

قضیه بیخ پیدا کرد ...

اختراع رودخانه پرتابل در شهرداری



پوریا عالمی

● امروز که پنجشنبه باشد، ما می‌خواهیم بلند بشویم و سفرهای استانی کنیم و برویم نمایشگاه کتاب. از ما سؤال کردند چرا نمایشگاه کتاب را برده‌اند آنجا. لب چاده؟

به نظر ما خیلی هم خوب است و در آن نشانه‌هایی است. ببینید شما برای رسیدن به نمایشگاه کتاب عملاً باید جاده کهریزک را بروید که خبر معلوم است کهریزک کجاست. بله. کهریزک یک آسایشگاه سالمندان است.

همچنین اگر شما دوتا گاز بیشتر بدهید، می‌رسید به بهشت‌زهرآ، یعنی کسی که وارد کار کتاب و نوشتن و خواندن بشود باید بداند آخرش به کجا می‌رسد. این از این، اما به ما گفتند حالا که نمایشگاه کتاب می‌روی حتماً با مایو بیا. گفتیم چرا؟ گفتند چند روز پیش که باران آمد، کل نمایشگاه را آب برد. مخالفان آقای قالیباف هم این موضوع را درست گرفتند و گفتند او ناکارآمد است. ما شدیداً این موضوع را تکذیب می‌کنیم. شما اگر به کارنامه مدیریتی آقای قالیباف نگاه کنید می‌بینید کاملاً اصول و برنامه دارد؛ مثلاً مترو را چندبار بر اثر باران آب برداشت و مسافران به‌جای متروسواری شروع کردند به شنا کردن. یا همین خیابان‌های تهران یک باران بزند نصفش تبدیل می‌شود به رودخانه و مردم شروع می‌کنند به پارو زدن. وقتی اینها را آدم می‌گذارد کنار هم می‌بیند که الکی و یلخی نبوده و کاملاً به نگاه کلان مدیریتی وجود دارد.

به‌همین دلیل هم هست که الان شهروندان تهرانی همیشه مجهز به مایو هستند و مایوسر خود می‌آیند بیرون. حتی می‌گویند شهرداری با کمبانی‌های ماشین‌سازی صحبت کرده تا جای ایربگ، روی ماشین‌ها قایق نجات نصب کنند.

درواقع مدیریت شهرداری طوری بوده که ممکن است کوه‌ها و خیابان‌ها و پیاده‌روها و رودخانه‌ها و آسمان تهران از بین رفته باشد، اما خوشبختانه ایده «رودخانه پرتابل» کاملاً جواب داده و شهروندان در طول سال چندبار با رودخانه پرتابل که در وسط خیابان، مترو و نمایشگاه پهن می‌شود تا مردم حالش را ببرند و الکی تا شمال نروند، مواجه می‌شوند. حالا شما مشکلی دارید ایران بشود شمال؟

شرق روزنامه

www.sharghdaily.ir

پنجشنبه • ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۶ • ۱۴ شعبان ۱۴۳۸ • ۱۱ می ۲۰۱۷ • سال چهاردهم • شماره ۲۸۶۱ • صفحه اذان ظهر تهران ۱۳:۰۱ • اذان مغرب ۲۰:۱۹ • اذان صبح فردا ۴:۲۵ • طلوع آفتاب ۶:۰۲

روزنامه‌فرو

fardashargh@gmail.com

کارتون خواب



جلال پیرمرز آباد

رئیس اداره محیط زیست شهر تهران: ۷۰ درصد فاضلاب شهر تهران تصفیه نمی‌شود.



آنچه توانسته ایم لطف خدا بوده است

ولادت با سعادت منجی عالم بشریت حضرت مهدی (عج) گرامی باد



سامانه نوبت دهی خدمتی نوین از بانک پاسارگاد

مشتریان گرامی با بهره گیری از سامانه نوبت دهی هوشمند، می توانند قبل از مراجعه به شعبه با ارسال کد شعبه مورد نظر به شماره **۰۲۸۹۸۱۰۰** نوبت خود را در صف مشتریان منتظر دریافت خدمت رزرو کرده و بر اساس پیامک پاسخی که در آن زمان مناسب برای مراجعه به شعبه قید شده وقت خود را برنامه ریزی کنند.

www.bpi.ir

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰



احمد طالبی‌نژاد

اگرچه مناظره‌ها نقشی اساسی در موفقیت یا عدم‌موفقیت کاندیداهای ریاست‌جمهوری دارند و این محدود به ایران هم نیست و اتفاقاً در آمریکا و اروپا نقش مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تری دارند و نمونه‌هایش را به‌ویژه در انتخابات گذشته آمریکا و فرانسه دیدیم؛ اما تأثیر فیلم‌های مستند درباره کاندیداها را هم نباید دست‌کم گرفت. مهم است که چه کسانی و با چه رویکردی این فیلم‌ها را می‌سازند، دست‌کم برای آنان که از تنش‌های مناظره زنده خوششان نمی‌آید؛ از جمله فرهیختگان جامعه، نمایش فیلم مستند درباره کاندیداها جایگاه ویژه‌ای دارد. چون حال‌وهوای هیجانی ندارند و مدت‌ها روی هر فیلم کار و فکر شده است؛ البته اگر شده باشد. برای یادآوری در این مقوله اشاره می‌کنم به فیلم‌های تبلیغاتی دو نفر از کاندیداها در انتخابات سال ۱۳۷۶. درحالی‌که کارشناسان و تحلیل‌گران پیش‌بینی می‌کردند برنده آن انتخابات که حمایت قشر وسیعی از سیاست‌ورزان و افراد متنفذ را پشت سر داشت، علی‌اکبر ناطق‌نوری باشد، مردم انبوه‌انبوه به پای صندوق‌ها رفتند و به رقیب وی رای دادند. کسی‌که اگرچه برای اهل سیاست و فرهنگ و هنر چهره شناخته‌شده‌ای بود و مورد احترام؛ اما مردمان عادی چندان شناختی از وی نداشتند. آنچه باعث جذب آرای مردم به او شد، علاوه

آکادمی

اسنپ؟ تپسی؟ کارپینو؟

وحید شامخی، مشاور مدیریت استراتژیک: مدتی است که «اسنپ» و «تپسی» جابه‌جایی‌مان در خیابان‌های شهر را متفاوت کرده‌اند، اما ایده این تغییر در روش جابه‌جایی، از سال ۲۰۰۹ با شکل‌گیری شرکت «اوبر» اجرا شد. در حال حاضر اوبر ادعا می‌کند که در بیش از ۸۱ کشور دنیا و در ۵۸۰ شهر مختلف فعالیت می‌کند. سه سال بعد از شکل‌گیری اوبر در آمریکا، شرکتی به نام «دیدی» در چین پایه‌گذاری شد که دقیقاً همان کار اوبر را انجام می‌داد. اوبر تصمیم گرفت به بازار جذاب چین وارد شود. چرا؟ چون نزدیک به یک‌پنجم جمعیت زمین در چین زندگی می‌کنند، اما نتیجه این شد که حدود ۹ ماه پیش (اگوست ۲۰۱۶) شرکت دیدی واحد چین اوبر را خرید! دیدی در حال حاضر در بیش از ۴۰۰ شهر کشور چین فعالیت می‌کند و بیش از ۴۰۰ میلیون نفر در چین از خدماتش استفاده می‌کنند. اوبر مکان جذابی را در نظر گرفته بود و همان روندی را برای ورود به بازار چین طی کرد که اولین‌بار در شهرهای دیگر دنیا وارد شده بود. پس مشکل کجا بود؟ استاد دانشگاه تورنتو کانادا، «راجر مارتین» معتقد است مشکل این بود که در شهرهای دیگر مزیت اول‌بودن را داشت، اما در چین اول نبود؛ همان‌گونه تلاش کرد به چین وارد شود که در کشورها و شهرهای دیگر به‌عنوان شرکت تصمیم‌گیری در مورد زمین بازی و چگونگی بازی باید هم‌زمان اتفاق بیفتد. اگر تنها به اینکه کجا وارد شویم بدون اینکه هم‌زمان نحوه ورودمان را برای آن موقعیت خاص تعیین کرده باشیم اقدام کنیم، ممکن است با مسئله‌ای شبیه داستان شرکت اوبر و دیدی چینی‌ها مواجه شویم. طرافت این مسئله در ایجاد یک ترکیب مؤثر و کارا از کجا و چگونگی است. مثال دیگری از این داستان، خرید بخش تلفن همراه نوکیا از سوی مایکروسافت بود که با شکست مواجه شد. حال بیش از دو سال است که اسنپ کارش را شروع کرده و پس از آن نیز تپسی و امروز شرکت جدیدی به نام «کارپینو» (که تمرکزش روی همکاری با تاکسی‌های فعلی شهر است) پای به این عرصه گذاشته است. وقتی اسنپ وارد زمین بازی تاکسی‌ها و آژانس‌ها شد، چگونگی بازی جدیدی را نسبت به آنها شروع کرد و موفق شد، اما اگر امروز کارپینو عزم خود را جزم کرده است تا رقیب جدی اسنپ و تپسی باشد، باید به دقت ترکیب کجا و چگونه را در نظر آورد تا به سرنوشت واحد چین شرکت اوبر دچار نشود. بیش از ۱۵ شرکت حمل‌ونقل به‌اصطلاح شبکه‌ای در دنیا فعال هستند که هر یک ترکیب کجا و چگونگی خود را به دقت انتخاب کرده‌اند، برای مثال شرکت «کبی فای» در آمریکای جنوبی، اسپانیا و پرتغال، شرکت «آل» در هندوستان، شرکت «کریم» در خاورمیانه، آفریقای شمالی و آسیای جنوبی به ارائه چنین خدماتی می‌پردازند و هرکدام به‌نوبه خود تلاش می‌کنند نوآوری‌ها و تمایزهایی داشته باشند. حتی شرکت اوبر مدتی است به‌غیر از ارائه خدمات تاکسی، به دلیوری غذا، کالا و ارائه خدمات ویژه به شرکت‌های تجاری بزرگ و حتی اخبارا کار روی ارائه تاکسی‌های بدون‌راننده (که در این حوزه شرکت تسلا و گوگل نیز جزء رقیبان جدی هستند و زمین بازی جدیدی برای اوبر است) روی آورده است. نکته جالب در مورد این شرکت‌ها تلاششان برای فعالیت‌های برون‌مرزی (فعالیت در کشورهای خارج از کشور پایه‌گذار آن شرکت) است. ما هم در ایران می‌توانیم بیش از دو شرکت در حوزه حمل‌ونقل مدرن داشته باشیم، اما باید ترکیب کجا و چگونگی‌شان را با دقت بیشتری انتخاب کنیم.

آداب مناظره

آنچه یک دیدن کند

ایشان آن قدر سعه صدر داشت که از آن پس از قدرت کناره گرفت و به نقش شیخوخت خود پرداخت. امروز اما ماجرا کمی فرق می‌کند. مناظره زنده اگرچه نوعی کپی‌برداری از شیوه‌های غربی است که آن همه مورد طعن و لعن متصدیان امور است اما این شیوه روشی دموکراتیک‌تر است. چون مانند تئاتر در لحظه و در حضور مردم جریان پیدا می‌کند و کمیته ویژه‌ای برای جرح و تعدیلش قیچی به دست نمی‌گیرد. بلایی که بر سر فیلم مستند انتخاباتی آقای روحانی آوردند و نسخه سلاخی‌شده‌اش را پخش کردند. در شیوه مناظره، گاه یک واژه، یک اصطلاح و حتی یک حالت خاص می‌تواند بر نظر مردم نسبت به کاندیداها تأثیر بگذارد. یادمان هست در سال ۹۲، واژه «گازانبری» چه بر سری یکی از کاندیداها آورد و چگونه نظر میلیون‌ها ایرانی را نسبت به وی برای همیشه تغییر داد؟ یادمان هست نام‌بردن از استاد شجریان و دفاع از اصغر فرهادی چه محبوبیتی برای دیگر کاندیداها رقم زد؟ یا حتی در مناظرات این دوره، لحن ساده اما قاطع اسحاق جهانگیری در مناظره اول، او را در حد یک چهره ملی بالا برد؛ اما در مناظره دوم به دلیل خواندن متن از پیش آماده شده و تکرار برخی اصطلاحات از سوی وی که انتظارها را از خود به شدت بالا برده بود، این محبوبیت کاهش چشمگیری پیدا کرد. به‌هرحال مردم همچنان چشم به رفتار و کردار کاندیداها دارند و به همین دلیل در این دوره، محبوبیت کاندیدایی که از هر نظر کپی برابر اصل رئیس‌جمهور دولت‌های نهم و دهم شده، به شدت کاهش پیدا کرده است.

کافه نظر

مناظره: چه بود؟ چه باید باشد؟

فردا آخرین مناظره انتخابات ریاست‌جمهوری از تلویزیون پخش می‌شود. دو مناظره قبل با انتقادهای فراوانی از سوی مردم و برخی از مسئولان همراه بود. صداوسیما اما به این انتقادها پاسخی نداد و با این بهانه که وظیفه‌اش حفظ بی‌طرفی است، عملاً به حاشیه‌های مناظرات دامن زد. در کافه‌نظر امروز، از چهره‌های مختلف پرسیده‌ایم که فکر می‌کنند در مناظره‌ها چه نکاتی دیده نشده و چه نکته‌هایی باید در مناظره آخر، مورد توجه بیشتری قرار بگیرد.

محمد سلطانی‌فر | کارشناس رسانه

به‌طورکلی، این نوع از مناظره چندان نمی‌تواند جذب‌کننده مخاطبان انتخابات ریاست‌جمهوری باشد؛ چراکه مناظره به صورت شش نفره در مدت‌زمانی محدود به‌هیچ‌عنوان، نخواهد توانست گرمابخش انتخابات و تحریک‌کننده مردم برای حضور در پای صندوق‌های رأی باشد. از طرف دیگر، باید مناظره‌ها به صورت دویه‌دو و رودرو باشد، خصوصاً آنکه در این دوره از انتخابات ما شاهد دوقطبی‌شدن فضای انتخاباتی هستیم و به‌راحتی می‌شود این رویارویی دوفره را در مناظره‌ها شکل داد. دراین‌میان نباید این نکته را هم نادیده گرفت که صداوسیما، به بی‌طرفی در این مناظره‌ها تظاهر می‌کند، اما واقعیت این است که نوع سؤالات، روش پوشش پاسخ‌ها و... نشان‌دهنده عمل جانبدارانه رسانه ملی است. به حواشی مناظره هم که نگاهی بکنید، از حضور ماشین‌های نامزدها تا سؤالاتی که خبرنگاران صداوسیما از کاندیداها می‌پرسند، زاویه‌های دوربین در طول مناظره و... همه‌وهمه نشان می‌دهد که خبرنگاران صداوسیما نیز باوجود تظاهر به بی‌طرفی، به‌طور کاملاً جانبدارانه‌ای در حال فعالیت در مناظره‌ها هستند. دست آقای روحانی، چهره متاثر آقای میرسلیم و طیف خاص را به رخ بکشند.

کیمرث پوراحمد | کارگردان

مناظره انتخاباتی فضایی برای طرح دغدغه‌ها و ارائه برنامه‌های راهبردی رودرویی مردم و بدون واسطه است. امروز مردم ما با علم به کارنامه موفق دولت یازدهم در روند مناظره‌ها با بخش‌های جزئی‌تر و شاید تابه‌حال گفته‌نشده فعالیت‌های چهارسال اخیر دولت آشنا می‌شوند و درمی‌یابند که چطور آقای روحانی دولتی ورشکسته را به خزانه‌ای خالی و بدهی‌های داخلی و خارجی تحویل گرفت و چطور سعی کرد در عرصه اقتصادی، با عبور از بحران‌های بین‌المللی، به معیشت مردم کمک کند. مناظره‌ها همچنین به مردم این فرصت را می‌دهد که بتوان نامزدهای مختلف را در بحث مقابله با فساد و نابسامانی بشناسند و دریابند کدام‌یک از این شش نفر، این قابلیت را دارند که در این زمینه از رأی مردم دفاع کنند. خوشبختانه دولت آقای روحانی در این زمینه هم بسیار موفق بوده، به‌طوری‌که در کنار فعالیت‌های مثبت خود در زمینه‌هایی چون اقتصاد، روابط بین‌الملل، مشارکت‌های اجتماعی و...، توانسته سادی را که در دولت قبل با آن مواجه بودیم، افشا کند و به اطلاع مردم و مراجع قانونی برساند.

امیر دژاکام | کارگردان تئاتر

دو مناظره اخیر را گوش دادم و اعتراف می‌کنم که بعضی از سخن‌ها را به‌هیچ‌عنوان دوست نداشتم. برخی از آقایان طوری در فضای مناظره رفتار می‌کنند که مخاطب بیش از هرچیز شرم می‌کند. اگر در این سال‌ها، ما برای ساختن کشوری بهتر، تلاش کرده‌ایم، چنین حجم تخریبی از کجا می‌آید و اگر تلاشی نداشته‌ایم یا تلاشمان در مسیر غلطی بوده است، امروز چه برنامه‌ای برای پیشرفت و سازندگی داریم. این سؤال در این دو مناظره برای من مخاطب مطرح بود که چرا کاندیداهاى محترم به‌جای مطرح‌کردن طرح‌های ایجابی، برخورد سلبی دارند؟ به اعتقاد من، چنین برخوردهایی از دید تاریخ و خردمندان پنهان نمی‌ماند؛ قطعاً تمام این حرف‌ها جایی در تاریخ ثبت می‌شود. من سیاست‌مدار نبوده و نیستم، اما به‌عنوان یک مخاطب، فکر می‌کنم درست نیست که به‌جای طرح برنامه‌ها و راهبردهایمان در یک مناظره تلویزیونی، همدیگر را بگوییم و گذشته را به طور کامل زیر سؤال ببریم. چنین حرکتی، تاریخ و تمام افرادی را که در آن حضور و نقش داشته‌اند زیر سؤال می‌برد. طبیعی است که در چنین شرایطی، حمله صورت بگیرد و دفاع به‌عنوان یک حق طبیعی مطرح شود، اما نباید فراموش کنیم که در پیشگاه ملت حرف می‌زنیم و آنها از ما توقع دارند که از برنامه‌ها و راهکارهایمان بگوییم. آنها به تماشای جنگ گلاب‌اتورها ننشسته‌اند، آنها مخاطبِ راهکارها و سخنان و ایده‌ها و برنامه‌های ما برای پیشرفت کشورند.

نکته

آل‌زایمر با نوشابه

بووند. افرادی که حداقل یک وعده نوشابه گازدار در روز می‌خورند، دارای حجم مغزی کوچک‌تری بودند. در دومین مطالعه، محققان به بررسی این موضوع پرداختند که آیا مصرف نوشابه می‌تواند با زوال عقل یا سکنه مرتبط باشد؟ محققان به بررسی دوهزارو ۸۸۸ فرد ۴۵ سال به‌بالای دچار سکنه و هزارو ۴۸۲ فرد ۶۰ سال به بالای دچار زوال عقل که در سه بازه زمانی متفاوت در هفت سال نوشابه خورده بودند، پرداختند. محققان دریافتند شرکت‌کنندگانی که در روز یک وعده نوشابه می‌خوردند، سه‌برابر بیشتر در معرض سکنه یا زوال عقل قرار داشتند.

مهر؛ در دو مطالعه جدید مشخص شده است ماده شیرین مصنوعی مورداستفاده در نوشابه‌های گازدار موجب افزایش ریسک زوال عقل و سکنه می‌شود. در اولین مطالعه، محققان دانشگاه بوستون، اسکن مغز و تست‌های شناختی حدود چهار هزار فرد را که بیش از دو نوشابه قندی مثل آبمیوه در روز یا سه نوشابه گازدار در هفته می‌نوشیدند، تحلیل و بررسی کردند. آنها دریافتند مصرف‌کنندگان این نوشابه‌های شیرین دارای چندین عامل پرخطر ابتلا به مراحل اولیه بیماری آلزایمر نظیر پی‌ری زودهنگام مغز، حجم کوچک‌تر مغز، حافظه دوره‌ای ضعیف و هیپوکامپ کوچک‌تر بودند.