

■ تحریرم‌ها مانع کاهش آلودگی هوا شده است

به گزارش ایسنا، سمیه رفیعی، رئیس فراکسیون محیط زیست مجلس گفت: دستگاه‌ها برای اجرای قانون هوای پاک گاهی با مشکل تأمین قطعات روبه‌رو هستند. متأسفانه یک واقعیت انکارناپذیر، تحریرم‌های ظالمانه‌ای است که مانع تأمین قطعات و تبادل سیستم‌هایی می‌شود که بتوانیم به کیفیت محیط زیست کمک کنیم.



■ شاید ماه رمضان امسال ۳۰ روزه شود

کاظم کوکرم، سردبیر پیشین مجله نجوم به ایرنا گفت: به احتمال زیاد رؤیت هلال ماه شوال شامگاه ۲۹ رمضان (۳۱ فروردین ۱۴۰۲) در ایران ممکن نیست؛ ولی در برخی کشورهای منطقه احتمال رؤیت آن می‌رود و بعید نیست ماه رمضان امسال در ایران ۳۰ روزه و در عربستان ۲۹ روزه شود.



■ به‌دنبال «ارزان کردن» تهران هستیم

به گزارش تسنیم، علیرضا زاکانی، شهردار تهران گفت: به‌دنبال «ارزان کردن» تهران هستیم؛ اینکه مردم باید بیش از ۶۰ سال منتظر خریدن خانه بمانند، ظلم به آن‌هاست. چه با تسهیل در روند «صدور پروانه»، چه شناسایی موقعیت‌های نوسازی در بافت فرسوده تلاش کردیم به رونق صنعت ساختمان بپردازیم.



■ انتقاد از رتبه‌بندی معلمان

به گزارش ایسنا، علی حدادی، عضو کمیسیون شوراها و امور داخلی گفت: معلمانی با بیش از ۳۰ سال تجربه ارزشمند در تدریس، معاونت و مدیریت در رتبه‌های یک تا سه قرار گرفته‌اند. رتبه معلمی با ۳۰ سال سابقه از شاگردش که تازه معلم شده پایین‌تر تعیین شده است.



نقش دانشگاه‌ها در برگزاری آزمون‌های ارشد ودکترا

عبدالرسول پورعباس رئیس سازمان سنجش با تأکید بر اینکه برنامه‌ای برای واگذاری برگزاری آزمون‌های دکترا و کارشناسی ارشد به دانشگاه‌ها نداریم، به ایسنا گفت: مسیر برگزاری آزمون کارشناسی ارشد به شکلی طی می‌شود که دانشگاه‌ها نقش زیادی در پذیرش داشته باشند. برگزاری آزمون در اسفند به این دلیل است که دانشگاه‌ها فرصت بیشتری برای بررسی شرایط علمی داوطلبان داشته باشند.



واکنش

احتمال

سوءاستفاده‌از

طرح کاشت

یکمیلیارد

درخت

یوسف مرادی، مدیرکل دفتر ترویج، آموزش و مشارکت‌های مردمی سازمان منابع طبیعی و آب‌بخیزداری در واکنش به اینکه چه تضمینی وجود دارد واگذاری مدیریت عرصه‌های منابع طبیعی به جوامع محلی و گروه‌های مردمی در قالب طرح کاشت یک میلیارد درخت، زمینه را برای سوءاستفاده برخی افراد فراهم نکند، گفت: در این طرح قرار نیست مالکیت هیچ عرصه‌ای به هیچ‌کدام از اشخاص حقیقی و حقوقی واگذار شود، بلکه صرفاً مدیریت عرصه، آن هم فقط برای کاشت و نگهداری از درختان به افراد و نهادهایی که در قالب نفاهم‌نامه‌های مشخص با سازمان منابع طبیعی مشارکت می‌کنند، واگذار می‌شود.

مهدی توحیدی|

با گسترش شهرنشینی و ماشینی شدن جوامع، روزانه هزاران پیام تبلیغاتی صوتی – بصری متفاوت و گاه متضاد، در معرض دید شهروندان قرار می‌گیرد، تبلیغاتی که درصدد تسخیر آذهان و افکارعمومی بوده و به ابزاری برای تولید فکر و نشر اندیشه تبدیل شده‌اند و ضمن آلایندگی سطح شهر و ایجاد آلودگی‌های بصری، تأثیرات مخربی بر بهداشت روانی و جسمی شهروندان داشته است. در کنار این، نباید تبلیغ بی‌رویه کالاهای لوکس را که به عاملی برای افزایش آمار آسیب‌های اجتماعی، گسترش احساس فقر و نارضایتی عمومی تبدیل شده فراموش کرد.

■ اثرات سوء تبلیغات محیطی

امان‌الله قزایی مقدم، جامعه‌شناس و آسیب‌شناس مسائل شهری به ما می‌گوید: اگر چه تبلیغات شهری موجب آگاهی مخاطب می‌شود، اما در صورت بی‌توجهی به سازوکار مناسب در این زمینه به جای آرامش، تقویت و یا حفظ ارزش‌ها و هنجارها می‌تواند اثرات سوء داشته باشند، به‌طوری‌که پس از دور شدن بیننده از محیط، همچنان ذهن او را به خود مشغول می‌کند.

وی ادامه می‌دهد: نبود نظارت بر تبلیغات بی‌شمار محیطی موجب بروز برخی آسیب‌های اجتماعی از قبیل گرایش جوانان به بیرون مرزها و تغییر طرز تفکر جوانان و بیگانگی آن‌ها با ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و سنتی خواهد شد.

قزایی مقدم با تأکید بر اینکه تبلیغات محیطی باید از دیدگاه متخصصان جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی و براساس ویژگی‌های فرهنگی هر استان طراحی و تولید شود، عنوان می‌کند: تابلو تبلیغاتی که در تهران نصب می‌شود در آبادان نمی‌تواند نصب شود؛ چرا که ویژگی و خرده‌فرهنگ هر استان با استان دیگر متفاوت است، این موضوع باید به وسیله کارشناسان و متخصصان بررسی و کارشناسی شود و پیام هر نوشته‌ای که روی آن تابلو می‌آید از نظر تأثیر اجتماعی بررسی شود.

وی ادامه می‌دهد: استفاده از محیط‌های نامناسب برای نصب تبلیغات شهری، استفاده نکردن از رنگ و طرح‌های جذاب و مرتبط با محتوا، استفاده نکردن از موضوعات مناسب با هویت ملی و دینی (در ادیان مختلف یک کشور) و موضوعات مورد نیاز با توجه به شرایط جامعه،

هر یک به خودی خود آسیب‌هایی را در زمینه ترویج فرهنگ و یا درونی‌سازی آن در درازمدت ایجاد خواهد کرد. قزایی مقدم ادامه می‌دهد: مدیریت و نظارت بر این موضوع برعهده وزارت ارشاد است، اما این وزارتخانه در کارهای خود بسیار کوتاهی کرده و به نظر می‌رسد کار از کار گذشته است به‌طوری‌که امروزه بزرگ‌ترین پیلوبورد و یا نمایشگر یعنی همین صفحه تلغن همراه و فضای مجازی با مهندسی تبلیغات، به ذهنیت جوانان شکل و فرم داده و متأسفانه آسیب‌های فراوانی را ایجاد کرده است.

■ تغییر روش تبلیغات شهری

حسین ایمانی جاجرمی، جامعه‌شناس هم به ما می‌گوید: تبلیغات نامناسب شهری علاوه بر آلایندگی محیطی ومخدوش کردن زیبایی شهر، سلامت روحی و روانی شهروندان و همچنین امنیت اجتماعی افراد را به مخاطره انداخته است.

در تبلیغ کالاهای نوین باید به شرایط محیطی و ساختارهای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی کشور توجه شود؛ تبلیغات کالاهای لوکس وارداتی که در نمایشگرهای سطح شهر و همچنین صدا و سیما دیده می‌شود فرهنگ کاذب مصرف‌گرایی را در کشور ترویج و کالاهای لوکس را به ابزاری برای شخصیت‌بخشی به افراد تبدیل کرده است.

این کارشناس شهری، تبلیغ کالاهای لوکس بدون توجه به وضعیت معیشتی و اقتصادی افراد را موجب شکل‌گیری احساس فقر

و ناعادلتی می‌داند و می‌گوید: این موضوع موجب گسترش احساس شهروند درجه دوم بودن خواهد شد به‌طوری‌که برخی افراد برای افزایش درآمد و بدست آوردن کالاهای لوکس و نشانه‌های مدرنیزه، به اعمال خلاف قانونی چون رشوه‌گیری، دزدی، قاچاق و... دست می‌زنند.

ایمانی جاجرمی اختلاف نسل قدیم و جدید و نیز شکاف نسل‌ها را نتیجه پدیده تبلیغات افراطی کالاهای لوکس می‌داند و عنوان می‌کند: با ورود مفاهیم و ارزش‌های نوین از طریق تبلیغات به کشور، افراد در انتخاب نقش‌ها و ارزش‌های سنتی و مفاهیم و فناوری‌های نوین دچار مشکل شده‌اند.

وی با تأکید بر اینکه درحال حاضر کنترل و نظارت مناسبی بر چگونگی و نوع تبلیغات شهری وجود ندارد، می‌گوید: به عنوان مثال نبود نظارت بر بازی‌های رایانه‌ای موجود در بازار در حالی است که در کشورهای پیشرفته یک مؤسسه غیردولتی وظیفه کنترل و درجه‌بندی این بازی‌ها را متناسب با سن و سال افراد برعهده دارد.

ایمانی جاجرمی با اشاره به اینکه تشکل‌های غیردولتی توانمند در برخی کشورها وظیفه کنترل تبلیغات را برعهده دارند و با تبلیغات محیطی نامناسب مقابله می‌کنند، می‌افزاید: تشکل‌های غیردولتی قدرتمندی در کشور ما وجود ندارد و سازمان‌های دولتی نیز مجذوب درآمدهای حاصل از تبلیغات شرکت‌های بزرگ شده و وظایف خود را به درستی انجام نمی‌دهند.

■ هیچ اصولی در تبلیغات رعایت نمی‌شود

محمدعلی پورنیا، کارشناس ارشدمدیریت شهری هم‌باایمان‌یکه‌مادربحث‌تبلیغات‌هیچ‌اصولی‌راجز بنروبیلپوردیرکردن‌درشهربلدنستیم،می‌افزاید: طراحی، سازماندهی، مهندسی ومدیریت فرهنگ متناسب با نیاز مخاطب و شرایط فرهنگی با ابزار تبلیغات در جامعه امروز در راستای پیشبرداهداف توسعه‌اپایدار در سطح‌خردو کلان فرهنگی، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق است تا آسیب‌های احتمالی در عرصه فرهنگ عمومی را کاهش دهدو یارفع کند. این کارشناس مدیریت شهری به دوگانگی موجود در حوزه تبلیغات در سطح شهر اشاره می‌کند و می‌افزاید: یک‌زمانی دستور دادنددیگر لوازم آرایشی وخوراکی‌های ناسالم تبلیغ نشود؛ چرا که تبلیغات اشتباهی بوده که روی افکار مردم تأثیر می‌گذاشت اما درحال حاضر می‌بینیم صنعت تبلیغات چنان بی‌رحمانه عمل می‌کند که صبح‌تاشب تبلیغ همین کالاهای ناسالم در رسانه ملی انجام می‌شود؛ این همان دوگانگی است که تأثیر بدی بر کودکان ونسل جدیدمی‌گذارد.

وی ادامه می‌دهد: وقتی یک تابلو تبلیغاتی در شهر تهران یک برند خاصی را به عنوان پوشاک چرم تبلیغ می‌کند و قیمت ارزان‌ترین کت این برند بیش از ۱۲میلیون تومان است وخیلی‌ها نمی‌توانند آن‌را تهیه کنند، قطعاً این تبلیغات روی فرهنگ اعتقادات ونظر افرادتأثیر می‌گذارد. پورنیا خاطر نشان می‌کند: باید بدانیم تبلیغات، روابط عمومی نیست بلکه یک دنیای جدید، یک حرفه و فن ویک علم است، به‌طوری‌که بسیاری از کشورها با استفاده از علم و هنر تبلیغات سعی در انتقال فرهنگ خود به دیگر کشورها دارند.

گردشگری

یک مسئول اقامتگاه‌های بوم گردی بیان کرد بالاترین قیمت بوم‌گردی‌ها هر شب ۵۰۰ هزار تومان

رئیس جامعه انجمن‌های حرفه‌ای اقامتگاه‌های بوم گردی با اشاره به اینکه اقامتگاه‌های بوم گردی دارای درجه بندی کیفی برای ارائه خدمات هستند، گفت: هم‌اکنون بالاترین قیمت ارائه خدمات در یک اقامتگاه بوم گردی به همراه صبحانه محلی برای نفر ۵۰۰ هزار تومان است. به گزارش تسنیم، باور عبیری با بیان اینکه قیمت بوم گردی‌ها نسبت به سایر اماکن اقامتی بسیار مطلوب‌تر و به صرفه‌تر است، خواستار توجه بیشتر و حمایت مالی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از این اقامتگاه‌ها برای توسعه فعالیت‌های خود از طریق تأسیس و راه‌اندازی یک سکو و سامانه جامع برای امکان آشنایی و رزرو اقامت در بوم گردی‌ها شد، وی گفت: هم‌اکنون بیش از ۳ هزار و ۴۰۰ اقامتگاه بوم گردی در کشور ما فعال هستند.



دانشگاه

مدیر کل امور دانشجویی وزارت بهداشت خبر داد بدهی دانشگاه‌های پزشکی به پیمانکاران تغذیه

مدیرکل امور دانشجویی وزارت بهداشت با اشاره به بدهی انباشته دانشگاه‌های علوم پزشکی در زمینه تغذیه گفت: دانشگاه‌های علوم پزشکی هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان به پیمانکاران بدهی دارند. حمیدرضا اشراقی به مهر گفت: وضعیت بودجه و اعتبارات تغذیه در دانشگاه‌های علوم پزشکی بسیار مشکل ساز شده و دانشگاه‌ها با کمبودهای شدید و بدهی انباشه روبه‌رو هستند و همین موضوع، تأمین اعتبار برای تغذیه دانشگاه‌ها را با مشکل مواجه کرده است. وی افزود: مکاتباتی با مسئولان سازمان برنامه و بودجه در این زمینه در جریان است و تمام جزئیات با تفکیک بدهی‌های هر یک از دانشگاه‌های علوم پزشکی به سازمان برنامه و بودجه ارسال شده و امیدواریم هر چه زودتر به آن رسیدگی شود.



خبرمشروح

استاد دانشگاه و پژوهشگر زنان و خانواده:

تحقیر زنان برگرفته از سبک زندگی غربی است

اعظم طیرانی| استاد دانشگاه و پژوهشگر زنان و خانواده در گفت‌وگو با قدس اظهار کرد: اگر جامعه و خانواده درباره حقوق زنان و مردان شناخت نداشته باشند نتیجه آن می‌شود عده‌ای نسخه سبک زندگی غربی را برای زنان ما تجویز می‌کنند.

نبره قوی اضافه می‌کند: غرب به بهانه برابری حقوق زنان و مردان معتقد است زن باید مانند مرد باشد، اما به وظایف زن بودن برای همسرش، مادر بودن برای فرزندانش و دختر بودن برای والدینش نیز عمل کند. این درحالی است که زن در طول زندگی شرایطی مثل بارداری، فرزندآوری، شیردهی و مراقبت از والدین سالمند خود را تجربه می‌کند که اگر بخواهد در کنار این مسئولیت‌ها وظایف مردان را هم انجام دهد، زن بودن از او گرفته می‌شود.

■ کاش زنان، زن کامل باشند

وی ادامه می‌دهد: ویل دورانت، فیلسوف و نویسنده آمریکایی در یکی از آثار خود آورده: ای کاش زنان، زن کامل باشند و به دنبال مرد بودن نباشند که نمی‌توانند مرد شوند و در نهایت مرد ناقص می‌شوند. در واقع نسخه غرب این بود که زن و مرد را به بهانه تساوی حقوق به این مرحله رساند و به جای احقاق حقوق زنان، آن‌را تحقیر کرد به‌طوری‌که هم‌اکنون بسیاری از نویسندگان غربی از جمله «وندی شلیت» در کتاب «دختران به عفاف روی می‌آورند» و یا «ولیم گاردنر» در کتاب «جنگ علیه خانواده» با انتقاد از این دیدگاه تحقیرآمیز به زنان می‌گوید وقتی زنان زن بودن و زن کامل بودن را به فراموشی می‌سپارند، تلاش می‌کنند مانند مردان رفتار کنند و چون خلقت آن‌ها با ویژگی‌های مردانه سازگار نیست، از طرفی نمی‌توانند مرد کامل شوند و از طرفی دیگر از زن کامل بودن نیز فاصله گرفته‌اند، به همین دلیل به مردان مجوز می‌دهند حقوق آن‌ها را نادیده بگیرند که این خود نوعی توهین به شخصیت انسانی زنان است.

■ چرا تحقیر زنان؟

وی با تأکید بر اینکه نه تنها مبانی دینی مسلمانان بلکه عقل انسان نیز حکم می‌کند اگر فردی تکلیف متفاوت دارد، باید حقوقی متفاوت داشته باشد و در واقع برابری و تساوی حقوق تنها معنایی ندارد، بلکه به نوعی ظلم و بی‌عدالتی است، اضافه می‌کند: البته در برخی فرهنگ‌ها به دلیل تربیت نادرست خانواده، ناآگاه بودن از مبانی دینی و یا جهالت، مردان احترام به جایگاه زن را بلد نیستند و در گفتار خود در مورد خانم‌ها از واژه‌های تحقیرآمیز استفاده می‌کنند که حساب آن‌ها از دیگر مردان جداست، چرا که ناباورانه به استعدادهای بانوان نگاه می‌کنند و به دلیل کمبودهایی که دارند، نمی‌توانند بپذیرند بانوانی هستند که به لحاظ شخصیتی به کمال رسیده و توانمندی‌های بی‌شماری دارند، به همین دلیل با نگاهی به دور از شأن انسانی و کرامتی که خداوند به بانوان داده با آن‌ها رفتار می‌کنند و نمی‌توانند بپذیرند یک زن، مادر و یا دختر توانمند می‌تواند به درجات علمی، شغلی و حرفه ای بالا برسد، در جامعه و خانواده مفید و تأثیرگذار باشد، اما در عین حال لطافت‌ها و ظرافت‌های زنانه خود را حفظ کند.

وی تصریح می‌کند: متأسفانه در برخی موارد، مردان تحصیلکرده‌ای هستند که در مورد توانمندی‌ها و جایگاه زن در فرهنگ مطالعه کرده‌اند اما نتوانسته‌اند آن را درک کنند و به دلیل خودشیفتگی، در عمل، زنان را در خانواده و جامعه تحقیر می‌کنند و مانع می‌شوند زنان کارهای اجتماعی بزرگ انجام دهند. در حالی که امام‌راجل فرموده‌اند: «زنان باید در سیاست دخالت کنند و با حفظ عفاف می‌توانند در جامعه حضور فعال داشته باشند و کار کنند». همچنین رهبر معظم انقلاب در دیدارهای متعدد خود با بانوان فرموده‌اند زنان باید در تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌های جامعه نقش داشته باشند. این موضوع نشان می‌دهد در نگاه اسلام هیچ مانعی برای ایفای نقش زنان در جامعه و کنشگری‌های اجتماعی حتی در بالاترین سطوح تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی برای جامعه وجود ندارد.