

پروژه  
«توزیع بهینه ابزارهای تبلیغات محیطی در شهر قزوین»  
مهندسان مشاور دیارگاه شهر  
آبان ماه 89

از آنجائیکه یکی از عوامل مهم در بی نظمی های بصری که در شهر اتفاق می افتد موضوع تبلیغات محیطی است، سازمان خدمات طراحی شهرداری قزوین جهت ایجاد نظم و هماهنگی بصری و اراستگی ظاهری شهر اقدام به تهیه و تدوین برنامه جامع پیشنهادی استقرار عناصر تبلیغاتی بر مبنای پهنه بندی عرصه و گونه بندی فضاهای شهری و با هدف توزیع بهینه ابزارهای تبلیغاتی در شهر نموده است.

با توجه به تجربیات مربوط به وجود تبلیغات محیطی در سالهای اخیر در شهرها، این سامانه به لحاظ کارکردی و ادراکی تأثیرات بسزایی در سیمای شهرها و ادراک شهروندان از آن بجای گذاشته که اکثر آنها به علت سودجویی نهادهای ذریبط و ذینفوذ آن، به معضلهای جدی شهرها درآمده تا جایی که لزوم وجود ضوابط مخصوص به آن را ایجاد مینماید.

#### منشاء مسائل و مشکلات تبلیغات محیطی

- فقدان یا عدم دسترسی به ضوابط یا دستورالعمل های مدون از سوی دست اندرکاران امور کنترل و نظارت بر تبلیغات شهری
- عدم وجود یک ساز و کار مدون در پیگیری و اعمال قوانین
- مشکلات و مسائلی که در اثر کاستیهای ضوابط و مقررات در داخل سازمان زیباسازی پدید می آید
- عدم وجود معیارهای معین و روشن در قبول تقاضاها و انجام کارشناسی درباره آنها
- عدم وجود مکانیزمی دقیق و پویا در نظارت و کنترل نحوه عملکرد شرکتهای مجری
- عدم همکاری بین سازمانی و ارگانی در سطح شهر در رابطه با انواع تبلیغات ثابت و موقت

هدف از اجرای این مصوبه :

الف- تلاش در جهت استفاده بهینه از منابع و تامین سلامت و رفاه ساکنین.

ب- ساماندهی به سیما و منظر شهری در شهرها، روستاها و سایر مجتمع های زیستنی در کشور و تلاش در جهت ایجاد شرایط مناسب زندگی در آنها

ج- احیای فرهنگ معماری و شهرسازی غنی گذشته کشور

د- جلوگیری از بروز ناهماهنگی های بصری و کارکردی در فضاها و فعالیتهای شهری

ه- افزایش تعاملات اجتماعی و کوشش در جهت تنظیم جریان حیات مدنی

این پروژه در چهار مرحله به تفصیل و دقت ابزارهای بهینه مربوط به تبلیغات شهری را برای شهر قزوین تدوین نموده است . که شامل مراحل زیر است:

مرحله اول: **گردآوری اطلاعات و مطالعات وضع موجود:**

در این بخش از گزارش خلاصهای از اسناد فراداست و مرتبط با تبلیغات محیطی در شهر قزوین بررسی و ارایه گردیده است مطالعات شامل دو بخش مطالعات عمومی و کاربردی است.

مطالعات عمومی شامل، جمع‌آوری، مطالعه و بررسی طرح‌ها، برنامه‌ها، پروژه‌های مصوب و ضوابط و مقررات موجود و همچنین مطالعه گزارش طرح تدوین اصول و مبانی ساماندهی تبلیغات محیطی شهری قزوین می‌باشد.

در مطالعات کاربردی، به بررسی نقشه وضع موجود تابلوها و استندها در محدوده طرح در محیط GIS و همچنین جمع‌بندی از مطالعات انجام یافته، تعیین مسائل و مشکلات، معضلات، نقاط قوت پرداخته شده است.

مرحله دوم: **تجزیه تحلیل و جمع‌بندی** برنامه جامع مکانیابی و استقرار تبلیغات محیطی در شهر قزوین

در این بخش از پروژه، براساس جمع‌بندی نتایج بدست آمده از بررسی قوانین و ضوابط موجود، شناخت وضعیت کنونی تبلیغات محیطی شهری و همچنین، تحلیل و شناسایی ظرفیتها و امکانات بستر و فضای حال حاضر شهر قزوین، برنامه جامع پیشنهادی استقرار عناصر تبلیغاتی، بر مبنای پهنه بندی عرصه و گونه بندی فضاهای شهر تدوین و ارائه میگردد.

مرحله سوم: ارائه راهکارها و پیشنهادها

### مرحله 3- ارائه پیشنهادها

این بخش از گزارش که در برگرفته بررسی ابزارهای تبلیغاتی و آرایه سایتهای تثبیت، حذف و مکانیابی میباشد که در بر گیرنده آیتمهای زیر میباشد :

**الف : تعیین آن دسته از ابزارهای تبلیغاتی که قابلیت ایقاع و تثبیت دارند و آن دسته‌ای که بایستی حذف شوند:**

**ب: پیشنهاد نقاط مناسب برای نصب ابزارهای تبلیغاتی تبلیغ**

**ج : پیشنهادها و گونه‌های جدید تبلیغات در شهر قزوین**

### مرحله چهارم: بررسی سرانه استاندارد تبلیغات و انواع تبلیغات در قزوین

براساس جمع‌بندی نتایج بدست آمده از بررسی قوانین و ضوابط موجود، شناخت وضعیت کنونی تبلیغات محیطی شهری و همچنین، تحلیل و شناسایی ظرفیتها و امکانات بستر و فضای حال حاضر شهر قزوین، برنامه جامع پیشنهادی استقرار عناصر تبلیغاتی، بر مبنای پهنه بندی عرصه و گونه بندی فضاهای شهر تدوین و ارائه گردیده است.