

لیست جریمه‌های بدحجابی مورد تایید پلیس نیست

مرکز اطلاع رسانی فراچادر باره لیست منتشر شده از نرخ جریمه بدحجابی در برخی از رسانه‌ها اعلام کرد: چنین لیستی وجود وجود نداشته و مورد تایید فراچانیست، بحث‌هایی در این خصوص مطرح شده اما ارتباطی به رقم جریمه نداشته و هنوز هیچ موضوع جدیدی به ما ابلاغ نشده است. به گزارش ایسنا، در روزهای گذشته لیست قیمتی از جریمه‌های بدحجابی در برخی رسانه‌ها و فضای مجازی منتشر شد.



دوباره نوزادی کنار سطل زباله

دربروز نوزاد پسری که بنا بر اعلام تکنسنین‌های اورژانس چند ساعت از به دنیا آمدن آن می‌گذشت، در کنار یک سطل زباله پیدا شد. به گزارش مهر، این نوزاد در محله افسریه، خیابان ۱۵ متری، نبش خیابان ۲۹ جنب سطل زباله پیدا شده است. عوامل اورژانس این نوزاد را به بیمارستان فیروزگر منتقل کردند.



تشدید تراکم دانش آموزی در حاشیه شهرها با مهاجرت اتباع

وزیر آموزش و پرورش با بیان اینکه سال تحصیلی جدید را با ۱۶ میلیون دانش آموز شروع خواهیم کرد گفت: بحث مهاجرت امری مضاعف بر تراکم دانش آموزان در اطراف شهرها شده و مهاجرت اتباع نیز آن را تشدید کرده است. به گزارش ایسنا، یوسف نوری گفت: امسال به جمعیت ۵۶۰ هزار نفری اتباع ۳۰۰ هزار نفر افزوده خواهد شد. ورود این افراد به مناطقی است که تراکم دانش آموزی مان بیش از این اجازه نمی‌دهد و به ناچار باید کلاس جدید ایجاد کنیم و از آن سو به دلیل محدودیت‌های اعتباری ما امکان افزایش کلاس در آن محلات بر تراکم پایین سرعت بالا را اندازیم.



پاوربانک

خانه‌ای را در شیراز به آتش کشید
رئیس سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری شیراز گفت: به دنبال وقوع آتش سوزی یک خانه در شیراز، کارشناسان سازمان آتش نشانی علت وقوع حادثه را انفجار پاوربانک در حال شارژ هنگام نبودن ساکنان در منزل اعلام کردند. به گزارش ایرنا، محمدهادی قانع گفت: در این حادثه به هیچ یک از ساکنان ساختمان مسکونی آسیبی وارد نشده



رئیس پلیس پایتخت:

بانوان ترک نشین موتورسیکلت ها، شئون اسلامی را رعایت کنند

رئیس پلیس پایتخت گفت: برخی بانوان ترک نشین موتورسیکلت ها و سرنشینان خودروهافاقد حجاب و پوشش لازم و مناسب هستند. به گزارش باشگاه خبرنگاران، حسین رحیمی افزود: لازم است که شهروندان دقت لازم را در خصوص رعایت شئون اسلامی داشته باشند.



استاندار خواستار شد:

ساماندهی کودکان زباله گرد از رهگذر مقابله با پیمانکاران

استاندار تهران با اشاره به ساماندهی کودکان کار و خیابان گفت: برخورد با شبکه‌هایی که این کودکان را به نوعی به استثمار می‌گیرند حتما باید توسط نیروی انتظامی انجام شود. به گزارش ایسنا، محسن منصوری در جلسه قرارگاه آسیب‌های اجتماعی استان تهران افزود: باید برای جلوگیری از این موضوع کار را از پیمانکاران آغاز کنیم. در نواحی مختلف شهرداری پیمانکاران کار تفکیک زباله‌ها را بر عهده دارند؛ لذا باید در رصد و پایش و پیگیری کار مقابله با استفاده از کودکان در این حوزه از پیمانکاران آغاز شود.

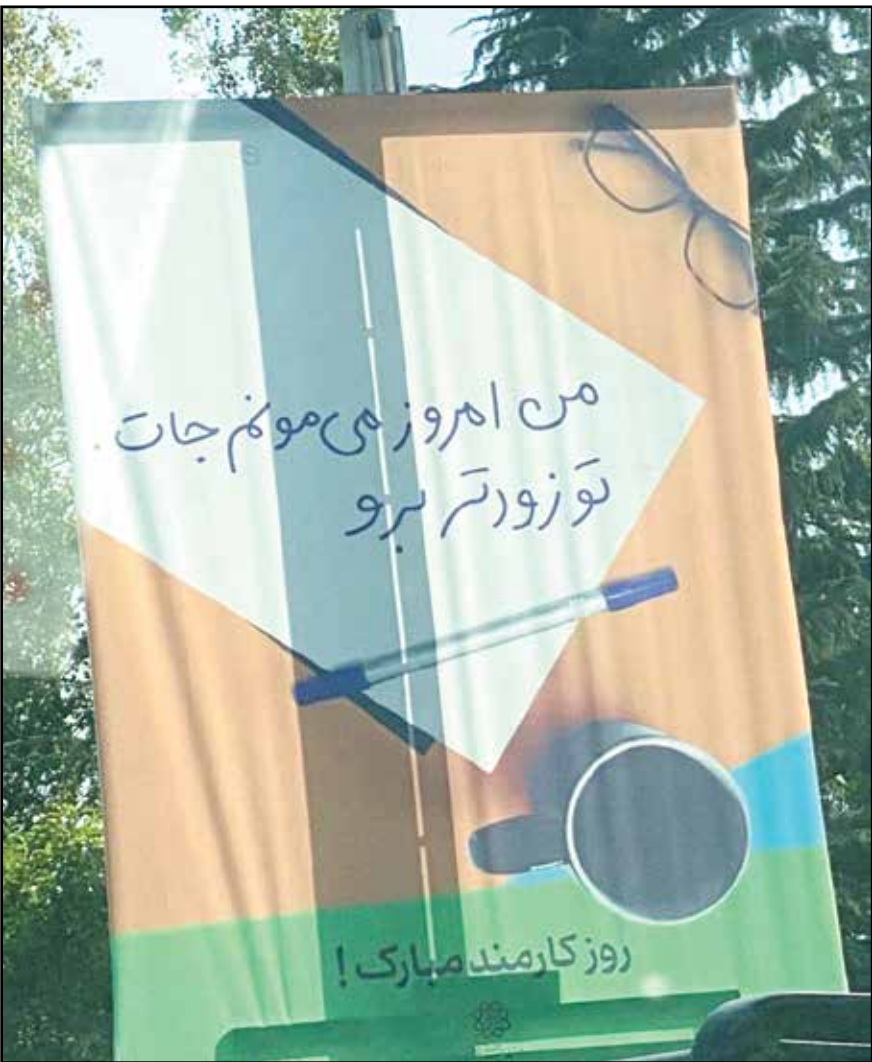


فرونشست ۶۰ نقطه از شهر یزد پس از سیل

شهردار یزد گفت: پس از سیل اخیر، تاروز چهاردهم مردادماه در ۵۶۰ نقطه استان یزد شاهد فرونشست زمین بودیم. به گزارش ایسنا، ابوالقاسم محی‌الدینی افزود: اکثر این فرونشست‌ها به دلیل نشست قنات و بعضاً حاصل مشکلات مربوط به فاضلاب شهری بود.

تبریک روز کارمند؛ شاهی دیگر بر اینکه تبلیغات محیطی شهرداری به بیراهه می‌رود

کج سلیقگی در طراحی، سوگیری در سیاست



سعیده علیپور

دیروز تصویر بنر عجیبی که شهرداری تهران به مناسبت روز کارمند در سطح شهر نصب کرده بود مورد نقد بسیاری از کاربران فضای مجازی قرار گرفت. در این بنر نوشته شده بود: «من امروز می‌مونم جات، تو زوتر برو» و در نهایت روز کارمند با علامت تعجبی در مقابل آن تبریک گفته شده بود!

برخی هدف نصب این بنر را جویا بودند که کنایه است یا طنز؟ تبریک است یا ناسزا؟ گروهی هم نصب تصاویر مناسبیتی و بدون تأثیرگذاری را بیپهوده و استفاده‌ای نابجا از مالیات دریافتی از شهروندان دانستند.

ماجرای علی کریمی و توجه به بیلپوردها

موضوع تبلیغات در محیط شهری که در غالب موارد در نهایت کج سلیقگی در متن و تصویر (همچون مورد فوق) طراحی می‌شوند و در بسیاری از موارد حکایت از مقاصد و اغراض خاص شهرداری دارند؛ گاه و بیگاه مورد نقد و بحث است. این روزها نیز جمع‌آوری بیلپوردهای تبلیغاتی با تصاویر علی کریمی، دوباره موضوع تبلیغات شهری و سوگیری آنها به سمت جریانی خاص را بر سر زبان‌ها انداخته است.

ماجرای اینجایا آغاز شد که علی کریمی، بازیکن سابق تیم ملی فوتبال ایران که همچنان پرطرفدار است، در واکنش به برگزاری مراسم و نحوه ندی دادن در پست اینستاگرامی خود نوشت: «بیلپوردها تومان خرج می‌کنیم، ندی بدھیم و در پایان، آرزوی شفای بیماری را داریم که برای نداشتن پول درمان می‌میرد. التماس...»

انتشار این پست، با واکنش تند یک روحانی و انتقاد وی از علی کریمی با الفاظ توهین آمیز روبرو شد. در پی آن نیز تمامی تصاویر تبلیغاتی او در بیلپوردهای یک برند لوازم بهداشتی و آرایش در سطح شهر تهران توسط اداره کل ارشاد استان تهران و سازمان زیباسازی شهرداری جمع‌آوری شد. در حالی که گروهی سعی داشتند که این صحبت‌های علی کریمی را توهین به امام حسین (ع) و محرم و عمل شهرداری در خصوص جمع‌آوری بیلپوردها را خواست مردم نشان دهند؛ بسیاری به این حرکت شهرداری اعتراض کرده و عنوان کردند که نه تنها تبلیغات محیطی شهر در حوزه فرهنگی، در دست جریان فکری خاص است و افرادی باید گاه اندکی متفاوت در آن جایی برای ابراز وجود

ندارند که حتی تصاویر آنها از تبلیغات بازرگانی هم حذف می‌شود.

صادق زیباکلام، نویسنده و استاد علوم سیاسی در واکنش به این عمل شهرداری در توئیتر خود نوشت: «آقای علی کریمی نه باندر مخالفت کرده نه با شعار دینی، سؤال ایشان همان است که من از آقای محسن هاشمی (رئیس سابق شورای شهر تهران) سه سال پیش پرسیدم: آیا مردم راضی هستند عوارضی که به شهرداری برای خدمات شهری می‌پردازند، صرف تبلیغات ایدئولوژیک و آرایش شود؟ اگر راضی نباشند، این هزینه‌ها از نظر شرعی چه وجهی پیدا می‌کنند؟»

هر چند در سوی دیگر، ماجراجور دیگری مورد توجه قرار گرفت. دانیال معمار، سردبیر روزنامه همشهری، وابسته به شهرداری تهران پایین کشیدن بیلپوردهای علی کریمی، ستاره فوتبال از سطح شهر تهران را «تفاق مثبتی» خواند که به گفته او «می‌تواند جلوی اظهار نظرهای نادرست و اشتباه سلب ریتی‌ها را بگیرد».

اودر سرمقاله‌اش در این روزنامه نوشت: «وقتی این چهره‌های شناخته

شده هنر و ورزش، اصرار دارند در هر امر تخصصی و غیر تخصصی حرفی بزنند، باید هزینه آن را هم بپذیرند. یک روز شکار درباره یک امر مذهبی، نظر نادرست می‌دهد و حالا باید هزینه آن را با پایین آمدن بیلپوردهایش در شهر بپردازد.» اظهارات معمار البته واکنش برانگیز شد و بسیاری آن را شاهی بر این مدعا دانستند که جریان حاکم بر شهرداری قصد حذف و پنهان کردن بخشی از آرای جامعه را دارد.

بسیاری به جریان حاکم در شهرداری اعتراض دارند که نه تنها تبلیغات محیطی شهر در حوزه فرهنگی، در دست جریان فکری خاص است و افرادی باید گاه اندکی متفاوت در آن جایی برای ابراز وجود ندارند که حتی تصاویر آنها از تبلیغات بازرگانی هم حذف می‌شود

او چند دائماً «نوکر ی مردم» سخن می‌راند، اما عملکردش در یک سال گذشته در پایتخت نشان می‌دهد مردم مورد نظر شهردار، به گروه خاصی خلاصه می‌شوند.

سال گذشته، همزمان با هفته کتاب و کتابخوانی، سازمان زیباسازی شهر تهران ۷۰۰ طرح فرهنگی را روی سازه‌های تبلیغات شهری اکران کرد. این ۷۰۰ بنر که در اندازه‌های مختلف در جای جای شهر دیده می‌شدند، حاوی تصاویری از ۱۰۰ نویسنده به همراه نمایی از جلد کتاب‌هایشان بود که با شعار «کتاب خوب بخوانید» به شهروندان تهرانی کتابخوانی را یادآوری می‌کرد.

اما آن چیزی که بیش از همه نظر‌ها را در این حرکت به زعم مسئولان شهری فرهنگی به خود جلب کرد، این بود که اغلب کتب نویسندہ‌های معرفی شده در این بنرها، گمنام و غالباً همفکر و همسو با شهردار تهران و از ناشران سازمانی و نهادی بودند.

هر چند که بسیاری از منتقدان این حرکت سازمان زیباسازی شهر تهران، توقع نداشتند که کتاب‌ها و تصاویر نویسندگان شهیر و صاحب سبکی مثل محمود دولت‌آبادی یا صادق هدایت یا غلامحسین ساعدی یا احمد محمود و بسیاری دیگر از بزرگان عرصه ادبیات در بین این بنرها دیده شود؛ اما این میزان خط کشی در ترغیب مردم به کتابخوانی، آن هم با بودجه عمومی اعتراض شهروندان تهرانی را در شبکه‌های اجتماعی به دنبال داشت و آن را نشان از شکاف عمیقی دانستند که گویی مسئولان در ایران ناخواسته یا حتی اغلب خواسته بر پیکر اجتماع وارد و تنوع سلاقی را هر روز کمرنگ‌تر از گذشته می‌کنند.

هزینه‌ها از جیب شهروندان

آگاهی بخشی، اطلاع رسانی و آموزش شهروندی از طریق تبلیغات محیطی یکی از روش‌های همیشگی شهرداری‌ها در سراسر جهان بوده و هست. اما در ایران این مقوله کمی پیچ و تاب خاص خود را دارد. موردی که زیبا کلام هم در توئیتش، همانطور که پیشتر گفته شد به آن اشاره کرد.

در این میان اما هر کدام از بنرهایی که با هر عنوانی از سوی سازمان زیباسازی شهر تهران چاپ و نصب می‌شود، مبلغ قابل توجهی را از جیب شهروندان هزینه می‌کند و به نظر می‌رسد این هزینه اگر در مسیر درست و در جهت رضایت همه شهروندان نباشد استفاده به خطاست و از میان بردن منابع عمومی. در این میان سالانه قریب به ۵۰۰ مناسبت جهانی، ملی، مذهبی، مصوب در شورای عالی انقلاب فرهنگی، غیر مصوب، غیر مترقبه، سالگرد و بزرگداشت افراد مختلف هم هست که با اهداف خاص برای برخی از آنها هزینه‌هایی نامتعارف می‌شود. در این میان، تبلیغات شهری

شهردار فعلی تهران هر چند دائماً «نوکر ی مردم» سخن می‌راند، اما عملکردش در یک سال گذشته در پایتخت نشان می‌دهد مردم مورد نظرش، به گروه خاصی خلاصه می‌شوند

باید جور بسیاری از این اهداف را بکشد؛ البته از جیب شهروندان! سیدجمال هادیان طبایی زواره، دانش آموخته کارشناسی ارشد رسانه در حوزه فرهنگ ارتباطات در این باره می‌گوید: «به گفته یکی از رؤسای اسبق سازمان زیباسازی سالانه چندصد میلیارد تومان هزینه طراحی، چاپ و نصب بنرهای مناسبیتی می‌شود و چند برابر این مبلغ هم هزینه طراحی، چاپ و نصب پرچم‌های مناسبیتی. به گفته او آن قدر تعویض این بنرها و پرچم‌ها سریع اتفاق می‌افتد که امکان استفاده مجدد از آنها نه فراهم است و نه به صرفه؛ و هر بار باید بنرها و پرچم‌های جدیدی تولید شود. البته این موضوع درباره تبلیغات بازرگانی صدق نمی‌کند و بخش خصوصی برای سرمایه‌اش ارزش قائل است و تازمانی که از تأثیر تبلیغات شهری مطمئن نشود، پولی برای آن خرج نمی‌کند».

او ادامه می‌دهد: «وضعیت تبلیغات مناسبیتی، بسیار آشفته است، به اندازهای که خود مجریان این نوع تبلیغات هم به کم‌اثر یا بی‌اثر بودن چنین تبلیغاتی معترف هستند. البته اگر بگوییم بی‌اثر بی‌اثر است بی‌انصافی کرده ایم، چون تشکیلات عریض و طویلی تحت عنوان تیم‌های طراحی، ویرایش، تأیید، نصب، تهیه گزارش و کادرداری در کنار آن ارتزاق می‌کنند و اغلب برایشان اثر بخشی چنین تبلیغاتی اهمیت ندارد، بلکه باید مدیران بالادست راضی باشند. نکته این است که اگران مستقیم موظه و شعار سیاسی – اجتماعی و عکس‌های مناسبیتی دردی از مردم دوامی‌کند».

در این میان به نظر می‌رسد؛ مبالغ هنگفتی که هر ماه هزینه تبلیغات به اصطلاح فرهنگی می‌شود، می‌تواند صرف ارتقای فرهنگ عمومی شود. امروز بیش از هر چیز نیازمند اصلاح فرهنگ رایج هستیم؛ فضایی چون تاب‌آوری و بردباری، احترام به حقوق شهروندی، رعایت حق الناس، خوش اخلاقی، همسایه‌مداری، احترام به قانون، وفای به عهد، نظم، تعهد به کار و زندگی، پرهیز از ریا و چاپلوسی، خانواده و تربیت فرزند، امید و نشاط، مراقبت از محیط زیست و ده‌ها فضیلت دیگر در جامعه امروز مادر موقعیت ضعف قرار گرفته‌اند و نیازمند اصلاح هستند. مواردی که بیش از هر چیز نیازمند دست کشیدن از شعارهای ایدئولوژیک و خط و ربط‌های سیاسی و متعهد شدن به حقوق شهروندان است.

ساماندهی وضعیت آلوده کننده ترین خط انتقال نفت

ذوالجودی به آلودگی‌های دریایی اشاره کرد و گفت: مهم‌ترین آلودگی ناشی از خطوط انتقال نفت از سکوی ابودر به جزیره خارک بود که با پیگیری مداوم در سازمان حفاظت محیط زیست و همکاری وزارت نفت این خط انتقال فرسوده از ۲۴ اینچ به ۲۶ اینچ رسید. این موضوع علاوه بر موضوع محیط زیستی، منافع اقتصادی نیز داشت. سهم عمده آلودگی نفتی در ایران برای این خط بود که در چند ماه اخیر تقریباً به صفر رسیده است. وی افزود: وزارت نفت و سازمان حفاظت محیط زیست این برنامه را برای سایر خطوط انتقال نیز دارند.

شناسایی ۲۳ چالش محیط زیست در یابی

ذوالجودی ادامه داد: با همکاری تمامی اندیشمندان ۲۳ چالش محیط زیستی دریایی و تالاب‌ها را شناسایی کردیم و چشم‌انداز شش قسمتی با توجه به اسناد و سیاست‌های بالادستی در ۱۸ سیاست کلان توسعه کلان پهنه آبی تالاب‌ها، خور، خلیج و دریا همراه با برنامه‌های سازمان حفاظت محیط زیست پیش خواهیم برد.

وی در ادامه گفت: سازمان حفاظت محیط زیست شش هدف اصلی با ۱۲ راهبرد را به منظور دستیابی مطلوب به محیط زیست دریایی و تالاب‌ها دنبال می‌کند و این کار را از طریق ۴۶ اقدام و برنامه در دولت با هدف آگاهی‌رسانی و ایجاد ظرفیت در زمینه محیط زیست دریایی و تالاب‌ها انجام می‌دهد.



سلاحقه بر گزاری می‌شود که با توجه به موفقیت سازمان محیط زیست در موضوع گرد و غبار و دیپلماسی که داریم امیدواریم به موفقیت برسیم.

تقویت دیپلماسی محیط زیستی

وی افزود: برنامه‌های دیپلماسی کشور تقویت شده و محیط زیست با دنبال کردن این دیپلماسی‌ها گرد و غبار منطقه را به خوبی کنترل کرده است.

معاون محیط زیست دریایی و تالاب‌های سازمان حفاظت محیط زیست درباره وضعیت تالاب‌ها در هر کشوری توضیح داد: اگر در هر کشوری وضعیت تالاب‌ها بحرانی نشده باشد یعنی مدیریت منابع آب خوبی داشته‌اند. منشأ گرد و غبار شدن تالاب‌ها ناشی از مدیریت نادرست است و باید اقدامات اساسی صورت بگیرد. خشکسالی نباید تالاب‌ها را به این وضعیت دچار کند.