

بلوار
اندیشه

تبلیغات صورتی

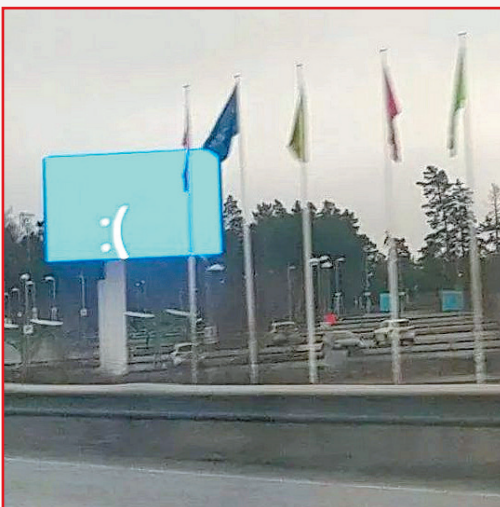
قرار است دوباره همان قدر پول خرج تبلیغات کنند؟
«سام گیوراد» با انتشار این عکس نوشته: «این جا خیابان برزیل تهران



است. تابلوهای شهری مدت‌هاست کار کرد خود را از دست داده و تبدیل به یک بلبورد کوچک شده‌اند.»

«مهدی» اعتقاد دارد: «بهترین خبری که می‌شود شنید کاهش بودجه فرهنگی اجتماعی شهرداری است. چرا عوارض من شهروند، باید صرف چاپ نشریاتی که کسی نمی‌خواند یا بلبوردهای بی‌فایده حاوی توصیه‌های اخلاقی شود، وقتی آسفالت شهر درست نشده و مترو تکمیل نیست؟ تعطیل کنید ولخرجی‌های بی‌فایده را.»

«امیر» به متن یک نوشته فرهنگی تبلیغاتی بر روی یکی از بلبوردهای شهر پاریس اشاره کرده: «اگر از آخرین کتابی که خوانده‌اید یا آخرین باری که مسواک زده‌اید ۲۴ ساعت می‌گذرد، لطفاً دهانتان را ببندید!»



کاربر «کربن» ضمن به اشتراک گذاشتن تصویری از یک بلبورد تبلیغاتی دیجیتال که هنگ کرده است، نوشته: «من هم همین طور بلبورد تبلیغاتی، من هم همین طور...» (یعنی من هم مثل تو غمگینم!)
«داود نخ‌کوب نیاسر»، خبرنگار، با استفاده از هشتگ «تهران بوی عید نمی‌دهد» نوشته: «صرف این که شهر، شب عید پر شود از بلبوردهای انتزاعی خوش‌آمدگویی سال و قرن جدید که ملاک نیست. یک شهر باشکوه و هویت غنی مانند تهران باید بوی تازگی و زندگی بدهد و کوچ‌هایش از عطر بهار و عید پر باشد.»

در سال‌های اخیر، بلبوردها و پوستره‌های حاوی تبلیغات فرهنگی شهرداری‌ها در خیابان‌ها و ایستگاه‌های متروی تهران و سایر کلان‌شهرها همواره محل انتقاد دسته‌های مختلف مردم بوده است.

«عطاالله حافظی» نوشته: «حذف مسعود شجاعی، کاپیتان تیم ملی از دیوارنگاره میدان ولیعصر بعد از اصلاح آن و افزودن تصویر زنان، ثابت کرد «باهم قهرمانیم» فقط یک شعار توخالی است. مسئولان شهر، درکی از همبستگی و باهم بودن واقعی ندارند اما از بزرگ‌ترین رانت و انحصار فضای تبلیغات شهری برخوردارند.»

«سیدعلی موسوی» هم انتقاد دارد: «قسمتی از تکست (شعر رب) «تابستون کوتاهه»، کار سراسر ابتذال گروه زیرزمینی «زدبازی» می‌شود محتوای تابلوهای تبلیغات شهری! انتقاد هم کنیم مسئولان امر می‌گویند تسویه حساب سیاسی است!»

«صادق زیباکلام» از شهردار تهران سؤالی دارد: «دل‌م می‌خواست از دکتر علیرضا زاکانی، شهردار مکتبی و انقلابی پایتخت می‌پرسیدم که از نظر فقهی، اگر شماری از اهالی پایتخت راضی نباشند شما عوارضی را که به منظور گسترش فضای سبز، بهبود حمل و نقل عمومی و افزایش حقوق ناچیز رقتگران می‌پردازند صرف هزاران پوستر فلان شخصیت بنمایید، چه پاسخی می‌دادند؟»

«مهیار» در واکنش به این پرسش، گفته: «بیشتر هزینه این تبلیغات از جیب شرکت‌های تبلیغاتی می‌رود که این سازه‌ها را اجاره کرده‌اند. در هر سال ۱۵ درصد مقدار آروز از هر تابلو باید طرح فرهنگی به انتخاب سازمان زیباسازی شهر تهران اکران شود. البته سازه‌هایی هم وجود دارد که در حال حاضر در مالکیت سازمان زیباسازی است.»

جالب این‌جاست که حتی کاربران ارزشی هم از تبلیغات فرهنگی شهرداری که در راستای آرمان‌های آن‌هاست راضی نیستند. کاربر «قربانی» که خود را «حامی انقلاب و ارزش‌ها» معرفی کرده، نوشته: «سطح شهر پر شده از بلبوردهای تبلیغاتی حجاب از قول معصومین. آقایان دیر از خواب بلند شدید و حالا هم که بلند شدید، روش‌هایتان خیلی قدیمی است: صنعت سینما و سلبریتی‌ها و آموزش پرورش و مساجد و هیأت‌های فرهنگی را رونق دهید. پاساژ بستن و مترو بستن، ضدفرهنگ غنی ماست، از ما گفتن و از صورتی‌ها انکار.»

اصطلاح «مذهبی‌های صورتی» مدتی است در شبکه‌های اجتماعی، توسط افراد سیاسی مذهبی و غیرمذهبی به کار می‌رود و آن‌طور که به نظر می‌رسد، بیشتر به افرادی اطلاق می‌شود که در دین، تساهل و تسامح از خودشان نشان می‌دهند و با قرائت‌های حکومتی از دین موافق نیستند؛ مثلاً برای کسانی که کار می‌رود که از نظر ظاهری چادر و روسری بر سر دارند اما از نظر فکری با سایر آداب و رسوم و اندیشه‌ها مخالفت نمی‌کنند. برخی از کنشگران، «حزب‌اللهی لاکچری» و «مذهبی صورتی» را شبیه هم می‌دانند و می‌گویند در تهران، این قشر از مذهبی‌ها از میدان فاطمی به بالای شهر زندگی می‌کنند.

اما انتقادات مردمی به بلبوردهای تبلیغاتی فرهنگی، فقط محدود به تهران نیست. صفحه اینترنتی «روزنامه اصفهان زیبا» نوشته: «طراحان و گرافیست‌های اصفهانی در گفتگو با اصفهان زیبا معتقدند علی‌رغم اقدامات یکی دو سال اخیر شهرداری اصفهان، تمام شهر در زیر حجم انبوهی از تبلیغات تجاری یا فرهنگی مدفون شده و همین، زیبایی و هویت شهر اصفهان را تحت‌تأثیر قرار داده است.»

«سعید کوشافر»، خبرنگار، خطاب به شهردار مشهد نوشته: «لطفاً به معاون فرهنگی دستور دهید که اکنون زمان اکران بلبوردهای از جنس اتحاد و همدلی، آرامش و همراهی، گفتگو برای آینده‌ای روشن و کاشتن بذر امید در دل‌های جوانان است. اگر دلشان خواست و وقت داشتند فضای شهر را اندکی تغییر دهند. جای خالی سازمان فرهنگی کاملاً احساس می‌شود.» کاربر «نخست‌وزیر» سؤالی دارد: «الان که انتخابات شیراز به دور دوم کشیده شده، آیا نامزدهایی که شهر را تبدیل به کاغذ دیواری کرده بودند

میدان مشق



ارمغان زمان فشمی

در و دیوار شهر تریبون شما نیست!

اجرای سیاست‌های نادرست فرهنگی در دهه‌های اخیر، نه تنها مردم و مسئولان را به یکدیگر نزدیک نکرده، بلکه به تضاد و جدال میان مردم با هم نیز دامن زده است. چرا باید مردمی را که درگیر دهه‌ها مشکل ریز و درشت اقتصادی هستند، بر سر باورها و عقایدشان نیز به جان یکدیگر بیندازیم؟ حمایت بی‌رویه و غیرمنطقی حاکمیت از یک نوع نگاه و تفکر، به صاحبان این نگاه اجازه می‌دهد که به شکل کاملاً خودسرانه در جامعه نقش عسس و قاضی و معلم را بازی کنند، آن هم به بدترین شیوه.

مثلاً می‌بینیم یک فردی که قاعدتاً بهتر از دیگران باید با مراحل و نحوه امر به معروف و نهی از منکر آشنا باشد، نه تنها بلد نیست آن را درست اجرا کند، بلکه خود به منکر دیگری دست می‌زند و به فیلمبرداری از یک زن غریبه می‌پردازد. اسم این کار هر چه باشد، ارشاد نیست.

یا دختر جوانی که خسته از محل کار برمی‌گردد، در اتوبوس با برخورد بی‌ادبانه دختر دیگری مواجه می‌شود و هر دو دوربین‌های تلفن همراهشان را به مثابه اسلحه بیرون می‌کشند و به سمت همدیگر نشانه می‌روند.

باید به این نکته توجه کنیم که این تقابل‌ها هرگز به صلاح هیچ‌یک از طرفین نخواهد بود. زیرا جامعه‌ای که در آن فقط یک گروه و دسته، تریبون‌هایی را در اختیار داشته باشند و خودمختارانه و خودپسندانه، عقاید خود را به دیگران تحمیل کنند، در نهایت برای همان گروه خاص هم آرامش و آسایش باقی نخواهد گذاشت.

به همین ترتیب، پوسترها و بلبوردهای فرهنگی شهرها که در راستای عقاید یک عده خاص طراحی می‌شوند خیلی وقت‌ها نتیجه عکس می‌دهند و به ضدتبلیغ بدل می‌شوند.

شهر باید محل آرامش و آسایش شهروندان باشد. این که صبح از خانه بیرون بیایی و روی تمام درودیوارهای شهر، شعارهای یک - و فقط یک - تفکر خاص را ببینی، نادیده گرفتن حقوق صاحبان تفکرهای دیگر است.

مسئولان محترم شهرداری! شهر را با تریبون تفکر تان اشتباه نگیرید.