

یادداشت

تبلیغات در سالی که گذشت

دکتر امید روستا - فعال حوزه تبلیغات

● سال ۹۵ با همه فراز و نشیب‌هایش به پایان رسید و صنعت تبلیغات هم روزهای شلوغ پایان سال را تجربه کرد. اگر نگاهی به روند تبلیغات در کل سال بیندازیم، این صنعت مجموعاً اتفاق خاصی را تجربه نکرد و همان روال سال‌های قبل را در پیش گرفته بود. در تبلیغات بالای خط ATL حجم تبلیغات در شبکه‌های غیررسمی و ماهواره‌ای به نسبت سال قبل افزایش داشت و برندهای نسبتاً نام‌آشناتری به آن ورود کردند و در صداوسیما هم تعرفه‌ها، مشرتیان و شرایط مجموعاً تفاوت چشمگیری نداشت اما کمی شرایط تسهیل شد؛ البته هزینه‌ها همچنان گران بود و برای بسیاری از کسب‌وکارها امکان ورود وجود نداشت. حجم تبلیغات شرکت‌های خارجی هم بسیار پرنرنگ‌تر از قبل بود. به‌هر حال تبدیل یک دلار به چند هزار تومان می‌تواند شرایطی یک‌طرفه برای رقابت شرکت‌های خارجی و تولیدکننده داخلی به وجود آورد که هیچ تناسبی با شعار حمایت از تولیدکننده داخلی ندارد و حتی ضرایب ناچیز افزایش هزینه‌های تبلیغات خارجی هم نمی‌تواند تأثیری بر این رقابت ناعادلانه داشته باشد. در تبلیغات محیطی همچنان مشکلات عدیده طراحی و در برخی موارد نگارشی و بدون داشت و تعداد کارهای غیرقابل‌قبول از سال‌های گذشته بیشتر به چشم می‌خورد. قیمت این رسانه‌ها نیز افزایش چشمگیری داشت و شرکت‌های رسانه‌دار تبلیغات عملاً سال بزریان و لغزانی را تجربه کردند. به‌نظر می‌رسد استراتژی برنده در حوزه رسانه‌های محیطی از طرف شرکت‌های تبلیغاتی در اختیار گرفتن پیچ‌های تبلیغاتی شهرداری‌ها با نیت پرداخت‌نکردن تعهدات است. امسال استفاده متناسب با بی‌ربط از ماکت‌های تبلیغاتی روی برج‌پوردها همچنان ادامه داشت و رقص نور و استفاده از ال‌ای‌دی هم به آن اضافه شد. این اواخر هم تب کمپین‌های دومرحله‌ای (باز - بسته) همه‌گیر شد و فضای ناخوشایندی را به وجود آورد. تبلیغات زیرزمین (مترو) هم که بیشتر مربوط به تهران است تغییر چندانی نداشت اما نسبتاً از تبلیغات روزیزمین بهتر دیده شد. تبلیغات روی بدنه اتوبوس‌های شهری هم با سکت‌های متوالی یک زمان بود و یک زمان نبود. در حوزه تبلیغات زیر خط BTL سال گذشته انکوشین‌های محیطی بسیار پرهزینه‌تر انجام شد و حضور پرنرنگ‌تری هم داشت. فلش موب‌ها، تبلیغات گوریلا و پرفورمنس‌های غافلگیرکننده هم به این بخش از تبلیغات اضافه شد که البته در حد مشق و تمرین‌های ناشیانه‌ای بود که امید به بهبود در آن احساس می‌شود و هرچه به انتهای سال نزدیک شدیم، کیفیت‌ها بالا‌تر و جذاب‌تر شد. البته تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان با توجه و بودجه بیشتری را به حوزه تبلیغات POS داخل فروشگاه‌ها و نقطه فروش و TRAD MARKETING اختصاص دادند که این خود نشان از هوشمندی بیشتر کارفرماهای تبلیغات نسبت به آژانس‌های تبلیغاتی در زمینه تبلیغات مؤثر و منجر به فروش دارد. اما شاید مهم‌ترین بخش رو به رشد در سال گذشته تبلیغات دیجیتال بود که با مناسبت بازی‌های اینستاگرامی و تلگرامی شروع و به محتواسازی‌های پرهزینه و بی‌کیفیت و بدون هدف ختم‌شد. در واقع شرکت‌های تبلیغاتی با همان چارچوب‌های تبلیغات تلویزیونی مبادرت به تولید محتوای ناچسب برای فضای مجازی کرد و عملاً به جز معدودی از آثار کلا ارزش ویروسی‌کردن بدون پرداخت را نداشتند. بودجه بالایی صرف تولید نشر محتوا در تلگرام و اینستاگرام شد و عملاً از عمده آن نتیجه‌ای حاصل نخواهد شد. فضای تلگرام عملاً تبدیل به فضای انتشار مطالب سطحی و بی‌ارزش و بدون منبع شد که در برخی موارد فضایی برای جنگ پشت پرده برندها ایجاد شد که در این میان برندهای داخلی آسیب بیشتری دیدند و در برخی موارد به نظر می‌رسید به‌صورت نظام‌یافته‌ای به آنها آسیب وارد می‌شود. در فضای اینستاگرام هم تب اینفلونسر مارکتینگ به شدت بالا گرفته و عملاً کلیه صاحبان صفحات اینستاگرام به نوعی اینفلونسر به حساب می‌آیند تقریباً هیچ گروهی‌ای در این فضا محض رضای صاحبش نمی‌شود لایک گیرد و همه مشغول بیزنس خودشان هستند. البته استفاده از کلمه اینفلونسر برای این گروه از کاربران عملاً صحیح نیست اما هنوز معادلی برای کسانی که عملاً کمتر کسی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند ولی در خصوص کالا و خدمات تبلیغ می‌کنند، وضع نشده است. بی‌برنامگی و نبود استراتژی در فضای دیجیتال به مراتب از فضای آفلاین بیشتر به چشم می‌آمد و ظاهراً فقط مسئله از قافله عقب‌نیفتادن بود. تبلیغات چاپی هم به نسبت مهرنگ ولی ثابت بود و مشتریان خودش را داشت. در حوزه رسانه‌های جدید همه چند ابزار جدید به بازار تبلیغات اضافه شد که تا حدودی دلگرم‌کننده است. در مجموع مهم‌ترین نقیصه در انواع تبلیغات امسال نبود استراتژی در کمپین‌هاست و حلقه مفقوده تبلیغات هم همچنان نبود دانش کافی در تبدیل استراتژی و دانش به خلاقیت است. نبود خلاقیت در تبلیغات بصری نیز به‌شدت محسوس بود و خرده‌آثار خلاق می‌که وجود داشت، عملاً تیم تولید خلاقیت را به معرض نمایش می‌گذاشت نه محصول و خدمت را. بخش گرافیکی کار «ماقبل تبلیغات» و همچنان ضعیف و عاری از جذابیت است. هزینه‌های تحقیقات بازار همچنان درصد ناچیزی از بودجه شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد و جای خالی ارزیابی کمپین‌های تبلیغاتی انجام‌شده نیز به‌شدت احساس می‌شود.

شرق، معصومه اصغری: شهردار تهران که هنوز در تعارف و تردید تبلیغ‌گونه آمدن یا نیامدن در انتخابات ۹۶ است، در روزهای ابتدایی بهار، از در انتقاد صریح درآمده و با انتقاداتی تند نسبت به رئیس‌جمهور این روند را شروع کرده است. او که گز روز پیش از ترغیب همگان برای تلاش در تغییر رئیس‌جمهور فعلی سخن گفته بود، در دومین انتقاد صریح خود نرخ بی‌کاری را غیرواقعی خواند و گفت: در حالی نرخ بی‌کاری ۱۲،۱۰ درصد اعلام می‌شود که بی‌کاری در قشر جوان تحصیل‌کرده بیش از ۳۸ درصد است. محمداقار قالیباف که روز گذشته در مراسم افتتاح پایانه شهید کلاهدوز از خط ۴ مترو تهران حضور داشت، با اشاره به نام‌گذاری سال جاری با عنوان «سال اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال» تأکید کرد: طبیعتاً همه افراد در سطوح مختلف از جمله مدیران و مردم باید دست به دست هم دهیم و با معضل بزرگ بی‌کاری در کشور و نبود شغل دست‌وپنجه نرم کنیم و در این میان باید با تدبیر و خلاقیت این مشکل بزرگ را حل‌وفصل کنیم. وی تأکید کرد: در حوزه مترو از چند سال گذشته این رویکرد مربوط به اقتصاد مقاومتی و نگاه مدیریت جهادی را در دستور کار قرار دادیم. همچنان‌که در دوره تحریم‌ها نیز با همه مشکلات و مسائل مالی، هرگز فعالیت‌های شهرداری در بخش‌های مختلف، خصوصاً مترو تعطیل نشد. در حوزه واگن‌سازی بسیاری از کارخانه‌ها در کشور تعطیل شده، این در حالی است که واگن‌سازی در شهرداری تهران به صورت دوشیفت کار می‌کند و امسال نیز قول گرفته‌ایم که فعالیت و دست‌ساز ی را به سه شیف افزایش دهیم تا کار به صورت ۲۴ ساعته انجام شود. قالیباف به یافته‌های کارشناسان شهرداری تهران به اشتغال‌زایی که در این سال‌ها مترو برای صنعت و جوانان داشته اشاره کرد و گفت: احداث هر ۲۰ کیلومتر مترو و ۱۶ هزار شغل مستقیم ایجاد می‌کند، به‌اضافه اینکه هر شغل مستقیم نیز ۱۰ شغل غیرمستقیم ایجاد می‌کند، در حقیقت با احداث صد کیلومتر مترو حدود ۸۰ هزار شغل مستقیم و ۸۰۰ هزار شغل غیرمستقیم ایجاد شده است. قالیباف که در سال‌های گذشته تاکنون بارها به طور رسمی و برنامه‌ای قول احداث سالانه ۱۵ کیلومتر مترو

را داده است، اما در هیچ‌یک از این سال‌ها این قول به نتیجه نرسیده، با اتکا به همین آمار اشتغال در مترو، به آمار اشتغال در کل کشور زقی زد و گفت: معضل بی‌کاری با روش‌هایی که تا الان دنبال شده قابل حل‌وفصل نیست. آمار روشن است و نشان می‌دهد با بسته‌های پیشنهادی و تصمیماتی که گرفته می‌شود، این کار به نتیجه نخواهد رسید، بلکه باید راه، نگرش و رویکرد نو براساس همان مبانی اقتصاد مقاومتی را مدنظر قرار دهیم. شهردار تهران که در سال‌های گذشته همواره خود را به‌عنوان رقیبی برای دولت دیده است، به صراحت عملکرد دولت برای اشتغال‌زایی را زیر سؤال برد و گفت: تقاضای شغل قش‌ر جوان ما حکما یک سونامی بزرگ در کشور است که اگر برای آن چاره‌اندیشی نکنیم، این سونامی دولت را با خودش خواهد برد. باید پاسخ‌گوی جوانان باشیم. در حالی نرخ بی‌کاری ۱۲،۱۰ درصد اعلام می‌شود که بی‌کاری در قشر جوان تحصیل‌کرده بیش از ۳۸ درصد است. او تأکید دارد رکودی در جامعه حاکم شده که

جامعه



شهردار تهران همچنان با بیاناتی صریح به رئیس‌جمهور حمله می‌کند

تخریب، تعارف، تبلیغ

بی‌سابقه است و به یاد نمی‌آوریم که رکودی به این مدت در کشور وجود داشته باشد و به همین دلیل خطاب به مردم توصیه می‌کند: «باید برای آن چاره‌اندیشی شود و تدابیر مقام معظم رهبری در اولویت جدی ما قرار گیرد». او روش‌های به‌کارگرفته‌شده برای اشتغال را کهنه، غیرعلمی و غیرعملی می‌نامد که باید به آنها پایان داد و می‌گوید: تا زمانی که مدیران فعال نشوند، تبیلی را کنار نگذارند و صرفه‌جویی نکنند، هرگز قادر نیستند برای جوانان کار تولید کنند. محمداقار قالیباف این روزها جمله «هیچ درخواستی برای نامزدی نداشت‌ه و ندارم، را بارها تکرار کرده است و همین جمله او را بسیاری از سیاسیون و رسانه‌ها به معنای عدم حضور او در رقابت‌های انتخابات پیش‌رو قلمداد کردند. بااین‌حال موضوع‌گیری‌ها و حملات تند و گاه‌وبگاه او در این روزها و برخی اخبار و حواشی مرتبط با فعالیت‌های شبه‌تبلیغاتی‌اش به نظر حکایت از چیز دیگری دارد. باین حال قالیباف تنها چهار روز پیش بود که در

انتخابات درون‌گروهی چما (نیروهای موسوم به جبهه مردمی نیروهای انقلاب اسلامی) برای انتخاب گزینه‌های اصلی انتخابات پس از رئیسی، زاکانی و بدریاش با هزارو ۳۷۳ رأی نفر چهارم شد. بی‌تردید این رتبه برای او پس از ۱۲ سال شهردار تهران‌بودن و دو دوره تلاش برای کسب مقام ریاست‌جمهوری نتیجه‌ای ناامیدکننده است، چراکه این آرا نشان می‌دهد قالیباف حتی در میان همفکران سیاسی خود نیز مقبولیت چندانی ندارد. بااین‌همه اما به نظر می‌رسد شهردار تهران همچنان قصد کنارکشیدن از صحنه رقابت‌ها را ندارد.

او چند روز پیش هم در گفت‌وگویی صریح با تسنیم وضعیت اقتصادی و اجتماعی کشور را در شرایط بحرانی برشمرد و گفته بود: «رئیدی وجود ندارد که شرایط فعلی در نتیجه سوءمدیریت و ناکارآمدی دولت فکلی است، بنابراین برای هر فرد دلسوزی تلاش برای جایگزین‌کردن رئیس‌جمهوری مناسب به‌جای رئیس‌جمهور فعلی در ۲۹ اردیبهشت ضرورتی انکارناپذیر است. وی همچنین گفته بود: «همه کسانی که به‌دنبال نجات کشور از بحران‌های اقتصادی و اجتماعی هستند باید برای تغییر دولت فعلی تلاش کنند». شهردار تهران که از سال ۹۲ و آخرین تلاشش در عرصه انتخابات، برنامه‌های بسیاری را در شهر تهران معطل یا متوقف کرد، دیگر همانند سال‌های قبل پروژه‌های مترو را در اولویت نگذاشت و این‌گونه بود که خطوط ۶ و ۷ مترو تهران که باید تا سال ۹۶ به طور تدریجی افتتاح می‌شدند، هنوز در مراحل آماده‌سازی ایستگاه‌ها هستند و بخش‌هایی از خط سه مترو تهران هم هنوز افتتاح نشده است. رحمت‌الله حافظی و محسن سرخو، دو عضو اصولگرا و اصلاح‌طلب شورای شهر تهران و تعداد دیگری از اعضا در یکی، دو سال اخیر بارها درباره جابه‌جایی اعتبارات مترو و در اولویت‌نبودن این پروژه‌ها تذکر داده بودند. به‌هرروری عملکرد مترو و زمان بهره‌برداری ایستگاه‌ها - البته به طور کامل و نه ایستگاه‌های اول و آخر در هر خط- خود کارنامه و نمونه روشنی بر این عملکرد چهارساله اخیر است که با تأخیر در سال ۹۶ و ۹۷ به ثمر می‌نشیند؛ خواه محمداقار قالیباف همچنان شهردار باشد یا نباشد.

توسعه مورد ادعای مدیران شهری، کاریکاتوری بود

و همین ترس، زمینه هزینه‌سازی و تلف‌شدن بسیاری از منابع را رقم زده است. اما در زمینه سیاسی، رویکرد شورا‌ها خود یک صاحب‌ه و گفت‌وگوی مجزا را می‌طلبد (با خنده). شورا‌ها درعین‌حال که سیاسی‌ترین نهادهای

تصمیم‌گیرند، دورترین نهاده‌ا از سیاست نیز هستند.

۴ قدری بیشتر توضیح دهید. منظورتان چیست؟

منظورم را به صورت روشن بیان خواهم کرد. شورا‌ها بسته به تعریفی که از چارچوب واژه سیاست ارائه می‌کنیم، نسبت بسیار نزدیک با بسیار دوری از این مفهوم خواهند داشت. اگر سیاست را به معنای سیاست‌گذاری و برخورداری ا افراد از نگرش‌ها و تفکرات و علائق خاص در حوزه‌ها و مأموریت‌های مختلف قلمداد کنیم، قطعاً شورا باید سیاسی‌ترین نهاد باشد. زیرا اساساً یکی از اصلی‌ترین وظایف شورا در کنار قانون‌گذاری و نظارت، سیاست‌گذاری است که در قالب تنظیم و تصویب برنامه‌های مختلف به ظهور و بروز می‌رسد، اما اگر منظور نظر از سیاست، اقدامات و کنش‌های جناحی و سیاسی باشد که اتفاقاً در سال‌های اخیر نیز کم از این قبیل مسائل مشاهده نکرده‌ایم، شورا‌ها باید به‌شدت از چنین تعریفی از سیاست دوری کنند. زیرا شورا محل ترجیح منافع عمومی بر منافع شخصی و جناحی است.

۴ مننون از توضیحات دقیقی که ارائه کردید، کدام‌یک از جریانات سیاسی براساس آنچه شما از حوزه‌های مختلف بیان کردید، از توان بیشتری برای تحقق این رویکردها برخوردارند؟

قاعدتاً زمانی که از یک شخص اصلاح‌طلب سؤال می‌پرسید که از تفکرات اصلاح‌طلبانه برخوردار است، طبیعی است که اصلاح‌طلبان را برای تحقق این رویکردها کارآمدتر و قوی‌تر می‌دانم. من هم بر همین اساس بر توانمندی اصلاح‌طلبان در تحقق چنین رویه‌ای در اداره شهر تأکید دارم.

۴ سهم زنان و جوانان برای تحقق این رویه در قبال شهرها تا چه میزان است؟ امروزه در ادبیات مدیریت شهری از مفهوم حکم‌روایی شهری به‌عنوان نقطه کمال اداره شهرها سخن رانده می‌شود. یکی از بنیان‌های شکل‌گیری و رسیدن به این الگو، جلب مشارکت همه ذی‌نفعان عرصه شهرهاست. از جمله مهم‌ترین این ذی‌نفعان، زنان هستند که نیمی از جمعیت سما را به خود اختصاص داده‌اند. بخش دیگری از جامعه که نقشی تعیین‌کننده در پیشرفت و توسعه خواهند داشت، بدون شک جوانان هستند. اگر خواهان حرکت در مسیر توسعه همه‌جانبه هستیم باید نظرات و دغدغه‌های آنان استخراج شود و با لحاظ ضریب وزنی تعداد و اهمیت ایشان، برای اجرائی‌شدن این نظرات و دغدغه‌ها اقدام کنیم. همین‌طور برای سایر اقشار آسیب‌پذیری که در سال‌های گذشته مورد توجه قرار گرفته‌اند نیز باید چاره‌ای اندیشیده شود. نمی‌شود با تصویب مصوبات کلی و شعارهای خوب، مشکلات این اقشار را برطرف کرد.

بدون تعارف باید بگویم توسعه‌ای که در سال‌های اخیر مدیریت شهری تهران از آن دم زده‌ایم، کج‌ومعوج و کاریکاتوری بوده است. توسعه‌ای که در آن ششمنان را بر مسائل و مشکلات مبتلا به گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه بیندیم. توسعه خصوصی، بلکه ضدتوسعه است. زیرا در دارم‌ت اثرات مخرب بیش از حد انتظاری روی این اقشار خواهد گذاشت و از این‌برون اعتماد به نهاد مدیریت شهری، هزینه‌های مادی و غیرمادی بسیاری را بر جامعه تحمیل خواهد کرد.

به‌طورکلی به نظر می‌رسد شورای پنجم آینه توسعه‌یافتگی و رشد و بالندگی این نهاد سیاسی باشد، زیرا شورایی که در دوره‌های پیشین میزان آرای نفر اول آن در کلان‌های گذشته کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند نیز باید به رقابت افراد برجسته‌سیاستی، اجتماعی و اقتصادی مبدل شده است. حضور افراد شاخص در این میدان رقابت، بیانگر ارتقای جایگاه شورای شهر و روستا در پهنه سیاسی ایران و به‌ویژه کلان‌شهرهاست. در این‌میان مشارکت زنان در این دوره و سهم ۱۷ درصدی زنان در تهران نیز تصویری دیگر از رشد و بالندگی جامعه مدنی در اعتماد به مدیریت زنان است. شورای پنجم در جست‌وجوی جایگاه واقعی‌اش در نظام تصمیم‌گیری کشور یقیناً موقعیتی مناسبی را پیدا خواهد کرد.

خبر

ستاد مبارزه با مواد مخدر خریدوفروش کودکان را تأیید کرد

● **شرق:** سردار علی مؤیدی، قائم‌مقام دبیرکل ستاد مبارزه با مواد مخدر، در نشست خبری روز گذشته خود به ارائه عملکرد سال ۹۵ ستاد مبارزه با مواد مخدر پرداخت و گفت: سال ۹۵، سالی پر از موفقیت برای ستاد مبارزه با مواد مخدر بود و با توجه به آنکه مقام معظم رهبری نیز در چند سال اخیر، رویکرد ویژه‌ای علیه آسیب‌های اجتماعی و اعتیاد داشتند، نقشه راه منسجمی برای نظام در این خصوص ترسیم شده است. مؤیدی گفت: امروز برای همه سطوح جامعه از مهدکودک تا دبیرستان و دانشگاه بسته‌های آموزشی منطبق با استانداردهای بین‌المللی داریم؛ تا جایی که رویکرد اجتماعی‌شدن مواد مخدر به تأیید سازمان ملل رسیده و خوشبختانه به یک بسج همگانی در امر مبارزه با مواد مخدر رسیده‌ایم. امروز نزدیک به ۲۵۰ میلیون نفر در دنیا به مواد مخدر مبتلا هستند؛ روند اعتیاد در دنیا رو به افزایش است. بیشترین قربانی و تلفات انسانی را اعتیاد به خود اختصاص داده است.

مؤیدی با اشاره به سیاست‌های ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری گفت: در سال ۹۵ در بحث درمان شاهد حرکت جدیدی بودیم در بحث معتادان متحاره ۴۰ هزار معتاد متحاره را ساماندهی کردیم و در پایان سال در ۱۲ استان، طرح جدیدی را طراحی کردیم و در ایام نوروز همکاران ما در دستگاه‌های مقابله‌ای، بیش از ۱۶ هزارو ۳۰۰ نفر معتاد متحاره و هشت هزار خرده‌فروش را ساماندهی کردند.

وی همچنین به تدوین کتابی با عنوان «بشگیری اولیه از اعتیاد» خبر داد و گفت: این کتاب به‌زودی از سطح ابتدایی تا دبیرستان در مدارس کشور تدریس خواهد شد. در دوره اول متوسطه هم کتاب تدوین شده است که در بحث توانمندسازی دانش‌آموزان، برای سلامت آنها کارهای مبنایی انجام شده است. این کتاب را معلمان تدریس می‌کنند. مؤیدی ادامه داد: همچنین کتاب دیگری تدوین شده که برای دوره دوم متوسط و دبیرستان است که می‌تواند برای نوجوانان نقش بسزایی در کاهش ابتلا به اعتیاد داشته باشد. در مقطع دانشگاهی هم در دو مقطع کاردانی و کارشناسی دو واحد درسی تنظیم شده است که به صورت عمومی دانشجویان باید این درس را بگذرانند. امیدواریم این کتاب‌ها برای سال ۹۶_۹۷ به دست دانش‌آموزان برسد.

مؤیدی در بخش دیگری از سخنان خود با تأیید خریدوفروش کودکان زنان معتاد، به‌ویژه در محله شوش تهران گفت: ما از قبل اخباری را در این زمینه داشتیم، بعد از رسانه‌ای‌شدن این محبت، از سوی عضو شورای شهر دو تیم مجرب برای شناسایی دیگر مناطق آلوده در شوش اعزام شدند و یک تیم هم مشاهدات خود را به شورای شهر اعلام کرد. به عنوان دلال اقدام به ترغیب زنان معتاد به بارداری می‌کنند. اما به آن کیفیتی که در گزارش‌ها مطرح شد، نبود؛ باین‌حال این کلونی‌ها مشخص شد و برخورد‌های لازم انجام‌شده است. در آینده‌ای نزدیک نتایج برخورد با آنها به مردم ارائه می‌شود. سردار مؤیدی درباره جمع‌آوری معتادان متحاره در محله هردی و پراکنش این معتادان در همه شهر و به‌ویژه در حاشیه اتوبان‌ها گفت: پدیده‌ای که ما در سطح کشور با آن روبرو هستیم، منحصر به ایران نیست، در خیلی از کشورها و در پایتخت‌های دیگر کشور‌ها هم معتاد متحاره وجود دارد؛ اما این باعث نمی‌شود ما معتادان را در سطح شهر راه کنیم. رویکرد ما ساماندهی این افراد است؛ هر چند که آخر ۹۵ نزدیک شدیم، نظم و رسیدگی به معتادان متحاره بهتر و بیشتر شد. اوج این همدلی در ایام نوروز بود که بخش اعظمی از نقاط آلوده پاک‌سازی شده و در‌حال‌حاضر بیش از ۲۰ هزار نفر معتاد متحاره در حال نگهداری هستند که این رقم به سال گذشته بی‌نظیر بوده است. وی درباره هزینه نگهداری معتادان متحاره گفت هزینه نگهداری معتادان متحاره بسیار سرسام‌آور است. قانون می‌گوید یک معتاد باید سه ماه نگهداری شود تا خانواده مسئولیتی او را بپذیرد. مؤیدی در بخش دیگر از سخنان خود گفت: شیوع‌شناسی بین دانش‌آموزان انجام شده است، اگر مبادی قبح‌های اجازه بدهند، امر و اطلاعات درباره آمار اعتیاد دانش‌آموزان معتاد ارائه می‌شود. آمار دانش‌آموزان معتاد نگران‌کننده نیست؛ آماره که ارائه می‌شود درست نیست. تلاشی که در بحث ارائه کتاب‌ها انجام می‌دهیم، ایجاد امنیت روانی بین دانش‌آموزان و خانواده‌های آنهاست؛ محیط دانش‌آموزی و دانشجویی حساس است و به محض اجازه در دستگاه‌های ذی‌ربط آمار آن را در اختیار همه قرار می‌دهیم؛ البته بعید می‌دانم این آمار تا قبل از انتخابات اعلام شود.

وی درخصوص حذف اعدام قاچاقچیان مواد مخدر نیز صراحتاً اعلام کرد: مسئله حذف اعدام قاچاقچیان مواد مخدر مطرح نیست و به رسانه‌ها تذکر می‌دهم که این مسئله را بی‌اساس و بدون منطق اعلام و مطرح نکنند؛ زیرا برخی رسانه‌ها درصدد فراهم‌کردن فضا برای قاچاقچیان هستند؛ باین‌حال اعلام می‌کنم نه مجلس، نه دستگاه قضا و نه دولت به دنبال حذف اعدام‌ها نیستند، بلکه به دنبال اصلاحاتی درخصوص مجازات مجرمان مواد مخدر هستند؛ اما حذف اعدام‌ها مطرح نیست قاچاقچیان مواد مخدر موافق هستم، اما با حذف این اعدام‌ها، نه من و نه هیچ دلسوزی موافق نخواهد بود و اجازه آن را نخواهد داد.