



## (بررسی وضعیت آلودگی منظر در شهر اهواز)

۱- لیلا ابراهیمی قوام آبادی، استادیار گروه محیط زیست

دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران، گروه مدیریت محیط زیست

leilaabrahimy@yahoo.com

۲- مهناز عیسوند دهداری، دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت محیط زیست

دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

Mahnazisvand@gmail.com

### چکیده

هر چیزی که به چشم انسان‌ها نازیبا بیاید و این نازیبایی را تشدید کند، آلودگی بصری نامیده می‌شود به عبارت دیگر تنوع ناهمگون و ناهماهنگ رنگ و جنس در فضا و سیمای شهری را آلودگی بصری می‌نامند. آلودگی‌ها نیز با گذشت زمان اثرات نامطلوب خود بر جسم و روح شهر و شهروندان را از دست داده‌اند. وقتی چند ساعت در خیابان‌ها قدم می‌زنیم و به خانه بر می‌گردیم خسته هستیم این خستگی ناشی از تأثیر آلودگی‌هایی می‌باشد که از راه چشم منتقل می‌شوند. در قرن چهارم پیش از میلاد برای نخستین بار زیباسازی محیطی به عنوان یکی از اهداف مورد توجه در رفع نیازهای شهرسازی و مجسمه‌ها و ... در شهرهای بزرگ مشاهده کرد که از آثار هنرمندان حوزه شهرسازی است. ناهماهنگی تابلوهای شهری، ساختار سازه‌ها و موضوع طرح‌های تابلوهای تبلیغاتی و همچنین عدم وجود هماهنگی در ساختار تبلیغاتی محیطی سبب سردرگمی دیداری و خستگی چشم می‌شوند این پژوهش قصد دارد قبل از آن که در راستای کمک به توسعه علم و دانش باشد، راه حل‌های کاربردی و عملی در زمینه ساماندهی سیمای زشت، ناهمگون و آلوده شهرها از طریق برنامه ریزی، قانون گذاری و مشارکت همه جانبه، کیفیت بخشی محیط شهری و همچنین ایجاد و تقویت «فضاهای مولد سرزندگی شهری» ارائه دهد تا حس جذابیت، خاطره انگیزی، و سرزندگی به طور قابل ملاحظه‌ایی در این فضاهای قابل احساس باشد و تمام رده‌های سنی و جنسی اجتماعی بتوانند با احساس تعلق و امنیت و آرامش در این فضاها حضور داشته باشند. در نتیجه قصد داریم در این پژوهش با توجه به شاخصه‌های مورد مطالعه (فعالیتها - بهداشت - منظر طبیعی - نما و تبلیغات - جداره - مبلمان) به بررسی وضعیت آلودگی منظر در بلوارهای اصلی (گلستان، نادری، کیانپارس و طالقانی) شهر اهواز با استفاده از فرمول کوکران بدلیل بزرگ بودن جامعه آماری و به تجزیه و تحلیل نتایج می‌پردازیم.

واژه‌های کلیدی: آلودگی بصری، منظر شهری، تبلیغات