کسب و کار

شیفت شرکت‌ها به «تبلیغات سنتی» روی آوردن بازاریابان به تبلیغات سنتی

مدیران بازاریابی اغلب باتکیه بر پیش‌بینی چندسال پیش درباره «مرگ قریب‌الوقوع تبلیغات سنتی»، بودجه‌های سالانه معرفی محصول را در کانال‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی متمرکز می‌کنند؛ اما به‌تازگی عکس این پیش‌بینی در حال تحقق است. تبلیغات روزنامه‌ای در حال احیا است حتی برای آنهایی که ۱۰۰ درصد فروششان اینترنتی است. عوامل پیش‌برنده «تبلیغات سنتی» چیست؟

کارشناسان مدت‌هاست که مرگ تبلیغات سنتی را پیش‌بینی کرده‌اند. بااین حال، تبلیغات سنتی هم‌چنان سرپاست و حتی برای اولین بار در یک دهه گذشته به سمت رشد پیش می‌روند. نویسندگان هفت عامل از جمله توقانی تبلیغات سنتی برای شکستن بلبشوی دیجیتال، کاهش کوکی‌های شخص ثالث (بسته اطلاعات کاربر که توسط سرور وب هنگام جست‌وجوی آن کاربر ذخیره می‌شود) و موارد دیگر، را برای این روند توضیح می‌دهند.

بیش از یک دهه است که فناوری‌های بازاریابی دیجیتال و اکوسیستم‌های آن بر رشد بودجه‌های بازاریابی مسلط بوده‌اند. از آنجا که مصرف‌کنندگان توجه خود را از رسانه‌های ثابت به رسانه‌های دائمی پیشرو معطوف کردند، تبلیغات سنتی بخشی از جذابیت خود را از دست داد. در عوض، بازاریابان سرمایه‌گذاری‌های خود را از تلویزیون، رادیو، روزنامه و تبلیغات در فضای باز به سمت کانال‌های دیجیتال از **Tik Tok** تا **TechTarget** سوق دادند. در دهه گذشته، بازاریابان به طور مداوم پیش‌بینی کرده‌اند که هزینه‌های تبلیغات سنتی آنها کاهش می‌یابد. طبق داده‌های نظرسنجی سایت **CMO**، به طور متوسط، بازاریابان در مقایسه با افزایش سالانه ۸/۱ درصدی بودجه‌های بازاریابی دیجیتال بین فوریه ۲۰۱۲ و ۲۰۲۲، کاهش سالانه هزینه‌های تبلیغات سنتی را در دوره مشابه به میزان ۴/۱ درصد گزارش کردند.

با این حال، شواهد اخیر نشان می‌دهد که تغییری در حال انجام است. برخلاف روند تاریخی، در آگوست ۲۰۲۱ و فوریه ۲۰۲۲، بازاریابان پیش‌بینی کردند که هزینه‌های تبلیغات سنتی به ترتیب ۴/۱ درصد و ۲/۹ درصد افزایش می‌یابد. شرکت‌هایی که ارتباط مستقیمی با مشتریان دارند این تغییر را مدیریت می‌کنند. شرکت‌های خدماتی **B2C** بیشترین افزایش را در هزینه‌های تبلیغات سنتی و پس از آن شرکت‌های تولیدکننده محصول **B2C** این روند را دنبال می‌کنند. علاوه بر این شرکت‌هایی که ۱۰۰ درصد از فروش خود را از طریق اینترنت به دست می‌آورند به طور طبقه‌آمیزی در حوزه تبلیغات سنتی پیشروی می‌کنند و افزایش ۱۱/۷ درصدی در هزینه‌های تبلیغاتی سنتی طی ۱۲ ماه آینده پیش‌بینی می‌شود. بنابراین، برای پاسخ به این سوالات که چرا تبلیغات سنتی در حال افزایش است و آیا این روند ادامه خواهد داشت یا خیر؟ نویسندگان هفت عامل را توضیح می‌دهند.

از آنجا که مصرف‌کنندگان بیشتر ساعات بیداری خود را به صورت آنلاین سپری می‌کنند به نظر می‌رسد که آنها به طور فزاینده‌ای نسبت به تبلیغات و تعامل دیجیتال مرسوم، بی‌حس می‌شوند. آنها نامیدی و ارتباط منفی نام تجاری را با بلبشوی تبلیغات دیجیتال گزارش می‌دهند که مانع از خواندن یک مقاله، تماشای یک ویدئو یا مرور یک وب‌سایت می‌شود. به عنوان مثال، نظرسنجی **HubSpot** نشان داد که ۵۷درصد از شرکت‌کنندگان تبلیغاتی را که قبل از یک ویدئو پخش می‌شود را دوست ندارند و ۴۳درصد حتی آنها را تماشا نکرده‌اند. در نتیجه، بازاریابان به دنبال راهی برای فائق آمدن به این مشکل هستند.

از سوی دیگر، تبلیغات سنتی در حال افزایش هستند. موسسه **MarketingSherpa** گزارش می‌دهد که بیش از نیمی از مصرف‌کنندگان اغلب یا همیشه تبلیغات تلویزیونی سنتی را تماشا می‌کنند و تبلیغات چاپی را می‌خوانند که از طریق نامه از شرکت‌هایی که از آنها راضی هستند دریافت می‌کنند. در واقع، تحقیقات **Ebiquity** نشان می‌دهد که کانال‌های رسانه‌های سنتی - به رهبری تلویزیون، رادیو و چاپ - از کانال‌های دیجیتال از نظر دسترسی، توجه و تعامل نسبت به هزینه‌ها بهتر عمل می‌کنند. این تفاوت عملکرد با در نظر گرفتن افزایش هزینه‌های تبلیغات آنلاین، افزایش می‌یابد. ایجاد توازن مجدد در مخارج بازاریابی به دور از بلبشوی دیجیتال منطقی و اقتصادی است.

نظرسنجی **MarketingSherpa** نشان داد که همه پنج قالب برتر تبلیغاتی قابل اعتماد سنتی هستند. بعطوری که اعتماد مشتریان بیشتر به تبلیغات چاپی (۸۲درصد)، تبلیغات تلویزیونی (۸۰ درصد)، تبلیغات رسانه‌های سنتی (۷۶درصد) و تبلیغات رادیویی (۷۱درصد) است. همچنین مصرف‌کنندگان بریتانیایی و آمریکایی برای تصمیم‌گیری در مورد خرید به تبلیغات سنتی مانند تلویزیون، رادیو و چاپ بیشتر از تبلیغات رسانه‌های اجتماعی اعتماد دارند. در نتیجه، بازاریابان می‌توانند از تبلیغات سنتی برای ایجاد اعتبار برند و اعتماد در بین خریداران بی‌انگیزه استفاده کنند.

بازاریابان برای رجایی بازدیدکنندگان وبسایت سال‌ها به کوکی‌های شخص ثالث تکیه کرده‌اند و از داده‌های دقیق در مورد اولویت‌های جست‌وجوی خود برای بهبود تجربه کاربر و هدف قرار دادن مصرف‌کنندگان با تجربه‌های تبلیغاتی شخصی‌سازی شده استفاده می‌کنند. با این حال، با حذف تدریجی کوکی‌های شخص ثالث در مرورگرهای گروم توسط گوگل تا اواخر سال ۲۰۲۳ و اعمال تغییرات ایاب در سیستم عامل ۱۴ **iOS**، مرگ کوکی‌های شخص ثالث قریب‌الوقوع است. نظرسنجی **CMO** نشان داد که در نتیجه ۱۹/۱ درصد از شرکت‌ها بیشتر در تبلیغات سنتی (خارج‌از رویکردهای آنلاین) سرمایه‌گذاری کردند به دلیل این تغییر اجتناب‌ناپذیر در چشم‌انداز تبلیغات، بازاریابان مجبور خواهند شد به روش‌های تقسیم‌بندی تکیه کنند که به مدل‌های تبلیغات سنتی نزدیک‌تر است. بدون هدف‌گیری مبتنی بر داده‌های پیشرفته بازاریابان باید مجدداً بر گسترش دامنه دسترسی خود تمرکز کنند.

پادکست نوعی رسانه دیجیتال است. با این حال، برخلاف پست‌های تبلیغاتی و سایر تبلیغات اجتماعی که اغلب در مرور روزمره مشتریان ظاهر می‌شوند، پادکست‌ها از رویکرد درخواستی مشتریان استفاده می‌کنند که بیشتر شبیه رادیو سنتی است. و این یکی از دلایل موفقیت این نوع تبلیغات است. به گفته **Ads Wizz**، «پادکست‌ها شاهد افزایش ۸۱درصدی در جذب آگهی‌های تبلیغاتی بوده‌اند.» با توجه به مخاطبان پادکست‌ها که به بیش از ۱۰۰ میلیون شنونده ماهانه رسیده است به نظر می‌رسد تبلیغات در این فضا مؤثر است زیرا شنوندگان به میزان پادکست خود اعتماد دارند و واقعاً تحت‌تاثیر تاییدات آنها قرار می‌گیرند. در واقع، مطالعه **Super Listeners** ۲۰۲۰ توسط نشان داد که ۴۵ درصد از شنوندگان پادکست معتقدند که میزبان پادکست‌های مورد علاقه آنها واقعاً از برندهای تبلیغاتی خود در برنامه‌هایشان استفاده می‌کنند. طبق همین مطالعه، تقریباً نیمی از شنوندگان پادکست بیشتر از هر قالب دیگری به تبلیغات پادکست توجه دارند. با توجه به تطابق بازار هدف با محتوای پادکست، پادکست ثابت کرده است که وشی موثر برای نشان دادن نام تجاری یک شرکت در مقابل مخاطبان مناسب است.

فناوری دیجیتال می‌تواند از ابزارهای سنتی به روش‌های قدرتمند و شگفت‌انگیزی استفاده کند. به عنوان مثال، چه کسی فکر می‌کرد که پست مستقیم دوباره احیا شود؟ این دقیقاً همان چیزی است که وقتی پست‌کننده‌ها با کد **QR** جفت می‌شوند، مصرف‌کنندگان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر اسکن کنند. علاوه بر این، **URL**‌ها و کدهای **QR** منحصربفرد به بازاریابان اجازه می‌دهد تا داده‌های بسیار دقیق را جمع‌آوری کنند و به آنها اجازه می‌دهد تحلیل‌های بازاریابی قوی در رابطه با بازگشت سرمایه ایجاد کنند و مزیت کانال‌های دیجیتال را از بین نبرند. بازاریابی، هنر و علمی راجع به فرضیات و محتواست. این به آن معناست که گاهی تبلیغات سنتی برای برخی برندها، بازارها و پیام‌ها مناسب‌تر است. برای مثال، پخش تلویزیونی همچنان به ارائه یک پلتفرم ایده‌آل برای تبلیغات داستان‌گویی احساسی و هوشمندانه ادامه می‌دهد. راه‌حل‌های جدید و قابل شناسایی تلویزیون اکنون به تبلیغ‌کنندگان این امکان را می‌دهد که بخش‌های پربیننده و پخش زنده را به‌طور دقیق هدف‌گیری کنند. در نتیجه مزیت هدف‌یابی کانال‌های آنلاین را از بین می‌برند.

مترجم: اشکانه خلج

غفاری در بازدید از پروژه مطرح کرد:

احتمال مسافرگیری آزمایشی متروی کرج در نیمه دوم امسال

سرپرست شهرداری کرج گفت در صورت ورود واگن‌ها به کرج و انجام تست سرد و گرم، در نیمه دوم امسال فاز مسافرگیری آزمایشی مترو آغاز می‌شود

به گزارش پیام آشنا، منوچهر غفاری در بازدید از پروژه قطار شهری کرج (ایستگاه **k**) که با حضور احمد رحمانیان قائم‌مقام سازمان بازرسی کل کشور، غفور قاسم‌پور فرماندار کرج، جواد چیرداز رئیس شورای شهر کرج، نماینده استاندار البرز و سایر مدیران شهری برگزار شد، ضمن اشاره به آخرین وضعیت این پروژه گفت: مترو یکی از نیازهای جدی کلانشهر کرج است و بهره برداری از خطوط مختلف از نقش به سزایی در کاهش ترافیک درون شهری، تسهیل در تردد شهروندان و کاهش آلودگی هوا دارد.

وی با بیان اینکه طی سال‌های گذشته تکمیل و بهره‌برداری متروبه عنوان یکی از اصلی‌ترین مطالبات شهروندان مطرح بوده، توضیح داد: متاسفانه دلایل مختلفی از جمله تورم و تحریم باعث شد که این پروژه بر مبنای قرارداد اولیه و مدت زمان تعریف شده به تمام نرسد و بهره‌برداری از آن به تعویق بیفتد. این مسئول اضافه کرد: علی‌رغم همه مشکلات، طی چند سال گذشته مدیریت شهری با تخصیص اعتبار مناسب

در مسیر تکمیل بخشی از این پروژه گام برداشته و بخش زیادی از مواضع برطرف شده است.

سرپرست شهرداری کرج توضیح داد: در حال حاضر تلاش مدیریت شهری بر تکمیل و بهره برداری از این ایستگاه از خط دو قطار شهری یعنی ایستگاه ۴۵ متری گلشهر چهارراه طالقانی (**K**و**F**) متمرکز شده است.

غفاری ادامه داد: با حمایت مسئولان به دنبال تکمیل فازهای بعدی خط دو قطار شهری تا ایستگاه شهید سلطانی هستیم.

وی اضافه کرد: در بازدیدی که قائم‌مقام سازمان بازرسی کل کشور و سایر مسئولان از خط دو قطار شهری کرج داشتند، گزارش کاملی از وضعیت فعلی این پروژه ارائه و مواضع موجود مطرح شد.

به گفته سرپرست شهرداری کرج: مقرر شد پیگیری‌های لازم جهت تسریع در فرایند تکمیل این پروژه صورت بگیرد که بخش عمده‌ای از آن پرداخت سهم ۵۰ درصدی دولت در تامین منابع مالی آن است.

وی با بیان اینکه تا وقتی تست سرد و گرم قطارها انجام نشود امکان مسافرگیری در ایستگاه وجود ندارد، گفت: در مرحله تست سرد ابتدا واگن‌ها به صورت خاموش و بدون برق و توسط کشنده‌های مخصوص طی مسیر کرده تا از مطابقت واگن‌های ساخته شده با خط، سکوها، ایستگاه‌های مترو، سیستم بلاک سری و ... اطمینان حاصل شود.

غفاری اضافه کرد: در تست گرم هم سیستم برق‌رسانی به واگن‌ها و سیستم اتوماتیک حرکت آنها در تونل و همچنین سیستم سگنالینگ مورد بررسی قرار می‌گیرد.

سرپرست شهرداری کرج گفت: در گام سوم به مرحله بهره برداری آزمایشی می‌رسیم که طی آن قطارها به مدت سه ساعت در روز در مسافرگیری می‌کند و در گام نهایی هم قطار به طور کامل به بهره برداری می‌رسد.

وی توضیح داد: در صورت ورود واگن‌ها به کرج و انجام تست سرد و گرم، در نیمه دوم سال فاز مسافرگیری آزمایشی مترو آغاز می‌شود.

متروی پرند روی ریل توافق

۱۵ سال است که کلنگ احداث خط متروی پرند و اتصال آن به متروی تهران می‌گذرد و حال پس از کش و قوس‌های فراوان به نظر می‌رسد متروی پرند به خط پایان رسیده و به زودی مترو به این شهر قلمرای می‌رسد

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، پرند یکی از شهرهای قلمروی اطراف تهران است که تنها ۳۰ کیلومتر با تهران فاصله دارد و در سال‌های اخیر رشد پرشتابی در حوزه جمعیت پذیری داشته به گونه‌ای که پیش بینی شده است تا سال ۱۴۰۵ تعداد ساکنان آن به مرز ۷۰۰ هزار نفر برسد. بررسی‌ها نشان داده است که مردم این شهر برای کار، تحصیل و سایر امور روزانه، تردد بالایی به پایتخت دارند؛ به گونه‌ای که براساس آمارهای ترافیکی اعلام شده، روزانه ۳۰ تا ۴۰ هزار نفر بین تهران و پرند تردد دارند که عمده این افراد از وسایل حمل و نقل شخصی برای طی این مسافت استفاده می‌کنند.

تردد بالای مردم به پرند و تهران مسئولان استان تهران را به این فکر انداخت که هم برای کاهش حجم ورودی خودروهای شخصی به تهران و هم به منظور کاهش تصادفات در جاده تهران- ساوه خط متروی تهران را به پرند برسانند. این تصمیم ۱۷ سال پیش گرفته شد و سالهاست مردم پرند چشم انتظار رسیدن قطار مترو به شهرشان هستند.

خط متروی پرند که بیش از ۹۰ درصد اقدامات ساختاری و عملیات ساختمانی آن تکمیل شده نیاز به تامین اعتبار دارد؛ اعتباری که براساس قانون بشار شرکت عمران شهر پرند و دولت آن را تامین کند و در اختیار شرکت متروی تهران به عنوان مجری طرح قرار دهد. تکمیل خط متروی پرند در مجموع نیازمند ۲۳۲۰ میلیارد تومان منابع مالی است و از آنجایی که شرکت عمران پرند و دولت توان پرداخت نقدی آن را ندارند اعلام کردند که نسبت به تهاتر یک زمین ۲۵ هکتاری در ازای تکمیل خط مترو اقدام خواهند کرد؛ زمینی که پس از کش و قوس‌های فراوان و با ورود وزیر کشور، وزیر راه و شهرسازی، استاندار تهران و نمایندگان مجلس، نهایتاً آماده تحویل شده و آن گونه که مدیرعامل شرکت متروی تهران اعلام می‌کند مراحل واگذاری آن به پیمانکاران در حال انجام است تا امیدی دوباره به تکمیل پروژه خط متروی پرند تزریق شود.

مسعود درستی در مورد ویژگی‌های خط متروی پرند می‌گوید بر اساس برنامه ریزی اولیه، خط متروی پرند از ایستگاه شاهد در خط یک متروی منشعب شده و باطی مسیر ۵۰ کیلومتری با ۱۵ ایستگاه به شهر پرند می‌رسد. ۳۲۰ کیلومتر اول خط متروی پرند با ایستگاه‌های شهرآفتاب و فرودگاه امام خمینی(ره) به بهره برداری رسیده است اما ۲۰ کیلومتر باقی که شاه بیت خط متروی پرند است، هنوز بلاتکلیف مانده است.

وی با بیان اینکه تنها ۲۰ کیلومتر از احداث و بهره برداری خط متروی تهران - پرند (بخش حد فاصل ایستگاه فرودگاه امام خمینی تا پرند) باقی مانده که عملیات ساختمانی آن بیش از ۹۰ درصد و عملیات زیر سازی نیز حدود ۹۹ درصد پیشرفت داشته است، ادامه می‌دهد: تکمیل خط متروی پرند بسیار با اهمیت است؛ چرا که با اتصال شهر جدید پرند به خط یک مترو به واسطه ایستگاه شاهد، می‌توان مسیر تجریش تا پرند را تنها در یک ساعت طی کرد و با یک حساب سر انگشتی می‌توان دریافت بهره برداری از این مسیر ۲۰ کیلومتری چه تاثیر بزرگی بر کاهش مصرف سوخت، کاهش ترافیک و آلودگی های زیست محیطی دارد.

مدیرعامل متروی تهران با بیان اینکه برای بهره برداری از خط متروی پرند باید منابع مالی از سوی دولت و شرکت عمران شهر پرند تزریق می‌شد چرا که شهرداری تهران براساس قانون تهران هزینه کند، می‌افزاید: ما مشکلات نقدینگی در دولت را درک می‌کنیم؛ اما پیمانکار ما نیز برای ادامه کار نیازمند تأمین اعتبار لازم است و به همین دلیل سال گذشته به شرکت عمران شهر جدید پرند و استانداری تهران اعلام کردیم پیمانکار حاضر است تا زمین مجاور ایستگاه متروی شهر پرند را که حدود ۲۵ هکتار است، به ارای اعتبارائی که هزینه کرده و مخارجی که پیش رو دارد، به عنوان معوض بردارد؛ اما باید کلیری آن تعیین تکلیف شود. مسئولان امر نیز از این پیشنهاد استقبال کرده و اعلام کردند که با پول می دهند و یا نسبت به تهاتر زمین اقدام می‌کنند اما این فرآیند با کندی پیش رفت.

وی ادامه می‌دهد: نهایتاً پس از اعلام زمان‌های مختلف برای تحویل زمین، چند روز قبل صورتجلسه واگذاری بخشی از اراضی شهر جدید پرند به پیمانکاران برای تکمیل مراحل ساخت و تجهیز ایستگاه متروی پرند به امضاء رسید تا روند تامین منابع مالی برای پیشبرد کارهای باقی مانده این پروژه مهم عمرانی وارد مرحله جدیدی شود؛ البته زمین ۲۵ هکتاری به قطعات کوچکتری تقسیم شده تا به فروش برسد و در یک مسیر کاملاً قانونی و شفاف، در حال انجام امورات هستیم.

درستی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه آیا افتتاح این خط متروبه ۲۲ بهمن سال جاری می رسد، می‌گوید: براساس برنامه ریزی‌ها با توجه به تزریق اعتبارات مربوطه و علیرغم تأخیرات به وجود آمده، سعی خواهیم کرد فاز اول خط متروی پرند بعنی یک خط آن را تا ۲۲ بهمن ماه سال جاری با اوایل اسفندماه به بهره برداری برسانیم. افتتاح دو ایستگاه میان راهی و ریل دوم نیز قاعدتا به سال‌های بعد موکول می شود که براساس اولویت برای آنها برنامه ریزی شده است.

معاون میراث فرهنگی کشور:

ما مسئولیت بافت تاریخی را داریم، نه بافت فرسوده!

قائم‌مقام وزیر میراث‌خرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با تاکید بر این‌که این وزارتخانه متولی بافت تاریخی است و نه فرسوده، گفت: ما با کمیسیون‌های شهرسازی و معماری شوراهای اسلامی شهرها، همسایه دیوار به دیواریم و در دولت مردمی آیت‌الله رئیسی باید دنبال برطرف کردن مسائل و مشکلات مردم باشیم.

به گزارش پیام آشنا به نقل از روابط عمومی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، علی دارابی در دومین اجلاس مجمع رؤسای کمیسیون‌های شهرسازی و معماری شوراهای اسلامی کلانشهرها و مراکز استان‌ها، گفت: برخی گمان می‌کنند میراث‌فرهنگی مانع توسعه و پیشرفت و سازندگی است، در حالی‌که این‌گونه نیست. در ۱۶۸ شهر بافت تاریخی معرفی و مشخص شده و ما بر رعایت حفظ حریم این شهرهای تاریخی تاکید داریم.

او با بیان این‌که میراث‌فرهنگی درحالی که وظیفه صیانت از حریم تاریخی را دارد، دنبال توسعه است، گفت: درخواست من از شما این است که در استان‌ها تفاهم‌نامه‌هایی را امضا کنید ما با شما همسایه دیوار به دیوار هستیم و باید با هم به مردم خدمت کنیم و از مشکلات مردم گره‌گشایی کنیم.

معاون میراث فرهنگی اضافه کرد: یکی از مشکلاتی که در استان‌ها وجود دارد، این است که بین بافت تاریخی و بافت فرسوده برداشت متضاد شکل می‌گیرد. ما مسؤولیت بافت تاریخی را به عهده داریم، نه بافت فرسوده. این دو موضوع باید از هم تفکیک شود.

دارابی ادامه داد: یکی دیگر از مسائل نیز این است که زیرمجموعه‌های ما باید آموزش ببینند. اکنون در دولت مردمی آیت‌الله رئیسی یک فرصت مناسب برای خدمت به مردم به‌وجود آمده است و در همین حال مجلس و سایر دستگاه‌ها نیز برای خدمت‌گذاری به مردم آماده‌اند.

او گفت: امیدواریم در دولت مردمی آیت‌الله رئیسی و در دوران وزارت مهندس ضرغامی، بهترین همکاری را شاهد باشیم. پیشنهاد من این است که دبیرخانه‌ای در این زمینه تشکیل شود و همه ساله از شهردارانی که در حوزه میراث‌فرهنگی فعالیت خوبی دارند، تجلیل شود و این شهرداران به الگوهایی برای سایر شهرها تبدیل شوند که به عین توسعه شهر و توجه به میلمان شهری که به صیانت از بافت تاریخی و حریم آثار تاریخی شهر توجه دارند.

غلام‌عباس ترکی - معاون حقوق عامه و پیشگیری از وقوع جرم دادستانی کل کشور - نیز در این نشست گفت: همکاری دستگاه‌های مختلف برای صیانت و حفظ آثار و بناهای تاریخی بسیار مهم است و در این باره باید بتوانیم همکاری بین دستگاه‌ها را بیش از پیش تقویت کنیم. به‌عنوان مثال درباره بناها و اماکنی مثل بازار تهران باید به ساز و کار مشخصی بین شهرداری، اصناف و میراث‌فرهنگی برسیم. ما نیز آماده همکاری هستیم

او افزود: با توجه به شرایطی که در بازار تهران وجود دارد، خدای نکرده اگر اتفاقی بیفتد خسارت زیادی وارد خواهد شد. در این‌باره نیازمند همکاری و تدوین سازوکار هستیم.

ترکی اضافه کرد: ما به منظور تعیین تکلیف این موضوعات درخواست همکاری داریم و آماده همکاری در تمام موضوعات با وزارت میراث‌فرهنگی و شهرداری هستیم.

گزارش شهری

تاثیر بیابان‌زدایی بر جلوگیری از مهاجرت روستاییان

مشاور رئیس سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور با اشاره به ضرورت حفاظت از مزارع گفت: بی‌توجهی به این موضوع علاوه بر هجوم ریزگرد و وقوع توفان‌های گرد و غبار، موجب نامناسب شدن شرایط اقلیمی برای زندگی می‌شود و مهاجرت روستاییان را در پی دارد

به گزارش پیام آشنا، مجتبی اخوان به مزایای بیابان‌زدایی مانند جلوگیری از هجوم آفات به باغات و خیزش گرد و خاک اشاره کرد و توضیح داد: رویکرد اصلی سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور حفاظت و احیا است و دفتر امور بیابان این سازمان سال‌هاست پروژه‌هایی را مانند پروژه‌های نهال‌کاری با مدیریت ورن‌آب تعریف و برنامه‌هایی را در این خصوص اجرامی کند.

وی به یکی از پروژه‌های شاخص دفتر امور بیابان در تمام استان‌های بیابانی کشور اشاره کرد و گفت: در زمینه باغ‌ها، اقدام به احداث باغ‌شکن‌های زنده اطراف مزارع می‌کنیم بدین ترتیب که نهال‌هایی را رایگان در اختیار کشاورزان مناطقی مانند جنوب کرمان، جنوب یزد، سیستان‌وبلوچستان و... قرار می‌دهیم تا اطراف مزارع خود را با کاشت این نهال‌ها پوشش دهند.

این کارشناس دفتر امور بیابان سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری افزود: اگر مزارع کشاورزان در این مناطق حفاظت نشود، با هجوم ریزگردها و طوفان گرد و غبار، کشاورزی امکان پذیر نخواهد بود.

اخوان به عملکرد سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور برای بیابان‌زدایی اشاره کرد و گفت: این سازمان در مناطق بیابانی و تپه‌های ماسه‌ای با اجرای پروژه‌های مختلف مانند نهال کاری، مالچ پاشی و ... در جهت ایجاد شرایطی مناسب

برای زندگی روستاییان و جلوگیری از مهاجرت آنان از این مناطق تلاش می‌کند.

این کارشناس دفتر امور بیابان سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری در ادامه تاکید کرد: هدف ما بیابان‌زدایی است اما باید به سرعت بیابان‌زایی و افزایش بیابان‌ها نیز توجه کنیم.

اخوان به اعتبارات سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور اشاره کرد و گفت: این سازمان به اعتبارات بسیار بیشتری نیاز دارد. نیروی فنی و نیروی کار این سازمان درمقابله با سرعت بیابان‌زایی بسیار کم است.

وی ضمن اشاره به مناطقی که در طول شب تا صبح در خانه‌ها به علت هجوم تپه‌های ماسه باز نمی‌شوند، تاکید کرد شرایط بد برای زندگی هوطنان در این مناطق مهیا شود.

زمین‌های کشاورزی و دامداری آنها حفظ شود و مهاجرت معکوس صورت بگیرد. البته مهاجرت معکوس صرفا بحث آموزش و درآمد نیست بلکه ابتدا نیازهای اولیه مردم منطقه مانند مهوا و آب دارای اهمیت است.

مشاورئیس سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور به موفقیت کشور در زمینه مهاجرت معکوس اشاره کرد و گفت: بر اساس اعتبارات موجود در اختیار سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور موفق بوده‌ایم؛ اما با سرعت بسیار بالا بیابان‌زایی، خشک شدن تالاب‌ها و افزایش کانون ریزگردها نیاز به اعتبارات بیشتری برای عملکرد بهتر داریم.

وی به تفاهم و رایزنی‌ها با کشورهای عراق و سوریه در دولت سیزدهم برای بیابان‌زدایی اشاره کرد و گفت: امیدواریم با همکاری مشترک تبعات پیش آمده را جبران کنیم.

اخوان سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور را جزو "مظلوم ترین" سازمان‌ها خواند و گفت: با حداقل امکانات در بخش بیابان، آبخیزداری و مراتع کشور، تمام توان خود را برای حل بخشی از مشکلات مردم به کار گرفته است.

مشاور رئیس سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور باتوجه به بحران توفان گردوغبار در کشور گفت: وقتی توفان گردوغبار در پایتخت، زندگی مردم را به این شکل مختل می‌کند، مناطقی در کشور مانند جنوب کرمان، سیستان‌وبلوچستان و ...را دارم که مردم نیمی از عمر خود را در این شرایط سخت با مشکلات تنفسی می گذرانند و زندگی برایشان "فاجعه" است.

وی در این راستا به حادثه خارج شدن قطار مشهد به یزد از ریل نیز اشاره کرد و گفت: بحث توفان‌های گردوغبار در این حادثه به طور مستقیم مطرح نبود؛ اما ببل مکانیکی روی ریل با هدف جمع‌آوری ماسه های روی ریل قطار آنجا قرار گرفته بود.

این کارشناس دفتر امور بیابان از دولتمردان و سایر تصمیم گیرندگان در کشور، هماهنگی و همکاری چند جانبه داخلی و با نگاه به کشورهای خارجی را خواستار شد و گفت: از دولتمردان و سیاستمداران خواهش می کنم فکر خاصی کنند چراکه مدیریت گرد و غبار نیازمند یک برنامه‌ریزی مداوم و طولانی مدت در خارج و با همکاری با کشورهای دیگر است.

اخوان در پایان تاکید کرد: تنها نمی‌توان به جنگ با بحران گردوغبار رفت و جلوی بیابان‌زایی را گرفت بلکه نیازمند همکاری و هماهنگی دستگاه‌های مختلف مانند وزارت امور خارجه، سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور، سازمان حفاظت محیط زیست و وزارت نیرو هستیم.

دیدگاه

معمار همچون قابله‌ای است که به جامعه کمک می کند خودش را متولد کند

بیارکه اینگلس

این نوع از فعالیت نخبه‌گرایانه «طراحی شده توسط معمارانِ برای معماران» حاصل درست نفهمیدن معماری است. معماری اساساً نوعی از تلاش جمعی مدلوم با این هدف است که شهرها و بناهایمان را طوری بسازیم که با شیوه مطلوبمان برای زندگی تناسب و همخوانی داشته باشد. و این در اصل همان کاری است که ما در دفترمان انجام می دهیم.

هر زمان که از ما می‌خواهند برای یک پروژه طراحی کنیم، ما تلاش می کنیم که آنچه رخ می‌دهد را ببینیم و بشنویم؛ این که چگونه زندگی شکل گرفته است و ما چطور می‌توانیم چارچوبی ایجاد کنیم که آن زندگی را بپذیرد و اجازه دهد تا حیات انسانی به منتها درجه گسترش خود برسد. به این معنا، ما نقش تسهیل کنندگان را داریم. من این اندیشه را دوست دارم که معمار همچون قابله‌ای است که به جامعه کمک می‌کند پیوسته خودش را متولد کند.

(در گفتگوی منتشر شده در وبسایت **designboom**، سال ۲۰۱۲)

منبع: گفتار

خبر

یک شهروند ژاپنی از بلژیک، شهردار یکی از نواحی توکیو شد

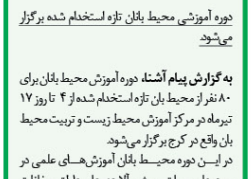
یک زن ۴۷ ساله ژاپنی که سال‌ها از عمر خود را ساکن بلژیک بوده است به عنوان شهردار یکی از نواحی توکیو انتخاب شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، "ساتاکو کیشیموتو" به همراه همسر و دو فرزند خود سال‌هاست که ساکن شهر "گون" بلژیک هستند. وی در دوران همه‌گیری کرونا و فراهم شدن امکان حضور مجازی در جلسات گوناگون در اکثر نشست‌های توکیو مشارکت کرده و به فردی شناخته شده در این شهر تبدیل شد.

علاقه کیشیموتو به سیاست ژاپن بسیار زیاد بود؛ به طوری که وی همیشه در این جلسات محلی شرکت می‌کرده است و همین امر باعث شد که وی با اختلاف اندک ۲۰۰ رای بتواند به سمت شهرداری یکی از نواحی در توکیو دست یابد.

کیشیموتو ۲۵ سال ابتدایی زندگی خود را در ژاپن گذرانده بود و سپس به هلند و از آن‌جا به بلژیک مهاجرت کرد.

به گزارش آسوشیتدپرس، ویژگی کیشیموتو این بود که ارتباط خود با مسائل جاری ژاپن را به‌روز نگه داشته بود. هرچند در ابتدا اصلا فکر نمی‌کرد که بتواند برنده این رقابت شود.



برگزاری دوره آموزشی محیط بانان از هفته آینده

دوره آموزشی محیط بانان تازه استخدام شده برگزار می‌شود

به گزارش پیام آشنا، دوره آموزش محیط بانان برای ۸۰ نفر از محیط بان تازه استخدام شده از ۴ تا روز ۱۷ تیرماه در مرکز آموزش محیط زیست و تربیت محیط بان واقع در کرج برگزار می‌شود.

در این دوره محیط بانان آموزش‌های علمی در حوزه‌های حیات وحش، الاینده‌ها، مناطق حفاظت شده، آموزش های عملی، به کارگیری اسلحه، مقابله با آتش و دفاع شخصی را خواهند گذراند.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی سازمان حفاظت محیط زیست مرکز آموزش محیط زیست و تربیت محیط بان که به مدت دو سال تعطیل شده بود، با مطالبه عمومی فارغ التحصیلان، کارکنان و فعالان محیط زیستی اسفند ماه سال گذشته با همت معاونت آموزش و مشارکت‌های مردمی دوباره راه‌اندازی شد.