



گفت‌وگو با جامعه‌شناسان شهری درباره نصب بنرهای تبلیغاتی و تبریک و تسلیت در سطح شهر

مهمان‌های نازیبای شهر

■ بیان احساسات یا فرسایش روابط اجتماعی

پرویز اجلالی که شک دارد بنرها چهره شهر را نازیبا کنند می‌گوید این نوع پیام‌رسانی از تغییر شکل وظیفه‌ها نشأت می‌گیرد که انتظار می‌رود با گرانی‌ها از بین برود: «مگر آن دیوار قبل از نصب بنر چه زیبایی داشته که با نصب بنر آن هم برای چند روز نازیبا شود. از طرفی این را که شهروند گاهی بخواهد برای بیان احساساتش از دیوارهای شهر استفاده کند، نشانه بی‌توجهی به مسئولیت‌هایش نمی‌دانم زیرا اگر بنرهایی که شهروندان برای چند روز در محله‌ها و روی دیوارها نصب می‌کنند موجب نازیبایی یا حتی بی‌نظمی شهر شود، پس نصب این همه آگهی تبلیغاتی حکومتی چه

کاری با چهره شهر می‌کند و در این مقطع که عده‌ای با ساخت ساختمان‌های بزرگ به جان شهر افتاده‌اند و عده‌ای هم پول مردم را از بانک‌ها بیرون می‌کشند و به ساخت و ساز می‌پردازند چطور می‌شود برای شهر انتظار آینده‌ای روشن داشت؟»

در مقابل ایمانی جاجرمی اصرار برای نصب این بنرها و رفتارهای اینچنینی را نشانه از بین رفتن یا فرسایش روابط اجتماعی و انسانی و جایگزین شدنش با مسائل ظاهری دانسته و از آنجا که زیبایی شهر آرامش و حس امنیت شهروندان را غنی می‌کند، کفه ترازوی منتقدان نصب بنرهای مختلف در سطح شهر را سنگین‌تر از موافقان آن می‌داند، همان‌طور که سیدرضا لاهیجی، بزرگ و بااهمیت بودن این موضوع را دلیل دیده نشدن آن می‌داند و معتقد است اگر در این خصوص اقدام درستی صورت نگیرد، باید این انتظار را داشت که فرزندان مان در آینده تحت تأثیر همین رفتار اشتباه برخورد کنند.

است، نصب بنرهای تسلیت یا تبریک چندان مطرح نیست، اما در ایران که تنها به دنبال یک موفقیت ورزشی یا یک مناسبت اجتماعی مردم به سطح شهر می‌آیند، نمی‌توان به خاطر چنین رفتارهایی به آنها خرده گرفت.

البته ناگفته نماند که در فرهنگ ما به مرگ و عرض تسلیت بیشتر از شادمانی اهمیت داده می‌شود و کمتر پیش می‌آید ببینیم به مناسبت ازدواج بر دیوار خانه تازه عروس و داماد بنر تبریک نصب شود چراکه معمولاً مسائلی مثل ازدواج و گاه مواردی که زنان در آن دخیل هستند خصوصی تلقی می‌شود.

با محتوای آرزوی قبولی زیارت. رفتاری که از منظر پرویز اجلالی، جامعه‌شناس و محقق در حوزه شهری گذراست و تأثیر چندانی در نازیبا شدن چهره شهرها نخواهد داشت، چراکه به اعتقاد وی در شهرها موضوعات کلان‌تری وجود دارند که زیبایی شهری را از بین می‌برند و بهتر است برای آنها تمهیدات مؤثری در نظر گرفته شود.

این جامعه‌شناس به «ایران» می‌گوید: «در همه جای دنیا برای عرض تبریک یا تسلیت اقدامات متفاوتی به کار گرفته می‌شود و شاید از آنجا که در بیشتر کشورها سطح شهر عرصه فعالیت شهروندان

هرچه از جنبه عاطفی و معنوی روابط اجتماعی کاسته می‌شود، اغراق در ابراز همدردی و همراهی بیشتر شده و به جای برخوردهای انسانی‌تر شاهد نصب بنرهای بزرگ‌تر در سطح شهرها خواهیم بود در حالی که این فقط نوعی رفع مسئولیت است و فردی که عزیزی را از دست می‌دهد یا حتی به موفقیتی دست پیدا می‌کند به همدردی، گفت‌وگو و مراجعات مکرر نیاز بیشتری دارد تا بنرهایی که بیشتر زیبایی بصری شهر را مخدوش می‌کنند.» این روزها هم که در ایام حج به سر می‌بریم چیزی نمانده تا دیوارهای گوشه و کنار شهر و روستاها پوشیده شود از بنرهایی

این‌ها میهمان‌های ممنوعه شهر ما هستند؛ پیام‌های تبریک و تسلیتی که بر دیوارهای منازل و ساختمان‌های شهر آویزان می‌شوند تا در انتصابی تازه، مصیبتی وارد، زائری بازگشته و موفقیتی کسب شده خوشحالی یا همدردی خود را نشان دهند. طبق قانون زیباسازی شهرها: «نصب آگهی و اعلامیه‌های تبلیغاتی در مکان‌های عمومی از جمله روی دیوار منازل ممنوع است. علاوه بر آن نصب این آگهی‌ها موجب آلودگی بصری و آسیب رساندن به اموال عمومی نیز می‌شود.» بارها مدیران شهرهای مختلف نصب بنرها را منع کرده‌اند اما همچنان

انتصابات مدیران و اتفاقات پیش آمده برای شهروندان، دیوارها را پشت بنرهای تبریک و تسلیت پنهان می‌کنند.

به عقیده حسین ایمانی جاجرمی - جامعه‌شناس شهری - نصب بنرهای تبریک و تسلیت بر دیوار ساختمان‌های شهر که عمدتاً از سر تقلید و چشم و هم‌چشمی است به رفتاری معمولی در بین ایرانی‌ها تبدیل شده است؛ امری غیرضروری که بشدت با سلب زیبایی شهر مرتبط و نیازمند استانداردهایی از سوی شهرداری‌هاست تا درباره این بنرها تصمیم‌گیری شود. او به «ایران» می‌گوید: «اول از همه مسئولان باید در اجرای این سیاست‌ها و تغییر رفتار پیش‌تاز باشند نه اینکه در صورت فوت یکی از بستگان، مقامات یا بازگشتن خود یا اقوام‌شان از سفر زیارتی، در و دیوار محل کار و زندگی‌شان پوشیده شود از بنرهای تسلیت یا تبریک.

علاوه بر این، باید به معرفی الگوهای جایگزین هم فکر کرد، چراکه به نظر می‌رسد

یک سوزن به مسئولان یک جوال دوز به مردم

سیدرضا لاهیجی، متخصص زیبایی‌شناسی و مشاور سازمان زیباسازی شهر تهران به تراز کیفیت زیبایی‌شناختی اشاره می‌کند که در بسیاری از کشورهای دنیا بالا رفته، اما از میزان آن در کشور ما کاسته شده است: «این بنرها یک گفتمان مردمی است که برخلاف مضمون خصوصی آن، در فضای عمومی و به شیوه تبلیغات شهری مطرح می‌شود، از این رو ممکن است دیدن آنها برای سایرین موجبات آسیب جسمی، چشمی و حتی روحی را فراهم و نظم مورد نیاز شهر را به بی‌نظمی تبدیل کند.»