

ضوابط پیشنهادی طراحی و مکان یابی بیلبوردها در سطح شهر مشهد

احسان جمشیدی، کارشناس ارشد راه و ترابری، دفتر مطالعات و برنامه ریزی حمل و نقل سازمان حمل و نقل و ترافیک مشهد
تلفن: ۰۹۱۵۳۱۳۹۱۸۱ ، نامبر: ۰۵۱۱-۸۴۴۳۶۳۰ ، پست الکترونیکی: Eh_jm@yahoo.com

چکیده:

وجود تابلوهای آگهی بویژه تابلوهای تبلیغاتی و محیطی لازمه زندگی شهری است. باین شرط که به لحاظ جا و مکان نصب یا اندازه ، سطح و کیفیت به شکلی مناسب و مطلوب همراه با کاربری به کارگرفته شود. آنگونه که بتواند به محیط زیبایی ببخشد و آزدگی چشمی یا دل آزدگی برای شهروندان نداشته باشد. وقتی صحبت از حاکمیت زیبایی درمیان است لازمه اش برخورداری از قانون و قواعد مدون است. چون اگر ضوابطی مشخص نباشد یا کسی جلوی پیشروی دربی نظمی تابلوها را نگیرد، نتیجه اش این می شود که آرامش و زیبایی محیط اطراف را بر هم می زند و به بروز مشکلاتی چون «آلودگی بصری» می انجامد. یکی از مسائلی که این روزها زیبایی سیمای شهرهای بزرگ کشور را برهم می زند تعداد زیاد تابلوهای تبلیغاتی است که بر روی نمای اصلی یا معماری ساختمانهای شهر، آن هم به صورتی نامنظم قرار گرفته است. در این راستا فعالیتی پژوهشی در زمینه ضوابط موجود در کشور، ضوابط مربوط به کشورهای توسعه یافته و ومعضلات کنونی در این زمینه صورت گرفت و پس از آن ضوابطی پیشنهادی جهت طراحی و مکان یابی بیلبوردها در سطح شهر مشهد ارائه گردید تا در برنامه ریزی های آینده در خصوص بیلبوردها به عنوان دستورالعملی مدون مورد استفاده قرار گیرد.

کلیدواژه: بیلبورد، تابلوی تبلیغاتی، ضوابط

۱. مقدمه

گرافیک محیطی اعم از کلیه علائم، تابلوها و چراغ‌ها، از شکل، رنگ، طرح، خط و نوشتار بهره می‌گیرد و اگر بر معیارهای صحیحی استوار باشد می‌تواند:

- ارتباط‌های اجتماعی مردم را تسهیل کند.
- به فعالیت اقتصادی سرعت بخشد.
- ایمنی و جریان ترافیک را بهبود بخشد.
- مردم را از امکاناتی که شهر در اختیارشان می‌گذارد آگاه کند.
- جرائم حاصل از تشنجات عصبی مردم را کاهش دهد.
- به رفع نیازهای اجتماعی مردم از طریق ایجاد ارتباط با محیط اطراف بوسیله مشخص کردن، راهنمایی و اطلاع‌رسانی کمک کند.
- با ایجاد مناظر زیبای بصری در محیط، به سلامت ذهنی مردم یاری رساند.

به طور کلی عوامل اصلی بیان در گرافیک محیطی عبارتند از:

- پوستر
- علائم
- تابلوهای بزرگراهها
- تابلوهای راهنمایی و رانندگی
- علائم نورانی (نئونها)
- تبلیغات روی وسائل نقلیه
- طراحی محیطی پارک‌ها
- طراحی روبناها و رنگ‌های حاصل از آنها
- طراحی محل‌های خدماتی عمومی، ایستگاههای اتوبوس، باجه‌های تلفن، نیمکت‌ها و...
- طراحی محیطی مراکز فرهنگی و تفریحی

- طراحی حجم‌های تزئینی در میدان‌ها و پارک‌ها
- تابلوهای سردر فروشگاهها، مغازه‌ها، سینماها و کلیه سازمان‌ها و موسسات دولتی و خصوصی
- انواع تابلوهای تبلیغاتی مانند: بلبورد، چهاروجهی، سه‌وجهی، سه‌بعدی، دیجیتالی

از آنجا که همه این عوامل در محیط داخل شهر انجام می‌گیرد. بنابراین باید بین آنها و شهر، هماهنگی ایجاد گردد و طراحان گرافیک محیطی با مهندسين شهرساز از نزدیک، تشریک مساعی داشته باشند.

وجود تابلوهای آگهی بویژه تابلوهای تبلیغاتی و محیطی لازمه زندگی شهری است. باین شرط که به لحاظ جا و مکان نصب یا اندازه، سطح و کیفیت به شکلی مناسب و مطلوب همراه با کاربری به کارگرفته شود. آنگونه که بتواند به محیط زیبایی ببخشد و آزدگی چشمی یا دل آزدگی برای شهروندان نداشته باشد.

دیدگاه جامعه شناختی برآن است که در دنیای کنونی و همچنین در علم اقتصاد، سرمایه، توزیع و تبلیغات هر یک جایگاه خاص خود را دارند. در زمان حاضر تبلیغات یک سوم کارکرد سرمایه را داراست. بنابراین کسی نمی‌تواند سرمایه و توزیع را بدون تبلیغات در نظر بگیرد.

بر اساس همین نظریه نقش تبلیغات اساسی است. منتهی در بازار اقتصاد، برخی را همیشه می‌بینیم که می‌خواهند در تعارض با منافع جامعه و حقوق افراد صرفاً به نفع خود بهره برداری کنند. حتی اگر این کار به قیمت مانع شدن از تأمین منافع ومصالح عموم یا در جهت ضرر جامعه و برهم خوردن «نظم عمومی» آن تمام شود.

برخی کارشناسان نیز معتقدند وقتی صحبت از حاکمیت زیبایی در میان است لازمه اش برخورداری از قانون و قواعد مدون است. چون اگر ضوابطی مشخص نباشد یا کسی جلوی پیشروی دربی نظمی تابلوها را نگیرد، نتیجه اش این می‌شود که آرامش و زیبایی محیط اطراف را بر هم می‌زند و به بروز مشکلاتی چون «آلودگی بصری» می‌انجامد.

یکی از مسائلی که این روزها زیبایی سیمای شهرهای بزرگ کشور را برهم می‌زند تعداد زیاد تابلوهایی است که بر روی نمای اصلی یا معماری ساختمانهای شهر، آن هم به صورتی نامنظم قرار گرفته است. این در حالی است که امروزه در این شهرها تابلوهایی با کاربریهای مختلف دیده می‌شود که از بی سروسامانی در این امر خبر می‌دهد.

۲. ضوابط موجود کشور در زمینه تابلوهای تبلیغاتی

ارگان های معدودی در کشور در حوزه فعالیت خود ضوابطی را در زمینه تابلوهای تبلیغاتی تهیه کرده اند که در این بخش آورده شده است.

۲-۱ ضوابط وزارت مسکن و شهرسازی

بند هایی از ضوابط وزارت مسکن و شهرسازی که در قالب مقررات ملی ساختمان ایران، مبحث بیستم، علائم و تابلوها ارائه شده و تابلوهای تبلیغاتی را نیز شامل می شود در ادامه آورده شده است: [۱]

۱-۳-۲۰ محدوده نصب انواع علائم و تابلوها

۱-۳-۲۰-۱ فاصله از خطوط برق فشارقوی: محل نصب تابلوها و سازه علائم و دستگاه های انتشار دهنده آنها باید حداقل

۱/۸ متر فاصله افقی و ۳/۶ متر فاصله عمودی از خطوط انتقال برق فشار قوی داشته باشند. [۱]

۱-۳-۲۰-۲ فاصله از پله فرار و خروجی ها: تابلو یا سازه علائم و دستگاه های انتشار دهنده آنها باید به گونه ای ساخته

شوند که هیچ بخشی از سطح یا پایه آنها مانع استفاده از هر نوع پله فرار و خروجی ها نباشد. [۱]

۲-۳-۲۰ محدودیت مکان نصب علائم و تابلوها

۱-۲-۳-۲۰ نصب علائم و تابلوها بر تیرهای برق، پایه های علائم و چراغهای راهنمایی رانندگی، درختان، صخره ها و سایر

عناصر طبیعی ممنوع است. [۱]

۲-۲-۳-۲۰ نصب تابلوی تبلیغاتی به صورتی که مانع از دیده شدن تابلوی نصب شده قانونی دیگر گردد، ممنوع است. [۱]

۳-۲-۳-۲۰ نصب تابلو و علائم دیگری که به تشخیص مسوولین باعث پنهان شدن همه یا قسمتی از هر تابلو یا چراغ

هشدار دهنده و انتظامی و راهنمای رانندگی و راهنمای شهری باشد و یا به هر صورت مزاحم کارکرد آنها گردد، ممنوع

است. [۱]

۲۰-۸-۲ تابلوهای غیر مجاز

۲۰-۸-۲-۱ هر نوع تابلو دارای نورپردازی که موجب تابش نور مستقیم به داخل بناهای اطراف خود شود، مگر آن که تابلو مربوط به بنای مذکور باشد. [۱]

۲۰-۸-۲-۲ هر نوع تابلویی که کل یا بخشی از آن به هر شکلی متحرک طراحی شده باشد و از مسیر بزرگراه قابل رویت باشد غیر مجاز است. این ممنوعیت شامل عقربه های ساعت، بادنماها و پرچم ها یا آن دسته از تابلوهای موقتی که نصب آن ها مجاز دانسته شده، نمی شود. [۱]

۲۰-۸-۲-۳ هر نوع تابلویی که دارای چراغ های چشمک زن، چراغ های با نورهای لحظه ای خیره کننده یا چراغ های رنگی متحرک یا با شدت رنگ متغیر بوده و از مسیر بزرگراه ها قابل رویت باشد، غیرمجاز است. چنانچه این تابلوها مطابق قوانین برای امنیت عمومی مردم یا هشدارهای ترافیکی نصب شده و یا نشانگر زمان، دما، شرایط جوی یا محیطی باشد، مجاز است. [۱]

۲۰-۸-۲-۴ هر نوع تابلویی که پنجره، درب، راه های خروج اضطراری، پلکان ها یا نردبان های فرار یا عادی و بازشو ها یا دریچه های ورود نور یا هوا یا هر نوع راه دخول و خروج بنا را سد کرده باشد. [۱]

۲۰-۸-۲-۵ هر نوع تابلویی که در محیط عمومی یا املاک خصوصی به درخت نصب شود. [۱]

۲۰-۸-۲-۶ هر گونه تابلو که در محیط های عمومی یا املاک خصوصی بر روی تجهیزات شهری مانند پست های برق، کیوسک تلفن، تیرها، جدول های کنار معابر، پیاده روها، چراغ های برق، شیرهای آتش نشانی، پل ها، علائم بزرگراه ها یا تابلوهای دیگر نصب شوند. [۱]

۲۰-۸-۲-۷ هر نوع تابلویی که به دلیل مکان قرارگیری، موقعیت، اندازه، شکل یا رنگ موجب مسدودکردن، معیوب کردن، محو و تضعیف کردن، مانع شدن یا مغشوش کردن منظر علائم انتظامی و کنترل ترافیک یا هر علامت یا وسیله دیگری شود که توسط نهادهای دولتی و عمومی نصب شده است و همچنین باعث اغتشاش عبور یا اشتباه در هدایت وسائل نقلیه

گردد. [۱]

۲۰-۹-۲۰ سطح مجاز تابلوها

۲۰-۹-۲۰ سطح مجاز تابلوهای تبلیغاتی، تابلوهای معرف کاربری، تابلو های نام ساختمان و تابلو های داخل ساختمان بر اساس مقررات مورد عمل شهرداری ها محاسبه و تعیین می گردد. [۱]

۲۰-۱۰-۲۰ ارتفاع حد زیرین تابلو

۲۰-۱۰-۲۰-۱ حد زیرین ارتفاع تابلو هایی که از زیر آن ها عبور می شود نباید از $\frac{2}{5}$ متر پایین تر باشد و یا سازه و اجزای آن بالاتر از این ارتفاع نسبت به متوسط تراز کف و زمین معبر قرار گیرند. [۱]

۲۰-۱۰-۲۰-۲ حد زیرین تابلوهای دیواری و تابلو های ایستاده ای که ضخامت آنها از ۱۰ سانتی متر تجاوز نمی کند و از زیر آن افراد عبور نمی کنند، باید حداقل ۶۰ سانتی متر بالاتر از متوسط کف و تراز زمین باشد. [۱]

۲۰-۱۰-۳-۵ حریم تابلو های تبلیغاتی

در برخی خیابان ها و میدان ها و فضاهای شهری که در ضوابط شهرداری ها مجاز شناخته شوند، اجازه نصب تابلوی تبلیغاتی داده می شود. حریم نصب تابلو های تبلیغاتی طبق ضوابط شهرداری ها است. [۱]

۲۰-۱۱-۱ مطالب تابلو

۲۰-۱۱-۱-۷ تابلو هایی که با استفاده از شکل، رنگ و سایر مشخصات علائم هشداردهنده و یا نوشته های "ایست"، "خطر" و دیگر مطالبی که به تشخیص مسوولین امکان ایجاد شبهه با تابلوهای انتظامی دارند، ممنوع است. [۱]

۲۰-۱۱-۲ خط در تابلو

۲۰-۱۱-۲-۴ حداکثر اندازه حروف در تابلوهای تبلیغاتی و معرف کاربری که در مناطق تجاری ارائه می شوند، دو سوم ارتفاع تابلو یا ۷۵ سانتی متر (هرکدام که کمتر باشد) خواهد بود. در مناطق مسکونی این اندازه به دو سوم ارتفاع تابلو یا ۵۰ سانتی متر (هرکدام که کمتر باشد) محدود می گردد. [۱]

۲۰-۱۱-۲-۶ مطالب مندرج در تابلوهای تبلیغاتی فضای باز باید از جانب جاده ها، بزرگراه ها و خیابان های شریانی درون شهر کاملاً خوانا و واضح باشد. چنین تابلوهایی باید به گونه ای نصب شوند که حداقل فاصله و خوانایی تعریف شده در ضابطه تابلوهای تبلیغاتی در آن ها رعایت گردد. [۱]

۲۰-۱۲-۲ نورپردازی در تابلوها

۲۰-۱۲-۲-۱ نورپردازی تابلوهای معرف کاربری باید توسط منابع نوری ثابت باشد که از بیرون بر سطح تابلو بتابد و یا در داخل تابلو کار گذاشته شده باشد. این نور نباید مزاحمتی برای رانندگان و عابرین ایجاد نماید. به هر صورت نور تابلوها نباید در فاصله ۱۲۰ سانتی متری بیش از یک شمع بر فوت مربع شدت داشته باشد. [۱]

۲۰-۱۲-۲-۲ نورپردازی تابلوها نباید به گونه ای باشد که تابش مستقیم روی ساختمان ها و کاربری های اطراف داشته باشد. شدت نور تابلوها در هر نقطه از معابر عمومی یا فضاهای ساختمان یا ملک مجاور نباید بیش از یک شمع بر فوت مربع باشد. [۱]

۲۰-۱۲-۲-۳ نورپردازی تابلوهای معرف کاربری و تبلیغاتی به صورت چشمک زن و رقصان در مناطق مسکونی و در حاشیه بزرگراه ها ممنوع است. این تابلوها فقط باید با نور ثابت نورپردازی شوند. [۱]

۲۰-۱۲-۲-۴ در مناطق تجاری و در سایر مناطق، تابلوهای چشمک زن و رقصان، بنا به تأیید مسولین اجرای مقررات تابلوها مجاز است. [۱]

۲۰-۱۲-۲-۵ نصب تابلوی تبلیغاتی نورپردازی شده دارای چراغ های قرمز و سبز یا زرد در مجاورت تقاطع ها، به صورتی که مانع کارکرد صحیح چراغ های راهنمای رانندگی گردد، ممنوع است. [۱]

۲۰-۱۲-۲-۶ نورپردازی تابلوها نباید به گونه ای باشد که موجب آزردهی و ایجاد مزاحمت برای همسایگان و منازل همجوار گردد. چنانچه بعد از صدور مجوز برای تابلویی معلوم شود که تابلوی مزبور باعث ایجاد مزاحمت می شود، بنا به دستور مسولین اجرای مقررات تابلوها، مالک تابلو موظف است در اسرع وقت نسبت به تغییر تابلوی خود و رفع مزاحمت اقدام نماید. [۱]

۲-۲ ضوابط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

دستورالعمل اجرایی تبلیغات شهری (محیطی) و مواد ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۵ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی «مصوب جلسه پانزدهم کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور» به شرح زیر می باشد: [۲]

کمیته مرکزی سازمان‌های تبلیغاتی کشور در جلسه مورخ ۱۳۷۹/۲/۱۱ خود بنا به پیشنهاد شماره ۲۶/۲۱۰۰ مورخ ۱۳۷۸/۱۲/۲ اداره کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و با استناد به ماده ۱۰ و ۱۷ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب مورخ ۱۳۵۸/۱۲/۲۷ شورای انقلاب جمهوری اسلامی ایران دستورالعمل اجرایی آن را در ۱۲ ماده، ۶ تبصره و ۳۰ بند تصویب و به شرح زیر ابلاغ نمود. [۲]

ماده (۱) تبلیغات شهری یا محیطی در این دستورالعمل عبارت از کلیه تابلوهای تبلیغاتی اعم از دیواری، پارچه‌ای، فلزی، رایانه‌ای، متحرک و منقوش بر وسایل نقلیه است که به منظور معرفی یا تبلیغ کالا، خدمات و هر نوع فعالیتی که برای اطلاع رسانی و اعلان عمومی در سطح شهرها، خیابان‌ها، جاده‌های شهری و بین شهری، بزرگراه‌ها، فرودگاه‌ها، پایانه‌های مسافربری، مترو، ایستگاه‌های اتوبوس، میدین و سایر اماکن عمومی مورد استفاده و بهره‌برداری قرار می‌گیرد. [۲]

ماده (۲) تبلیغات فرهنگی، مذهبی، ملی و نیز تبلیغ جشنواره‌های فرهنگی و هنری که جنبه غیر انتفاعی دارند با تشخیص اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان از شمول عوارض خارج هستند. [۲]

ماده (۳) کلیه سازمان‌ها و کانون‌های آگهی و تبلیغاتی موظفاند علاوه بر رعایت مقررات عمومی مندرج در مواد ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۴ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی، در تنظیم، تهیه و اجرای برنامه‌های تبلیغاتی نکات زیر را رعایت نمایند: [۲]

۱- تبلیغاتی که مروج فساد و عقاید خرافی یا مخالف ادیان رسمی کشور باشد ممنوع است. [۲]

۲- در آگهی یک کالا و یا خدمات خاص نباید تلویحاً و یا تصریحاً کالا و خدمت مشابه دیگری نفی شود. [۲]

۳- آگهی‌های تبلیغاتی نباید سبب رنجش اشخاصی که از برخی معلولیت‌ها و یا بیماری رنج می‌برند شود. [۲]

۴- تبلیغ کالاها و خدمات در مراکز مذهبی، علمی و آموزشی ممنوع است. [۲]

۵- تبلیغات نباید موجب توهین به ادیان رسمی کشور، آداب، رسوم، قومیت‌ها، لهجه‌ها و گویش‌های مختلف شود. [۲]

- ۶- استفاده از صحنه‌هایی نظیر استعمال دخانیات و موارد مشابه دیگر که مضر به سلامت انسان بوده و یا اعتیاد آور باشند و به نوعی خواه تصریحاً و یا تلویحاً مصرف آنها را ترویج نماید مجاز نیست. [۲]
- ۷- تبلیغاتی که مروج تخریب محیط زیست انسان، جنگل‌ها، مراتع و منابع طبیعی و زیستگاه‌های طبیعی جانوران باشد ممنوع است. [۲]
- ۸- تبلیغ نباید القاء وحشت و خشونت کند. [۲]
- ۹- در تبلیغات نمی‌توان از نوشته‌ها و تصاویری استفاده کرد که جانوران را در حال اذیت و آزار نشان دهد. [۲]
- ۱۰- در جریان موارد تبلیغاتی باید کلیه قوانین مربوط به حمایت از حقوق مادی و معنوی مؤلفان، مصنفان و هنرمندان و آیین‌نامه‌های مربوطه رعایت شود. [۲]
- ۱۱- هرگونه استفاده ابزاری از زن در تبلیغات ممنوع است. [۲]
- ۱۲- پوشش و آرایش شخصیت‌های مورد استفاده در آگهی باید متناسب با عرف ملی و مذهبی جامعه باشد. [۲]
- ۱۳- آگهی‌ها نباید تداعی‌کننده ترجیح بین جنس مذکر و مؤنث باشد. [۲]
- ۱۴- در تبلیغات استفاده از کودکان برای معرفی کالا و خدماتی که انتظار مصرف کالا و یا بهره‌مندی از خدمت و یا خرید آن توسط ایشان نمی‌رود ممنوع است. [۲]
- ۱۵- ترویج زبان بیگانه، غلط نویسی و غلط گویی در تبلیغات مجاز نیست. [۲]
- ۱۶- چنانچه به هنگام تنظیم آگهی‌های تبلیغاتی ضرورت استفاده از خط بیگانه وجود داشته باشد باید اندازه خط زبان فارسی بزرگتر از خط زبان بیگانه باشد. [۲]
- ۱۷- در صورت اقتضای موضوع آگهی، برای استفاده از نقشه و پرچم جمهوری اسلامی در آگهی باید پرچم رسمی و نقشه کامل کشور آورده شود. [۲]
- ۱۸- تبلیغات نباید تولیدات داخلی را بی‌ارزش نشان دهد. [۲]
- ۱۹- تبلیغ کالاها، خدمات و مصنوعات کشورهای بیگانه در صورتی مجاز است که عرضه و فروش آن در داخل کشور ممنوعیت قانونی نداشته باشد. [۲]
- ۲۰- تبلیغ بر روی تأسیسات، دیوارها، ابنیه و ساختمان‌های سفارتخانه‌ها و نمایندگی‌های سیاسی دول خارجی ممنوع است. [۲]

۲۱- تبلیغ بر روی تأسیسات، دیوارها، ابنیه و ساختمان‌های اشخاص حقیقی و حقوقی، دولتی و غیر دولتی منوط به کسب اجازه قبلی از صاحبان و مسئولان آنها می‌باشد. [۲]

۲۲- تبلیغ کالاها و فرآورده‌هایی که طبق تبصره ۴ ماده ۶ قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران که اجرای استاندارد را در مورد آنها اجباری اعلام کرده است منوط به داشتن پروانه کاربرد علامت استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران می‌باشد. کانون مکلف به اخذ گواهی لازم از سفارش دهنده می‌باشد. [۲]

۲۳- سفارش دهندگان و سازندگان آگهی‌ها باید مستندات لازم، قانع کننده و قانونی برای ادعاها و استدلال‌های موضوع آگهی را داشته باشند. [۲]

۲۴- تبلیغ فیلم‌های سینمایی، داستانی و... نیازمند اخذ مجوز از معاونت امور سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌باشد. [۲]

ماده (۴) مسئولیت محتوای طرح تبلیغاتی و اجرا آن در چهارچوب قوانین موضوعه و مقررات جاری و دستورالعمل‌های اجرایی تبلیغات با مدیر مسئول کانون می‌باشد و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی ناظر به حسن اجرای قوانین و مقررات تبلیغاتی بوده و در صورت احراز تخلف برابر مقررات اعمال مجازات خواهند کرد. [۲]

ماده (۵) کانون‌های آگهی و تبلیغاتی موظفند نام کانون آگهی و تبلیغاتی و همچنین شماره پروانه خود را بر روی تابلو نصب کنند. [۲]

۲-۳ ضوابط مجموعه قوانین راهنمایی و رانندگی

ماده ۶- علائم راهها: توصیه می گردد که در قوانین داخلی مراتب زیر پیش بینی گردد: [۳]

علائم طوری قرار داده شوند که مانع تردد وسایل نقلیه در قسمت سواره رو نگردد و چنانچه در کنار جدول یا شانه راه قرار داده شوند تا حد امکان مانع عبور پیاده ها نشوند. ارتفاع لبه زیرین علائم از سطح راه برای کلیه علائم بایستی حتی المقدور یکنواخت و یکسان باشد. [۳]

ماده ۱۰۶ - نصب آگهی یا علامت یا تابلو یا وسایلی که دارای شباهت با علائم و یا تابلوهای راهنمایی و رانندگی باشد یا از آنها تقلید شود و یا منظور از آن هدایت و کنترل وسایل نقلیه باشد و یا به طریقی باعث جلوگیری از دیدن علائم و تابلوهای راهنمایی و رانندگی گردد و همچنین نصب چراغ های رنگی تبلیغاتی در کنار چراغ های راهنمایی و رانندگی به طوری که موجب اشتباه رانندگان گردد ممنوع است مقامات صلاحیت دار میتوانند در صورت دیدن چنین اشیایی برای رفع آنها اقدام نمایند . [۳]

تبصره ۱ - ممکن است از طرف موسسات یا اشخاص با اجازه مراجع صلاحیت دار علایمی برای هدایت مراجعه کنندگان به مکان های اطراف راه نصب گردد ، مشروط به این که تابلوها مانع دیدن تابلوهای راهنمایی و رانندگی نشوند و ایمنی راه را به خطر نیندازند . [۳]

تبصره ۲ - ضوابط و چگونگی تهیه ، نصب و یا الصاق آگهی های تبلیغاتی و تابلوهای هدایت به مکانها در شهرها و جاده ها ، بر حسب مورد ، به وسیله شورای عالی هماهنگی ترافیک شهرهای کشور در شهرها و وزارت راه و ترابری در جاده ها تعیین خواهد شد. [۳]

۳. ضوابط مربوط به تابلوهای تبلیغاتی در سایر نقاط دنیا

به منظور آشنایی با ضوابطی که تا کنون در سایر کشورها اعمال شده است در ادامه نمونه هایی از ضوابط سایر شهرهای دنیا در زمینه تابلوهای تبلیغاتی آورده شده است.

از آنجا که ضوابط مورد نظر ما در این گزارش عمدتاً ضوابط مربوط به آن دسته از تابلوهای تبلیغاتی است که در گروه بندی تابلوهای تبلیغاتی در گروه بیلبوردها قرار می گیرند، در ادامه از لفظ بیلورد نیز استفاده شده است.

۳-۱ ضوابط شهر سن جوز در ایالت کالیفرنیا

قوانین مربوط به علائم در نوامبر سال ۱۹۹۲ تهیه و در دسامبر همان سال اجرایی شد. مطالب زیر بخشی از قوانین این مجموعه در زمینه تابلوهای تبلیغاتی می باشد. این مجموعه نسخه اصلاح شده این قوانین در جولای سال ۲۰۰۵ می باشد.

بیلبوردها در این دستورالعمل با دو اندازه تقریبی معرفی شده اند: [۴]

- ۱۲ فوت^۱ در ۲۵ فوت (۷/۶*۳/۷ متر) که به آنها بیلبوردهای پوستری^۲ اطلاق می شود.
- ۱۴ فوت در ۴۸ فوت (۱۴/۶*۴/۳ متر) که به آنها بیلبوردهای بولتنی^۳ اطلاق می شود.

به طور کلی ضوابط مربوط به بیلورد ها می تواند به دو دسته تقسیم شود: [۴]

۱. ضوابط مربوط به مشخصات محل استقرار بیلورد
۲. ضوابط مربوط به مشخصات فیزیکی بیلورد

۳-۱-۱ ضوابط مربوط به مشخصات محل استقرار بیلورد

الف) ملاحظات مربوط به انتخاب محل مناسب

- محدوده موردنظر دچار به هم ریختگی بصری فزاینده ای نباشد. [۴]
- بیلورد موردنظر با کاربری و ساختمان های محدوده مورد نظر سازگار باشد. [۴]
- محل موردنظر حداقل ۶۰۰ فوت (۱۸۰ متر) از کاربری های مسکونی فاصله داشته باشد. [۴]

^۱ ۱ فوت = ۰/۳۰۴۸ متر

^۲ . Poster

^۳ . Bulletin

- محل موردنظر حداقل ۶۰۰ فوت (۱۸۰ متر) از سایر بیلبردهای موجود فاصله داشته باشد. [۴]
- محل مورد نظر در محدوده ای نباشد که برنامه ای خاص برای تغییر وضعیت آن محل اندیشیده شده است. نمونه هایی از این برنامه ها عبارتند از: [۴]

- برنامه های خاص زیباسازی یا ایجاد تأسیسات زیرمینی شهری

- برنامه ایجاد ناحیه تجاری در همسایگی محدوده

- برنامه توسعه ناحیه موردنظر

- تابلو موردنظر به لحاظ تأمین دید، گردش یا دسترسی، مشکل ایمنی یا ترافیکی ایجاد نکند. [۴]
- تابلو موردنظر با محل های پارک وسایل نقلیه و سیستم خیابان بندی شهر، تداخلی نداشته باشد. [۴]

ب) نمای خیابان

- تابلوهای تبلیغاتی بهتر است در قطعاتی قرار بگیرند که رو به حداقل یک خیابان عمومی باشد. [۴]
- تابلو هایی که در محل های معمول رو به خیابان قرار می گیرند، نباید کمتر از ۳۰۰ فوت (۹۰ متر) به هم نزدیک باشند مگر اینکه در جهت مخالف یکدیگر قرار بگیرند. تابلو های تبلیغاتی تنها در صورتی می توانند در جهت مخالف هم قرار بگیرند که زاویه خارجی بین صفحات آنها کمتر از ۲۲۰ درجه نباشد. [۴]

ج) فاصله از آزادراهها و بزرگراه ها

- اگر مطالب بیلبرد ها توسط افرادی که در بزرگراه در حال حرکت هستند قابل خواندن باشد، نباید در فاصله ای کمتر از ۶۶۰ فوت (۲۰۰ متر) از مستحدثات ترافیکی (شامل تقاطع ها و رمپ های ورودی و خروجی) موجود و پیش بینی شده مربوط به آزاد راه های ساخته شده موجود یا پیش بینی شده قرار بگیرند. [۴]
- هیچ تابلوی تبلیغاتی نباید در فاصله کمتر از ۵۰۰ فوت (۱۵۰ متر) از تابلو تبلیغاتی دیگر در همان سمت بزرگراه یا آزادراه قرار داشته باشد. [۴]

۳-۱-۲ ضوابط مربوط به مشخصات بیلبرد

الف) ارتفاع

- ارتفاع هر قسمت از تابلوها به استثنای بخش های اضافی موقت، نباید بیش از ۳۶ فوت (۱۱ متر) از سطح زمین طبیعی باشد. سطح زمین طبیعی عبارت است از میانگین ارتفاع زمین طبیعی که در شعاع ۲۵ فوت (۷/۵ متر) از مرکز تابلو اندازه گیری شده است. بخش های اضافی موقت نباید بیش از ۴ فوت (۱/۲ متر) از محدودیت ارتفاعی تابلو تجاوز کند. [۴]

ب) عرض

- عرض تابلو به استثنای بخش های اضافی نباید در هیچ نقطه ای بیش از ۵۰ فوت (۱۵ متر) باشد. [۴]
- بخش های اضافی موقت نباید بیش از ۴ فوت (۱/۲ متر) از محدودیت عرض تابلو تجاوز کند. [۴]

ج) سطح

- سطح کل تابلوهای تبلیغاتی به اضافه قاب آن به استثنای بخش های اضافی موقت نباید بیش از ۷۰۰ فوت مربع (۶۵ متر مربع) باشد. [۴]
- بخش های اضافی موقت نسبت به بالا و یا کنار تابلو نباید بیش از ۲۲ درصد نسبت به سطح کلی تابلو به اضافه قاب آن تجاوز کند. [۴]

د) روشنایی

- تابلوهای تبلیغاتی می توانند با روشنایی ثابت نورپردازی شود. منبع نور نباید در فاصله ای بیش از ۸ فوت (۲/۵ متر) از سطح تابلو جلوتر باشد. [۴]

۳-۲ ضوابط شهر گریت فالز ایالت مونتانا

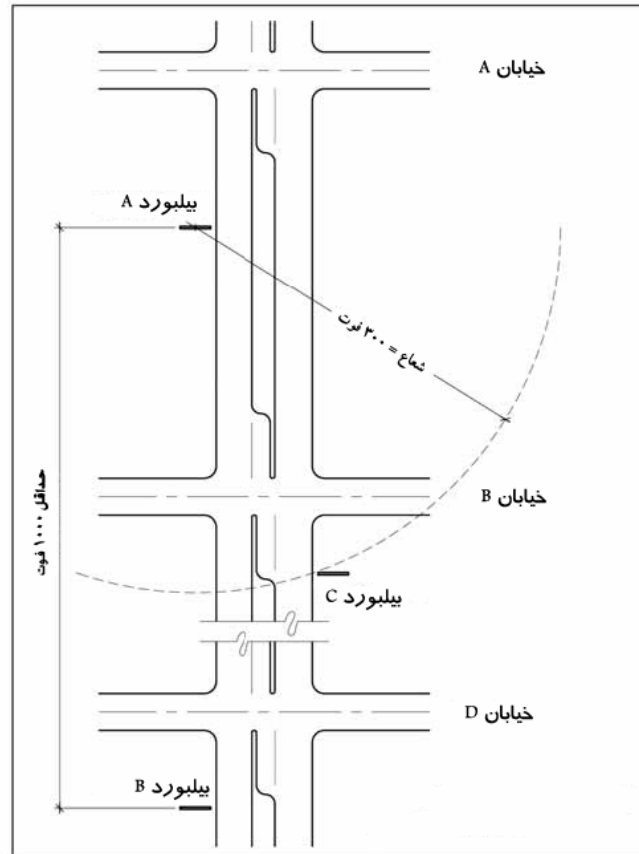
این ضوابط در دو بخش ضوابط مربوط به مشخصات فیزیکی بیلپورد و نواحی ممنوعه نصب بیلپورد آورده شده است. [۵]

۳-۲-۱ ضوابط مربوط به مشخصات فیزیکی بیلپورد

۱. بیشترین سطح نمایش بیلپوردها باید ۲۵۰ فوت مربع (۲۵ مترمربع) باشد. بیلپوردهایی که در مسیرهای بین ایالتی قرار دارند از این قاعده مستثنی هستند. در مسیر بین ایالتی شهر گریت فالز سطح نمایش هر نوع بیلپوردها، باید ۴۳۲ فوت مربع (۴۰ مترمربع) باشد. [۵]
۲. بیلپوردها می‌توانند یک رو یا دو رو باشند ولی هیچ بیلپوردی نباید در هر سمت نمایش بیش از یک سطح داشته باشد. سطح نمایش نباید بیش از ۵۰۰ فوت مربع (۴۶ متر مربع) برای هر بیلپورد باشد. [۵]
۳. ارتفاع کلی بیلپورد نباید بیش از ۳۰ فوت (۹ متر) بالاتر از سطح مسیری باشد که بیلپورد روبه آن می‌باشد. اما اگر بیلپورد در مسیر ساحل قرار داشته باشد محدودیت ارتفاع ۲۰ فوت (۶ متر) می‌باشد. [۵]

۳-۲-۲ نواحی ممنوعه نصب بیلپورد

- در فاصله کمتر از ۳۰۰ فوت (۹۰ متر) از پارکهای عمومی، مدارس، دانشگاه ها، مراکز مذهبی، گورستان، دادگستری، مراکز اداری و موزه های عمومی. [۵]
 - در فاصله کمتر از ۱۵۰ فوت (۴۵ متر) از نواحی مسکونی یا نواحی که عمده کاربری آنها مسکونی است. [۵]
 - در فاصله کمتر از ۱۰۰۰ فوت (۳۰۰ متر) از بیلپوردهای دیگر که در همان سمت خیابان قرار دارد (شکل ۱-۲)
- [۵]
- در فاصله کمتر از ۳۰۰ فوت (۹۰ متر) از بیلپوردهای دیگری که در خیابان های عمود بر خیابان مذکور یا در سمت دیگر خیابان قرار دارند (شکل ۱-۲). [۵]



شکل ۱- فواصل مجاز بیلوردها [۵]

۳-۳ ضوابط شهر پرتلند ایالت کالیفرنیا

در شهر پرتلند نیز دو اندازه استاندارد برای تابلوهای تبلیغاتی وجود دارد: [۶]

۱. ۱۲ فوت در ۲۴ فوت ($۷/۳ \times ۳/۷$ متر) که به آنها عنوان پوستری داده شده است. [۶]

۲. ۱۴ فوت در ۴۸ فوت ($۴/۳ \times ۱۴/۶$ متر) که به آنها عنوان بولتنی داده شده است. [۶]

در ضوابط این شهر ابتدا به عنوان مروری بر ضوابط سایر شهرهای آمریکا نمونه هایی از قوانین آنها در مورد بیلبوردها

آورده شده است که به شرح زیر می باشد: [۶]

• در سال ۱۹۸۳ در کارولینای شمالی در شهر رالیگ^۱ برای بیلبوردها در خیابانهای چهارخطه محدودیت اندازه سطح حداکثر ۱۵۰ فوت مربع (۱۴ متر مربع) و در خیابانهای دو خطه ۷۵ فوت مربع (۷ متر مربع) اعمال شده است. حداکثر ارتفاع مجاز برای بیلبوردها برابر ۳۰ فوت (۹ متر) می باشد و پیش بینی شد طی مدت ۵ سال و نیم بیلبوردهایی که براساس ضوابط طراحی و ساخته نشده اند اصلاح یا حذف شوند. [۶]

• در سال ۱۹۸۵ در شهر کلیرواتر^۲ ایالت فلوریدا حداکثر اندازه بیلبوردها به ۱۵۰ فوت مربع (۱۴ متر مربع) محدود شده است. [۶]

• در شهر اورگون^۳ حداکثر اندازه بیلبوردها به ۳۰۰ فوت مربع (۲۸ متر مربع) محدود شده است. [۶]

• در سایر شهرهای ایالت اورگون حداکثر اندازه بیلبوردها به مقادیر زیر محدود شده است: [۶]

▪ آشلند^۴: ۱۰۰ فوت مربع (۹ متر مربع)

▪ بیورتون^۵: ۱۰۰ فوت مربع (۹ متر مربع)

▪ اوگن^۶: ۲۰۰ فوت مربع (۱۹ متر مربع)

▪ گریشام^۷: ۲۵۰ فوت مربع (۲۳ متر مربع)

▪ وست لین^۸: ۱۵۰ فوت مربع (۱۴ متر مربع)

1 . Raleigh
2 . Clear water
3 . Oregon
4 . Ashland
5 . Beaverton
6 . Eugene
7 . Gresham
8 . West-Linn

۳-۳-۱ نواحی ممنوعه نصب بیلبورد

- فاصله ۱۰۰ فوتی (۳۰ متر) از پلها، ورودی پلها، رمپهای دسترسی پلها در حوالی رودخانه کلمبیا و مرداب کلمبیا
- فاصله ۲۰۰ فوتی (۶۰ متر) از آبناها در صورتی که نمای آنها را دچار خدشه کند. [۶]
- در نواحی که برای کاربرهای مخصوص طراحی شده‌اند، (عمدتاً نواحی مسکونی) حداقل فاصله ۱۰۰ فوتی (۳۰ متر) از نواحی مسکونی در همان سمتی که بیلبورد قرار است نصب شود. [۶]
- محل عبور عابرین پیاده [۶]

۳-۳-۲ معایب بیلبوردها

- بیلبوردها ناهنجاری بصری ایجاد می کنند و باعث خرابی ظاهری نواحی مسکونی و تجاری می شود. [۶]
- بیلبوردها با مقیاس خانه‌های اطراف، سازه‌های تجاری و خیابانها همخوانی ندارد. [۶]
- بیلبوردها معمولاً زیبایی منظر را خراب می کنند. [۶]
- بیلبوردها با پرت کردن حواس راننده ایمنی را به مخاطره می اندازند. [۶]

۳-۳-۳ ضوابط مربوط به بیلبورد ها

- اصولی که در شهر پرتلند برای قوانین مربوط به بیلبوردها در نظر گرفته‌اند به شرح زیر می باشد: [۶]
- زیبایی محیط اطراف با کاهش تعداد و اندازه بیلبوردهای ایستاده آزاد، بهبود بخشیده شود. [۶]
 - با اعمال محدودیت نسبت به بیلبوردهایی که باعث حواس پرتی و به مخاطره انداختن رانندگان می شود، ایمنی افزایش داده شود. [۶]
 - قوانین به سادگی قابل فهم و اجرا باشند. [۶]

در انتها ضوابط زیر بر اساس کاربری نواحی موردنظر انتخاب شدند: [۶]

جدول ۱- ضوابط بر اساس کاربری ناحیه موردنظر [۶]

ضابطه	ناحیه
<p>حداکثر اندازه ۲۰۰ فوت مربع (۱۹ متر مربع)</p> <p>فاصله از هم در مسیرهای شریانی ۳۰۰ فوت (۹۰ متر)</p> <p>حداکثر ارتفاع ۲۵ فوت (۸ متر)</p>	<p>منطقه تجاری دفتری</p> <p>منطقه تجاری عمومی</p> <p>منطقه اداری عمومی</p> <p>منطقه صنعتی عمومی</p> <p>منطقه صنعتی سنگین</p>

۳-۴ قوانین شهر جکسون در ایالت میزوری اجرا شده از یک ژانویه ۱۹۹۵

در این مجموعه قوانین بخشی از ضوابط به صورت عمومی و بخشی به صورت خاص بر اساس نوع مسیری که بیلبرد در نمای آن قرار دارد ذکر شده است. [۷]

۳-۴-۱ ضوابط عمومی

- نورپردازی تابلوهای تبلیغاتی باید به گونه‌ای باشد که منبع نور به طور مستقیم از مناطق مسکونی همجوار قابل رویت نباشد و با میدان دید ترافیکی در مسیرهای عبور وسایل نقلیه اختلالی ایجاد نکند. استفاده از علائم نئونی ممنوع می‌باشد. علائمی که دارای فلاش و یا قسمت‌های متحرک خیره کننده باشد ممنوع هستند همچنین نورپردازی به گونه‌ای باشد که هیچ پرتو یا باریکه نوری به طور مستقیم به سطح روسازی تابیده نشود. [۷]
- علائمی که مثلث دید مورد نیاز برای رانندگان وسایل نقلیه برای عبور ایمن از تقاطع یا محل‌های ورود یا خروج از خیاباها را دچار نقصان می‌کنند ممنوع می‌باشد. [۷]
- هیچ قسمتی از علائم نباید در فاصله‌ای کمتر از ۱۰ فوت (۳ متر) از مرزهای مالکیت قرار داشته باشد. [۷]
- بیلبردها نیز تابع ضوابط مربوط به عقب نشینی از ساختمانها می‌باشند. [۷]
- حداکثر ارتفاع بیلبردها نسبت به سطح زمین طبیعی ۳۰ فوت (۹ متر) می‌باشد. [۷]
- سطح مجاز برای تابلوهای ایستاده براساس حریم آزاد (نمای روبروی) آن:
جدول ۲- سطح مجاز برای تابلوهای ایستاده براساس حریم آزاد [۷]

نمای روبرو برحسب فوت (متر)	حداکثر سطح مجاز برحسب فوت مربع (مترمربع)
۰-۵۰ (۰-۱۵)	۲۵ (۲/۵)
۵۱-۱۰۰ (۱۵-۳۰)	۵۰ (۴/۵)
۱۰۱-۱۵۰ (۳۰-۴۵)	۷۵ (۷/۵)
۱۵۱-۲۰۰ (۴۵-۶۱)	۱۰۰ (۹)
۲۰۱-۳۰۰ (۶۱-۹۱)	۱۲۵ (۱۱/۵)
۳۰۱-۳۵۰ (۹۱-۱۰۷)	۱۷۵ (۱۶)
۳۵۱-۴۰۰ (۱۰۷-۱۲۲)	۲۰۰ (۱۹)
۴۰۱ یا بیشتر (۱۲۲ یا بیشتر)	۲۲۵ (۲۱)

۳-۴-۲ ضوابط مربوط به بیلبوردها در آزادراهها و مسیرهای شریانی درجه ۱

۱. بیلبوردها نباید در فاصله‌ای کمتر از ۵۰۰ فوت (۱۵۰ متر) از پارکهای عمومی، مدارس، کتابخانه‌ها یا سازه‌هایی که به منظور اهداف مسکونی در نظر گرفته شده‌اند (در همان سمتی که بیلبورد واقع است) قرار بگیرند. [۷]
۲. سطح ناخالص بیلبوردها نباید بیش از یک فوت مربع به ازای هر فوت از طول از آزادراه که بیلبورد در نمای آن واقع است بیشتر باشد. سطح ناخالص هر بیلبورد نباید بیش از ۱۲۰۰ فوت مربع (۱۱۰ متر مربع) باشد. حداقل سطح مربوط به هر بیلبورد برابر ۳۲ فوت مربع (۳ متر مربع) می‌باشد. [۷]
۳. بیلبوردها نباید در فاصله‌ای کمتر از ۵۰۰ فوت (۱۵۰ متر) از بیلبوردهای موجود در همان سمتی که بیلبورد واقع است قرار گیرند. [۷]
۴. بیلبوردها نباید در فاصله‌ای کمتر از ۵۰۰ فوت (۱۵۰ متر) از مبدلها (تقاطع‌های غیرهمسطح) و تقاطع‌هایی که در شیب قرار دارند و محل‌های امنی که برای استراحت در نظر گرفته شده‌اند، قرار گیرند. [۷]

۳-۴-۳ ضوابط مربوط به بیلبوردها در مسیرهای شریانی درجه ۲

۱. بیلبوردها نباید در فاصله‌ای کمتر از ۶۶۰ فوت (۲۰۰ متر) از پارکهای عمومی، مدارس، کتابخانه‌ها یا سازه‌هایی که به منظور اهداف مسکونی در نظر گرفته شده‌اند (در همان سمتی که بیلبورد واقع است) قرار بگیرند. [۷]
۲. ماکزیمم سطح ناخالص سطح بیلبورد در هر طرف نباید بیش از ۱۰۰ فوت مربع (۹ مترمربع) باشد. حداقل سطح برابر ۳۲ فوت مربع (۳ متر مربع) می‌باشد. [۷]
۳. بیلبوردها نباید در فاصله‌ای کمتر از ۸۰۰ فوت (۲۴۵ متر) از بیلبوردهای موجود در همان سمتی که بیلبورد واقع است قرار گیرند. [۷]
۴. بیلبوردها نباید در فاصله‌ای کمتر از ۱۵۰ فوت (۴۵ متر) از مبدلها (تقاطع‌های غیرهمسطح) و تقاطع‌هایی که در شیب قرار دارند قرار گیرند. [۷]

۴. ضوابط پیشنهادی جهت مکان یابی و طراحی بیلبوردها در سطح شهر مشهد

با مرور ضوابط ذکر شده در مقررات ملی ساختمان، مبحث بیستم و با بررسی قوانین سایر نقاط دنیا و ملاحظات مربوط به وضعیت شهر مشهد ضوابط زیر در مورد بیلبوردها در سطح شهر مشهد پیشنهاد می گردد.

۴-۱ ضوابط مربوط به مشخصات فیزیکی بیلبورد

الف) ارتفاع

- ارتفاع نهایی بیلبورد نباید بیش از ۱۰ متر بالاتر از سطح مسیری باشد که بیلبورد روبه آن می باشد.
- حد زیرین ارتفاع تابلو هایی که از زیر آن ها عبور می شود نباید از ۲/۵ متر پایین تر باشد و یا سازه و اجزای آن بالاتر از این ارتفاع نسبت به متوسط تراز کف و زمین معبر قرار گیرند.
- حد زیرین تابلوهای دیواری و تابلو های ایستاده ای که ضخامت آنها از ۱۰ سانتی متر تجاوز نمی کند و از زیر آن افراد عبور نمی کنند، باید حداقل ۶۰ سانتی متر بالاتر از متوسط کف و تراز زمین باشد.

ب) عرض

- عرض بیلبورد به استثنای بخش های اضافی نباید در هیچ نقطه ای بیش از ۱۵ متر باشد.
- بخش های اضافی موقت نباید بیش از ۱/۲ متر از محدودیت عرض تابلو تجاوز کند.
- وجود بخش های اضافی موقت در لبه پایینی بیلبورد به نحوی که ضابطه محدودیت ارتفاع آزاد زیرین تابلوها را نقض کند، ممنوع می باشد.

ج) سطح

- سطح کل بیلبورد به اضافه قاب آن به استثنای بخش های اضافی موقت نباید بیش از ۵۰ متر مربع باشد.
- حداقل سطح مربوط به هر بیلبورد برابر ۳ متر مربع می باشد.

- مجموع سطوح بخش های اضافی موقت نسبت به بالا و یا کنار بیلپورد نباید بیش از ۲۲ درصد نسبت به سطح کلی بیلپورد به اضافه قاب آن تجاوز کند.

(د) روشنایی و نورپردازی بیلپوردها

- نورپردازی تابلوهای تبلیغاتی باید با روشنایی ثابت صورت گیرد و منبع نور نباید در فاصله ای بیش از ۲/۵ متر از سطح تابلو جلوتر باشد.
- نورپردازی تابلوهای تبلیغاتی باید به گونه‌ای باشد که منبع نور به طور مستقیم از مناطق مسکونی همجوار قابل رویت نباشد و بر میدان دید ترافیکی در مسیرهای عبور وسایل نقلیه اختلالی ایجاد نکند.
- استفاده از علائم نئونی ممنوع می‌باشد.
- علائمی که دارای فلاش و یا قسمت‌های متحرک خیره کننده باشد، ممنوع هستند.
- نورپردازی باید به گونه‌ای باشد که هیچ پرتو یا باریکه نوری به طور مستقیم به سطح روسازی تابیده نشود.
- نورپردازی تابلوهای معرف کاربری^۱ باید توسط منابع نوری ثابت باشد که از بیرون بر سطح تابلو بتابد و یا در داخل تابلو کار گذاشته شده باشد. این نور نباید مزاحمتی برای رانندگان و عابرین ایجاد نماید. به هر صورت نور تابلوها نباید در فاصله ۱۲۰ سانتی متری بیش از یک شمع بر فوت مربع شدت داشته باشد.
- نورپردازی تابلوها نباید به گونه ای باشد که تابش مستقیم روی ساختمان ها و کاربری های اطراف داشته باشد. شدت نور تابلوها در هر نقطه از معابر عمومی یا فضاهای ساختمان یا ملک مجاور نباید بیش از یک شمع بر فوت مربع باشد.
- نورپردازی تابلوهای معرف کاربری و تبلیغاتی به صورت چشمک زن و رقصان در مناطق مسکونی و در حاشیه بزرگراه ها ممنوع است. این تابلوها فقط باید با نور ثابت نورپردازی شوند.

^۱ تابلویی است که دارای هرگونه نوشته شامل حروف، اعداد، اشکال، تصاویر، تزئینات، نمادها یا نظائر آنها باشد و به منظور پیام رسانی درباره معرفی کاربری در همان ملک یا ساختمان نصب شود و از معبر عمومی قابل رویت باشد. (مانند تابلو مغازه ها و ادارات و ...)

- نصب تابلوی تبلیغاتی نورپردازی شده دارای چراغ های قرمز و سبز یا زرد در مجاورت تقاطع ها، به صورتی که مانع کارکرد صحیح چراغ های راهنمای رانندگی گردد، ممنوع است.
- نورپردازی تابلو ها نباید به گونه ای باشد که موجب آزدگی و ایجاد مزاحمت برای همسایگان و منازل همجوار گردد. چنانچه بعد از صدور مجوز برای تابلویی معلوم شود که تابلوی مزبور باعث ایجاد مزاحمت می شود، بنا به دستور مسوولین اجرای مقررات تابلوها، مالک تابلو موظف است در اسرع وقت نسبت به تغییر تابلوی خود و رفع مزاحمت اقدام نماید.

۵) محتویات بیلبورد

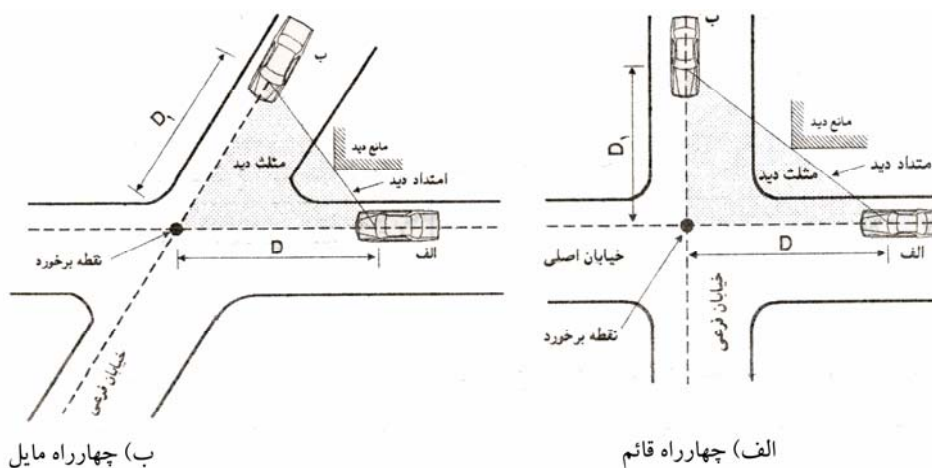
- در تابلوهای تبلیغاتی واقع در حریم تقاطع های اصلی و مهم، استفاده از رنگ های غالب در چراغ های راهنمایی یعنی قرمز، زرد و سبز به نحوی که باعث اشتباه دید راننده گردد ممنوع می باشد.
- تابلو هایی که با استفاده از شکل، رنگ و سایر مشخصات علائم هشداردهنده و یا نوشته های "ایست"، "خطر" و دیگر مطالبی که به تشخیص مسوولین امکان ایجاد شبهه با تابلوهای انتظامی دارند، ممنوع است.
- حداکثر اندازه حروف در تابلوهای تبلیغاتی و معرف کاربری که در مناطق تجاری ارائه می شوند، دو سوم ارتفاع تابلو یا ۷۵ سانتی متر (هرکدام که کمتر باشد) خواهد بود. در مناطق مسکونی این اندازه به دو سوم ارتفاع تابلو یا ۵۰ سانتی متر (هرکدام که کمتر باشد) محدود می گردد.

۴-۲ ضوابط مربوط به مشخصات محل استقرار بیلبورد

الف) ملاحظات مربوط به انتخاب محل مناسب

- محدوده موردنظر دچار به هم ریختگی بصری فزاینده ای نباشد.
- بیلبورد موردنظر با کاربری و ساختمان های محدوده مورد نظر سازگار باشد.
- محل مورد نظر در محدوده ای نباشد که برنامه ای خاص برای تغییر وضعیت آن محل اندیشیده شده است. نمونه هایی از این برنامه ها عبارتند از:

- برنامه های خاص زیباسازی یا ایجاد تأسیسات زیرزمینی شهری
 - برنامه ایجاد ناحیه تجاری در همسایگی محدوده
 - برنامه توسعه ناحیه موردنظر
- در محدوده های ذکر شده در بند قبل تا زمانی که برنامه های خاص برای تغییر وضعیت آن محدوده به مراحل اجرایی نزدیک نشده است، می توان با اخذ تعهد از مالک بیلبورد نسبت به جابجایی بیلبورد در زمان لازم، مجوز نصب موقت بیلبورد را صادر کرد.
- تابلو موردنظر به لحاظ تأمین دید، گردش یا دسترسی، مشکل ایمنی یا ترافیکی ایجاد نکند.
- تابلو موردنظر با محل های پارک وسایل نقلیه و سیستم خیابان بندی شهر، تداخلی نداشته باشد.
- علائمی که مثلث دید مورد نیاز برای رانندگان وسایل نقلیه برای عبور ایمن از تقاطع یا محل های ورود یا خروج از خیابان ها را دچار نقصان می کنند ممنوع می باشد. (نحوه تعیین مثلث دید و پارامتر های مربوط به آن در نشریه شماره ۱-۱۴۵ سازمان مدیریت و برنامه ریزی مربوط به تقاطع های همسطح شهری به طور کامل توضیح داده شده است و در این قسمت تنها بخشی از آن برای روشن تر شدن مفهوم این ضابطه در شکل ۲-۱ آورده شده است.)



شکل ۲- مثلث دید در تقاطع ها

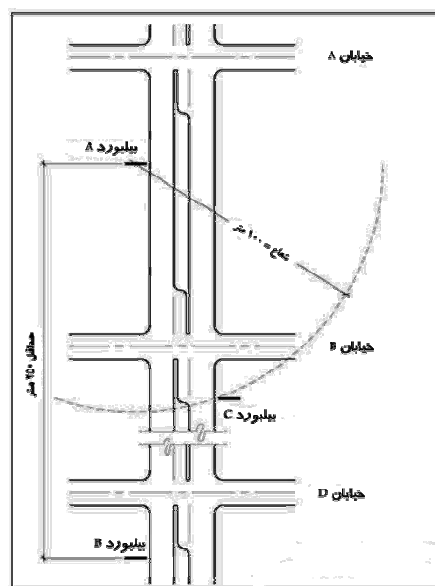
D : فاصله دید اصلی می باشد که ضلعی از مثلث دید است که در امتداد مسیر اصلی قرار دارد.

D_1 : فاصله دید فرعی می باشد که ضلعی از مثلث دید است که در امتداد مسیر فرعی قرار دارد.

- نصب تابلوی تبلیغاتی به صورتی که مانع از دیده شدن تابلوی نصب شده قانونی دیگر گردد، ممنوع است.
- نصب تابلو و علائم دیگری که به تشخیص مسوولین باعث پنهان شدن همه یا قسمتی از هر تابلو یا چراغ هشدار دهنده و انتظامی و راهنمای رانندگی و راهنمای شهری باشد و یا به هر صورت مزاحم کارکرد آنها گردد، ممنوع است.
- هر نوع تابلویی که به دلیل مکان قرارگیری، موقعیت، اندازه، شکل یا رنگ موجب مسدودکردن، معیوب کردن، محو و تضعیف کردن، مانع شدن یا مغشوش کردن منظر علائم انتظامی و کنترل ترافیک یا هر علامت یا وسیله دیگری شود که توسط نهادهای دولتی و عمومی نصب شده است و همچنین باعث اغتشاش عبور یا اشتباه در هدایت وسائل نقلیه یا عابر پیاده گردد، غیر مجاز می باشد.

(ب) نواحی ممنوعه نصب بیلبورد

- به منظور تأمین ایمنی عابرین پیاده و حفظ مناظر زیبای شهری، نصب بیلبورد در فاصله کمتر از ۱۰۰ متر از پارک ها و موزه های عمومی و درب مدارس، دانشگاه ها و مراکز مذهبی ممنوع می باشد.
- در فاصله کمتر از ۲۵۰ متر از بیلبوردهای دیگر که در همان سمت خیابان قرار دارد (شکل ۲-۲).
- در فاصله کمتر از ۱۰۰ متر از بیلبوردهای دیگری که در سمت دیگر خیابان قرار دارند (شکل ۲-۲).



شکل ۳- فواصل مجاز بیلبوردها

- نصب بیلبورد در رفوژ میانی ممنوع می باشد.
- نصب بیلبورد در بازوهای تقاطع ها در حریم ۱۰۰ متری از تقاطع، ممنوع می باشد.
- در نواحی شهری بیرونی ترین لبه بیلبورد در مجاورت سواره رو نباید از ۲/۵ متر به لبه نزدیکترین گذرگاه مورد استفاده وسائل نقلیه کمتر باشد ولی در صورت نبود فضای کافی بسته به وضعیت محل استقرار بیلبورد می توان این فاصله را حداقل ۶۰ سانتی متر کاهش داد. (بخش های اضافی بیلبورد نیز شامل این محدودیت بوده و نباید در فاصله حداقل تعیین شده قرار گیرند).
- در بزرگراه ها بیرونی ترین لبه بیلبورد در مجاورت سواره رو در صورت امکان نباید از ۱۰ متر به لبه نزدیکترین گذرگاه مورد استفاده وسائل نقلیه کمتر باشد ولی در صورت نبود فضای کافی بسته به وضعیت محل استقرار بیلبورد می توان این فاصله را حداقل ۲/۵ متر کاهش داد. (بخش های اضافی بیلبورد نیز شامل این محدودیت بوده و نباید در فاصله حداقل تعیین شده قرار گیرند).
- تبلیغ بر رو و حریم تأسیسات، دیوارها، ابنیه و ساختمان های اشخاص حقیقی و حقوقی، دولتی و غیر دولتی منوط به کسب اجازه قبلی از صاحبان و مسئولان آنها می باشد.
- فاصله از خطوط برق فشارقوی: محل نصب تابلوها و سازه علائم و دستگاه های انتشار دهنده آنها باید حداقل ۱/۸ متر فاصله افقی و ۳/۶ متر فاصله عمودی از خطوط انتقال برق فشار قوی داشته باشند.
- فاصله از پله فرار و خروجی ها: تابلو یا سازه علائم و دستگاه های انتشار دهنده آنها باید به گونه ای ساخته شوند که هیچ بخشی از سطح یا پایه آنها مانع استفاده از هر نوع پله فرار و خروجی ها نباشد.
- نصب علائم و تابلوهای تبلیغاتی بر تیرهای برق، پایه های علائم و چراغهای راهنمایی رانندگی، درختان، صخره ها و سایر عناصر طبیعی ممنوع است.
- نصب بیلبورد در فاصله کمتر از ۳ متر از پنجره، درب، راه های خروج اضطراری، پلکان ها یا نردبان های فرار یا عادی و بازشو ها یا دریچه های ورود نور یا هوا یا هر نوع راه دخول و خروج بنا غیر مجاز می باشد.
- هر نوع تابلویی که در محیط عمومی یا املاک خصوصی به درخت نصب شود، غیر مجاز می باشد.

- هر گونه تابلو که در محیط های عمومی یا املاک خصوصی بر روی تجهیزات شهری مانند پست های برق، کیوسک تلفن، تیرها، جدول های کنار معابر، پیاده روها، چراغ های برق، شیرهای آتش نشانی، علائم بزرگراه ها یا تابلوهای دیگر نصب شود، غیر مجاز می باشد.
- نصب بیلبرودها بر عرشه پل های غیرهمسطح سواره ممنوع می باشد.

(ج) ضوابط مربوط به بیلبرودها در بزرگراه ها و مسیرهای شریانی مهم

۱. بیلبرودها در بزرگراه نباید در فاصله ای کمتر از ۱۵۰ متر از مستحذات ترافیکی (شامل تقاطع های غیرهمسطح و رمپ های ورودی و خروجی) موجود و پیش بینی شده مربوط به آزاد راه های ساخته شده موجود یا پیش بینی شده قرار بگیرند.
۲. بیلبرودها نباید در فاصله ای کمتر از ۱۵۰ متر از تقاطع هایی که در شیب قرار دارند و محل های امنی که برای استراحت در نظر گرفته شده اند، قرار گیرند.
۳. در قوس های افقی با شعاع کمتر از ۳۰۰ متر، نصب بیلبرود در فاصله ۱۰۰ متر قبل از نقطه شروع قوس تا فاصله ۲۰۰ متر پس از نقطه اتمام قوس ممنوع می باشد.
۴. هر نوع تابلویی که کل یا بخشی از آن به هر شکلی متحرک طراحی شده باشد و از مسیر بزرگراه قابل رویت باشد غیر مجاز است. این ممنوعیت شامل عقربه های ساعت، بادنماها و پرچم ها یا آن دسته از تابلوهای موقتی که نصب آن ها مجاز دانسته شده، نمی شود.
۵. هر نوع تابلویی که دارای چراغ های چشمک زن، چراغ های با نورهای لحظه ای خیره کننده یا چراغ های رنگی متحرک یا با شدت رنگ متغیر بوده و از مسیر بزرگراه ها قابل رویت باشد، غیرمجاز است. چنانچه این تابلوها مطابق قوانین برای امنیت عمومی مردم یا هشدارهای ترافیکی نصب شده و یا نشانگر زمان، دما، شرایط جوی یا محیطی باشد، مجاز است.

در انتها توصیه می شود طی مدت ۵ سال بیلبرودهایی که براساس ضوابط طراحی و ساخته نشده اند اصلاح یا حذف شوند.

مراجع:

۱. "مقررات ملی ساختمان ایران، مبحث بیستم، علائم و تابلوها"، دفتر تدوین و ترویج مقررات ملی ساختمان، ۱۳۸۴.
۲. قره داغی، ایرج، "قوانین و مقررات تبلیغاتی کشور"، دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۵.
۳. ناصرزاده، هوشنگ، "مجموعه قوانین راهنمایی و رانندگی و حمل و نقل"، چاپ دوم، انتشارات بابک، اسفند ۱۳۷۷.
4. "San Jose Municipal Code, Sign Ordinance", Department of Planning, Building and Code Enforcement, 1992.
5. "Official Code of the City of Great Falls, Montana, Chapter 60 Sign Code, Title 17 – Land Development Code", Housing Authority Board, 2005.
6. "Billboard Regulation in Portland", The City Club of Portland, 2005.
7. "Jackson County Unified Development Code", Jackson County Courthouse, 1995