

سازه‌های تبلیغاتی شهر ترمیم و نوسازی می‌شوند

مدیرعامل سازمان زیباسازی شهرداری تهران گفت: به منظور تغییر رویکردها و افزایش فعالیت‌های فرهنگی شهر، نسبت به ترمیم، نوسازی و تحول در محتوای تبلیغات اقدام کرده‌ایم.

به گزارش سایت خبری پرسون، رضا صیادی مدیرعامل سازمان زیباسازی شهرداری تهران، در واکنش به این موضوع که در گذشته انتقادهای زیادی به عملکرد سازمان زیباسازی نسبت به اکران‌های فرهنگی در مناسبت‌ها وارد بود، درباره تغییر رویکردها در زمینه تبلیغات محیطی در سطح شهر گفت: با توجه به رویکرد مدیریت شهری ششم و در توجه به موضوعات فرهنگی، اجتماعی و مناسبات مختلف، وظیفه ما استفاده از تمام ظرفیت‌ها در این حوزه است.

وی افزود: ترمیم و نوسازی سازه‌های فرهنگی سازمان زیباسازی نیز یکی از اولویت‌های اصلی است که در این زمینه حتی نسبت به ترمیم سازه‌هایی که روشنایی آن‌ها دچار مشکل بوده اقدام کرده‌ایم.

مدیرعامل سازمان زیباسازی شهرداری تهران تصریح کرد: یک ظرفیت اکران فرهنگی در سازه‌های تجاری نیز داریم که اقدامات لازم برای استفاده از این ظرفیت انجام شده است تا بتوانیم تعداد اکران‌ها و سازه‌های تبلیغاتی و فرهنگی بیشتری در سطح شهر داشته باشیم.

صیادی بیان کرد: در برخی موارد یا در دوره‌های گذشته شاهد اکران‌های فرهنگی زیادی در سطح شهر بودیم اما به دلیل پراکنده بودن آنها، اکران‌ها به چشم نمی‌آمدند. به همین منظور رویکرد محتوایی ما به سمتی است که با تغییر محورها و مدل کاری تبلیغات بیشتر نمود پیدا کند.

مدیرعامل سازمان زیباسازی شهرداری تهران با بیان اینکه به عنوان مثال در هفته کتاب و ۱۳ آبان چون یک دستورالعمل واحد را اجرا کردیم، اقدامات به خوبی در سطح شهر دیده شد، گفت: برای بیشتر دیده شدن اقدامات فرهنگی و زیباسازی در سطح شهر، بخشی از موضوع به سازه‌های فرهنگی و بخشی از آن به رویکردها در تولید محتوا مربوط می‌شود که سعی کردیم در طول این مدت، هر دو مورد اصلاح شود.

منبع: مهر