



## شورایی برای تبریز/ شورای شهر، کلیددار توسعه شهری تبریز

صدای سوت قطار انتخابات به گوش می‌رسد؛ بیشتر از سه روز دیگر تا رسیدن این قطار به ایستگاه انتخاب مردم باقی نمانده و برای رسیدن به این قطار باید عجله کرد.

مردم تبریز در آستانه انتخابات شورای چهارم

شورایی برای تبریز/ شورای شهر، کلیددار توسعه شهری تبریز

صدای سوت قطار انتخابات به گوش می‌رسد؛ بیشتر از سه روز دیگر تا رسیدن این قطار به ایستگاه انتخاب مردم باقی نمانده و برای رسیدن به این قطار باید عجله کرد.

خبرگزاری فارس: شورایی برای تبریز/ شورای شهر، کلیددار توسعه شهری تبریز Tweet

به گزارش خبرگزاری فارس از تبریز، کافی است کفش‌هایت را ور بکشی و راهی کوچه و خیابان‌های تبریز بشوی. هر جا بروی وضع همین است، دیوارهایی فرش شده با تصاویر همشهریانی که خود را در معرض انتخاب دیگران قرار داده‌اند و سودای نشستن بر یکی از 21 صندلی شورای شهر تبریز را در سر دارند.

در مسابقه با تبلیغات گسترده انتخابات ریاست جمهوری، نامزدهای چهارمین دوره انتخابات شوراهای شهر و روستا هم بیکار ننشسته‌اند و همزمان با آغاز مهلت قانونی تبلیغات از روز پنجشنبه، دیوارهای شهر را به تابلوی تبلیغاتی رنگارنگی تبدیل کرده‌اند.

تبلیغات البته همانطور که انتظارش هم می‌رفت به سمت نمود چهره‌هایی رنگارنگ، ژست‌های متفاوت و شعارهای پرطمطراق پیش رفته و پیدا کردن طرح و برنامه و پیشینه فعالیتی به شدت تحت تاثیر این امر قرار گرفته است. اتفاق که شاید برای برخی خوشایند باشد، اما بخش بزرگی از جامعه به ویژه جوانان را راضی نمی‌کند.

شعارهای تکراری و ضعیف

در این هیاهوی عکس و بنر و تراکت، احمدرضا، دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته مکانیک را دیدیم. او در مقابل یکی از تابلوهای تبلیغاتی نصب شده توسط شهرداری برای الصاق پوسترهای تبلیغاتی ایستاده بود و با حوصله در حال مطالعه نوشته‌ها بود. می‌گفت: در میان این همه پوستر، کمتر نوشته‌ای توجهش را جلب کرده چون شعارهای مطرح شده با بسیار تکراری هستند و بسیار ضعیف.

به عقیده این جوان 28 ساله، اطلاع‌رسانی نامزدها در مورد سوابق فعالیتی و برنامه‌هایشان برای انجام فعالیت در شورا بسیار ناقص است و اینگونه نمی‌توان به درستی در مورد آنها تصمیم گرفت.

راحتی، رای اولی تبریزی اما می‌گفت انتظار این فضا را نداشته و الان از این شور و هیجان انتخاباتی که با پوسترها پخش شده خوشحال است.

کمی آن سوتر، خانم پاک نهاد، مادر 49 ساله یک خانواده سه نفره در حال خرید سبزیجات برای مصرف روزانه بود و نیم نگاهی هم به پوستریهای متنوع نصب شده به در و دیوار مغازه‌ها می‌انداخت.

به عقیده وی، خانم‌ها نقش کمرنگی در دوره‌های قبلی شورا داشتند و این مسئله به خودی خود موجب کندی و کم توجهی به مسائل خاص زنان در شهر شده است.

پاک نهاد، حضور پرتعدادتر خانم‌های کاندیدا برای حضور در شورای چهارم را جای امیدواری دانست و افزود: به عنوان یکی از زنان شهر، از وجود زنان توانمند و با برنامه در شورای شهر استقبال می‌کنم.

علیرضا، 35 ساله و صاحب بنگاه معاملات ملکی دیگر کسی بود که به سئوالاتمان در مورد انتخابات شورای شهر تبریز پاسخ گفت.

اعضای شورا در 6 سال در دسترس نبودند / امروز به خاطر انتخابات پیش مردم آمده‌اند

او از برخی اعضای قبلی شورا گله می‌کرد که چرا در سال‌های طولانی مسئولیت‌شان در شورای سوم غیرقابل دسترسی بودند و الآن که نزدیک انتخابات شده دوباره به کوچه و خیابان و میان مردم آمده‌اند و برایشان حرف می‌زنند و از ادامه برنامه‌هایشان می‌گویند.

وی معتقد بود در دوران فعالیت شورای سوم هم امکان ارتباط و شناخت بعضی اعضا فراهم نشده، حالا در این یک هفته چگونه ممکن است افراد جدید بتوانند خود و برنامه‌هایشان را برای مردم معرفی کنند.

به عقیده وی، گفتن شعارها و عبارات عجیب نه تنها نمی‌تواند موجب جلب توجه مردم به نامزدهای ناشناخته‌تر شود، بلکه به طور قطع باعث بی‌توجهی هم خواهد شد. علیرضا نمونه این امر را انتشار القاب بی‌شماری مانند دکتر، مهندس و حتی &#171;پروفسور دکتر» در پوستریهای انتخاباتی برشمرد که تنها موجب آمدن لبخندی بر لب بینندگان می‌شود.

مدیر یک شرکت صنعتی کوچک هم از توقعاتش به عنوان یک شهروند از اعضای شورای شهر تبریز گفت. به گفته احمد که 38 ساله و علاقمند به تحولات شهری است، لازم است اعضای شورا برای پیشرفت شهر با همدیگر تعامل مثبتی داشته باشند و از اختلاف نظرهای بی‌مورد بپرهیزند و اگر مسئله غیرقابل حلی هم پیش آمد با صداقت آن را با مردم در میان بگذارند.

داشتن ارتباط قوی و قابل اعتماد با مردم دیگر شاخصه ایست که این مهندس جوان به عنوان معیار خود برای انتخاب نامزدهای دارای صلاحیت شورای چهارم بر می‌شمرد و بر داشتن صداقت به عنوان رمز موفقیت تاکید می‌کند.

آمنه، مادر جوانی است که داشتن برنامه‌ریزی‌های میان مدت و بلندمدت را شاخصه یک فرد موفق برای حضور در شورا می‌داند و می‌گوید: باید برای حل مشکلات و پیشرفت شهرمان برنامه‌ریزی و تلاش کنیم.

این معلم جوان برگزاری جلسات معرفی در نقاط مختلف شهر را اقدامی به مراتب موثرتر از چاپ پوستره‌های مزین به عکس‌هایی با ژست‌های عجیب و غریب می‌داند و می‌افزاید: در یک جلسه حضوری می‌توان با دیدگاه‌ها و برنامه‌های هر نامزدی به درستی آشنا شد و در مورد رای دادن یا ندادن به او تصمیم گرفت.

وی همچنین تعداد بالای نامزدها و ائتلاف‌های جدیدی که هر روز اعلام موجودیت می‌نمایند را مشکل شخصی‌اش برای شناخت نامزدها عنوان کرد و گفت با توجه به زمان کم و تعداد بالای افراد، بنا به توصیه‌های آشنایان و افراد معتمد نسبت به کسب اطلاعات در خصوص برخی افراد اقدام کرده است.

آقای زهدی، مردی که به گفته خودش از نسل قدیم است، وجود این هیاهوی انتخاباتی را مایه جریان زندگی در شهر می‌داند و می‌گوید: از تمام کسانی که قرار است روی صندلی شورای شهر تبریز بنشینند خواهش می‌کنم به مشکلات جوانان بیشتر توجه کنند و نگذارند این نسل دچار سرخوردگی و ناامیدی شوند چون همین جوانان هستند که باید زمینه‌های پیشرفت و ایستادگی کشور را فراهم آورند.

وی که سال‌ها از بازنشستگی‌اش گذشته می‌افزاید: کاش توان بیشتری داشتم و برای کشورم تلاش می‌کردم، پس از بازنشستگی احساس می‌کنم مفید نیستم اما این روزها با حضور در این جمع‌های انتخاباتی و کمک به جوانان بازم به روزهای دور جوانی‌ام برگشته‌ام.

زهدی همچنین ابراز امیدواری کرد، طرحی برای بهره‌گیری از توان و تجربه افراد کهنسال و بازنشسته هم تهیه و اجرایی شود تا این افراد هم در پیشرفت جامعه سهمی به اقتضای وضعیت و سن و سال خود را ایفا کنند.

این شهروند باتجربه همچنین از به هم ریختگی و نابسامانی وضعیت تبلیغات گله کرده و می‌گوید: هرچند وجود این شور انتخاباتی نشانه جامعه‌ای پویاست، اما آسیب رساندن به اموال عمومی، دیوارنویسی و چسباندن پوسترها به هر جای ممکن، از شهرمان چهره‌ای نازیبا می‌سازد و لازم است نامزدها و طرفداران آنها به این مسئله دقت کنند.

مریم، دانشجوی غیرتبریزی دانشگاه تبریز را وقتی دیدیم که با تعجب بسیار نظاره‌گر شور انتخاباتی خیابان‌های اطراف دانشگاه و خیابان آبرسان بود.

این دانشجوی جوان می‌گفت به خاطر همزمانی انتخابات ریاست جمهوری و شورا فکر نمی‌کردم چنین صحنه‌هایی را ببینم؛ دیدن

افرادی با تفکرات و سن و سال متفاوت در فضای تبلیغاتی شورای تبریز بسیار هیجان برانگیز است.

وی که قبل از انتخابات و با پایان امتحاناتش به شهر خودش باز می‌گردد، ابراز امیدواری کرد وقتی ترم آینده برای حضور در دانشگاه به تبریز می‌آید، از همکلاسی‌هایش خبر روی کار آمدن افرادی متخصص و توانا را در شورای شهر تبریز بشنود.

بازار تبریز همواره یکی از قطب‌های مهم و اثرگذار بر تحولات اجتماعی و سیاسی بوده و هست. آقای بهادری از بازاریان با سابقه بازار تحلیل‌های مختلفی از شرایط موجود ارائه کرد و گفت: نمایندگان شوراهای شهر باید افرادی باشند که بتوانند در همه زمینه‌ها برنامه‌ریزی درستی داشته و با فکر و معلومات خود زمینه توسعه شهر را فراهم آورند.

وی افزود: داشتن افکار مثبت به تنهایی کافی نیست، چطور می‌شود در فکر توسعه شهر بود و این همه ریخت و پاش تبلیغاتی را روا دانست؟ هدر رفتن این هزینه فقط برای نمایش دادن چهره و شعارهای تکراری چه مبنایی دارد؟ حتی به لحاظ دینی هم این اسراف کاری است و پسندیده نیست.

کریم، فارغ‌التحصیل رشته مدیریت هم چنین دیدگاهی دارد و می‌گوید: تبریز شهری با نفوذ بالای اینترنت است، در ضمن تعداد زیادی روزنامه و خبرگزاری و پایگاه خبری هم در سطح شهر و برای پوشش دادن اخبار شهر فعال هستند. عجیب است که نامزدهای انتخابات شورا از این ظرفیت استفاده نمی‌کنند و به نمایش عکسهایشان بسنده کرده‌اند.

به گفته وی، با حجم کاغذی که هر کاندیدا برای تبلیغات خود و نمایش چهره و شعارش از آن استفاده کرده می‌توان صدها و هزاران جلد کتاب منتشر کرد و با قیمت مناسب در اختیار مردم قرار داد.

این مدیر جوان با اشاره به اعتماد عمومی نسبت به نشریات و خبرگزاری‌های معتبر گفت: بدون شک حرف کسی که خود را به شکلی کامل و به دور از شعار در نشریات معرفی می‌کند برای همگان قابل باورتر است زیرا می‌داند همین نشریه بعدها می‌تواند محل استناد مردم باشد و به این جهت در دادن شعار و وعده با دقت عمل و ریزی بیشتری عمل می‌نماید.

عملکرد گذشته شورا مردم را بی‌انگیزه کرده است

متین، یکی از جوانان شهر ماست. او می‌گوید انگیزه زیادی برای بررسی نامزدهای شورای شهر ندارد چون از عملکرد شورای قبلی راضی نیست.

وی می‌گوید بحث و جدل‌های بی‌نتیجه و تغییر تفکرهای ناگهانی اعضای شورا در قبال برخی مسائل مهم شهری و همچنین بی‌خبری از بعضی تصمیمات مهم شورا مانند احداث برج 55 طبقه و هتل هفت ستاره و یادمان شمس و امثال آنها از نقاط ضعف شورای قبلی بوده و لازم است شورای چهارم با جدیت فکری برای این مسائل مهم شهری که می‌توانند به توسعه تبریز بیانجامد داشته باشند.

کامرانی، جوان تحصیل کرده بدون شغلی است که امیدوار است با تصمیمات درست شورای جدید، فضای کسب و کار در شهر رونق پیدا کند.

وی معتقد است برای شناخت نامزدها، شاخص‌هایی مانند تحصیلات و یا سوابق اجرایی آنها قابل شناخت است اما ویژگی‌هایی مانند توانمندی اجرایی و تصمیم‌گیری، دلسوز بودن و داشتن حسن رفتار و صداقت به سختی و تنها با داشتن شناخت از آنها قابل بررسی است، به همین دلیل لازم است در روزهای باقی مانده تا انتخابات نامزدها یا نمایندگان آنها با حضور در جمع مردم از برنامه هایشان بگویند.

\*\*

تبریز همیشه شهری پیشتاز و اثرگذار در تحولات اجتماعی در سطح کشور بوده و هنوز هم این ویژگی را داراست. تجربه موفق راه‌اندازی اولین بلدیه و همچنین بسیاری نهادهای اجتماعی برای پیشبرد اهداف والای مدنی و خدمت‌رسانی به مردم از این شهر سرچشمه گرفته‌اند و بسیاری دیگر در این شهر بالیده‌اند.

توجه به شوراهای شهر و روستا نیز در این شهر از جایگاه بسیار ویژه‌ای برخوردار است. همانطور که در اصل هفتم قانون اساسی به طور کلی شوراها از جمله شورای شهر از ارکان تصمیم‌گیری در اداره امور کشور تلقی شده‌اند و نیز اصل یکصدم قانون اساسی، هدف از تشکیل شوراها را پیشبرد سریع برنامه‌های اجتماعی، اقتصادی، عمرانی، بهداشتی، فرهنگی، آموزشی و سایر امور رفاهی از طریق مشارکت مردمی با توجه به مقتضیات محلی دانسته است؛ در تبریز نیز انتخابات شوراهای شهر و روستا مورد توجه واقع شده و اکنون مردم تبریز آماده‌اند با تجربه سه دوره قبلی انتخابات شوراها، افرادی توانمند و با تجربه و دارای صداقت و صراحت بیان را راهی ساختمان تاریخی ساعت نمایند و در دوره حضور این افراد در شورای چهارم، به توسعه بیش از پیش شهرشان امیدوار باشند.

جواد آهنگری، رئیس کمیته تبلیغات چهارمین دوره انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا در استان آذربایجان شرقی، شور و شوق تعمیم یافته در میان اقشار مختلف شهروندان به جهت برگزاری انتخابات شورای شهر را یادآوری نمود و با بیان ویژگی‌های موثر در موفقیت نامزدهای انتخابات شورای شهر گفت: اگر فرد کاندیدا دارای شرایط کافی و اثرگذاری در اداره امور شهر باشد و به لحاظ توانمندی‌ها نسبت به دیگران برتری داشته باشد، بدون شک مورد اقبال مردم قرار گرفته و برگزیده می‌شود. مردم هم بنابه آگاهی و شناختی که از فرد مورد نظر پیدا می‌کنند دست به گزینش می‌زنند. بنابراین توانایی‌های و توانمندی‌های کاندیدای راهیابی به شورا و همچنین آگاهی مردم از این امر در پیروزی فرد کاندیدا موثر است.

وی رفتار خالصانه و متواضعانه را مورد اقبال عموم مردم معرفی کرد و تصریح کرد: نظام مردم‌سالاری دینی الگوی تبلیغاتی منطقی می‌طلبد که در نهایت به پاسخگویی به انتظار تعالی جویانه جامعه منجر شود.

آهنگری همچنین طرح و ارائه برنامه و راهکار را بسیار موثرتر از تصویر و شعار معرفی کرد و افزود: توجه به برنامه‌ها موجب تعمیق شور اجتماعی شده و در نهایت با استقبال عمومی گسترده‌تری مواجه می‌شود. به همین علت عملکردها و گفته‌های نامزدها به دقت

از سوی مردم رصد می‌شود و نوع و نحوه تبلیغات نتیجه مستقیمی در میزان کسب آرا خواهند داشت.

وی تصریح کرد: خوشبختانه تاکنون در زمینه تبلیغات انتخاباتی در شهر تبریز شاهد موارد تخریب نامزدها از سوی یکدیگر نبودیم؛ هرچند به نظر می‌رسد تخریب کردن دیگران یا ناشی از ناتوان بودن و ضعف در توانمندی یا ضعف در معرفی شخص کانیدیا و یا بی‌توجهی به آگاهی و فهم بالای مردم است و هر دو این موارد به معنای نداشتن آگاهی سیاسی هستند. در صورتیکه نامزدهای اصلح و مردمی، ضمن آرزوی موفقیت برای یکدیگر به جهت ایجاد عمران و آبادانی و توسعه پایدار شهرشان، تنها به بیان اهداف و برنامه‌های خود و راهکارهای نیل به این اهداف سخن می‌گویند و قضاوت را به آگاهی عمومی می‌سپارند. چنین افرادی بی‌شک مورد اقبال مردم قرار گرفته و می‌توانند زمینه‌ای دیگر برای خدمت به شهر و کشورشان را تجربه نمایند.

رئیس کمیته تبلیغات چهارمین دوره انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا در استان آذربایجان شرقی از حضور افراد توانمند و خوشنام برای خدمت به مردم در قالب شورای چهارم استقبال کرد و گفت: این شور و شوق انتخاباتی می‌تواند مویید شورایی اثربخش و قوی برای خدمت به شهروندان باشد و جا دارد از تمام افرادی که قانون و اخلاق را در تبلیغات خود رعایت کرده‌اند قدردانی کنم.

به گفته وی، بد اخلاقی به هر نوع و شکل، آفت تبلیغات انتخاباتی و شکل‌گیری حماسه سیاسی است و لازم است نامزدهای انتخابات شورای شهر و هواداران آنها به این نکته دقت کافی داشته باشند، زیرا هیچ کاری از نگاه دقیق و تیزبین مردم پنهان نخواهد ماند.

آهنگری پایبندی به قانون را از ویژگی‌های کانیدای دارای صلاحیت دانست و افزود: قانون انتخابات و تبلیغات انتخاباتی هم بخشی از قانون کشورمان هستند و شایسته است این موارد از سوی افرادی که می‌خواهند مجری قانون و تعیین‌کننده قوانین جدید برای توسعه شهرها و بهبود زندگی مردم باشند رعایت گردند.

آهنگری با یادآوری قانون تبلیغات انتخاباتی، ابراز امیدواری کرد تمام مفاد این قانون اعم از تعداد تصاویر، ابعاد بنرها و پوسترها، شعارها، محل‌های نصب و رعایت به حریم خصوصی و عمومی شهروندان از سوی نامزدهای انتخاباتی مورد احترام قرار گیرد.

رئیس کمیته تبلیغات چهارمین دوره انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا در استان آذربایجان شرقی در نهایت از تمام دست‌اندرکاران انتخابات شورای شهر تبریز خواست با ایجاد آرامش و امیدآفرینی، مردم را آگاهانه در تداوم خلق حماسه یاری رسانند.

\*\*\*

با تمام این حرف‌ها اما، هنوز شهر تبریز است و هزار چرخش سیبی که به هوا پرتاب شده و هنوز به زمین نرسیده. باید منتظر ماند و دید این بار از گردونه انتخاباتی شورای شهر اولین‌های ایران، نام چه کسانی به عنوان صاحبان چهار ساله صندلی‌های شورای شهر تبریز بیرون می‌آید. نتیجه هرچه باشد، باید به فهم و منطق و خواست عمومی باور داشته باشیم و به آن احترام بگذاریم.

.....

نگارنده: فرینوش اکبرزاده

.....