



۲۱ شعبان ۱۳۲۸ = ۱۸ می ۲۰۱۷
اذان صبح ۴:۱۷
طلوع آفتاب ۵:۵۷
اذان ظهر ۱۳:۰۱
غروب آفتاب ۲۰:۵۴
اذان مغرب ۲۰:۵۳



یادداشت

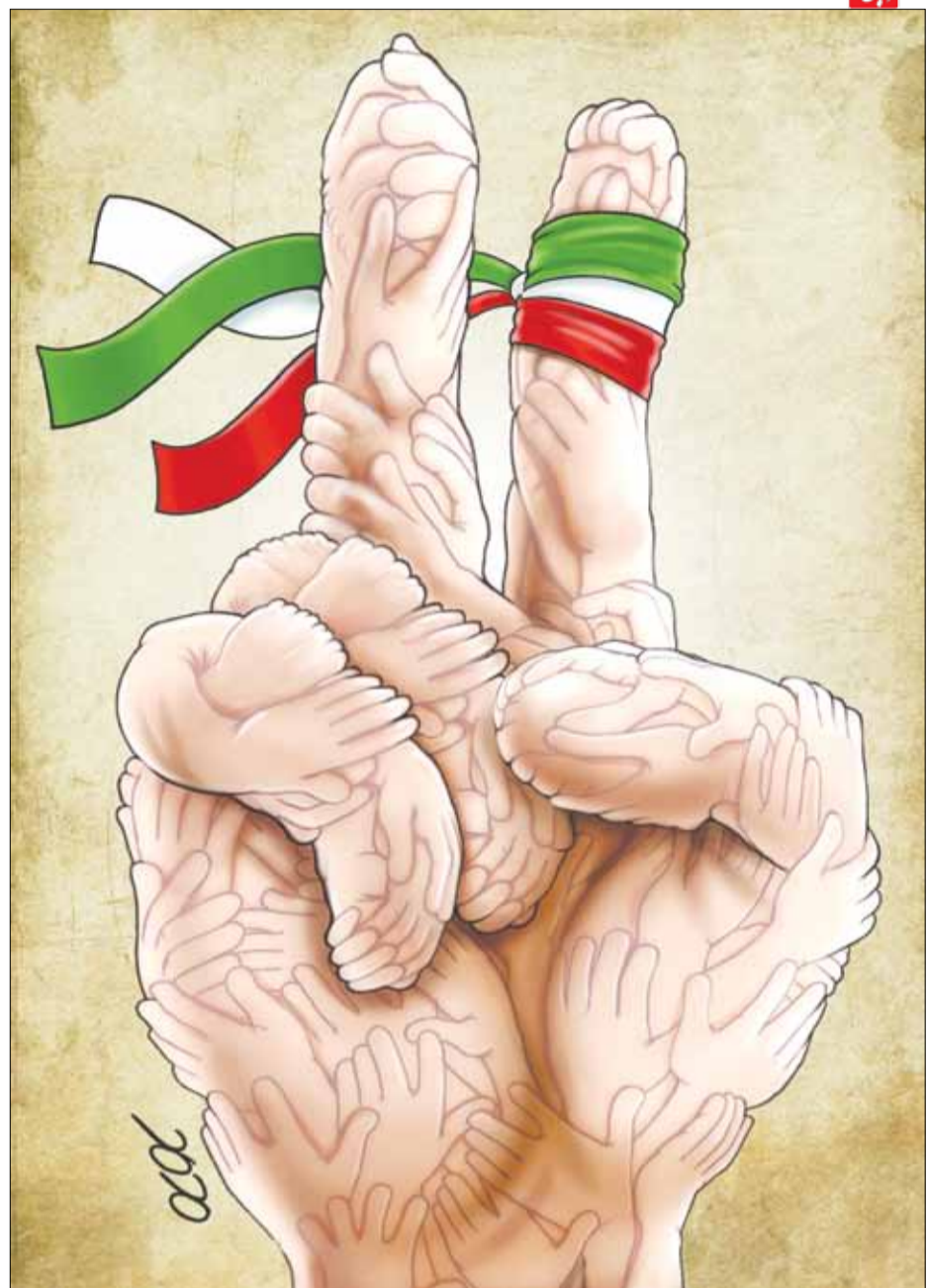
یادداشتی مناسبی و اندکی تامل ...



سهیل سیمره*
این روزها حرف‌های گوناگونی درباره شهر و مدیریت شهری به گوش‌مان می‌خورد. حرف‌هایی که چشم‌اندازی جالب و امیدبخش را برای شهر ترسیم و وعده رشد و شکوفایی آن را نوید می‌دهد. در کنار این پیام‌ها، شعارهای کلیشه‌ای و همیشگی همچنان وجود دارد و مخاطبان خود را در بین شهروندان پیدا می‌کند. سخنرانی‌های مختلفی را می‌بینیم و می‌شنویم که از دورنمایی آباد و زیبا برای شهر می‌گویند و حرف‌هایی را می‌شنویم که یادآور وعده‌ها و گفتارهای گذشته برای شهروندان است.
با نگاهی گذرا به این تبلیغات، حرف‌ها و شعارها، چه از دید یک شهروند و انتخاب‌کننده و یا از دید یک کاندیدا یا کارگزار شهری به‌عنوان فردی که در معرض انتخاب و رای مردم است، موضوعات و مفاهیم مختلفی را دریافت می‌کنیم که هر یک می‌تواند ضلعی از مباحث مربوط به شهروندان را بر سر گیرد. محیط‌زیست، زیرساخت، ترافیک و حمل‌ونقل، شهر پاک، آسمان آبی، شهر مهربان و... اما درمورد تنبیدی موضوعات و مباحث مختلف مطرح شده این ایام در حوزه شهری و مرتبط با انتخابات شوراها یک صورت مسئله کلیدی و مهم را برای جامعه متخصصان و کارشناسان حوزه‌های مرتبط با مدیریت و برنامه‌ریزی شهری تصویر می‌کند.
منصفانه و به‌دور از تعصب، وقتی به شعارها و مباحث مطرح شده از طرف کاندیداها نگاه می‌کنیم و از طرفی در جامعه مطالبات و نیازهای مردم را از شهر می‌شنویم و همین‌طور به جایگاه شهروندان در منطقه و مناسبات بین‌المللی و اثرگذاری آن‌ها به‌عنوان مراکز جمعیت قدرت و منابع نگاه می‌کنیم تنها یک جمع‌بندی در ذهن ما شکل می‌گیرد. برند شهرهای ما در اکثر زمینه‌ها دچار آشفتگی و از هم گسیختگی بی‌حد و حصر است. این درمورد تنبیدی و بی‌نظمی را شهروندان و بازدیدکنندگان شهر در بسیاری از موارد لمس می‌کنند و با آن برخورد دارند اما آن را امری ذاتی در شهر می‌بینند و جزئی از خاصیت شهر می‌دانند. در مقابل مدیران و کارگزاران شهری به‌دلیل درگیر شدن در مسائل کلان شهر، رویکرد اجرایی خصوصی در این زمینه اتخاذ نمی‌کنند در صورتی که تمامی ابعاد برنامه‌ها و استراتژی‌های شهر می‌تواند به شکل‌گیری منشور برند شهر منجر شود و یا در مقابل به تخریب تصویر شهر در بین ذی‌نفعان و نابودی برند شهر بینجامد. صورت مسئله اصلی دقیقاً در همین جا خلاصه می‌شود: از یک سو شهروندان به نقش خود، یعنی ذی‌نفعان شهر در حوزه خرد و کلان آن آگاهی ندارند و هنوز دایره وظایف خود نسبت به شهر و میزان توقعاتشان از آن را نمی‌دانند. از سوی دیگر کارگزاران و افرادی که قصد بدست گرفتن امور مدیریت شهری را دارند نیز عمدتاً به‌دلیل نگاه بالادستی، شهر را در بستری بیش از حد کلان و یا بیش از حد خرد و کوچک می‌بینند و از ذات اصلی آن فاصله می‌گیرند. به همین خاطر نتیجه کارها و برنامه‌های آن‌ها به اقداماتی ختم می‌شود که شاید مطابقتی با ذات موضوع و بستر شهر ندارد و در حد همان شعارها و حرف‌ها باقی می‌ماند و یا در قالب فعالیت‌های ملموس سطحی و زودبازده در شهر نمود پیدا می‌کند.
خروجی چنین رویکردی چه از جانب شهروندان و چه از جانب نخبگان مدیریتی شهر منجر به تخریب برند شهری می‌شود که حکم موجودی زنده را دارد و احیای اجرای آسیب دیده آن سال‌ها و حتی دهه‌ها زمان می‌برد. برند شهر و برندینگ شهری در عین پیچیدگی در اجرا و پیشبرد، صورت مسئله عجیب و نامفهومی نیست. در یک جمله هم‌گرایی ذی‌نفعان شهر بر سر مسائل کلیدی آن است که می‌تواند تصویری واحد از جامعه، مدیران شهر و بازدیدکنندگان از آن را تصویر کند اما آیا امروز چنین رویکردی در بین گروه‌های ذی‌نفع در شهرهای ما وجود دارد؟ آیا هر کدام از مشارکت کنندگان در ساختار شهر به

نقش و اثرگذاری جایگاه خود آگاهی دارند و می‌دانند چگونه باید این نقش را ایفا کنند؟
نقش ما به‌عنوان ذی‌نفع شهروندان در هر جایگاه و موقعیتی قطعاً می‌تواند اثرگذار و مهم باشد. ما به‌عنوان اجزای شهر ساختار و شاکله آن را شکل می‌دهیم و تصویری که به مخاطبین بیرونی آن نشان داده می‌شود بازتاب منشوری است که هر یک از ما می‌سازیم. ندای امروز، ندای حاکمیت شهرهای ثروتمند و غنی است. شهرهایی که معدن ظرفیت‌های مختلف است و نیازهای گروه‌های مختلفی را برآورده می‌کنند. شهرهایی که برای شهروندان خود بستری امن و آرام را فراهم می‌کنند و منزلت اجتماعی آنان را ارتقا می‌بخشند، شهرهایی که جزء زنده‌ای از زندگی روزانه مردم هستند و نتایج شهر از آن‌ها صیانت و حفاظت می‌کنند.
هر فردی در هر جایگاهی با ایفای دقیق نقش خود به‌عنوان جزء تشکیل دهنده برند شهر به تقویت آن کمک می‌کند و بازتاب موفقی از آن را به مخاطبین ارائه می‌دهد. برند شهری غنی و موفق و ثروتمند خود به خود بوجود نمی‌آید و مشارکت تمامی ذی‌نفعان شهر و حس مسئولیت شهروندان تصویر و برند آن را تشکیل می‌دهد.
با رویکردی مسئولانه و آگاهانه برای ساخت تصویر و جایگاه شهر خود، اندیشه‌های بلند مدت و سازنده را در نظر بگیریم و با انتخابی درست، فضا را برای ساخت تصویر و برند شهر ایده‌آل در اختیار نخبگان موثر، متخصص و قدرتمند قرار دهیم.

*کارشناس برندینگ شهری



همه برای ایران طرح: محمد طحانی

روی صحنه

دشمن مردم

نمایش «دشمن مردم» به کارگردانی سینا راستگو از ۲۵ اردیبهشت در سالن بزرگ تالار مولوی کار خود را آغاز کرده است.
این درام اجتماعی روایتی است از یک شهر آرام، در گوشه‌ای از دنیا که ناگهان آرامش شهر به کلی بهم می‌ریزد. برای دوباره آرام شدن شهر، مردم نیازمند قربانی کردن هستند. با تصمیم مردم و مسئولان شهر یک‌کدام قربانی می‌شود، صداقت یا مصلحت؟ اشکان اذری، ملیحه امیری، شیرین امینی، علی نبایی، محمود پیری، بیبا ثابتی محمدی، سارا خاکی، میلاد خان احمدی، عرفان دانا، سهند سلطانی، ایسان عبداللہی، باران فرد و منامهدی پور در این نمایش به ایفای نقش می‌پردازند.
نمایش «دشمن مردم» اثری از هنریک ایبسن به کارگردانی سینا راستگو تا ۲۰ خرداد هر شب ساعت ۱۸ به مدت ۸۰ دقیقه در تالار مولوی به روی صحنه می‌رود. علاقه‌مندان برای دیدن این نمایش می‌توانند به این تماشاخانه واقع در خیابان انقلاب، ابتدای خیابان شانزده آذر، شماره شانزده، جنب کلینیک دانشگاه تهران، سالن اصلی باشگاه دانشجویان دانشگاه تهران مراجعه کنند.

«آب» تکار

راه‌پیمود بخیشد.
«اندروید O» به طور خودکار می‌تواند کلیه پیامک‌های دریافتی را برای پیدا کردن کدهای ۱۱ کاراکتری جستجو کند. بعد از این کار، حالا این خود سیستم عامل است که کد لازم برای احراز هویت را در اختیار اپلیکیشن‌ها و سرویس‌ها قرار می‌دهد. نه این که اپلیکیشن‌ها مستقیماً به محتوای پیامک‌ها دسترسی داشته باشند. مضاف بر این در «اندروید O» کدهای تصدیق هویت هرگز در اینستاگرام، پیامک‌ها ظاهر نمی‌شوند. این قابلیت کاربردی سبب خواهد شد که کاربران برای دریافت یک پیامک معطل نمانند. از طرف دیگر نیاز به تایپ کد به صورت دستی هم از میان برداشته می‌شود.

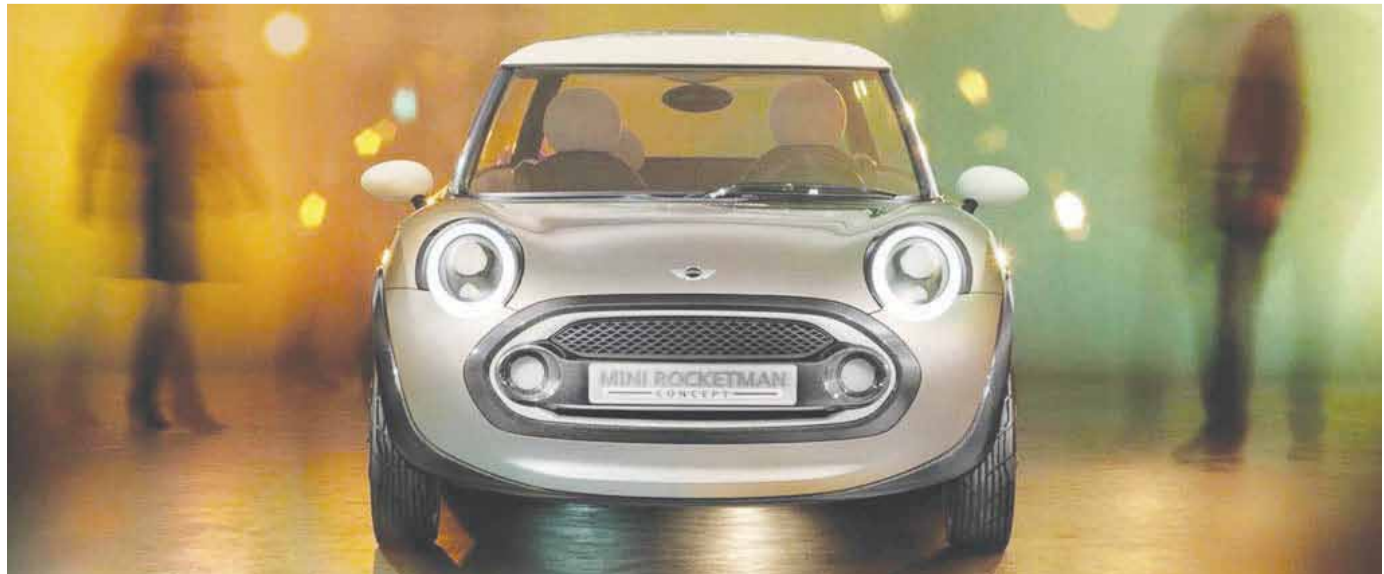
منبع: دیجیاتو

ماشین‌بازی

تولید ابر قهرمان مینی، شاید دو سال دیگر

شرکت خودروسازی مینی احتمالاً تا سال ۲۰۱۹ تولید خودروی الکتریکی خود را که پایگاه‌های خبری حوزه خودرو به آن لقب سوپر هیرو (Superhero) داده‌اند، راه‌اندازی می‌کند. آن گونه که چند وبسایت معتبر حوزه خودرو از جمله اتوبلاگ و یا موتور ۱ آمریکا گزارش داده‌اند این خودرو که پیشتر در قالب کانسپت مینی راکت‌من (Rocketman) در نمایشگاه خودروی ژنو ۲۰۱۱ رونمایی شده، فرار است به عنوان پنجمین خودروی این برند پس از مینی کلاب‌من، مینی کلتوری من، مینی کوپر و مینی کوپر کاتورتیل راهی بازارهای جهانی شود. مینی که سال ۲۰۱۳ از قصد خود برای ساخت یک خودروی کوچک الکتریکی پرده برداشت، در چند سال اخیر تلاش خود را برای توسعه زیرساخت‌های فنی ساخت چنین خودرویی توسعه داده و هم‌اینک بیش از هر زمان به ساخت این خودروی سبز و البته جذاب نزدیک است. وبسایت اتوبلاگ درباره این خودرو نوشته، راکت‌من به همراه سوپرلگرا بهترین نمونه کانسپت‌های مینی برای احیا برند خود به عنوان سازنده خودروهای سریع، ریزرو و کوچک هستند. پیتر شوارتزبرگ مدیر عامل مینی با اعلام رسمی این خبر، تولید این پنج مدل را یک بسته کامل از سوی مینی خوانده که در آن به طیف‌های مختلف توجه شده و استراتژی

منبع: پدال (pedalar)



آشپزخانه

ژیکو با سس ترخان



مواد لازم برای تهیه این غذا عبارتند از: یک تکه بدون استخوان ۲ تا ۲/۵ کیلوگرم گوشت معززان گوساله، ۱ دسته سبزی معطر (نعناع، ترخان، جعفری)، یک پوته سبزی، ۱۰۰ تا ۱۵۰ گرم روغن یا کره، نمک و فلفل به مقدار کم.
چند حبه سیر را در سطح گوشت فرو می‌کنیم و با نخ، ژیکو را محکم می‌پیچیم و دقت می‌کنیم که کمی فرم کشیده و دراز پیدا کند و آن را مثل ژیکوی فرانسوی طبخ و آماده می‌کنیم. بعد اجازه می‌دهیم ژیکو سرد شود، سپس نخ آن را باز می‌کنیم و با کارت تیز ژیکو را نازک به‌صورت ورقه می‌بریم. سس ژیکو را صاف می‌کنیم و می‌گذاریم داغ شود یکی دو قاشق سوپ‌خوری ترخان خرد شده داخل سس می‌ریزیم و از روی آتش برمی‌داریم. ۱۰۰ گرم خامه با این سس مخلوط می‌کنیم. قطعات گوشت را منظم در دیس می‌چینیم طوری که حالت اولیه خود را دوباره به‌دست آورد و کمی از سس را روی آن می‌دهیم و اطراف آن را با پوره سیب‌زمینی و لوبیای سبز پخته شده تزئین می‌کنیم.

تازه‌های علمی

درمان با قطره جایگزین تزریق چشمی



محققان روشی جایگزین برای تزریق دارو به چشم ارائه کرده‌اند. در این روش تمام دارو به وسیله قطره به چشم بیمار وارد می‌شود و دیگر نیاز به تزریق مستقیم نیست. به گزارش مهر به نقل از نیواطلس، دیده‌دژنراسیون ماکولا به دلیل کهولت یا (AMD) اختلالی معمول در چشم است که گاهی اوقات حتی منجر به از دست رفتن بینایی فرد می‌شود. درمان کنونی این بیماری شامل تزریق مستقیم دارو به چشم است. این تزریق‌ها احتمال دارد به چشم آسیب برسانند. در همین راستا گروهی از محققان دانشگاه بیرمنگام در انگلیس درمان تازه‌ای ارائه کرده‌اند که فقط یک قطره ساده است. درحقیقت آنها نوعی سلول نفوذکننده در پپتید (CPP) ساخته‌اند که طی چند دقیقه دارو را به بخش مورد نظر در چشم می‌رساند. این روش بسیار موثر و غیرسمی است که تاکنون روی چشم موش و خوک‌ها استفاده شده است. هرچند تمرکز تحقیقات گروه به درمان AMD اختصاص دارد، اما آنها اشاره می‌کنند احتمالاً بتوان این روش را در بیماری‌های چشمی مزمن دیگر نیز به کار برد.

mehrodat: خواب از موار دیه که ضرب‌المثل خواستن توانستن است رو نقض می‌کنه.

Mr. ۱۳: شیرین‌ترین قسمت برنامه کوه‌نوردی صبح بیدار شدن و اسمس «من نمیتونم پیام» دادن و دوباره خوابیده

heSam: می‌گن تو بهشت، شب‌ها بدون نگرانی از فردای خودت می‌خوابی

Aida Ahadiany: انقدر در کته پختن وضعم خرابه که اگر رومن رولان بودم اسم معروف‌ترین کتابم «جان شفته» بود.

ممکن الوجود: بشنیدین از الان درس بخونین که سر جلسه امتحان سؤال‌ها رو فقط سین نکنین. خرداد نزدیک است.

مجازخانه

Shahram Krimi: شهرام کرمی: منو کجا می‌برین؟؟؟

Behnam Vafarian: بهنام صفاریان: آغاز هر کاری مهم‌ترین قسمت آن است.