



عکس: ایرنا

وقتی کوچه و بازار، چشم را به تماشای خوانند

خیابان‌های خاکستری



اگرچه ما چندان متوجه آلودگی‌های بصری نمی‌شویم و به آنها عادت کرده‌ایم، اما این مسئله به این معنی نخواهد بود که آلودگی‌ها نیز با گذشت زمان اثرات نامطلوب خود بر جسم و روح شهروندان را از دست داده‌اند

گزارش

حمیرا حیدریان

گزارش نویسن

همان‌طور که محیط داخلی زندگی انسان بایستی از زیبایی برخوردار باشد، محیط بیرونی شهر نیز باید زیبا و دارای کیفیت بصری مناسب باشد. موضوعی که امید کیهانی یکی از شهروندان ساکن مرکز شهران را معطلی مضاعف بر سایر آلودگی‌های موجود در شهر تهران می‌داند و می‌گوید: من هر روز یک مسیر را تا بازار بزرگ تهران طی می‌کنم که در این مسیر از اتوبوسی که با چاپ تبلیغات روی بدنه و پنجره‌هایش گرفته و روزنه‌ای برای دید مسافران باقی نگذاشته تا پیاده‌روهای منتهی به خیابان پانزده خرداد از منتهی از پارک موتورهای کسبیه هستند و دستفروش‌هایی را که حتی جای ترددی برای عابران نگذاشته‌اند شاهد هستم. اما اگر بخوایم جزئی‌تر نگاه کنیم باید به نماهای ظاهری ساختمان‌ها، تبلیغات روی در و دیوار،

حتی سطل‌های زباله رها شده در برخی خیابان‌ها و... اشاره کنم که نمای خیابان را زشت و دلزده و ذهن و روح آدم را هم خسته و افسرده می‌کند. فکر کنید هر روز مجبور هستید مویی از این حجم از نا زیبایی و درهم‌ریختگی را توأم با برخی آلودگی‌های صوتی ببینید، طبیعی است که در ذهن و روح هر فردی تأثیر منفی می‌گذارد و وقتی به خانه می‌رسیم ناخودآگاه احساس خستگی که با خستگی کار توأم شده رویه‌رو هستیم و خشم و عصبانیتی ناشی از کار زیاد نیست. لایا موسوی هم یکی از کارمندان است که هر روز صبح برای رفتن به محل کار مسافتی را از خیابان قصر تا ولیعصر طی می‌کند. او نصب برزهای متعدد برای نشان دادن نام یکی از خیابان‌ها را مورد انتقاد قرار می‌دهد و می‌گوید:



در طراحی مبلمان شهری باید هماهنگی وجود داشته باشد و نباید سلیقه‌ای عمل شود، طراحی باید به صورتی باشد که در هر کجای دنیا وقتی چنین طراحی دیده شد، متوجه می‌شوید که این متعلق به کدام شهر است

حس آلودگی بهم دست می‌دهد. او نصب تبلیغات بر در و دیوار را یکی دیگر از آلودگی‌های بصری و آزاردهنده می‌داند و بیان می‌کند: درست است که در عصر حاضر تبلیغات حرف اول را می‌زند اما کشور ما هم باید مانند هر کشور دیگری برای استفاده از آن از یک الگوی منظم پیروی کند و شهرداری یا هر ارگان مسؤل باید مکان‌های مشخصی را برای این کار در نظر بگیرند. حتی شما وقتی در پیاده‌رو در حال گذر هستید، وقتی به سنگفرش برخی خیابان‌ها نگاه می‌کنید، تبلیغاتی را می‌بینید که برای جذب عابران آن را جسیانده‌اند و فکر نمی‌کنم در هیچ کجای دیگر شاهد این بی نظمی و آلودگی بصری باشیم.

افزایشی مثل سندی، حوض و... است. خودش می‌تواند آلودگی بصری باشد، بیان می‌کند: شهر پر زرق و برق کدام از ساختمان‌های دویسی کوچک‌ترین هماهنگی با هم ندارند. او نقاشی‌های دیواری نامفهوم و نامتوازن را از دیگر مصادیق آلودگی‌های بصری می‌داند و عنوان می‌کند: نقاشی دیواری در شهرها به تازگی مد شده است، در حالی که نقاشی‌های نامفهوم خود آلودگی بصری است. همچنین تصاویری که روی بدنه‌های اتوبوس‌ها چاپ می‌شوند و یا بنر، تابلوهایی که بعضاً در برخی از خیابان‌های مرکزی شهر نصب شده‌اند همگی مصادیق آلودگی بصری است که نه تنها چهره شهر را آلوده می‌کند، بلکه این ازدحام و شلوغی بصری تأثیر مستقیم در خلق و خوی رهگذران می‌گذارد.

تصادفات نیز شود، چراکه در حال حاضر تبلیغات از حد نرمال بسیار زیادتر است که می‌تواند مانع تمرکز رانندگان شود. به گفته این روانشناس، محیطی که می‌تواند زمینه مناسبی را برای زندگی بهتر شهروندان به وجود آورد، شرایط نامساعدی را برای برآورده ساختن نیازهای انسان‌ها به وجود آورده است. اگرچه ما چندان متوجه آلودگی‌های بصری نمی‌شویم و به آنها عادت کرده‌ایم، اما این مسئله به این معنی نخواهد بود که آلودگی‌ها نیز با گذشت زمان اثرات نامطلوب خود بر جسم و روح شهر و شهروندان را از دست داده‌اند. او رفاه عمومی بصری، راه نامحکونی بصری و ساماندهی گرافیک شهری و هنر بصری و مصون ماندن افراد اجتماع از مضرات روانی ناشی از اغتشاشات بصری در محیط زندگی را یکی از مهم‌ترین عوامل سازنده کیفیت مطلوب فضای شهری عنوان می‌کند و اظهار می‌دارد: گرایش شهروندان به فضاهای شهری در گر و کیفیت فضای شهری، تعامل و ارتباطات اجتماعی - روانی ناشی از تأثیرات زیباشناختی است. لذا باید در طراحی و برنامه‌ریزی فضاهای شهری جذاب و زیبا به ارتقای سطح کیفی و منظر آن در ابعاد فیزیکی و انسانی توجه توأم شود. بنابراین سرزندگی را می‌توان در فضاهای شهری با هویت، با کیفیت، جذاب و زیبا جست‌وجو کرد که در پی‌آی آن را در عناصری همچون نظم، رنگ، هویت، انسان‌مداری، خوانایی، غنای حسی، امنیت و غیره پیدا کرد. صیف، گذراندن اوقات در محیط‌های طبیعی و عاری از آلودگی بصری را عامل احساس سرزندگی در افراد می‌داند و بیان می‌کند: زندگی در محیطی که به دور از هر نوع آلودگی اعم از هوا، بصری و صوتی باشد می‌تواند سطح انرژی افراد را افزایش دهد و در نتیجه منجر به ارتقای سطح عملکرد آنها شود. سیمای شهر به عنوان یکی از منابع طبیعی مهم، از نظر اجتماعی و اکولوژیکی حائز اهمیت فراوانی است که بر وضعیت روحی و ذهنی افراد به‌طور فراوانی اثر می‌گذارد.

آگهی فراخوان شناسایی سیستم گرم کننده اطراف بچکتل واحد فرآورش نفت سپهان. شرکت نفت سپهان در نظر دارد سیستم گرم‌کننده اطراف بچکتل‌های واحد فرآورش خود را از طریق شناسایی پیمانکاران / تامین‌کنندگان معتبر خریداری نماید.

آگهی فراخوان مناقصه عمومی (دو مرحله‌ای) شرکت نفت سپهان در نظر دارد کالا و خدمات مورد نیاز خود را از طریق برگزاری مناقصه عمومی تأمین نماید.

آگهی مناقصه عمومی شرکت سایپا پارس (سهامی خاص) در نظر دارد تأمین قطعات یدکی زیمنس (Siemens) را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به تأمین‌کننده واجد شرایط واگذار نماید.

سازگستر سایپا S.G.S.Co. مناقصه‌گذار: شرکت سازه گستر سایپا. موضوع مناقصه: انتخاب پیمانکار جهت ساخت ۱۵۰ عدد باتری SP52V۳ مربوط به مجموعه باک خودروی شاهین.

مزایده عمومی شرکت سرمایه گذاری ساختمانی سپه (سهامی خاص) در نظر دارد نسبت به واگذاری تعداد محدودی از واحدهای مسکونی آماده تحویل مجتمع متعلق به خود از طریق فرایند مزایده عمومی و به صورت نقد و اقساط به شرح مشخصات ذیل اقدام نماید.

آگهی مناقصه عمومی نوبت اول فراگاه سازندگی خاتم الانبیا (ص) - موسسه شهید رجایی در نظر دارد موضوعات زیر را در پروژه تاسیسات تونل راه آهن تهران - تبریز از طریق برگزاری مناقصه عمومی برون سپاری نماید.

سازمان صنایع دریایی گروه صنایع شهید قربانی - صنایع دریایی شهید درویشی آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای نوبت اول. شماره مناقصه: ۵۸۲۱/۹۹/۲۲/۲۰-۸. موضوع مناقصه: واگذاری خدمات ایمنی و آتش‌نشانی صنایع دریایی شهید درویشی (تعداد ۷ نفر) به مدت یک سال.