بخش پایانی

درباره رشد قارچ‌گونه تابلوهای تبلیغاتی در تهران

تبلیغات احساسی، تابلوهای بی احساس

احمد جلالی فراهانی

بر خلاف کشورهای پیشرفته جهان که در آن‌ها فضاهای شهری بر مبنای ایجاد محیط مناسب برای زندگی و فعالیت شهروندان طراحی می‌شود، در تهران ابرشهر ما چیدمان اثاثیه و وسایل خیابانی بدون در نظر گرفتن استانداردهای ضروری و اولیه و حتی علمی صورت گرفته است و هیچ کمکی به هویت بخشیدن شهروندان تهرانی نمی کند و به هیچ وجه موجب ایجاد یا اصلاح فضاهای شهری مطابق با معیارهای ایرانی، اسلامی ما نمی شود. از این روست که همه روزه شاهد ظهور و تولد تابلوهای تبلیغاتی عظیم الجثه‌ای هستیم که به جای معنا بخشیدن به نحوه زندگی ما موجبات تشویش ذهنی ما را فراهم می‌آورند.

سازمان زیباسازی شهرداری تهران از محل اجاره تابلوها، بیلبوردها و بنرها، پول هنگفتی به دست می‌آورد. چنانکه بنا به گفته یکی از مدیران شرکت های تبلیغاتی به طور مثال هزینه اجاره یک بیلبورد ساده در بزرگراه مدرس گاه به متری ۷۰ هزار تومان نیز می رسد و به طور متوسط شهرداری تهران بابت هر تابلوی تبلیغاتی در سطح شهر تهران، ماهانه بین ۳۰ تا ۵۰ میلیون تومان درآمد دارد. این در حالی است که قیمت یک تابلوی ساده در یکی از پشت بام های واقع در بزرگراه مدرس متری ۳۵ هزار تومان است. در این باره مهرداد بستانچی مدیرمسئول ماهنامه دانش تبلیغات می گوید: اغلب تابلوهای موجود در بزرگراه های تهران فاقد استانداردهای لازم یک تابلوی تبلیغاتی است. او می گوید: بسیاری از این تابلوهای تبلیغاتی به صورت سالانه از طرف سازمان زیباسازی شهرداری تهران به شرکت های تبلیغاتی اجاره داده می شود و در اغلب موارد چک آنها پیشاپیش از سوی این سازمان از شرکت های تبلیغاتی دریافت می شود.

در این خصوص دکتر حجت الله ملاصالحی مدیر سازمان زیباسازی شهرداری تهران، می گوید: بسیاری از تابلوها پیشتر اجاره داده شده و مدت اجاره اغلب این تابلوها تا نهم شهریور سال آینده ادامه دارد و تازه از این تاریخ به بعد به طور کامل در اختیار شهرداری تهران قرار می گیرد. او درخصوص نحوه واگذاری بیلبوردها می گوید: بنا داریم تا این تابلوها را از طریق مزایده به صورت اجاره در اختیار شرکت های تبلیغاتی قرار دهیم.

هزینه اجاره یک بیلبورد ساده در بزرگراه مدرس کاه به متری ۷۰ هزار تومان نیز می‌رسد و به طور متوسط شهرداری تهران بابت هر تابلوی تبلیغاتی در سطح شهر تهران، ماهانه بین ۳۰ تا ۵۰ میلیون تومان درآمد دارد

ملاصالحی در شرایطی این خبر را اعلام می کند که به نظر اغلب کارشناسان با قرار گرفتن شرایط مزایده برای اجاره این تابلوها، قیمت آنها از وضع کنونی به مراتب بیشتر خواهد شد. این در حالی است که بسیاری از این تابلوها با ۱۰۰ درصد افزایش قیمت، از قیمت پایه ای که سازمان زیباسازی به شرکت های تبلیغاتی اجاره می دهد، در اختیار تولید کنندگان و متقاضیان قرار می گیرد.

درخصوص نحوه واگذاری بیلبوردها ملاصالحی می گوید، به طور معمول نحوه قیمت گذاری این تابلوها براساس فرمول «طول ضربدر عرض ضربدر قیمت منطقه» به دست می آید و قیمت آنها بستگی به موقعیت جغرافیایی منطقه دارد. یعنی قیمت یک تابلوی تبلیغاتی نصب شده در میدان تجریش کاملاً گران تر از قیمت یک تابلوی نصب شده در میدان راه آهن است. او با اشاره به این که قیمت بنرهای تبلیغاتی کنار بزرگراه ها، تلویزیون های شهری و اسپند های تبلیغاتی با یکدیگر متفاوت است، می گوید: قیمت های این بیلبورد ها از ۳ سال قبل تعیین شده است و براساس قانون سازمان زیباسازی شهرداری، موظف است که همه ساله ۲۰ درصد به قیمت سال قبل بیفزاید.

به این ترتیب با یک حساب سرانگشتی می توان به این نتیجه رسید که قیمت تابلوی تبلیغاتی در میدان تجریش برای شرکت سفارش دهنده آگهی برای ۳ ماه لااقل ۱۰۰ میلیون تومان تمام می شود. در این خصوص مهرداد بستانچی می گوید: قیمت یک تابلوی تبلیغاتی ۷۲ متری در بزرگراه همت برای مدت ۳ ماه حداقل ۹۰ میلیون تومان است و در حالی که سازمان زیباسازی تابلوی مورد نظر را به صورت سالانه در اجاره یک شرکت تبلیغاتی قرار داده است و این شرکت تبلیغاتی است که باید بتواند برای هر ۱۲ ماه سال، برای تابلوی مذکور آگهی پیدا کند در غیر این صورت شرکت تبلیغاتی باید اجاره تابلوی خالی را از جیب خودش پرداخت کند و سازمان زیباسازی شهرداری هیچ مسئولیتی در قبال بودن یا نبودن آگهی های تبلیغاتی بر روی تابلوی مذکور، ندارد.

۸۰ درصد تابلوهای تبلیغاتی نصب شده در سطح تهران بر اساس میل و تجربه شخصی شرکت تبلیغاتی متولی آن ساخته می‌شود و هیچ گونه کار کارشناسی شده‌ای در تابلوها صورت نمی‌گیرد

اولویت با کیست؟

چندی پیش شهردار تهران در گفت وگو با یک سایت اعلام کرده بود که اولویت برای تبلیغ در بیلبوردهای تبلیغاتی شهر تهران با کالاهای داخلی است. حال اگر نگاهی به اطراف خودتان بیندازید، متوجه می شوید که بیش از نیمی از تابلوهای تبلیغاتی تهران را آگهی های مربوط به اجناس و کالاهای خارجی از قبیل کالاهای ساخت کشور کره یا ژاپن و یا حتی اتومبیل های اروپایی پر کرده اند و سهم کالاهای ایرانی در میان تابلوهای تبلیغاتی نصب شده در سرتاسر تهران بسیار اندک است.

البته در این باره عنوان شده که تابلوهای مذکور قراردادشان مربوط به ۳ سال پیش است و ارتباط با شهرداری فعلی تهران ندارد.

محمدباقر قالیباف، شهردار تهران درباره وضعیت انضباطی و چیدمان شهری تابلوهای تبلیغاتی سطح تهران می گوید: در حال حاضر بیلبوردها در شهر تهران از وضعیت لجام گسیخته ای برخوردار است که تا پایان سال جاری بیلبوردهای تبلیغاتی از لحاظ اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی با تأکید بر تولیدات داخلی به وضعیت خوبی می رسند. شهردار تهران معتقد است در دوره قبل پایه های بیلبورد اجاره داده می شد و فرد مورد نظر نیز هر کالایی را که می خواست روی بیلبورد تبلیغ می کرد. به گفته وی، مسائل و موضوع های فرهنگی روی بیلبوردها طبق ضوابط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بود و کالاهای اقتصادی نیز طبق مجوزی که داده می شد، تبلیغ می شدند.

وی با اشاره به همکاری شهرداری تهران با سازمان زیبا سازی و شورای اسلامی شهر تهران برای ساماندهی بیلبوردهای تبلیغاتی، گفت: در این دوره پایه ها به اشخاص و مؤسسات اجاره داده نمی شود و فقط فضای تبلیغاتی در اختیار شرکت یا مؤسسات قرار می گیرد.

تجربه های شخصی

مهرداد بستانچی مدیر مسئول ماهنامه دانش تبلیغات درباره جانمایی بیلبوردها و این که آیا این بیلبوردها از استانداردهای جهانی و علمی پیروی می کند، می گوید: متأسفانه ۸۰ درصد تابلوهای تبلیغاتی نصب شده در سطح تهران بر اساس میل و تجربه شخصی شرکت تبلیغاتی متولی آن ساخته می شود و هیچ گونه کار کارشناسی شده ای در تابلوها صورت نمی گیرد. او ادامه می دهد که هیچ یک از شرکت های تبلیغاتی فعال در امر تبلیغات در شهر تهران، دارای کارشناس ویژه این کار نیست چنانکه به عنوان مثال اغلب این شرکت ها علاقه دارند تابلوهای تبلیغاتی شان در بزرگراه هایی چون مدرس، همت و چمران نصب شود. حال آنکه بیش از ۲۴ درصد رفت و آمد شهر تهران در اتوبان تهران- کرج صورت می گیرد و بسیاری از این شرکت ها از این موضوع مطلع نیستند و علاقه ای به نصب تابلو در بزرگراه مذکور ندارند.

بسمه تعالی

آگهی مزایده عمومی
فروش آهن آلات اسقاطی شهرداری

سازمان فرهنگی، هنری ورزشی شهرداری بندرعباس در نظر دارد مقداری آهن آلات اسقاطی موجود در پارک صدف واقع در انتهای بلوار رسالت جنوبی را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند.

از متقاضیان دعوت می‌شود برای دریافت اسناد مزایده از تاریخ درج آگهی به مدت دو هفته با ارائه نرخ پیشنهادی تا پایان وقت اداری مورخ ۸۵/۱۰/۱۶ به سازمان فرهنگی، هنری ورزشی شهرداری بندرعباس مراجعه نمایند.

ضمناً هزینه درج آگهی به عهده برنده مزایده می‌باشد.

آگهی مناقصه نوبت دوم
شماره ۸۵/۱۰۷/۸۰۹۵

مدیریت جهاد کشاورزی دماوند در نظر دارد پروژه‌های انتقال آب کشاورزی روستاهای خرمده، مرانک، گهرستان گیلان، سادات محله، موسج و سربند نهر تمیسیان را با مشارکت عمومی پیمانکاران واجدشرایط واگذار نماید.

کلیه پیمانکاران می‌توانند برگه شرایط و مشخصات مناقصه را از تاریخ انتشار آگهی دریافت و به مدت ده روز به نشانی زیر مراجعه نمایند. ضمناً کمیسیون مناقصه در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است.

اداره امور عمومی

نشانی: دماوند، گیلاوند، جهاد کشاورزی دماوند
تلفن: ۵۲۳۳۵۳۵-۰۲۲۱

شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران
شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران
منطقه تهران

شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران در نظر دارد اداره امور تخلیه و توزیع گاز مایع را در ۷ باب جایگاه گاز مایع به شرح زیر به شرکتهای خدماتی که دارای گواهی تعیین صلاحیت از وزارت کار و امور اجتماعی می باشند واگذار نماید.

جایگاه	نشانی	مبلغ سپرده شرکت در مناقصه
جلال آل احمد	بزرگراه جلال آل احمد بعد از پل یادگار امام	۱۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال
دماوند	بعد از سه راه تهرانپارس به سمت شمال	۱۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال
تهران	خیابان تهران جنب قالیشویی	۱۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال
دامپزشکی	خیابان دامپزشکی خیابان شهدا نرسیده به هاشمی	۱۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال
سراج	خیابان فرجام خیابان سراج	۱۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال
ابریشم	خیابان شهید رجایی بلوار ابریشم	۱۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال
کمیل	شهرری بلوار کمیل	۱۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال

متقاضیان می توانند برای دریافت اوراق مناقصه به مدت ۷ روز پس از انتشار آخرین آگهی به نشانی تهران خیابان سمیه تقاطع بهار روبروی بیمارستان آراد شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی طبقه دوم اطاق ۲۱۷ مراجعه فرمائید.

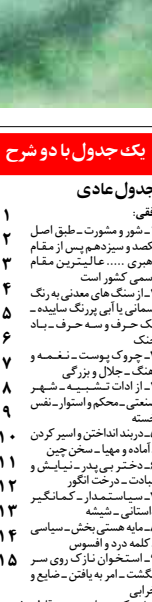
تلفن تماس ۷۷۶۵۴۷۲۸

WWW.Shana.ir

روابط عمومی

یک جدول با دو شرح ۳۵۲۸

جدول روزنامه ایران دارای دو شرح «عادی و ویژه» است. در صورت تمایل به حل دوشرح ابتدا یکی از شرحها را با مداد حل کرده و سپس با پاک کردن جواب شرح اول، به حل شرح دوم بپردازید.



جدول عادی

افقی:

۱ـ شور و مشورت ـ طبق اصل یکصد و سیزدهم پس از مقام رهبری ..... عالیترین مقام رسمی کشور است
۲ـ از سنگ های معدنی به رنگ آسمانی یا آبی پررنگ ساییده ـ یک حرف و سه حرف ـ باد خنک
۳ـ چروک پوست ـ نغمه و آهنگ ـ جلال و بزرگی
۴ـ از ادات تشبیه ـ شهر صنعتی ـ محکم و استوار ـ نفس خسته
۵ـ دربند انداختن و اسیر کردن ـ آماده و مهیا ـ سخن چین
۶ـ دختر بی پدر ـ نیایش و عبادت ـ درخت انگور
۷ـ سیاستمدار ـ کمانگیر داستانی ـ شیشه
۸ـ مایه هستی بخش ـ سیاسی ـ کلمه درد و افسوس
۹ـ استخوان نازک روی سر انگشت ـ امر به یافتن ـ ضایع و خرابی
۱۰ـ مکر و حیله ـ در هم قاطی شدن ـ ذوق و سرشت
۱۱ـ قصه گو ـ ارتش ـ سرای و خانه
۱۲ـ موسیقی مکتوب ـ درنگ کردن ـ آلاچیق ـ بی حس و سست
۱۳ـ میانجی ـ برابر، همانند ـ بت آسمان جل
۱۴ـ میوه کال ـ ساختمان ـ جانوری پستاندار از تیره گاوان با شاخ های هلالی و موهای دراز و تابدار، بیزون
۱۵ـ مهمانسرا ـ لانه پرندگان

عمودی:

۱ـ از ابنیه تاریخی اصفهان ـ باران شاعرانه
۲ـ ناحق و دغل ـ واجب و لازم ـ پی و شالوده
۳ـ کلمه استفهام برای جا ـ ناامید ـ ایزد و پروردگار ـ سوی دیگر
۴ـ ضمیر غایب ـ جای گرفتن، خوابیدن ـ اندوهگین
۵ـ جرقه آتش ـ خطاب بی ادبانه ـ ایوان وسیع جلو طبقات
۶ـ ظرف مرکب ـ رنگ روشن ـ آشپزخانه
۷ـ دسته ای از کارگران ـ کمتر ـ خسته ندارد
۸ـ حیوانی گوشتخوار و درنده ـ تسکین دهنده ـ کلمه تنبیه در مقام آگاه ساختن
۹ـ حرف تردید ـ راهرو و کریدور ـ بسیار سرزنش کننده
۱۰ـ عینک نمی آموزد ـ پراکندگی ـ عنوانی که در هند به امرا و راجه ها اطلاق می شد
۱۱ـ بصیرت ـ خشک مزاج ـ آشوب
۱۲ـ ویران شده ـ سخن و گفت وگو با هم ـ کاکل
۱۳ـ وجود دارد! ـ آینده ـ کلمه اشاره به معنی این و اینک ـ گل ته حوض
۱۴ـ حرف پیروزی ـ گویی ـ نوعی ماهی لذیذ
۱۵ـ قصه و داستان ـ بنایی باستانی در اصفهان به جا مانده از عصر شاه عباس

جدول ویژه

افقی:

۱ـ به پایان رساندن ـ توجه نکردن یا اهمیت ندادن
۲ـ کلروفیل ـ پشم شتر و خرگوش ـ گاز سبز شده هیدروکربن که از اجزای تشکیل دهنده گاز روشنایی است
۳ـ زود می شکند ـ حاشیه کتاب ـ از سبزی های خوردنی
۴ـ کلمه شگفتی ـ پرچم ـ گوارا ـ سودای ناله
۵ـ زادگاه ـ به هم سائیده شده ـ انتظار، مراقبت
۶ـ زن همدم ـ خودپسند ـ ته دوزخ
۷ـ بازگردنده ـ چیز ـ به معنی نانخورش
۸ـ حرارت بالای بدن ـ اسبابی برای ثبت شکل موج های متناوب ـ ظرف سرکه
۹ـ کتابه از یاوه و گزافه ـ پسوند مکان ـ کشیده و طولانی
۱۰ـ درخت خرما ـ صدای بسیار بلند ـ نمایاندن، آشکار ساختن
۱۱ـ بازرگان ـ کمیابی و کمی ـ رفیق و شل
۱۲ـ ضدخشک ـ آبرو و اعتبار ـ از آلات موسیقی ـ ورق نقاشی شده
۱۳ـ چیره ـ دادگر ـ شوخی نیست!
۱۴ـ ستاره شناسی ـ برجستگی زیر شانه کت ـ دستگاه مولد برق
۱۵ـ کسی که رفتاری ضداجتماعی دارد، نوعی اختلال شخصیت ـ اهانت

عمودی:

۱ـ هنرپیشه، کمدین، سناریست و تهیه کننده آمریکایی (همه برای من، سکه ها از بهشت) ـ بالنگ
۲ـ درخت عناب ـ مغرب ـ مرغ می رود
۳ـ پاداش و اجرت ـ پرواز ـ مصیبت گاه نازل شدنی ـ گروه مردان و زنان
۴ـ حرف ندا ـ دوره تجدید حیات ـ کشورها و ملت ها
۵ـ تفریق ـ بدگویی ـ زاویه میان دو صفحه
۶ـ سرگشته ـ گروه و سپاه ـ وحشت و ترس
۷ـ کامل کننده ـ جمعه ـ پشم نرم
۸ـ زادگاه نیما ـ پرخاشگر و تندخو ـ حیدر کرار
۹ـ ماه سریانی ـ بیچاره و بدبخت ـ مایحتاج
۱۰ـ محوطه روباز و کمابیش مسطح کشتی ـ عروس ـ دودلی
۱۱ـ میمون دم دار کوچک ـ کلمه شرط ـ برگه ورودی تماشاخانه
۱۲ـ از وعده های غذایی ـ پیوند و رابطه ـ جدید
۱۳ـ آینده ـ در پی کاری شدن ـ دروازه ـ درجه و رتبه
۱۴ـ نشانه تردید ـ دریافت ـ فرهنگستان
۱۵ـ دنباله رو عروس ـ تصنیف یک موسیقی

حل جدول عادی شماره ۳۵۲۷

حل جدول ویژه شماره ۳۵۲۷

جدول ویژه همراه با جوایز ویژه در ایران پیام (نیازمندیهای روزنامه ایران)