجاد سردرگمی شهروندان و نابینایی بصری نیز گردیده است. هرچند در سال‌های اخیر سازمان زیباسازی شهرداری ضوابط کلی را در چگونگی نصب تابلوها صادر کرده اما به فراخور سفارش‌دهنده تبصره‌های متغیری نیز وجود دارد و البته این ضوابط فقط درباره‌ی ساختمان‌ها و تابلوهای جدید کاربرد دارد و ساماندهی تابلوهای قدیمی کار بسیار مشکلی است.

تقی احمدی در کتاب مهندسی تبلیغات محیطی به دو مبحث یعنی واحد همسایگی و گونه‌های معماری که در ساماندهی تابلوهای معرف کاربری نقش اساسی دارند اشاره می‌کند. به‌طور کلی جداره‌ی ساختمان‌های مشرف به معبر را که بین دو تقاطع قرار می‌گیرند یا اینکه در بین دو نوع معماری با دو سبک متفاوت قرار داشته و با فضای پر و خالی از هم جدا می‌شوند، یک واحد همسایگی نامیده می‌شود (شکل ۱) (همان: ۲۷۰).

بررسی جایگاه تابلوهای معرف کاربری در بهبود کیفیت بصری منظر شهری ...



شکل ۱: اشکال واحدهای همسایگی (برگرفته از کتاب مهندسی تبلیغات)

سپس به سبک و شکل معماری بنا به عنوان بستر اصلی قرارگیری تابلوها پرداخته و با توجه به شکل کلی ساختمان بنا در بافت شهری که از آن به عنوان گونه‌های معماری یاد می‌کند ضوابطی را برای نصب تابلوهای صنفی مطرح می‌کند. به طور مثال محل نصب تابلو در مکان‌هایی که همکف پیاده‌رو هستند، واحدهای زیرزمین و طبقات بالایی، ساختمان‌های دونبش، برج‌های تجاری، ساختمان‌های دارای چند ورودی یا دارای حیاط هریک طبق ضوابط خاصی محاسبه می‌شود. لازم به ذکر است هیچ‌گونه تابلویی بر روی نمای ساختمان نباید نصب شود و فقط در فضاها و محل‌های تعیین شده باید نصب شود. همچنین تابلوها باید در یک راستا و ارتفاع یکسانی داشته باشند. در صورت تعدد تعداد واحدها در یک ساختمان یا می‌توان از یک قاب کلی

و مشترک برای همه واحدها استفاده کرد که در نوع طراحی از هم تفکیک می شوند یا تابلوها به صورت منفرد و مجزا و مستقل اما منظم با یک سبک و جنس در کنار هم قرار می گیرند (همان: ۲۷۶-۲۷۰).

آنچه مسلم است در دهه های گذشته هیچ گاه دیدگاه فنی و اصولی در این موارد رعایت نشده، معماران بدون در نظر گرفتن محلی برای تابلو تنها به فکر ساخت و ساز بودند و اصناف نیز بی توجه به محیط پیرامونشان از هر وسیله و مکانی برای تبلیغات و معرفی خود استفاده کردند و به همین دلیل ناگهان کلان شهرها با بحران آلودگی بصری و اغتشاشی روبرو شده است که با سرعت رو به افزایش است و متأسفانه پیامدهایی از قبیل تصادفات، ناهنجاری های رفتاری و مشکلات روانی برای شهروندان را به دنبال داشته است. در این بین طراحان گرافیک و تابلوسازان نیز بی تقصیر نیستند.

به اعتقاد احمد رضا حسن زاده (۱۳۹۰) در کشورهای پیشرفته، طراحی تابلو با همکاری معمار و طراح گرافیک انجام می شود و تنها اجرای آن بر عهده تابلو ساز است اما در ایران هنگامی که تابلوساز هر دو وظیفه (طراحی و ساخت) را به عهده می گیرد، متأسفانه نتیجه بسیار اسفبار است. ساماندهی این قضیه با همکاری مؤسسه هایی چون انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران، سازمان نظام مهندسی ساختمان، سازمان زیبا سازی شهرداری و اتحادیه ی صنفی تابلو سازان امکان پذیر است و البته دانش و آگاهی اصناف و سفارش دهندگان نیز در این مقوله بسیار تأثیرگذار است (حسن زاده، ۱۳۹۰: ۴۵-۴۰).

## ۷- وضعیت تابلوهای معرف کاربری در شیراز

شیراز از جمله شهرهای ایران است که از گذشته های بسیار دور دارای مراکز تجاری و بازار بوده و امروزه نیز این شهر پرجمعیت به عنوان مرکز استان فارس، یکی از قطب های تجاری و قطب تخصصی پزشکی در منطقه جنوب کشور است. از این رو وجود تابلوهای متعدد در سطح شهر خصوصاً در مناطق پرتردد و شلوغ موجب ایجاد نابسامانی و آشفتگی بصری در منظر شهری گشته است.

به طور کلی تابلوها بر اساس نحوه ی ساخت به گروه های زیر تقسیم بندی می شود:

۱- تابلوهای نئون

۲- تابلوهای حروف برجسته (چلنیوم، آلومینیوم)

۳- تابلوهای روان (ال ای دی)

۴- تابلوهای فلکسی فیس



## ۵- تابلوهای خلاقانه

همچنین علاوه بر تابلوهای سردر از ویتترین نویسی روی شیسه‌های مغازه، پارچه‌نویسی و سایه‌بان‌نویسی نیز برای اطلاع‌رسانی و معرفی کاربری آن محل استفاده می‌شود. تابلو‌سازی که مجوز فعالیت دارند زیر نظر اتحادیه صنف تابلو‌سازان فعالیت کرده و ضوابط مربوطه از طریق اتحادیه به آنان ابلاغ می‌شود. سلیقه و سفارش مشتریان عامل اصلی ساخت تابلو است و در موارد بسیاری می‌توان با پرداخت عوارض به شهرداری از مزایایی همچون نصب تابلوهای بسیار بزرگ در پشت‌بام ساختمان سود برد. ملاک اصلی اصناف در وهله‌ی اول خوب دیده شدن در فضای رقابت تجاری (نحوه‌ی نورپردازی در شب) و سپس مقرون‌به‌صرفه بودن تابلو است. اکثر تابلو‌سازان از مرحله‌ی طراحی تا اجرای تابلو را به‌تنهایی انجام می‌دهند و نقش طراحان گرافیک بسیار کم‌رنگ است. درنهایت می‌توان درک کرد که تابلو‌سازان نیز از بی‌نظمی و اغتشاش تابلوها ناراضی‌اند و خواستار بهبود وضعیت موجود هستند.

شهرداری شیراز به ده منطقه تقسیم می‌شود. هر منطقه بنا به موقعیت جغرافیایی و کاربری‌های متعدد، مجوز نصب تابلو را در ازای پرداخت عوارض به اصناف صادر می‌کند. نرخ عوارض در شهرداری‌های کشور با تصویب شورای اسلامی تعیین می‌شود و بر اساس شاخص‌های تورم، همچنین بنا به موقعیت تجاری و شاخصه‌های خاصی چون تبلیغات برند یا کالای ایرانی و خارجی متغیر است.

آنچه مسلم است ضوابط فنی در همه جای شهر یکسان است ولی طبق تحقیقات و مشاهدات میدانی، اصناف و مسئولان بی‌توجه به محیط اطرافشان تنها برای رسیدن به اهداف خود تلاش می‌کنند. در این بین تخلف‌هایی مشاهده می‌شود که با اصول زیبایی‌شناختی نصب تابلوها و ضوابط موجود مغایرت دارد که به چند نمونه‌ی مهم اشاره می‌کنیم.

## ۸- اصل هم‌ترازی

اضلاع پایینی و بالایی همه تابلوهای معرف اصناف شهری در یک واحد هم‌سایگی با همدیگر هم‌تراز و هم‌راستا باشند. بدین ترتیب که خطوط لبه پایینی و بالایی تابلوها در یک واحد هم‌سایگی هم‌تراز همدیگر طراحی می‌شود و همه تابلوها بر اساس این خطوط (خط بالایی و پایینی) تراز و در یک خط مستقیم باید نصب شوند. در موارد زیر این اصل رعایت نشده است (شکل ۲ و ۳).

بررسی جایگاه تابلوهای معرف کاربری در بهبود کیفیت بصری منظر شهری ...



شکل ۲: خیابان مطهری شمالی (عکس از نگارنده)



شکل ۳: خیابان ایبوردی (عکس از نگارنده)

۹- اصل پیش آمدگی و فاصله تابلو از جداره  
تابلوها باید حتی الامکان مماس به دیوار باشند و در صورت امکان از نظر پیش آمدگی با تابلوهای  
واحد همسایگی در یک راستا تنظیم شوند. این اصل در مورد زیر رعایت نشده است (شکل ۴).

بررسی جایگاه تابلوهای معرف کاربری در بهبود کیفیت بصری منظر شهری ...



شکل ۴: خیابان مطهری شمالی (عکس از نگارنده)

هرچند مواردی چون عقب‌نشینی یک بنا و یا ترکیب معماری سبک قدیم با جدید مشکلاتی را در نظم‌بخشی به این اصل پیش می‌آورد اما در این موارد نیز قانون‌هایی وجود دارد. همچنین به جز تابلوهای پزشکان، هیچ صنفی اجازه ندارد تابلو خود را عمود بر پیاده‌رو نصب کند.

#### ۱۰- استفاده نکردن از تابلو در نمای ساختمان و جلوی نورگیرها

استفاده از تابلو بر روی نمای ساختمان ممنوع است ولی متأسفانه جزء مواردی است که خیلی جاها رعایت نمی‌کنند. در موارد زیر نیز به آن توجه نشده است (شکل ۵ و ۶).

بررسی جایگاه تابلوهای معرف کاربری در بهبود کیفیت بصری منظر شهری ...



شکل ۵: بلوار ایبوردی (عکس از نگارنده)



شکل ۶: خیابان زند (عکس از نگارنده)

۱۱- استفاده نکردن از تابلوهای روان (LED) در مناطق مسکونی و سر چهارراهها یکی از عوامل کاهش دید رانندگان، نورهای مزاحم محیط در شب است که بخش بزرگ آن را تابلوهای روان ایجاد می کند. به عنوان مثال سر چهارراهها وجود نورهای اضافی به ندیده شدن



بررسی جایگاه تابلوهای معرف کاربری در بهبود کیفیت بصری منظر شهری ...

چراغ‌راه‌ها منجر می‌شود و یا در مناطقی که ساختمان‌های مسکونی نیاز به آرامش بصری دارند وجود این تابلوها برای ساکنان مزاحمت ایجاد می‌کند؛ اما متأسفانه تخلفات یاد شده در سال‌های اخیر افزایش بسیاری داشته است.



شکل ۷: نمونه‌ای از تابلوهای روان

البته ساختمان‌های جدید و گروهی از تابلوها نیز حتی با وجود تعدد، بر طبق اصول و استانداردهای تعیین شده نصب می‌شوند؛ مثل نمونه‌های زیر (شکل ۸ و ۹).



شکل ۸: خیابان زند (عکس از نگارنده)



شکل ۹: خیابان زند (عکس از نگارنده)

## ۱۲- بررسی علل وجود آلودگی‌های بصری در تابلوهای معرف کاربری در سطح

### شیراز و راه‌های پیشنهادی برای رفع این معضل

در مصاحبه‌ای با جناب آقای مبشری یکی از کارشناسان تبلیغات محیطی سازمان زیباسازی شیراز از وضعیت آشفته و نابهنجار تابلوها انتقاد شد. به گفته ایشان طرح عملیاتی ساماندهی تابلوها چند سالی است که شروع شده و ضوابط جدید مدون شده تا چند ماه آینده به دست شورای اسلامی شهر شیراز خواهد رسید؛ همچنین تاکنون به اصراف چندین محور پرتردد شیراز از جمله خیابان زند و بلوار رحمت اخطار کتبی داده شده تا برای هماهنگ سازی و رعایت ضوابط اقدام کنند اما روند ساماندهی به‌کندی انجام می‌گیرد. همچنین برای جمع‌آوری و حذف پارچه‌نویسی، دیوارنویسی و... اقداماتی شده است اما با توجه به وسعت شهر این کار با مشکلاتی روبروست. در این بین چندین گروه پژوهشی به ارزیابی محورهایی با توجه به زیبایی‌شناسی منظر شهری مشغول هستند که البته انجام این طرح‌ها نیز به زمان زیادی نیاز دارد (ارتباط شخصی، ۱۴ بهمن ۱۳۹۴). با توجه به نظر کارشناسان و بررسی‌های میدانی، چند عامل اصلی در چگونگی به‌وجود آمدن نابسامانی‌های یادشده در شیراز مطرح می‌شود:

۱. مناطق ده‌گانه‌ی شهرداری هریک اقدام به صدور مجوز تابلو در محدوده‌ی خود می‌کنند

بررسی جایگاه تابلوهای معرف کاربری در بهبود کیفیت بصری منظر شهری ...

و به فراخور درخواست اصناف با دریافت عوارض با آنان همکاری می‌کنند.  
۲. اصناف از قانون‌ها و ضوابط مربوط به تبلیغات شهری بی‌اطلاع هستند و تنها به فضای رقابتی خود فکر می‌کنند.

۳. سطح آگاهی عموم مردم نسبت به زیباسازی منظر شهری و حتی رعایت نظم و هماهنگی در محیط پیرامونشان پایین است.

۴. تابلو سازان در چگونگی به‌وجود آمدن آلودگی بصری بی‌تقصیر نیستند چراکه تعداد زیادی از آنان بدون مجوز فعالیت می‌کنند و از طریق اتحادیه نمی‌توان بر روی کارشان نظارت کرد.

۵. حجم وسیعی از تابلوها مربوط به ۱۰ سال گذشته و یا حتی قبل از آن هستند که تاکنون بدون هیچ مشکلی نصب شده‌اند و اکنون به سختی می‌توان صنف موردنظر را به تعویض و یا جابه‌جایی تابلو وادار کرد.

۶. بیشتر ساختمان‌های قدیمی بدون در نظر گرفتن مکانی برای نصب تابلو سطح شهر را فرا گرفته‌اند و واحدهای تجاری به فراخور کاربری‌شان محدوده‌ای از نما یا نورگیر ساختمان را اشغال می‌کنند. در نتیجه در مکان‌های پر تعداد این کمبود فضا را به سختی می‌توان جبران کرد.

۷- نظارت بر روند طراحی تا اجرا و نصب تابلوها زیر نظر یک واحد تعیین شده نیست و متأسفانه زمانی طرح ساماندهی انجام می‌شود که صنف موردنظر نصب تابلو را به پایان رسانده و مشغول فعالیت است.

۸- اصناف خود را مالک همه دیوارها و پیاده‌روهای ملک خود یا مجاورشان می‌دانند و به این قضیه توجه نمی‌کنند که فضای شهر متعلق به عموم افراد جامعه است و هیچ عنصر تبلیغاتی نباید مانع عبور و مرور شهروندان شود.

**در پایان به راه‌حل‌های پیشنهادی برای بهبود وضعیت ساماندهی تابلوها در شهر شیراز اشاره می‌شود.**

۱. ایجاد پایگاهی مستقل در سازمان زیباسازی برای صدور مجوز تابلو به همه مناطق شهر؛ بدین ترتیب نظارت از آغاز تا پایان با یک واحد است.

۲. برگزاری رده‌های اجباری برای اصنافی که می‌خواهند تازه وارد بازار کار شوند برای آشنا شدن با قانون‌ها و ضوابط موجود تبلیغات محیطی برای بالا بردن سطح آگاهی آنان.

۳. تشویق و ترغیب اصنافی که در حال فعالیت هستند برای رفع مشکلات تابلوهای معرف کاربری‌شان با دادن تخفیف در عوارض و ... .

۴. همکاری تابلوسازان و کانون‌های تبلیغاتی برای یکپارچه‌سازی تبلیغات محیطی زیر نظر سازمان زیباسازی.

۵. همکاری سازمان نظام‌مهندسی و شهرداری در ایجاد قانون سرسری پیش‌بینی مکان نصب تابلو در نمای ساختمان‌های جدید برای صدور مجوز؛ که البته این طرح چند سالی است که مصوب شده ولی با نظارت دقیق‌تری باید انجام شود.

۶. طرح پیشنهادهایی به اصناف دارای واحد همسایگی برای یکسان‌سازی تابلوهایشان که البته از میان چند مورد به انتخاب خودشان یکی را برمی‌گزینند اما در کل به هماهنگی آن محدوده منجر خواهد شد.

۷. همکاری پژوهشگران، استادان، طراحان گرافیک، معماری و شهرسازی برای رفع آلودگی بصری شهر در چارچوب طرح‌های پژوهشی زیر نظر سازمان زیباسازی.

### ۱۳- نتیجه‌گیری

تنوع، فراوانی و حتی تناقض از جمله ویژگی‌های یک فضای شهری مطلوب است. در این بین، منظر شهری تجلی‌گاه این تنوع و گوناگونی است و یکی از عناصر آن که نمود گرافیکی این افکار و سلیقه‌هاست، تابلوهای معرف کاربری‌ها و تبلیغات اصناف است که روی بخش بزرگی از بدنه شهرها تأثیر گذاشته است. متأسفانه در چند دهه‌ی اخیر گستردگی و افزایش نرخ شهرنشینی و فضای رقابتی تجاری در کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران به کاهش کیفیت کالبدی و اجتماعی شهرهای این مناطق منجر شده است و بحث ساماندهی و آسایش بصری و زیبایی در منظر شهری با روند کندی ادامه دارد. در این بین، نداشتن آگاهی اصناف و نبود نظارت کافی در رعایت قانون‌ها و اصول فنی و زیبایی‌شناسانه باعث بروز نابسامانی‌هایی به صورت آشفتگی و ایجاد نوعی آلودگی بصری توسط این تابلوها شده است. شهر شیراز نیز به‌عنوان یکی از قطب‌های تجاری-اقتصادی و پزشکی از این قاعده مستثنا نیست. از طرفی شناسایی و دسترسی سریع به خدمات و اصناف و مراکز درمانی خصوصاً در مکان‌های شلوغ و برای افراد ناآشنا به محیط مهم است و از طرف دیگر آلودگی بصری منظر شهری از زیبایی شهر می‌کاهد و حتی به نابهنجاری‌های رفتاری و سردرگمی در شهروندان منجر می‌شود. بدین ترتیب چالش‌هایی در رابطه با چگونگی طراحی، نصب و اجرای تابلوها به وجود می‌آید. اگرچه قانون‌های مصوبی از قبیل رعایت اصل هم‌ترازی، اصل پیش‌آمدگی و فاصله تابلو از جداره، استفاده نکردن از تابلو در نمای ساختمان و جلوی نورگیرها، استفاده نکردن از تابلوهای روان (LED) در مناطق مسکونی و سرچهارراه‌ها و... برای ساماندهی به تابلوهای معرف کاربری وجود دارد اما همچنان شاهد موارد بسیاری از بی‌نظمی‌ها و آشفتگی‌های موجود هستیم. سازمان زیباسازی شهرداری شیراز یکی از متولیان ساماندهی و وضع موجود است ولی وسعت سطح کار و دخالت عوامل بسیار روند کار را



به‌کندی پیش می‌برد. پژوهش پیش‌رو با نگاهی کلی به وضعیت موجود شهر شیراز، به برخی از علل ایجاد آلودگی‌های بصری اشاره کرده و راه‌حل‌های پیشنهادی در رفع آن را بازگو می‌کند. ازجمله: یکپارچه‌سازی صدور مجوز نصب، ایجاد تسهیلات و برگزاری کلاس برای اصناف، همکاری تابلوسازان، کانون‌های تبلیغاتی و نظارت سازمان نظام‌مهندسی و شهرداری؛ هرچند نگاه تخصصی‌تر به این موضوع می‌تواند بسیار کاربردی و راهگشا باشد. درنهایت امید است که با اصلاح نظام مدیریتی و نظارتی، تدوین چهارچوب‌ها و ضوابط همراه با ارائه الگوهای مناسب سلیقه‌ی عام و خاص و بالا بردن سطح آگاهی عموم مردم و مشارکت اصناف بتوان در جهت اصول زیباشناختی و کیفیت‌های بصری گام برداشت و به هدف ایجاد آسایش و آرامش شهروندان یک قدم نزدیک‌تر شد.

## کتابنامه

- احمدی، تقی (۱۳۹۳). *مهندسی تبلیغات محیطی*. تهران: فراز اندیش سبز.
- ایلوخانی، مسعود (۱۳۹۳): *گرافیک محیطی*. چاپ دوم، تهران: انتشارات فاطمی.
- بهزادفر، مصطفی، ایلکا، شاهین و ایلکا، شهاب (۱۳۹۱). رویکردی تحلیلی بر تبارشناسی زیبایی‌شناسی در تعامل با ساختار مدیریتی شهر، *دو فصلنامه مدیریت شهری*، ۳۰: ۶۹-۹۰.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۶). *مبانی نظری و فرایند شهری*، تهران: انتشارات شهیدی.
- حسن‌زاده، سید احمد رضا (۱۳۹۰). *گرافیک محیطی: ساختمان‌ها و تابلوها، کتاب اردیبهشت (مجموعه مقالات)*، تهران: یساولی.
- خاکزند، مهدی؛ محمدی، مریم؛ جم، فاطمه و آقابرگی، کورش (۱۳۹۳). شناسایی عوامل مؤثر بر طراحی بدنه‌های شهری با تأکید بر ابعاد زیبایی‌شناسی و زیست‌محیطی، *فصلنامه مطالعات شهری*، ۱۰: ۱۵-۲۶.
- صالحی، اسماعیل (۱۳۸۶). نقش آسایش محیطی فضاهاى شهری در پیشگیری از ناهنجاری‌های رفتاری. *فصلنامه محیط‌شناسی*، ۴۴: ۸۳-۹۴.
- صلواتی، مرجان (۱۳۹۰). تأثیر گرافیک محیطی در ارتباطات شهری. *دو فصلنامه نقش‌مایه*، ۴ (۷): ۱۱۱-۱۳۴.
- عبدالحسینی، امیر (۱۳۸۵). *گرافیک محیطی، تصویر جامعه. مجله هنرهای تجسمی*، ۲۴: ۶۸-۷۱.
- قلعه‌نویی، محمود؛ بهرامیان، آرمین و مدنی، فروغ (۱۳۹۰). نقش تابلوهای تبلیغاتی فروشگاه‌ها در تغییر

بررسی جایگاه تابلوهای معرف کاربری در بهبود کیفیت بصری منظر شهری ...

شکل منظر شهری. دو فصلنامه هنر، ۲: ۲۹-۳۹.

متولی، مسعود (۱۳۸۹). بررسی و سنجش کیفیت زیبایی در منظر شهری بر اساس مفهوم دیدهای متوالی.

دو فصلنامه آرمان شهر، ۵: ۱۲۲-۱۳۹.