

ارزیابی مقایسه‌ای قوانین و مقررات مرتبط با تبلیغات محیطی جهت به کارگیری

در شهرهای کشور

مهديه محمودآبادی، کارشناس ارشد مهندسی عمران، گرایش برنامه‌ریزی حمل‌ونقل، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران
مرتضی اسد امرجی (مسئول مکاتبات)، استادیار، گروه ژئوتکنیک و حمل و نقل، دانشکده مهندسی عمران، آب و محیط زیست، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

روناک قدیمی، کارشناس ارشد مهندسی عمران، گرایش برنامه‌ریزی حمل‌ونقل، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی، قزوین، ایران

E-mail: m_asadamraji@sbu.ac.ir

چکیده

محیط ساخته‌شده معابر از نظر پشتیبانی رانندگان در داشتن عملکرد رانندگی ایمن بسیار حائز اهمیت است. یکی از عوامل حواس‌پرتی خارجی، علائم تبلیغاتی حاشیه‌ای در معابر هستند که موجب افزایش حجم اطلاعات بصری و شلوغی میدان دید رانندگان می‌شوند. تبلیغات حاشیه معابر تأثیرات زیان‌باری بر افزایش بار ذهنی و تمرکز چشم‌ها داشته و زمان واکنش را کند می‌کنند. به‌طور کلی در به کارگیری سیاست‌ها و رویکردها در سطح شبکه معابر (مثلاً مکان‌یابی و استفاده از تجهیزات مختلف)، باید دقت کافی داشت تا ایمنی، فدای سایر مسائل (مثلاً زیباسازی و ...) نگردد.

تدوین ملاک عمل جامع، به صورتی که تعیین‌کننده نحوه اتخاذ تصمیم باشد، از اهمیت زیادی برخوردار بوده و باید با دقت زیادی انجام گیرد. در این پژوهش سعی شده است که معیارهای نصب و بهره‌برداری از تابلوهای تبلیغاتی و تبلیغات محیطی چنان تدوین گردد تا به گونه‌ای بی‌خطر سلامت، رفاه، آسودگی و امنیت روانی کاربران معبر را ارتقاء بخشد. به‌طور خلاصه می‌توان گفت هدف نهایی و غایی این پژوهش، ضمن جلوگیری از کاهش ایمنی شهروندان در بزرگراه‌ها، ساماندهی یا حداقل حرکت در جهت ساماندهی بصری رسانه محیطی است به گونه‌ای که ضمن زیبایی، خوانایی و حضور معقول ادوات رسانه‌ای در سیمای شهر، دغدغه‌ها و نگرانی‌های عمومی از این پدیده کاهش یابد.

واژه‌های کلیدی: تبلیغات محیطی، مکان‌یابی تجهیزات، معابر درون‌شهری، ایمنی معابر، ساماندهی بصری

۱. مقدمه

نباید افزایش بی‌رویه تعداد تابلوها باعث اختلال در تجهیزات و سخت‌افزارهای مربوط به تبلیغات محیطی و تابلوهای ترافیکی و همچنین آلودگی بصری گردد. بنابراین هدف نهایی از اجرای پروژه‌های تبلیغات محیطی عبارت‌اند از:

• بررسی ضوابط فنی سایر کشورها در مکان‌یابی و انجام تبلیغات شهری در حاشیه معابر؛

• تعیین معیارهای موردنیاز در مکان‌یابی و انجام تبلیغات شهری در حاشیه معابر شهری بر اساس تجارب جهانی؛

• شرایط و ضوابط نصب و بهره‌برداری از تابلوهای تبلیغاتی و اختصاصی چنان تدوین گردد تا به‌گونه‌ای بی‌خطر سلامت، رفاه، آسودگی و امنیت روانی استفاده‌کنندگان از راه را ارتقاء بخشد؛

• مقررات مربوط به کاربرد علائم تبلیغاتی و اختصاصی در حاشیه معابر در راستای تأمین ایمنی ترافیک و تسهیل در جریان عبور و مرور تدوین گردیده و مغایرتی با مفاد کنوانسیون علائم و عبور و مرور در معابر و آیین‌نامه علائم راه‌های ایران و آیین‌نامه طرح هندسی راه‌ها نداشته باشد؛

• مقررات مربوط به ساخت و نصب علائم تبلیغاتی و اختصاصی در حاشیه معابر چنان تعریف و تدوین گردد که مانع و مزاحم کسی نشده، میدان دید راننده را کاهش نداده و در جریان تردد وسایل نقلیه اختلال ایجاد نکند؛

• با ایجاد مناظر زیبایی بصری در محیط، به سلامت ذهنی مردم یاری رساند؛

• به رفع نیازهای اجتماعی مردم از طریق ایجاد ارتباط با محیط اطراف به‌وسیله مشخص کردن، راهنمایی و اطلاع‌رسانی کمک کند؛

• مردم را از امکاناتی که شهر در اختیارشان می‌گذارد، آگاه نماید؛

• نه تنها باعث اختلال در ترافیک عبوری نگردد بلکه ایمنی و جریان ترافیک را بهبود بخشد؛

• ارتباط اجتماعی مردم را تسهیل بخشد و باعث رونق

محیط ساخته‌شده معابر از نظر پشتیبانی رانندگان در داشتن عملکرد رانندگی ایمن بسیار حائز اهمیت است. یکی از عوامل حواس‌پرتی خارجی، علائم تبلیغاتی حاشیه‌ای در معابر هستند که موجب افزایش حجم اطلاعات بصری و شلوغی میدان دید رانندگان می‌شوند. بسیاری از کارشناسان عقیده دارند که تبلیغات حاشیه معابر به پیچیدگی بیشتر محیط دید راننده و حواس‌پرتی کمک می‌کند. تبلیغات حاشیه معابر تأثیرات زیان‌باری بر افزایش بار ذهنی و تمرکز چشم‌ها داشته و زمان واکنش را کند می‌کند. در اکثر کشورهای پیشرفته خصوصاً ایالات متحده آمریکا، کشورهای اروپایی، نیوزیلند، آفریقای جنوبی، روسیه و ... ضوابط و نتایج بررسی‌های محققین و مهندسين حمل‌ونقل و ترافیک را در بخش تبلیغات محیطی با تصویب شورای شهر به‌صورت قانون وضع نموده‌اند به‌طوری‌که در این کشورها کلیه دستگاه‌های مسئول و مرتبط در بحث تبلیغات محیطی ملزم به اجرای این قوانین می‌باشند. از طرف دیگر در این کشورها تحقیقات و پژوهش‌های بسیار گسترده‌ای در بخش تبلیغات محیطی هم از حیث بهره‌گیری از دانش و فناوری‌های جدید و هم از حیث تأثیرات آن‌ها در ایمنی ترافیک انجام گردیده است.

با توجه به موارد مذکور، تدوین ضوابط لازم برای ضابطه‌مند کردن استفاده از تبلیغات به‌خصوص در محل‌هایی که رانندگی در آن‌ها مستلزم توجه زیاد به محیط و رانندگی است، اهمیت فراوانی دارد. در این پژوهش به بررسی تجارب جهانی در مطالعات معتبر انجام شده و ضوابط تدوین‌شده برای نصب تابلوهای تبلیغات محیطی در معابر شهری و نهایتاً تدوین ضوابط موردنیاز برای اعمال در معابر درون‌شهری کشورمان پرداخته می‌شود.

۲. تعریف مسئله و اهداف پژوهش

به‌طورکلی انجام تبلیغات محیطی باید به‌گونه‌ای باشد که ضمن داشتن زیبایی از قوانین و قواعد مدونی تبعیت نماید و مطلقاً

ارزیابی مقایسه‌ای قوانین و مقررات مرتبط با تبلیغات محیطی جهت به‌کارگیری در شهرهای کشور

فعالیت اقتصادی گردد؛

- امکان بهره‌گیری مطلوب از فضای بلااستفاده محیط‌های شهری را فراهم نماید.

۳. بررسی آیین‌نامه‌ها، دستورالعمل‌ها، ضوابط و

استانداردهای تبلیغات محیطی در معابر شهری

با توجه به اهمیت موضوع ساماندهی تبلیغات محیطی در معابر شهری، در این پژوهش دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های داخلی و خارجی موجود مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته است. بااین‌وجود ذکر این نکته ضروری است که هیچ‌یک از دستورالعمل‌های داخلی به‌طور کامل مورد اجرا قرار نگرفته است. آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های داخلی مورد بررسی در این پژوهش به شرح زیر است:

- مهندسی تبلیغات محیطی، سازمان زیباسازی شهرداری تهران؛

- پیش‌نویس دستورالعمل نحوه جانمایی و نصب پیکره‌های تبلیغاتی در بزرگراه‌های شهر تهران- نظام فنی و اجرایی شهرداری تهران- معاونت خدمات شهری شهرداری تهران؛

- طرح تفصیلی تابلوهای تبلیغاتی شهر مشهد، سازمان میادین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری، شهرداری مشهد؛
- ضوابط و دستورالعمل‌های تبلیغات محیطی تهیه‌شده توسط جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران؛

- ضوابط و قوانین مکان‌یابی تابلوهای تبلیغاتی در ایران- نشریه ۲۶۷ سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور؛
- ضوابط مجموعه قوانین راهنمایی و رانندگی؛

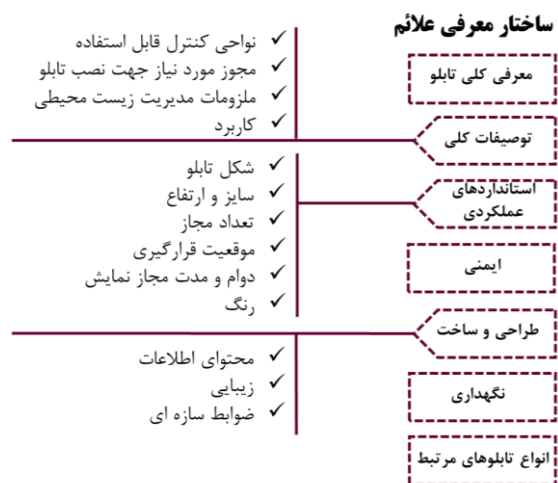
- مبحث بیستم مقررات ملی ساختمان؛

- ضوابط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه تبلیغات محیطی.

همچنین در این پژوهش برخی آیین‌های خارجی نیز مورد ارزیابی قرار گرفته است. از جمله این آیین‌نامه‌ها می‌توان به ضوابط و مقررات تبلیغات شهری و بزرگراهی آفریقای جنوبی

فصلنامه مهندسی ترافیک/ سال بیست و یکم/ شماره ۸۴/ بهار ۱۴۰۰

اشاره کرد. این دستورالعمل در سال ۲۰۱۰ مورد بازبینی قرار گرفته و ویرایش جدید آن در این سال ارائه شده است. ساختار این آیین‌نامه شامل مواردی همچون کلیات و چارچوب آیین‌نامه، معرفی و طبقه‌بندی انواع تابلوهای تبلیغاتی، تعریف نواحی کنترل مختلف و دسته‌بندی آن‌ها، ضوابط کنترل عمومی تابلوها، انواع تابلوهای تبلیغاتی و تعاریف و ضوابط مربوط به آن‌ها و همچنین ضوابط صدور مجوز، مدیریت و اجرای تابلوها است. ساختار کلی معرفی علائم و تعیین ضوابط هر نوع از تابلوها در این آیین‌نامه به صورت شکل ۱ است:



شکل ۱. ساختار کلی معرفی علائم و تعیین ضوابط آن‌ها در

آیین‌نامه آفریقای جنوبی

از دیگر موارد مورد بررسی در این پژوهش دستورالعمل ضوابط و مقررات تبلیغات شهری و بزرگراهی ایندیانا است که در سال ۲۰۱۴ تدوین گردیده است. این دستورالعمل شامل بیان اهداف تصویب و اجرای آیین‌نامه، اصول کلی مورد استفاده در آیین‌نامه، معرفی انواع مختلف تابلوهای تبلیغاتی، ضوابط کنترل عمومی تابلوها، انواع تابلوهای تبلیغاتی و اثر آن‌ها بر ایمنی و روند صدور مجوز نصب تابلو است.

همچنین دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های دیگری در زمینه تبلیغات محیطی مورد بررسی قرار گرفته است که شامل موارد زیر است:

- ضوابط و مقررات تبلیغات شهری و بزرگراهی- کینگستون؛

- ضوابط و قوانین تابلوهای تبلیغات شهری و بزرگراهی

- سازمان حمل و نقل آیووا؛
- ضوابط تبلیغات شهری و بزرگراهی - سازمان حمل و نقل آلاباما؛
 - ضوابط تبلیغات شهری و بزرگراهی - سازمان حمل و نقل کلرادو؛
 - قوانین تابلوهای تبلیغات شهری و بزرگراهی - سازمان حمل و نقل ویرجینیا؛
 - ضوابط تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراهها و معابر شریانی در ایالت ویسکونزین؛
 - ضوابط و مقررات نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراهها و معابر شریانی ایالت میسوری؛
 - ضوابط و مقررات نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراهها و معابر شریانی - نیوزلند؛
 - ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغاتی در بزرگراهها و معابر شریانی - پرتوریا - آفریقای جنوبی؛
 - ضوابط و قوانین تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراهها و معابر شریانی در قانون زیباسازی بزرگراههای آمریکا؛
 - ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراهها و معابر شریانی در ایالت بالدوین؛
 - ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغاتی در بزرگراهها و معابر شریانی - واشنگتن؛
 - ضوابط و مقررات نصب تابلوهای تبلیغات شهری در
- بزرگراهها و معابر شریانی - اداره فدرال بزرگراههای آمریکا؛
- ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغاتی در بزرگراهها و معابر شریانی - ونکوور - کانادا؛
 - ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغاتی در بزرگراهها و معابر شریانی - سیدنی؛
 - ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراهها و معابر شریانی - ایالت تنسی؛
 - ضوابط و مقررات نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراهها و معابر شریانی - تی شوان - آفریقای جنوبی؛
 - ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراهها و معابر شریانی - کنتوود؛
 - بیلبوردهای مجاور بزرگراههای ایالت آلبرتا.

۴. روش پژوهش

در این پژوهش که با هدف ارزیابی مقایسه‌ای مقررات مرتبط با تبلیغات محیطی انجام شده است، ابتدا به مرور و بررسی دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های خارجی و همچنین دستورالعمل‌های داخلی موجود پرداخته شده است. سپس با ارزیابی راهنماهای داخلی کنونی در کشور و راهنماهای خارجی، معیارهای مربوط به تبلیغات محیطی که جهت تدوین ضوابط اجرای تبلیغات در شبکه معابر مورد اهمیت است، استخراج شده است. در شکل ۲ گام‌های روند انجام پژوهش ارائه شده است.



شکل ۲. روند انجام پژوهش

۴-۱ شناسایی معیارهای مورد بررسی در اسناد و

مدارک منتخب

حفظ هویت شهری، بهره‌گیری مطلوب از فضاهای تبلیغی، طراحی سازه‌های با معماری همگون با محیط، رعایت ظرفیت تبلیغات معابر و رعایت طرح جامع تبلیغات محیطی از مهم‌ترین ملاحظات تبلیغات محیطی شهرها است و به تبع آن جذب اعتماد ملی می‌تواند اقدام هدفمند تبلیغات باشد. در این راستا رعایت ضوابط ترافیکی علاوه بر افزایش ایمنی شبکه معابر، باعث جلب اعتماد عمومی می‌گردد. از این رو با توجه به بررسی آیین‌نامه‌های نام‌برده در بخش قبل، معیارهای مهم در خصوص تبلیغات محیطی به دسته‌های معیارهای مربوط به ملاحظات ترافیکی و ایمنی، معیارهای مربوط به ویژگی‌های فنی و سایر معیارها تقسیم شده است.

معیارهای مربوط به ملاحظات ترافیکی و ایمنی: نصب تابلوهای تبلیغاتی و علائم اختصاصی در کنار معابر، توجه راننده را به خود معطوف می‌دارد و در تمرکز مورد نیاز رانندگی اختلال ایجاد کرده و سبب بروز حوادث می‌شود. به‌طور کلی انجام تبلیغات محیطی باید به‌گونه‌ای باشد که ضمن داشتن زیبایی از قوانین و قواعد مدونی تبعیت نماید و مطلقاً نباید افزایش بی‌رویه تعداد تابلوها باعث اختلال در عملکرد علائم راهنمایی و رانندگی و همچنین آلودگی بصری گردد. باید دقت کافی داشت که توجه اصلی باید

بر ضوابط ترافیکی و نقش علائم راهنمایی و رانندگی در بروز حواس‌پرتی رانندگان و در نتیجه کاهش سطح ایمنی معابر باشد. معیارهای مربوط به ملاحظات ترافیکی و ایمنی استخراج شده از آیین‌نامه‌های مورد بررسی شامل ایمنی، مکان‌یابی تابلوهای تبلیغاتی، تابلوهای تبلیغات محیطی موقت است.

معیارهای مربوط به ویژگی‌های فنی: تابلوهای تبلیغات محیطی گاهی به دلیل تراکم، تجمع و عدم رعایت استانداردها و تنوع مفاهیم، مخاطبین را دچار سردرگمی و حواس‌پرتی می‌کنند. به همین علت تمام اعداد، متن و روش‌های طراحی و نوشتار که در تابلو تبلیغاتی استفاده می‌شوند، نه تنها در ارسال پیام بلکه در کاهش کارایی کاربران راه برای انجام وظیفه‌ای که در راه دارند مؤثر است. در این راستا استفاده از متون و علائمی که بلافاصله در ذهن ثبت و دیر فراموش شوند و اثر سوء بر ایمنی ترافیک نداشته باشند، لازم و ضروری به نظر می‌رسد. بدین ترتیب معیارهایی که در خصوص ویژگی‌های فنی از آیین‌نامه‌ها برداشت گردیده است شامل محتویات تابلو، زیبایی، روشنایی است.

سایر معیارها: برخی عوامل دیگری که در طراحی و اجرای تابلوهای تبلیغاتی در آیین‌نامه‌های مطالعه شده مورد توجه قرار گرفته است عبارت‌اند از اثرات زیست‌محیطی، نگهداری و تعمیر تابلوها، تجهیزات الکتریکی و جلوگیری از آتش‌سوزی و الزامات سازه‌ای تابلو.

۵. تحلیل داده‌ها

- ۲- زیبایی؛
- ۳- ایمنی؛
- ۴- روشنایی؛
- ۵- اثرات زیست‌محیطی؛
- ۶- مکان‌یابی تابلوهای تبلیغات محیطی؛
- ۷- تابلوهای تبلیغات محیطی موقت؛
- ۸- نگهداری؛
- ۹- تجهیزات الکتریکی و جلوگیری از آتش‌سوزی؛
- ۱۰- الزامات سازه‌ای.

مطابق ارزیابی اسناد مورد بررسی، برخی از آیین‌نامه‌های داخلی و خارجی پوشش مناسبی را برای معیارهای معرفی شده نداشته و در خصوص برخی معیارها ضوابطی را برای انواع تابلوهای تبلیغاتی در نظر نگرفته است. ضوابط نصب تابلوهای تبلیغات محیطی در نظر گرفته شده در آیین‌نامه‌های داخلی و آیین‌نامه‌های

کشورهای مختلف در جدول ۱ و جدول ۲ آمده است:

موارد مورد بررسی:

۱- محتویات؛

جدول ۱. آیین‌نامه‌های داخلی ضوابط تابلوهای تبلیغات محیطی

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	آیین‌نامه‌های داخلی ضوابط تابلوهای تبلیغات محیطی
*	*	*	*		*				*	مهندسی تبلیغات محیطی، سازمان زیباسازی شهرداری تهران
*	*	*	*		*					طرح تفصیلی تابلوهای تبلیغاتی شهر مشهد، سازمان میدین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری، شهرداری مشهد
	*	*	*		*	*	*			ضوابط و دستورالعمل‌های تبلیغات محیطی تهیه شده توسط جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران
*	*	*	*		*					مهندسی تبلیغات محیطی، سازمان زیباسازی شهرداری تهران

جدول ۲. آیین‌نامه‌های خارجی ضوابط تابلوهای تبلیغات محیطی

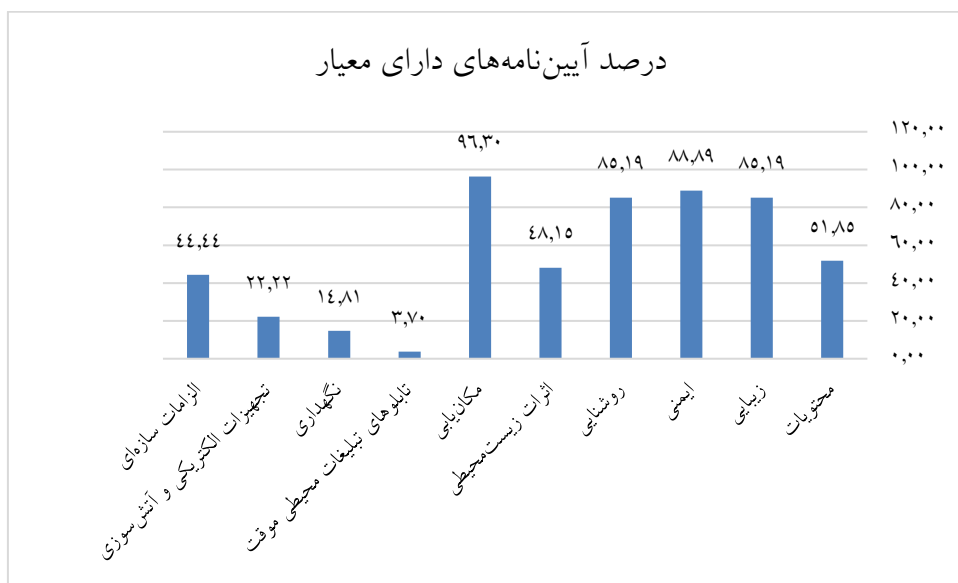
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	آیین‌نامه‌های خارجی ضوابط تابلوهای تبلیغات محیطی
	*	*	*	*	*		*		*	ضوابط تبلیغات شهری و بزرگراهی - سازمان حمل و نقل ایالت ایندیانا آمریکا
	*	*	*		*					ضوابط و قوانین تابلوهای تبلیغات شهری و بزرگراهی سازمان حمل و نقل آیووا
*	*	*	*	*			*	*	*	ضوابط تبلیغات شهری و بزرگراهی - سازمان حمل و نقل آلاباما
		*		*	*					ضوابط تبلیغات شهری و بزرگراهی - سازمان حمل و نقل کلرادو
		*			*				*	ضوابط تابلوهای تبلیغات شهری و بزرگراهی - سازمان حمل و نقل ویرجینیا
	*	*	*	*	*				*	ضوابط تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی در ایالت ویسکونزین
	*	*	*	*	*				*	ضوابط و مقررات نصب تابلوهای تبلیغاتی شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی ایالت میسوری

ارزیابی مقایسه‌ای قوانین و مقررات مرتبط با تبلیغات محیطی جهت به‌کارگیری در شهرهای کشور

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	آیین‌نامه‌های خارجی ضوابط تابلوهای تبلیغات محیطی
*	*	*	*		*					ضوابط و مقررات نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی - نیوزلند
*	*		*	*	*					ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغاتی شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی در ایالت بالدوین
	*	*	*		*					ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغاتی شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی در واشنگتن
	*	*			*					ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی در شهر ونکوور - کانادا
	*	*	*	*	*			*	*	ضوابط و مقررات تبلیغات شهری و بزرگراهی - کینگستون
*		*	*	*	*					ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی شورای شهر سیدنی - استرالیا
*	*	*	*	*	*			*	*	ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی در ایالت تنسی - آمریکا
*	*	*	*		*					ضوابط و مقررات نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی در شهر تی‌شوان - آفریقای جنوبی (Tshwane)
		*	*		*			*	*	ضوابط و قوانین نصب تابلوهای تبلیغات شهری در بزرگراه‌ها و معابر شریانی در شهر کنتوود (Kentwood)
*+	*	*	*	*	*			*		بیلبوردهای مجاور بزرگراه‌های ایالت آلبرتا - کانادا
*	*	*	*	*	*		*	*	*	ضوابط و مقررات تبلیغات شهری و بزرگراهی - آفریقای جنوبی

توجه به این نمودار، معیارهای مربوط به ویژگی‌های فنی و ملاحظات ترافیکی و ایمنی در بیشتر آیین‌نامه‌ها موردتوجه قرار گرفته و در این خصوص ضوابطی در این آیین‌نامه‌ها وضع گردیده است. مکان‌یابی تابلوهای تبلیغاتی، ایمنی، ملاحظات نورپردازی و روشنایی تابلوها و همچنین ضوابط مربوط به زیبایی در درصد زیادی از آیین‌نامه موردبررسی قرار گرفته است.

نمودار شکل ۳ درصد آیین‌نامه‌هایی که هر یک از معیارهای موردبررسی را پوشش داده است، نشان می‌دهد. همان‌طور که در این نمودار قابل مشاهده است، درصد بسیار کمی از آیین‌نامه‌ها (۳٫۷٪) در زمینه استفاده از تابلوهای تبلیغاتی موقت ضوابط و مقرراتی را دارند. همچنین این آیین‌نامه‌ها پوشش مناسبی برای معیارهایی همچون نگهداری و تعمیرات تابلوهای تبلیغاتی و ضوابط مربوط به تجهیزات الکتریکی و آتش‌سوزی را ندارند.



شکل ۳. بررسی میزان پوشش معیارهای مختلف در آیین‌نامه‌های مورد بررسی

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، آیین‌نامه‌های منتخب خارجی جهت تدوین ضوابط تبلیغات محیطی در معابر شهری شامل ضوابط و مقررات تبلیغات شهری و بزرگراهی آفریقای جنوبی، ضوابط تبلیغات شهری آلاباما، ایالت تنسی در آمریکا و ضوابط تبلیغات شهری و بزرگراهی ایندیانا، کینگستون و آلبرتا است. همچنین از میان آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های داخلی موجود، دستورالعمل نظام فنی و اجرایی خدمات شهری شهرداری تهران، دستورالعمل جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران، طرح تفصیلی تابلوهای تبلیغاتی شهر مشهد و کتاب مهندسی تبلیغات محیطی جهت تدوین آیین‌نامه تبلیغات محیطی مناسب‌تر هستند.

همچنین با توجه به ارزیابی آیین‌نامه‌ها، می‌توان گفت برخی از معیارهای مرتبط با تبلیغات محیطی در این آیین‌نامه‌ها مورد توجه قرار نگرفته و ضروری است در تدوین دستورالعمل و آیین‌نامه‌ها به این‌گونه معیارها نیز پرداخته شود و از جمله این موارد می‌توان به فاصله تابلوها قبل از خروجی و بعد از ورودی بزرگراه، فاصله تا تقاطعات، فاصله تا قوس‌های افقی و فاصله تا کاربری مسکونی را نام برد. همچنین میزان و حجم اطلاعات ذکر شده در تابلو و مفاهیم و اجزای این اطلاعات از جمله معیارهای دیگری است که باید مورد توجه قرار گیرد. بعلاوه لازم است که فاصله دید

۶. نتیجه‌گیری

هدف اصلی در تدوین ضوابط و آیین‌نامه‌ها، ایجاد وحدت رویه و نظام‌مند کردن به‌کارگیری تابلوهای تبلیغاتی با هدف کاهش آسیب‌پذیری رانندگان در مواجهه با مخاطرات شده است. مطابق ارزیابی صورت گرفته، اسناد موجود در ضابطه‌مند کردن تابلوهای تبلیغاتی در سطح شهر تهران بیشتر ناظر بر بیلبوردهای تبلیغاتی در معابر بزرگراهی بوده و در خصوص سایر ابزارهای تبلیغاتی مسکوت است. به‌خصوص آنکه در سایر معابر شهری شاهد استفاده از طیف وسیعی از ابزارهای تبلیغاتی هستیم. به‌عنوان نمونه توسعه نامتوازن تلویزیون‌های شهری در معابر شریانی و در محل تقاطعات انتقادات زیادی را از نحوه استفاده از چنین ابزارهایی برانگیخته است. به‌طور عمده، نظام‌مند کردن ابزارهای تبلیغاتی در معابر غیر بزرگراهی و به‌خصوص در مجاورت تقاطعات راه‌های شریانی بسیار مهم و ضروری است. در مقابل، ضوابط به‌کار گرفته شده در کشورهای توسعه‌یافته‌تر، نشان‌دهنده رویکرد جامع‌تر نسبت به معابر (پوشش همه انواع معابر شهری) و همچنین انواع ابزارهای تبلیغات محیطی است. تلفیق این ضوابط و ضوابط به‌کار گرفته شده در معابر شهر تهران، مبنایی برای تدوین ضوابط تبلیغات محیطی شهری خواهد بود.

ارزیابی مقایسه‌ای قوانین و مقررات مرتبط با تبلیغات محیطی جهت به‌کارگیری در شهرهای کشور

Applications under SEPP 64, Department of Planning NSW, Sydney, 2007.

- Guide to Iowa Outdoor Advertising Sign Regulations, 2004.

- Alabama Outdoor Advertising, ALDOT, 2007.

- Colorado Outdoor Advertising Manual, 2007.

- Virginia Outdoor Advertising Control Manual, 2003.

- Wisconsin Outdoor Advertising, 2003.

- Missouri Outdoor Advertising, 1999.

- Outdoor Advertising, New Zealand, 2005.

- Baldwin County Billboard Regulations, 2002.

- Washington Sign and Billboard Regulations, 2008.

- Canada Billboards, Proposal Amendment to the Sign By-Law, 2000.

- Sign Regulations, Tennessee, 2001.

- City of Tshwane Metropolitan Municipality, Control of Outdoor advertising, 2002.

- City of Kentwood, zoning Ordinance, 2000.

- Alberta Billboard Regulations, 2007.

تابلو با توجه به رده عملکردی معبر و نوع تابلو تبلیغاتی مورد استفاده تعیین شود.

۷. مراجع

- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، (۱۳۹۳)، "آیین‌نامه ایمنی راه‌های کشور"، جلد اول: مبانی طرح راه ایمن، ضابطه شماره ۱-۲۶۷.

- دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۲)، "قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور".

- جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران (۱۳۸۶)، "ضوابط و دستورالعمل‌های تبلیغات محیطی".

- مقررات ملی ساختمان ایران، مبحث بیستم، علائم و تابلوها، ۱۳۸۸.

- پیش‌نویس دستورالعمل نحوه جانمایی و نصب پیکره‌های تبلیغاتی در بزرگراه‌های شهر تهران، نظام فنی و اجرایی شهرداری تهران، معاونت خدمات شهری شهرداری تهران.

- طرح تفصیلی تابلوهای تبلیغاتی شهر مشهد، سازمان میادین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری، شهرداری مشهد، ۱۳۹۴.

- تقی احمدی، مهندسی تبلیغات محیطی، موسسه انتشارات فراز اندیش سبز، ۱۳۹۳.

- قوانین و مقررات راهور، دفتر تحقیقات کاربردی راهور ناجا، ۱۳۹۱.

- Department of environmental affairs republic of South Africa, South African manual for outdoor advertising control (2010).

- Indiana department of transportation, Outdoor Advertising Control Manual. February 6, 2014.

- Kingston, ministry of local government and environment, town and country planning act, volume1, section7, control of advertisement regulations.

- Transport Corridor Outdoor Advertising and Signage Guideline: Assessing Development

فصلنامه مهندسی ترافیک / سال بیست و یکم / شماره ۸۴ / بهار ۱۴۰۰