



حالت بصری

شهر یزد،

خوب نیست!

اگر یک روز به گردش در خیابان‌ها و میادین شهر یزد بپردازید و به تابلوها، بیلبوردها، نوشته‌ها و تصاویر تبلیغاتی، نظری دقیق‌تر بیندازید، خواهید دید که حال بصری شهر یزد، خوب نیست!

شهری که تا چند دهه پیش، دکان‌های واقع در بازارهایش، فاقد تابلوی تجاری و دارای سادگی نما بودند، امروز بر سر در مغازه‌ها و واحدهای تجاری‌اش، تابلوهای رنگارنگ کوچک و بزرگ، خودنمایی می‌کنند. هم‌چنین در سال‌های اخیر با رشد و توسعه‌ی صنعت، اقتصاد و تجارت در شهر یزد، بیلبوردهای تبلیغاتی در نقاط پرتردد آن، برافراشته شده‌اند و همراه با دیگر رسانه‌های تبلیغات محیطی، چهره‌ی شهر را متنوع‌تر ساخته‌اند؛ اما این تنوع با آشفتگی و اغتشاش در بعضی از نقاط شهر همراه شده و زنگ خطر آلودگی بصری در کنار آلودگی هوا به صدا درآمده است؛ رنگ رخساره‌ی خبر می‌دهد از سر ضمیر!

در این روزها، شهروندان با عبور از معابر شهری، انواع و اقسام نوشته‌ها و تصاویر تبلیغاتی را مشاهده می‌کنند و در ذهن خود، آن‌ها را مرور می‌کنند؛ اما از این موضوع آگاه نیستند که تبلیغات شهری غیراصولی، باعث آشفتگی ذهن شده و تمرکز فکری و بازدهی کاری را کاهش می‌دهد. به اذعان کارشناسان، این نوع آلودگی در درازمدت، اثرات نامطلوب بر جسم و روح شهر و شهروندان می‌گذارد و باعث پریشانی ذهنی و بیماری روانی می‌شود.

بیلبوردها به عنوان سازه‌های بزرگ تبلیغاتی از جمله رسانه‌های محیطی مهمی هستند که باید علاوه بر جنبه‌ی زیبایی و کاربردی، از استانداردهای طراحی و ایمنی هم برخوردار باشند. متأسفانه در برخی از موارد به دلیل عدم جایابی صحیح و همچنین عدم تناسب و سازگاری آن‌ها با محیط و فضای پیرامونشان، این رسانه عملکرد و ارتباط مناسبی با مخاطبینش ندارد و حتی باعث عدم تمرکز رانندگان و ایجاد ترافیک شهری می‌گردد.

همگام با بیلبوردها، استرابوردها (تابلوهایی که از نظر ابعاد و اندازه، کمی کوچک‌تر از بیلبوردها و بر خلاف آن، مستطیل عمودی‌اند و فاصله‌ی کمتری با مخاطب دارند) به تعداد زیادی در هر نقطه از شهر به ویژه چهارراه‌ها دیده می‌شوند. بیشتر این تابلوها حاوی تبلیغات

_____ محسن عباسی سرچشمه

_____ عضو رسمی انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران





آن، راضی هستند و شاید دستگاه‌های نظارتی هم!

در جوامع پیشرفته، اصولاً طراحی تابلو یا مجموعه تابلوهای بر روی نمای ساختمان؛ اعم از نوع نوشتار، رنگ‌بندی، اندازه، تناسب و جایابی، آخرین وظیفه‌ی رسمی یک معمار است که باید با همکاری یک طراح گرافیک به انجام برسد. با فقدان این همکاری، طراحی تابلوها به دست تابلوساز و سفارش‌دهنده انجام می‌گیرد و عدم دانش کافی این دو، باعث می‌شود تا سالیان زیادی نظاره‌گر این تابلوها در سطح شهر باشیم و با بی‌رغبتی آن‌ها را تحمل کنیم. امروزه به صورت موردی در گوشه و کنار شهر یزد، تابلوهای مطلوب و متناسب با نوع بنا دیده می‌شوند که حتی با طراحی لوگو تاپ (نشانه نوشته) نیز همراهند و یا از فضای منفی گسترده در سطح آن‌ها استفاده شده است. همچنین در بعضی از خیابان‌ها، همسان‌سازی تابلوهای چندین مغازه‌ی مجاور هم، دیده می‌شود که امیدواریم با رعایت تمام اصول و شرایط صحیح تبلیغات محیطی و تعریف یک هویت معین برای هر خیابان، این روند مثبت ادامه یابد.

گونگون فرهنگی، اجتماعی و مذهبی هستند که متأسفانه طرح‌های گرافیکی آن‌ها نیز از کیفیت مطلوبی برخوردار نیستند و با انبوهی از نوشتار، سعی دارند تا حجم زیادی از اطلاعات را به عابرین به ویژه خودروسواران انتقال دهند!

از طرفی دیگر، نصب افسار گسیخته داربست‌های فلزی تبلیغاتی و آویختن بی‌حساب و کتاب پارچه‌نوشته‌ها و بنرها به ویژه با موضوعات مذهبی و مناسبتی بر در و دیوار شهر، آن هم با طرح‌های گرافیکی ضعیف، بیشتر به آلودگی دیداری شهر، دامن زده‌اند؛ "رنگ زردم را ببین برگ خزان را یاد کن!". بخش عمده‌ای از این معضل را در تبلیغات محیطی سازمان‌ها، ادارات و نهادهای دولتی می‌توان جستجو کرد. گاه بعضی از این ارگان‌ها بدون توجه به قواعد و ضوابط تبلیغاتی محیطی و حتی بدون هماهنگی با مسئولان شهری، اقدام به نصب بیلبورد یا سازه‌های تبلیغاتی در محوطه‌ی درونی یا بیرونی مکان خود می‌کنند که ظاهراً چنین تخلفاتی بعد از اندکی رایزنی متخلفان با مسئولان شهری برطرف می‌شود و بیلبوردها و سازه‌های تبلیغاتی، بی‌توجه به پیامدهای بصری منفی‌شان، از سر جایشان تکان نمی‌خورند!

بخش دیگر از تبلیغات محیطی شهر یزد که امروزه باعث آزدگی دیداری زیادی گردیده، تابلوهای متعدد سر در مغازه‌ها و واحدهای تجاری‌ست؛ به طوری که هر تابلو با ابعاد، رنگ‌بندی، ارتفاع، شکل و نحوه‌ی طراحی و همچنین مواد دلخواه، ساخته و نصب شده است و این باعث گردیده تا کارکرد درستی هم نداشته باشد. حتی در بعضی از خیابان‌های قدیمی شهر، این تابلوها، هم‌خوانی با بافت تاریخی و سنتی آنجا ندارند که منظر نازیبیا و ناموزونی را به آن‌جا داده‌اند. در خیابان‌های بزرگ و اصلی شهر علاوه بر تابلوهایی که بر سر در فروشگاه‌ها و واحدهای تجاری نصب است، تابلوهای بزرگی نیز به پشت بام آن‌ها راه پیدا کرده‌اند؛ انگار کسبه و صاحبان مشاغل در رقابتی هستند که تابلوهایشان را هر چه بزرگتر بسازند و بالاتر ببرند! این کار علاوه بر اغتشاش هر چه بیشتر در تبلیغات محیطی و مبلمان شهری، باعث بروز مشکلات ایمنی برای عابران پیاده‌ای می‌شود که از آن محدوده عبور می‌کنند. علی‌رغم تصویب آیین‌نامه و قوانین جدید توسط مدیریت شهری در این ارتباط، تا کنون این تابلوهای بزرگ به طور جدی جمع‌آوری نشده‌اند و گویا صاحبان آن‌ها نیز به جریمه و افزایش چند برابری عوارض







هستند به صورت خودجوش انجام می‌گیرد و مسئولان شهری هم به احترام متوفی و بازماندگان، عکس‌العملی برای جمع‌آوری آن‌ها انجام نمی‌دهند. این تمثال‌های بزرگ، گاه تا چهل روز در معرض دید عموم عابثی است که حتی متوفی‌رانی‌شناسان!

هرچند ادای احترام و همدردی با خانواده‌ی متوفی از آداب دینی و انسانی می‌باشد اما نصب این بنرهای بزرگ در طولانی مدت، باعث آزرده‌گی خاطر شهروندان و ایجاد فضای یأس و ناامیدی و همچنین تحریک و تشدید

افسردگی در جامعه می‌شود. هم‌چنین این کارهای غیراصولی باعث ایجاد نوعی عادت و بدعت‌گذاری‌های غلط و در نتیجه معضل‌های فرهنگی و اجتماعی خواهد شد. در واقع تأثیرات منفی این‌گونه تبلیغات محیطی بر فضای نشاط عمومی جامعه و حقوق شهروندی، انکارناپذیر خواهد بود و مسئولان به‌ویژه در شورای فرهنگ عمومی استان و شورای اسلامی شهر، باید در این ارتباط، دست به کار جدی شوند و در کنار فرهنگ‌سازی عمومی، با اتخاذ تصمیم و راهکارهای مناسب و قانونمند، محدودیت‌ها و ممنوعیت‌هایی را در این زمینه اعمال نمایند؛ کما اینکه چندین شهر در کشور تاکنون اقدامات عملی در این زمینه انجام داده‌اند؛ از جمله مکاتبه‌ی دستگاه‌های نظارتی با اتحادیه چاپ‌بهر و همچنین مراکز نصب‌داربست، مبنی بر ممنوعیت چاپ و نصب بدون مجوز هرگونه بنرهای با ابعاد بزرگ متوفیان.

نمونه‌ی دیگر از نابسامانی تبلیغات محیطی که جنبه‌ی فرهنگی و مذهبی دارد، با نزدیک شدن به ماه محرم و حتی خیلی زودتر از آن در شهر یزد خودنمایی می‌کند؛ انبوهی از پارچه‌ها و بنرهایی که توسط مراکز دولتی، غیردولتی یا هیئات عزاداری و مذهبی به صورت خودجوش در نقاط متعدد شهر و بر روی در و دیوار مساجد یا ورودی محلات نصب می‌گردند؛ اقدامی که متأسفانه گاه از بعد معنوی و مذهبی خود فاصله گرفته و به ابزاری برای قدرت‌نمایی و رقابت برخی هیئات عزاداری تبدیل می‌شوند. معمولاً این نوع تبلیغات از ایده، فکر و طراحی گرافیکی مناسبی هم برخوردار نیستند و کمتر حاوی نکته، پیام اخلاقی، اجتماعی و سیاسی از فرهنگ عاشورا می‌باشند.

در این‌جا نیز مسئولان شهری و فرهنگی با توجه به شور این ایام، کمتر بر این نوع تبلیغات محیطی نظارت دارند، در حالی که با ساماندهی اصولی و درست و هدایت این حرکت‌های خودجوش مردمی، می‌توان تأثیر بهتر و عمیق‌تر در این زمینه بر روی شهروندان گذاشت.

به هر حال باید به این نکته توجه داشت که اگر در تبلیغات محیطی شهر یزد، ضوابط و قوانین مشخص و همه‌جانبه و راهکارهای اجرایی قوی برای آن‌ها، وجود نداشته باشد و کسبه و صاحبان مشاغل، ادارات، مؤسسات و شرکت‌های دولتی و غیردولتی هم به آن بی‌توجه یا کم‌توجه باشند، به تدریج آرامش محیط و زیبایی این شهر با اصالت کاهش می‌یابد و پدیده‌ی نو ظهوری همانند آلودگی بصری بیش از پیش زندگی شهروندان را در معرض خطر قرار خواهد داد که مقابله با آن به مراتب دشوارتر از ایجاد زمینه‌های مناسب برای کاهش آلودگی بصری خواهد بود. ■

با تبدیل شدن شهر یزد به قطب پزشکی جنوب شرق کشور و فعالیت گسترده‌ی پزشکان در این‌جا، تابلوهای معرفت مطب آن‌ها در معابر و خیابان‌ها افزایش یافته است و این باعث گردیده تا چهره‌ی بصری شهر در بعضی نقاط، ناخوش شود! با اینکه استانداردهای طراحی و ساخت در این تابلوها به صورت تک‌تک رعایت می‌شود، اما بی‌نظمی وسیعی در شیوه و محل نصب آن‌ها در بعضی از خیابان‌ها وجود دارد که پیدا کردن نام کوچه یا نام پزشک مورد نظر در بین این تعداد تابلوهای درهم پیچیده، سخت و دشوار است!

اما پدیده‌ای که امروز همگام با در دسترس قرار گرفتن دستگاه‌های چاپ دیجیتال در برخی از شهرها به ویژه یزد گسترش یافته، پدیده‌ی شخصی‌سازی فضاهای شهری برای آگهی‌ترسیم، خوشامدگویی به زائران و تبلیغ هیئات محلات و حتی معرفی کسب و کاری باشد؛ فضاهای تبلیغاتی غیرمجازی که گاه در کنار فضاهای مجاز تبلیغاتی، تضاد و ناهماهنگی ناخوشایندی را به وجود می‌آورد. نمونه‌ی شاخص آن، نصب عکس متوفی در ابعاد بزرگ بر روی داربست‌های فلزی زنگ‌خورده در محل سکونت، سرکوچه، محله یا معابر عمومی می‌باشد. این کار، توسط بستگان متوفی در حالی که در شرایط از دست دادن غم‌عزیزشان

