

یادداشت

از هوای پاک چه خبر؟



سعیداعتمادی*

هرساله در ۲۸ دی‌ماه به‌عنوان روز هوای پاک، همایش‌ها و سخنرانی‌هایی برگزار و تبلیغات گسترده‌ای در منظر شهر و فضای رسانه‌ای پدیدار می‌شود. البته در سال‌های گذشته، مانند بسیاری از مناسبت‌ها، از روز به هفته هوای پاک گسترش یافته است. برگزاری چنین مراسم و تبلیغاتی عموماً هم‌زمان است با بروز پدیده وارونگی هوا، ناشی از سرما که علاوه بر عوامل مستمر آلایندگی‌ها این پدیده نیز مزید بر علت شده، بر شدت و غلظت بختک سیاه خیمه‌زده بر شهرهای ایران می‌افزاید. طبیعتاً برای برگزاری سمینارها و طراحی و تولید پوسترها و بیلبرودها از هم‌اکنون برنامه‌ریزی‌های معمول آغاز شده است که متضمن هزینه‌های در‌خور توجهی است. دولت با شعار مستمر کاهش هزینه‌ها و فقدان بودجه و نظر به اثبات بی‌اثری چنین مراسمی در کاهش آلودگی هوا طی سال‌های گذشته، می‌تواند منابع تخصیص‌یافته برای برگزاری روز و هفته هوای پاک را در ناپاک‌ترین ایام سال به موارد ذیل اختصاص دهد که تأثیری هرچند محدود در جلوگیری از روند رو به گسترش خفقان‌آور هوا داشته باشد. ۱. براساس ماده ۲۸ قانون هوای پاک (مصوب ۱۳۹۶) سازمان صداوسیما مکلف شده است برنامه تولیدشده توسط سازمان حفاظت محیط زیست درخصوص فرهنگ‌سازی و آموزش و اطلاع‌رسانی برای هوای پاک و لزوم مبارزه با آلودگی هوا را با دریافت ۵۰ درصد بهای اطلاع‌رسانی و پخش در این رسانه عرضه دارد و برای جبران هزینه‌های صداوسیما در انجام این تکلیف قانونی در بودجه‌های سالانه منابعی پیش‌بینی شود. اما در برنامه هفتم پیشرفت که در دولت سیزدهم طراحی و تدوین و در مجلس کنونی مصوب شده، نه کلامی از آلودگی هوا و لزوم مبارزه با آن درج شده و نه ریالی منابع مالی به این منظور ملحوظ شده است. به طریق اولی، در قوانین بودجه منبعث از این برنامه نیز منابعی قابل طرح و تصویب نیست. به این ترتیب، تکلیفی به صداوسیما، به تعبیری به‌عنوان دانشگاه عمومی و موتور تحول جامعه، با بودجه ۳۵ هزار میلیارد تومانی بار نیست و به این دلیل می‌تواند همچنان نسبت به فرهنگ‌سازی در زمینه آلودگی هوا که مرگ بالغ بر ۵۰ هزار نفر مستسب به آن است، بی‌تفاوت بوده و به خبررسانی از میزان آلودگی شهرها و هشدارباش در رعایت موارد بهداشتی بسنده کند و در عوض در ارتقای مؤثر و کارآمد هرچه بیشتر سطح فرهنگی و دینی جامعه با ساخت سریال‌های پرمخاطب و جذاب ادواری و تخصیص بالغ بر هشت هزار میلیارد تومان برای ساخت سریال‌های فاخر سلمان فارسی و عسای موسی بپردازد، شاید که معجزه این عصا آلودگی خفقان‌آور شهرها را هم محو کند. با لغو مراسم گرامیداشت روز و هفته هوای پاک، در ناپاک‌ترین ایام سال، با هزینه‌های صرفه‌جویی‌شده می‌توان برنامه مؤثر و جذابی درخصوص تأثیرات مرگ‌آور آلودگی هوا و عوامل تولیدکننده تهیه و با پرداخت حق پخش آنها به صداوسیما، امکان عرضه عمومی آنها فراهم شود.

تشریح عوامل اصلی تولید این آلودگی‌ها از جمله و مهم‌ترین آنها ۱۰ میلیون موتورسیکلت فرسوده که ۱۰ برابر هر اتومبیل ذرات معلق تولید می‌کنند، می‌تواند سوژه این برنامه قرار گیرد که گامی هرچند اندک در نوسازی این کوچک آلاینده‌سازهای بزرگ صورت پذیرد.

۲. براساس اساسنامه شرکت کنترل کیفیت هوای شهر تهران، وابسته به شهرداری، این شرکت مکلف است طرح‌های مؤثر جهت آموزش عمومی و بالابردن سطح فرهنگ درخصوص مقابله با آلودگی هوا را تهیه و ارائه کند. همچنین طی دوره‌های مشخص، سیاهه آلایندگی هوای شهرها را منتشر کند تا دقیقاً مشخص شود سهم آلاینده‌های مختلف، ازجمله موتورسیکلت‌های فرسوده و بسیار آلاینده، به چه میزان است. این سیاهه از جانب شرکت کنترل کیفیت هوای تهران از سال ۹۸ منتشر نشده است، اما سهم موتورسیکلت‌های فرسوده براساس برآوردهای سال ۱۳۹۶ به میزان ۲۱ درصد بوده که با توجه به افزایش شش سال بر سن فرسودگی موتورسیکلت‌های بزنینی کاربرآوری، سهم موتورسیکلت‌های فرسوده به‌شدت افزایش یافته است. براساس آیین‌نامه اجرایی ماده ۸ قانون هوای پاک، سن فرسودگی موتورهای بزنینی کاربرآوری که ۸۰ درصد موتورهای در حال تردد را شامل می‌شوند، شش سال تعیین شده و اکنون چند برابر سن فرسودگی فرسوده‌تر شده‌اند. قطعاً سهم آنها در سیاه‌کردن فضای شهرها به‌طور در‌خور توجهی افزایش یافته است. منابع حاصل از هزینه‌های صرفه‌جویی ناشی از لغو مراسم روز و هفته هوای پاک می‌تواند به کمک به شهرداری اختصاص یابد تا چنانچه این مجموعه که با ایفای نقش فراگیر در زمینه فرزندآوری و تجلیل از آرش کمانگیر و شاپور اول و برگزاری مراسم گسترده مذهبی و سیاسی، علاوه بر وظایف قانونی بر دوش نهاده، با کمبود منابع مواجه شده است، به اتکال این مبالغ این لاکلیف قانونی خود را در اعلام سیاهه آلودگی هوا ایفا کند تا میزان دقیق آلایندگی ناشی از تردد دو میلیون موتورسیکلت فرسوده و بسیار آلاینده در تهران معین شود.

۳. براساس ماده ۱۳ آیین‌نامه اجرایی قانون هوای پاک، از سال ۱۳۹۹ تعدید پروانه برای شرکت‌های پیک‌موتوری و صدور پروانه برای این شرکت‌های جدید منوط به برقی‌کردن ناوگان موتوری تحت مدیریت آنها بوده است. پیک‌های موتوری که بیشترین تردد شهری را دارند و در نتیجه بیشترین آلایندگی ناشی از ناوگان فرسوده تحت مدیریت شرکت‌های پیک‌موتوری است، در چندگانگی دستگاه‌های متولی صدور و تمدید مجوزها بدون تقید به این تکلیف قانون ازآزادانه به فعالیت سودآور خود مشغول هستند. هزینه صرفه‌جویی‌شده از لغو مراسم بزرگداشت روز و هفته هوای پاک می‌تواند صرف مطالعه و تهیه طرحی برای اصلاح آیین‌نامه‌ها، تعیین متولی نهایی جهت اعمال تکلیف قانونی برقی‌کردن ناوگان تحت مدیریت شرکت‌های مذکور و مسدودکردن راه‌های گریز از ایفای این تکلیف حیاتی شود؛ به شرطی که هم‌زمان با اصلاح آیین‌نامه‌های مربوطه، اراده و عزم کافی در مواجهه با مقاومت پشتیبانان سیاسی آنها، با وقای یا حکمرانی، فراهم آید. ۴. هرساله هزاران موتورسیکلت در اثر اعمال قانون در توقفگاه‌های مربوطه انبار می‌شوند که صاحبان بسیاری از آنان به علت بدهی سنگین جرایم متعلقه، از مالکیت آنها اعراض کرده و توسط نهادهای ذی‌ربط حراج می‌شوند تا طبق قانون بخشی از هزینه‌های سازمان زندان‌ها از این محل تأمین شود. این موتورسیکلت‌ها که اکثراً فرسوده و مولد آلایندگی شدید هستند، با حراج مجدداً به چرخه تردد سیاست‌سازی هوای شهرها می‌پیوندند؛ درحالی‌که براساس قانون هوای پاک به علت گذشتن چندین برابر از عمر فرسودگی می‌بایستی اسقاط و به کوره ذوب سپرده شوند. منابع صرفه‌جویی‌شده از لغو مراسم گرامیداشت روز و هفته هوای پاک می‌تواند به جبران منابع حاصل از حراج آنها به تأمین هزینه زندان‌ها تخصیص یابد و این موتورسیکلت‌های بسیار فرسوده اسقاط و به کوره ذوب سپرده شوند.

✦ کارشناس ارشد حقوق محیط زیست



مالیات ربات‌ها

بازنگری در منطق مالیات‌ستانی در عصر هوش مصنوعی



کمیل احمدی لیوانی

پژوهشگر

در بخش‌هایی همچون آموزش مهارت‌های جدید، حمایت از کارگرانی که شغلشان در معرض تهدید قرار گرفته، تقویت صندوق‌های بازنشستگی یا سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناوری صرف شود. استدلال دیگر موافقان، به رشد روزافزون سهم سود در اقتصاد جهانی بازمی‌گردد. بخش بزرگ‌تری از ثروت تولیدشده در سال‌های اخیر نه به نیروی کار بلکه به سرمایه رسیده است؛ در نتیجه، نظام مالیاتی باید از واکسنگی صرف به کار خارج شود و با ساختار جدید تولید هم‌راستا شود. مالیات ربات‌ها یکی از طرح‌هایی است که برای پر کردن این خلا مطرح می‌شود.

نقدهای مخالفان: کندشدن نوآوری و دشواری‌های اجرایی

در سمت مقابل، گروهی از اقتصاددانان و فعالان صنعت معتقدند هرگونه مالیات جدید بر فناوری، در بلندمدت به ضرر اقتصاد تمام می‌شود. به باور آنان، اتوماسیون عاملی کلیدی برای رشد بهره‌وری است و کاهش سرعت آن به معنای تضعیف رقابت‌پذیری جهانی خواهد بود. کشورهایی که زودتر و گسترده‌تر از فناوری استفاده می‌کنند، معمولاً رشد اقتصادی و سطح رفاه بالاتری را تجربه می‌کنند. موضوع دیگر موردتوجه منتقدان، دشواری تعریف ربات است. در اقتصاد دیجیتال امروز، اتوماسیون تنها به یک بازوی مکانیکی محدود نیست؛ به‌عبارت‌دیگر، مرزبینی بین «ابزار»، «ماشین» و «ربات جایگزین نیروی کار» به طور طبیعی مبهم است. این ابهام می‌تواند اجرای سیاست را دشوار، اختلاف‌برانگیز و حتی ناممکن کند. به‌عنوان‌مثال می‌توان به سوالاتی ازاین‌دست اشاره کرد: آیا در تعریف صورت‌گرفته، یک نرم‌افزار حسابداری که وظایف دهه‌ها نیروی اداری را انجام می‌دهد ربات محسوب می‌شود؟ آیا هوش مصنوعی که گزارش مالی تهیه می‌کند باید مشمول مالیات باشد؟ یا خودروهای خودران به‌عنوان ربات در نظر گرفته می‌شوند؟ مخالفان همچنین هشدار می‌دهند که وضع مالیات ربات‌ها ممکن است موجب مهاجرت سرمایه شود و شرکت‌ها تولید را به کشورهای منتقل کنند که چنین مالیاتی ندارند و در نتیجه نه‌تنها اشتغال داخلی، بلکه کل زنجیره ارزش صنعتی آسیب می‌بیند.

تجربه کشورها: آزمون‌های محدود، بدون اجماع جهانی

اگرچه هنوز هیچ کشور بزرگی مالیات مستقیم بر ربات‌ها وضع نکرده، اما نمونه‌هایی وجود دارد که در عمل شبیه این سیاست‌اند. کره جنوبی در سال ۲۰۱۷ بخشی از معافیت مالیاتی سرمایه‌گذاری در اتوماسیون را حذف کرد؛ اقدامی که به‌نوعی

«مالیات غیرمستقیم بر ربات» تلقی می‌شود. هدف این سیاست، جلوگیری از سرعت بیش از حد اتوماسیون و حفظ تعادل میان اشتغال و بهره‌وری بود. در اتحادیه اروپا نیز بحث‌های مشابهی مطرح شد، اما پارلمان اروپا در نهایت پیشنهاد مالیات ربات‌ها را رد کرد. مخالفان اروپایی معتقد بودند که هرگونه مانع برای اتوماسیون، قدرت رقابتی اروپا را در برابر آمریکا و شرق آسیا کاهش می‌دهد. در ایالات متحده نیز با وجود طرح‌های متعدد، هنوز چارچوب عملی مشخصی وجود ندارد؛ هرچند مباحث مربوط به مالیات بر اتوماسیون در سطح ایالت‌ها در حال گسترش است. این تجربه‌ها یک پیام روشن دارند: کشورها از پیامدهای اجتماعی اتوماسیون نگران هستند، اما هنوز درباره ابزار مناسب برای مدیریت آن به اجماع نرسیده‌اند.

راه‌حل‌های جایگزین: مالیات بر پیامد به‌جای مالیات بر ربات

بیشتر اقتصاددانان معتقدند بهترین مسیر، هدف‌گیری مستقیم «ربات» نیست، بلکه باید پیامدهای اقتصادی اتوماسیون را مدیریت کرد. چند رویکرد کلیدی در این زمینه مطرح است که نسبت به مالیات مستقیم بر ربات‌ها ابهام کمتر و قابلیت اجرای بیشتری دارند. در این میان می‌توان به مالیات بر بهره‌وری افزوده اشاره کرد که در آن به‌جای شناسایی ربات، بخشی از سود حاصل از رشد بهره‌وری شرکت‌ها که از محل اتوماسیون ناشی شده باشد، مشمول مالیات می‌شود. اصلاح مالیات بر سود شرکت‌ها راه‌حل پیشنهادی دیگری است که در آن، شرکت‌هایی که خط تولید خود را تمام‌خودکار کرده‌اند، سهم بیشتری از مالیات پرداخت می‌کنند. سازوکارهای تشویقی برای حفظ و بازآموزی نیروی کار دسته دیگری از راه‌حل‌های این حوزه است. در این روش به‌جای تنبیه فناوری، شرکت‌هایی که برنامه‌های ارتقای مهارت برای کارکنان ارائه می‌کنند مشوق مالیاتی دریافت خواهند کرد. در نهایت، صندوق‌های همگانی فناوری نیز به‌عنوان یکی از گزینه‌های جایگزین مطرح است که در آن مشابه سازوکارهای توزیع سود منابع طبیعی، بخشی از سود فناوری در صندوقی ذخیره و میان شهروندان توزیع می‌شود.

جمع‌بندی: اقتصاد جدید به مالیات‌ستانی جدید نیاز دارد
موج اتوماسیون ساختار اقتصاد جهانی را به طور بنیادین تغییر می‌دهد. افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و رشد رقابت‌پذیری از یک سو، و نگرانی از افزایش نابرابری و کاهش پایه مالیاتی از سوی دیگر، دولت‌ها را وادار کرده درباره رابطه میان فناوری و مالیات دوباره بیندیشند. «مالیات ربات‌ها» لزوماً بهترین یا حتی عملی‌ترین پاسخ نیست، اما نشانه‌ای از ضرورت بازطراحی نظام مالیاتی در عصر هوش مصنوعی است. توجه به این بحث – حتی برای کشورهایی که هنوز با اتوماسیون وسیع روبه‌رو نشده‌اند – اهمیت استراتژیک دارد. آینده مالیات‌ستانی، چه در قالب مالیات ربات و چه در قالب مدل‌های منعطف‌تر، ناگزیر باید با ساختار جدید تولید هماهنگ شود؛ ساختاری که در آن سرمایه و الگوریتم نقش پررنگ‌تری نسبت به نیروی کار سنتی خواهند داشت.

ایرانِ جان؛ پیکره‌ای واحد در شبکه جهانی دیپلماسی شهری

اصفهان و شیراز؛ قلب تپنده فرهنگ، هنر و زیبایی مشهد و قم؛ محور معنویت و پیوند با جهان اسلام تبریز، زنجان و اردبیل؛ حلقه‌های پیونددهنده با راه ابریشم و قفقاز

رشت، ساری و گرگان؛ ریه‌های سبز و اکولوژیک کشور کرمانشاه، ایلام و کردستان؛ ستون‌های استواری و حافظان تنوع فرهنگی بندرعباس، بوشهر و خوزستان؛ نفس ساحلی ایران و دروازه تعاملات بین‌المللی چابهار و سیستان‌وبلوچستان؛ گام‌های بلند ایران به سوی اقیانوس هند و آسیا بیرجند و زاهدان؛ حلقه‌های پیوند با آسیای مرکزی و راه ابریشم تاریخی. این تصویر اندام‌واره‌ای نشان می‌دهد که هیچ شهری جدا از دیگری نیست و همه شهرها می‌توانند در توسعه ملی و تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران نقش آفرینی کنند. دیپلماسی شهری، در این معنا، نه تنها مکمل سیاست خارجی رسمی است بلکه ابزاری برای تمرکززدایی هوشمند و بهره‌گیری از ظرفیت‌های محلی محسوب می‌شود. پارک مریم مقدس و چهارراه ادیان، همراه با شبکه‌های جهانی، فرصت بی‌نظیری برای معرفی ایران تمدنی، ایرانیان تبار، فرهنگ، هنر، علم و تمدن ایرانی به جهان فراهم می‌کنند. برگزاری جشنواره‌های بین‌ادیانی، نمایشگاه‌های فرهنگی و رویدادهای گردشگری، می‌تواند به شهروندان، دیپلمات‌ها و گردشگران خارجی نشان دهد که ایران جامعه‌ای چندصدایی، چندفرهنگی و صلح‌طلب است. در کنار این ظرفیت‌ها، شهرها باید به نیازهای زیست‌محیطی، فرهنگی، علمی و سلامت عمومی توجه ویژه داشته باشند. بهره‌گیری از شبکه‌های فراملی و همکاری با شهرهای همکار در حوزه‌های آب، محیط زیست، سلامت شهری، فناوری‌های نوین و آموزش، این امکان را فراهم می‌آورد که شهرهای ایران به نمونه‌های موفق در منطقه تبدیل شوند. پروژه‌های مشترک علمی و فرهنگی، مانند تبادل دانش و فناوری، همکاری‌های گردشگری و اجرای برنامه‌های آموزشی و محیط‌زیستی، می‌توانند به ارتقای کیفیت زندگی در شهرهای ایران کمک کنند و در عین حال تصویر ایران را در سطح جهانی تقویت کنند. برای تأثیرگذاری هر چه بیشتر، ادبیات ایران بهترین ابزار است. از سعدی تا حافظ، از فردوسی تا مولانا، این میراث کهن پیام صلح، مهر و خرد را جهانی کرده است. دیپلماسی شهری زمانی موفق است که از این زبان بهره گیرد؛

چو ایران نباشد تن من مباد / در این بوم‌پر زنده یک تن مباد.

پارک مریم مقدس و چهارراه ادیان، در پیوند با شبکه‌های جهانی و ادبیات ایرانی، می‌توانند قلب تازهای برای دیپلماسی شهری سازند؛ قلبی که نامش ایران جان است. پیکره‌ای هماهنگ، فرهنگی و آماده گفت‌وگو با جهان. این رویکرد نشان می‌دهد که شهرها می‌توانند فراتر از مرزهای جغرافیایی، پیام فرهنگ، تمدن و همکاری ایران را به جهانیان منتقل کنند.

یادداشت

سیاه، سپید، خاکستری!

چالش انتخاب رنگ‌ها در صنایع خودروسازی ایران

عباس رنجبرکلهرودی

در هر نقطه از کشور عزیزمان، ایران، چه بر قلعه کوه‌های برافراشته و چه در قعر دریاهای فروهشته و چه در دشت‌های گسترده، اگر به طبیعت نگاه کنیم، بی‌تردید جهان و طبیعت را رنگارنگ، زیبا و دل‌انگیز خواهیم یافت. این رنگارنگی زیبا در خلقت، به‌ویژه در آفرینش انواع درختان، گل‌ها و پرندگان و دیگر موجودات، یکی از شگفت‌ترین جلوه‌های خلقت را در عالم رقم زده است. طبیعت در فصل بهار با تمام زیبایی‌های آن، در قامت و کسوت رنگ‌های شاد، مسحورکننده و گوناگون جلوه می‌کند، به‌طوری‌که طپاوس با آن‌همه زیبایی، در مقابل بهار شرمنده می‌شود. در آیات ذکرشده نیز تلون الوان در انواع مخلوقات جهان برای تعقل و تدبیر در جهان به‌عنوان یکی از سنت‌های الهی ذکر شده است.

تناقض طبیعت با صنعت

حال کافی است اندکی ما طبیعت و زیبایی‌های گوناگون آن را به فراموشی بسپاریم و قدم در خیابان‌های شهرمان بگذاریم یا از بالای یک ساختمان بلند، مشرف به خیابان یا اتوبان یا جاده، نگاه کنیم، کاملاً با منظره‌های متفاوتی روبه‌رو می‌شویم. خیابان‌هایی می‌بینیم که از خودروهای سیاه، سپید و خاکستری انباشته شده‌اند و با طبیعت جهان اطراف ما و اندیشه‌ها و سنن فرهنگی ما هیچ‌گونه همخوانی ندارند.

روان‌شناسی رنگ در فضای شهری

تأثیر رنگ‌ها بر روان انسان امری بدیهی به نظر می‌رسد. با این توصیف اگر خودروهایی با طیف‌های رنگی متنوع مانند سبز، آبی، نارنجی یا حتی بنفش در خیابان‌ها روان شوند، شهر زندگانه‌تر، نظر نرمی‌رسید؟ همان‌گونه‌که مشاهده یک گل زیبا و رنگین توجه ما را جلب می‌کند، تنوع رنگ خودروها نیز می‌تواند ضمن تقویت بنیادهای زینباشانه، روح و روان آحاد جامعه را نوازش دهد. حذف تنوع رنگ، هزینه‌های فرهنگی پنهانی دارد. تکرار بیش از حد رنگ‌های خنثی در فضای شهری، به‌مرور نوعی خستگی بصری و بی‌روحی در ذهن جمعی ایجاد می‌کند. در مقابل، رنگ‌های زنده می‌توانند احساس نشاط، امید و یویایی را به جامعه تزریق کنند.

تجربیات جهانی

در بسیاری از کشورهای جهان، رنگ خودرو بخشی از هویت فردی و فرهنگی است. در ژاپن رنگ‌های روشن نشانه سرنزدگی‌اند؛ در خیابان‌های اروپا خودروهای سبز زیتونی و نارنجی متالیک می‌درخشند و در آمریکا هر سال رنگی تازه به‌عنوان «رنگ سال خودرو» معرفی می‌شود. اما در ایران، انگار رنگ‌ها پشت چراغ‌قرمز عادت و اقتصاد جا مانده‌اند و به رخسوت و کرختی دچار شده‌اند.

جنک با رنگ در صنعت خودروسازی

چرا این چرخه ناخواب در صنایع خودروسازی شکل گرفته است؟ به نظر می‌رسد دو عامل اصلی «تولیدکننده» و «مصرف‌کننده» در ایجاد این وضعیت نقش پررنگ‌تری دارند؛ دیدگاه خودروسازان؛ به نظر می‌رسد خودروسازان ایرانی برای ساده‌سازی تولید و کاهش هزینه‌ها تنوع رنگ را قربانی کرده‌اند. رنگ‌های سفید و سیاه و نقره‌ای علاوه بر اینکه در خط تولید فرایند ساده‌تری دارند، هزینه‌های کنترل کیفی را کاهش می‌دهند. همچنین در دیدگاه آنها، این رنگ‌ها ریسک فروش کمتری دارند و در آب‌وهوای گرم ایران نیز گرمای کمتری جذب می‌کنند.

دیدگاه خریداران؛ از سوی دیگر، خودرو در ایران همچنان یک کالای سرمایه‌ای تلقی می‌شود. خریداران غالباً از ترس افت قیمت در بازار دست‌دوم و برای اطمینان از فروش سریع‌تر، به رنگ‌های محافظه‌کارانه‌ای بنام می‌برند که همیشه مشتری دارند.

آیا زمان تغییر فرا نرسیده است؟

نتیجه تعامل این دو دیدگاه، خیابان‌هایی یکنواخت است که هیچ نشانی از جسارت و خلاقیت طبیعت در آنها دیده نمی‌شود. شاید زمان آن فرا رسیده باشد که این چرخه معیوب متوقف شود. خیابان‌ها و جاده‌های کشور نیازمند بازگشت رنگ‌های جدیدی هستند. رنگ تنها یک ویژگی بصری نیست؛ عاملی است که مستقیماً بر خلق‌و‌خو و رفتار شهروندی تأثیر می‌گذارد. با ورود خودروهایی با رنگ‌های طبیعی و شاد، می‌توان لیخند و نشاط را دوباره به سیمای شهرها هدیه داد.