مرکز پژوهش‌های مجلس با نگاهی به میزان اجرای قانون ساماندهی مد و لباس بررسی کرد؛

چرا ساماندهی مد و لباس اهمیت دارد؟

«مُد لباس به منزله یکی از صنایع پرطرفدار فرهنگی، درعین سودآوری اقتصادی، نقش مهمی در انتقال ایده‌های خلاق و رشد فرهنگی جوامع مبتنی بر میراث فرهنگی آن‌ها دارد و در این مسیر چرخه‌ای را از آفرینش و طراحی تا تولید، توزیع و درنهایت مصرف طی می‌کند.» براین اساس اگر چرخه صنعت مد و پوشاک در کشور بومی نشود، هم به لحاظ اقتصادی بازار بزرگی از دسترس تولیدکنندگان داخلی خارج شده و هم به لحاظ فرهنگی جامعه در اختیار هجمه فرهنگ‌های وارداتی قرار می‌گیرد. طبق «داده‌های جهانی اقتصاد اسلامی ۲۰۲۱-۲۰۲۰» ایران بزرگ‌ترین پوشاک عفیفانه را داراست، اما در میان کشورهای مسلمان، ترکیه بیشترین حجم صادرات پوشاک عفیفانه را به خود اختصاص داده است. در کل جهان، چین در صدر این فهرست ایستاده و ترکیه و هند در جایگاه دوم و سوم جهانی قرار دارند، البته اهمیت ترکیه بیش از حجم تولیدات و بازار در جهت‌دهی و طراحی پوشش اسلامی و عفاف محور است. از سوی دیگر بازار جهانی پوشاک اسلامی براساس گزارش گرند ویو تا سال ۲۰۲۵ در حدود ۸۸ میلیارد دلار خواهد بود.» به عبارتی مدگرایی بدون طی شدن چرخه کامل صنعت مد و عدم توجه به فرآیند طراحی و تولید داخلی و مبتنی بر استفاده از تولیدات دیگر کشورها جامعه را به سمت تقلید سوق می‌دهد. از سوی دیگر وضعیت حجاب در کشور و رفتارسنجی‌هایی که در این حوزه انجام شده، نشان دهنده تمایل جامعه به انواع متکثر از پوشش‌های نوین است که به دلیل خلأ موجود در حوزه مدهای اسلامی این گرایش به سمت استفاده از پوشش‌هایی با حجاب کمتر و نامناسب هدایت می‌شود.

ازاین‌رو، «قانون ساماندهی مد و لباس» در سال ۱۳۸۵ و با رویکرد بومی‌سازی صنعت پوشاک از سوی مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید و مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش اخیر خود، میزان اجرایی‌سازی این قانون را بررسی و تشریح کرده است که قانون مزبور به‌دنبال ایجاد جهشی فرهنگی در تولیدات پوشاک کشور و طراحی مد و لباس براساس ذائقه و فرهنگ دینی و ملی داخلی بوده است. زیرا باتوجه به روند روبه‌رشد جامعه جهانی در صنعت مد و پوشاک، عدم پرداختن به صنعت مد داخلی وضعیت پوشش را هرچه بیشتر به مخاطره می‌اندازد. ازاین منظر قانون مد و لباس هدف درستی را دنبال کرده است. درواقع تصویب این قانون گام بسیار مهمی در اصلاح رویکرد نسبت به پذیرش مدگرایی، طراحی مداسلامی، شکل‌گیری صنعت مد و پوشاک در کشور و تقویت وجه زیباسازی پوشش بود، اما آنچه در گام بعدی مهم است، عملکرد دستگاه‌ها در اجرای قانون، تحقق اهداف آن و رفع چالش‌های احتمالی قانون است.

قانون ساماندهی مد و لباس در کشور نیاز به اتصال حلقه تولید به حلقه طراحی و علاوه بر آن حمایت از تولیدی‌های پوشاک و ایجاد مزیت نسبی برای آن‌ها در تولید کالای پوششی عفیفانه و مبتنی بر فرهنگ دینی و بومی جامعه است، اما در شرایطی که تولید مبتنی بر حداکثر سود در کمترین زمان، رویکرد محوری تولید پوشاک است و دغدغه‌های هویتی و ارزشی کمترین جایگاه را در این عرصه دارد، هدایت بازار از طریق تولیدکنندگان و تزریق رویکرد فرهنگی در حلقه تولید نیازمند حمایت حداکثری، ایجاد مزیت و کاهش ریسک تولید ارزشی است.

عدم وجود سرمایه‌گذاری در این صنعت

مرکز پژوهش‌های مجلس به این موضوع هم اشاره دارد که در شرایطی با ریسک بالا و عدم وجود اطمینان از موفقیت هرنوع اقدام اقتصادی، احتمال سودآوری برای تولیدکنندگان کاهش می‌یابد. مضاف برآنکه درصنعت مذکور به دلیل نبود زیرساخت‌های لازم و نبود چرخه فعال تولید پوشاک، شکل‌گیری و رشد صنعت مذکور نیاز به حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت دارد. درشرایطی که حمایت از این صنعت در اولویت قرار ندارد، تولیدکننده در راستای کاهش هزینه‌های تولید، راهبرد کاهش استفاده از مواد اولیه و مواد اولیه ارزان‌تر و با کیفیت پایین‌تر را در اولویت قرار می‌دهد که در برخی موارد در تضاد با الگوهای پوششی مطلوب و رایج است و منجربه تولید کالای پوششی نامناسب خواهد شد. به بیان برخی از تولیدکنندگان به دلیل تغییر ذائقه پوششی جامعه تولید پوشاک مبتنی بر شاخص‌های ایرانی-اسلامی مقرون به صرفه نبوده و بین دو هدف کسب سرمایه اقتصادی و احیا و حفظ سرمایه فرهنگی (پوشش مطلوب) تعارض ایجاد می‌شود.

وضعیت توزیع، تبلیغ و بازاریابی صنعت پوشاک

درشرایطی که دو هدف بزرگ؛ شکل‌گیری صنعت مد و ابتنای آن بر نظام ارزشی و فرهنگ بومی و دینی جامعه در حال شکل‌گیری است، در عرصه توزیع و بازاریابی نیز باید روش‌های نوین و پربسامدی به کار گرفته شود تا در فضای داخلی امکان رقابت با بازار قبلی و در فاز بین‌المللی امکان رقابت با بازارهای جهانی را ایجاد کند. درواقع می‌توان گفت یکی از عرصه‌های اثرگذاری این مهم در قانون مذکور ذیل برپایی جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها پیگیری شده است، چراکه نمایشگاه‌ها و رویدادهای کالای پوششی ظرفیت خوبی در راستای برندسازی و انتقال فرهنگ هستند که البته باید به دائمی شدن سکوهای عرضه و فروش مورد تأیید اهتمام ویژه داشت. از سوی دیگر برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در مراحل مختلف چرخه صنعت و مدمی‌تواند به استانداردسازی این چرخه، شناخت فناوری‌ها و دانش نوین حوزه و ارتقاء ابزارها و روش‌های بهینه‌سازی و کارآمدسازی کمک کند. لذا اجرایی‌سازی و کیفیت اجرای تکالیف قانونی در این گام بسیار حائز اهمیت است. تبلیغ و بازاریابی یکی از گام‌های مهم در تکمیل چرخه زنجیره ارزش صنعت مد است که ارتباط نزدیکی با فرآیند توزیع دارد. به عبارتی می‌توان گفت یکی از ابزارهای اساسی در تقویت توزیع و برندسازی، تبلیغ و بازاریابی است. نکته دیگر اینکه تبلیغ و بازاریابی در دو سطح قابل رصد است. به عبارتی باتوجه به تلاش در راستای چرخش رویکردی و ارزشی پوشاک در جامعه، تبلیغات باید در راستای نهادینه‌سازی ارزش‌های مفهومی نوع کالای تولیدشده و در وهله بعد تأیید و تبلیغ کالای تولیدی حرکت کند. به عبارتی هم نظام ارزشی و هم روش‌ها و ابزارهای نوین تبلیغات دارای اهمیت ویژه هستند.

جمع‌بندی

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی باتوجه به بررسی‌های انجام‌شده از میزان و چگونگی اجرای قانون «ساماندهی مد و لباس» و میزان تحقق کلان و اهداف جزئی قانون نکاتی را به عنوان موانع اجرا و عدم تحقق کامل اهداف قانون عنوان کرده که در ادامه برخی از این موارد ذکرشده است.

-عدم وجود راهبردهای میان‌مدت در راستای اهداف قانون؛ یکی از نکات مهم در حصول نتیجه کامل اتخاذ نظام فکری و بنیادنظری واحد در تبیین سبک پوشش ایرانی اسلامی و تسری آن در همه گام‌های چرخه صنعت و پوشاک است. به گونه‌ای که عدم فهم ماهیت فرهنگی لباس و بارهویتی آن در مراحل مختلف طراحی، تولید، منجربه آشفتگی بازار شده و فرصت هویت یابی از طریق پوشاک را از بین می‌برد، البته تلاش‌هایی در راستای تحول در وضعیت مد و لباس کشور از سوی کارگروه مد و لباس انجام شده و راهبرد کلان توجه به «زنجیره ارزش پوشاک» و «پیش‌نویس سندملی مدولباس» تدوین شده است. اما سند مذکور همچنان در صف انتظار تصویب در شورای عالی انقلاب فرهنگی قرار دارد.

ضعف ساختار سازمانی کارگروه مدولباس: ضرورت پیشبرد اهداف و تکالیف قانون ساماندهی مد و لباس به ساختاری فراد ستگاهی و قدرتمند نیاز دارد که جایگاه تنظیم‌گری بالا در میان نهادهای مکلف داشته باشد. لذا باتوجه به اهمیت بُعد نظارتی ساختار موردنظر، دولتی بودن و ظرفیت تنظیم‌گری آن حائز اهمیت است. البته بُعد دیگر اصلاح ساختاری در حوزه مدولباس اصلاح و تقویت ساختارهای پراکنده ذیل وزارتخانه‌های مختلف است. به عبارتی تقویت جایگاه صنعت پوشاک در کشور نیازمند تقویت ساختار در گام‌های مختلف تحقق چرخه صنعت مد و پوشاک است. برای نمونه وزارت صنعت، معدن و تجارت ذیل یک اداره کل، امور مربوط به نساجی و پوشاک را دنبال می‌کند. این درحالی است که تقویت صنعت مد و پوشاک نیازمند تغییر در رویکردهای کلان صنعت و محوریت بخشی به حوزه نساجی و پوشاک و مضاف بر آن تأمین ملزومات آن است. به عبارتی نه‌تنها ساختار متمرکز مد و لباس نیاز به بازیابی و تقویت دارد، بلکه ساختارهای غیرمتمرکز که ذیل ارگان‌ها و وزارتخانه‌های مختلف قرار دارند نیز باید تقویت و اصلاح شوند.

ضعف نظام بودجه‌ریزی در حوزه مد و لباس: یکی از چالش‌های مهم در عدم تحقق اهداف قانون و پیشبرد برنامه‌های عملیاتی تعریف‌شده ذیل تکالیف کارگروه مد و لباس، کمبود بودجه و همچنین نبود ردیف بودجه اختصاصی برای کارگروه مذکور ذیل قانون بودجه سنواتی است، به گونه‌ای که برای کارگروه به‌عنوان یک ساختار فراد ستگاهی منبع مالی دیده نشده و ذیل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تحت عنوان یک برنامه بودجه محدودی تعریف‌شده است.

عدم توجه هم‌زمان به ابعاد صنعت مد و پوشاک: یکی از موضوعات مهم توجه به همه ابعاد و گام‌های تکمیلی چرخه شکل‌گیری و تداوم صنعت مد و لباس است. به عبارتی علیرغم اینکه ضعف فرآیند طراحی و عدم ابتنای آن بر نظام فرهنگی و ارزشی جامعه ایران و ضعف دانش آن یکی از خلأهای بزرگ چرخه صنعت است، اما اتصال آن به تولید، حمایت از سازوکارهای ارتقا و توسعه تولید و همچنین تأمین زیرساخت‌های پایدارسازی شبکه توزیع و بازار کالای پوششی در جامعه نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است. این درحالی است که جهت‌گیری اجرایی کارگروه مد و لباس بر طراحی پوشاک بوده و نسبت به تکمیل فرآیندهای دیگر از قبیل آموزش، تولید ماشین‌آلات، رسانه و تبلیغات، تولید مواد اولیه و... برنامه عملیاتی کمتری را دنبال کرده است. این درحالی است که تدوین سازوکار اصلاح و اصولی‌سازی طراحی پوشاک در جامعه بدون توجه به تولیدانبوه آن امکان ساماندهی وضعیت پوشاک جامعه را فراهم نمی‌کند. به عبارتی در بهترین حالت اگر ساماندهی بخش طراحی محقق شود اما اتصال به بخش تولید و بازار نداشته باشد، طراح وادار به پیروی از الگوهای رایج جامعه و عدم تبعیت از ضوابط طراحی ایرانی اسلامی خواهد شد.

ضعف توجه به بُعد تبلیغاتی و رسانه‌ای صنعت مد و پوشاک: پوشش و مصرف کالای پوششی خاص نشان دهنده سبک زندگی افراد است و هویت‌سازی می‌کند. از این حیث آموزش و سواد پوشش دارای اهمیت است، اما به دلیل روزآمدسازی پرسرعت صنعت مد، امکان معنابخشی به مدهای پوششی در زمان کوتاه وجود ندارد و مدسازی قبل از دریافت معنای آن از سوی جامعه صورت می‌گیرد. لذا باید به دنبال معنابخشی به مجموعه مدهای ارائه شده به جامعه و در طول زمان بود. به این معنا که از طرح یک کالای پوششی شایدنتوان معنا و مفهوم مشخصی استخراج کرد، اما مجموعه مدهای ارائه شده در یک سال از سوی تولیدکننده‌ها و طراحان جامعه به افراد، قابلیت معناداری داشته و تکمیل بازل معنایی جامعه را به همراه دارد. لذا در جامعه جهانی رسانه‌ای یکی از ابزارهای کلیدی در ساخت مد، تبلیغات و رسانه است و لازمه این امر خلاقیت در تبلیغ و جذاب‌سازی مدهای اسلامی ایرانی از طرق مختلف است که البته ساخت این سبک پوششی در درازمدت هویت‌سازی و معنابخشی را در پی خواهد داشت.

ضعف توجه به ظرفیت دستگاه‌های موجود: یکی از ضعف‌های مهم در تنظیم‌گری این عرصه عدم توجه به فرصت دستگاه‌های دولتی از وجوه مختلف است. به عبارتی برخی دستگاه‌ها می‌توانند از حیث وظیفه ذاتی در راستای بهبود و به‌روزرسانی دانش زیرساختی و دانش طراحی کمک کنند و برخی دستگاه‌ها می‌توانند به واسطه مخاطب نیروی انسانی در ارتباط با دستگاه‌ها، جامعه مخاطب مصرف‌کننده و بازار قابل اطمینان خوبی برای عرضه محصولات پوششی مورد تأیید باشند. لذا استفاده از ظرفیت هرکدام از دستگاه‌ها از الزامات پیشبرد اهداف قانون است که از دو مسیر قابل تحقق است. در حالت اول عضویت دستگاه‌های مهم و اثرگذار در این حوزه از قبیل وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت علوم در کارگروه مد و لباس قابل طرح است. در حالت دوم تأکید بر اصلاح فرآیندهای اداری و سازمانی، تفاهم‌دستگاه‌ها در پیشبرد تکالیف قانونی و تقویت جایگاه حقوقی تفاهم‌نامه‌هاست که به نوعی چابک‌سازی ساختاری و عدم فریهی کارگروه را نیز پوشش می‌دهد. از این حیث شناسایی ظرفیت دستگاه‌های مرتبط با موضوعات این قانون و در مراحل مختلف چرخه از اقدامات مهمی است که باید از سوی کارگروه مد و لباس به‌عنوان تنظیم‌گر این حوزه پیگیری شود.

عدم تنظیم‌گری معطوف به هدف در حوزه واردات پوشاک؛ یکی از چالش‌های موجود در بازار پوشاک، ممنوعیت واردات و افزایش قاچاق پوشاک و عدم امکان نظارت بر کالای پوششی است که جامعه از آن استفاده می‌کند. به عبارتی تنظیم‌گری در حوزه دیگر و به اهداف دیگر، آثار منفی براین حوزه گذاشته و از سوی دیگر هدایت فرهنگی جامعه از حیث پوشش و بازار عرضه محصولات تولیدکنندگان داخلی تحت‌الشعاع قرار گرفته است. این درحالی است که اجازه واردات باشرایط خاص و شاخص‌های تعریف‌شده می‌تواند اهداف فرهنگی و صنعتی این عرصه را نیز پوشش دهد. ضمانت اجرای ضعیف قانون: یکی از موارد مهم که در قوانین مختلف می‌توان به عنوان موتور محرکه مسئولان با رویکردهای گفتمانی مختلف در انجام تکالیف قانونی مؤثر باشد و سلیقه شخصی مسئولان در انجام تکالیف را به حداقل برساند، تنظیم ضمانت اجرا در متن قانون است. قانون مذکور از این حیث دارای ضعف بوده و مواردی شماری از وظایف قانونی در سال‌های متعدد اجرایی نشده است.

عدم شناسایی ابعاد جامعه مخاطب و نیازهای آن: مخاطب‌شناسی از مهم‌ترین خلأهای بازار در صنعت مدولباس است و یکی از الزامات ساماندهی پوشش در جامعه، توجه به گستردگی جامعه مخاطب از حیث سلایق و نیازهای کاربردی آنان است. به عبارتی افراد در محیط‌های مختلف ازجمله کاری، تفریحی، ورزشی، خصوصی و غیره در گروه‌های مختلف سنی و در شرایط اقلیمی و جغرافیایی مختلف، نیاز به طراحی پوشاک با ویژگی‌های خاص خود را دارد، که در اسناد موجود این حوزه و برنامه‌های ناظر به آینده آن مورد توجه نبوده است. برای نمونه می‌توان به عدم توجه به طراحی و تولید لباس نوجوان اشاره داشت که با توجه به اهمیت جایگاه لباس در شکل‌دهی هویت نوجوانان باید به صورت خاص مورد توجه قرار گیرد.

کم توجهی به ظرفیت صادرات در زنجیره ارزش صنعت و مد؛ یکی از ظرفیت‌های مهم در هر صنعتی ایجاد بسترهای تبادل دانش و دستاوردهای روزدر سطح داخلی و بین‌المللی است و نمایشگاه‌های تخصصی ابزاری برای تحقق این هدف است. از سوی دیگر نمایشگاه‌های تخصصی فرصت معرفی ویژندهای داخلی به دیگر کشورها و بازاریابی جهانی در افق اقتصادی و تکثیر الگوهای پوشش ایرانی اسلامی در افق فرهنگی و هویتی را فراهم می‌کند و ایران به‌عنوان بزرگ‌ترین بازار مصرف پوشاک عفیفانه در جهان و صادرات صفر پوشاک عفیفانه می‌تواند از این ظرفیت در راستای پیدا کردن هژمونی فرهنگی استفاده کند.

استفاده نکردن از ظرفیت مشاغل خانگی دارای پشتیبان؛ یکی از مسائل عمده در شکل‌گیری صنعت مد، اتصال و احد طراحی به تولیدکنندگان و تولیدانبوه طرح‌های موردتأیید کارگروه مد و لباس به منظور ساماندهی بازار است. به عبارتی می‌توان گفت راهبرد مهم در تنظیم‌گری بازار و رسیدن به قابلیت مدسازی، امکان تولیدانبوه طرح‌های برگزیده است که می‌توان آن را از مسیر فعال‌سازی مشاغل خانگی دارای پشتیبان پیگیری کرد. به عبارتی مزون‌های خرد ذیل ظرفیت مشاغل خانگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌توانند به کارگاه‌های تولیدی بزرگ‌تر متصل شوند.

ضعف رویکرد ایرانی اسلامی در اقدامات صورت گرفته؛ یکی از نقاط تمایز مورد انتظار از بازار مد و پوشاک جامعه ایران، وجه هویتی آن است. به عبارتی می‌توان گفت مجموعه اقدامات صورت گرفته ذیل این قانون ازجمله برگزاری نمایشگاه‌ها و راه‌اندازی مزون‌ها و مؤسسات تک منظوره، مدارس طراحی و غیره می‌تواند به صنعتی شدن مد در هر نظام فکری و ارزشی کمک کند، اما وجه تمایز مورد نظر این قانون که بازطراحی صنعت مد براساس مبانی دینی و ملی است مورد غفلت قرار گرفته است لذا اولین گام در تحقق این رویکرد، تدوین سازوکار لازم جهت آموزش طراحان با رویکرد اصلاح زیربنایی و شکل‌گیری صنعت مد اسلامی ایرانی است.

عدم تناسب ظرفیت‌های حمایتی فعال شده در این حوزه با اهمیت و جایگاه موضوع محوری قانون در نظام ارزشی و اجتماعی؛ علیرغم اهمیت موضوع محوری قانون، زیرساخت‌های سازمانی و بودجه‌ای و خدمات حمایتی و آموزشی متناسب با آن تنظیم نشده‌اند. برای نمونه می‌توان به ساختار سازمانی ضعیف و ابتدایی‌ترین نوع حمایت از تولیدکنندگان و طراحان که ارائه تسهیلات مالی است اشاره داشت. این درحالی است که باتوجه به اهمیت موضوع می‌توان از ظرفیت‌های دیگری همچون مشوق‌های مالیاتی برای تولیدکنندگان و ویژندسازی در صنعت پوشاک استفاده کرد.

> **قانون ساماندهی مدولباس به‌دنبال ایجاد جهشی فرهنگی در تولیدات پوشاک کشور و طراحی مد و لباس براساس ذائقه و فرهنگ دینی و ملی داخلی بوده است. زیرا باتوجه به روند رو به رشد جامعه جهانی در صنعت مد و پوشاک، عدم پرداختن به صنعت مد داخلی وضعیت پوشش را هرچه بیشتر به مخاطره می‌اندازد. ازاین منظر قانون مد و لباس هدف درستی را دنبال کرده است. درواقع تصویب این قانون گام بسیار مهمی در اصلاح رویکرد نسبت به پذیرش مدگرایی، طراحی مداسلامی، شکل‌گیری صنعت مد و پوشاک در کشور و تقویت وجه زیباسازی پوشش بود، اما آنچه در گام بعدی مهم است، عملکرد دستگاه‌ها در اجرای قانون، تحقق اهداف آن و رفع چالش‌های احتمالی قانون است**

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده شرکت سهامی خاص مجتمع صنایع تبدیلی و کشاورزی زرچین ارومیه به شماره ثبت ۴۰۴۰ و شناسه ملی ۱۰۲۲۰۰۷۷۲۲۳

بدینوسیله از کلیه سهامداران محترم شرکت سهامی خاص مجتمع صنایع تبدیلی و کشاورزی زرچین ارومیه و یا نمایندگان قانونی آنان دعوت به عمل می آید تا در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده شرکت که راس ساعت ۹ صبح روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۳/۲/۱۳ در محل شرکت واقع در ارومیه کیلومتر ۱۴ جاده مهاباد مقابل شرکت سان سان شهد تشکیل خواهد یافت حضور به هم رسانند.

دستور جلسه :
۱- انتخاب اعضای هیات مدیره
۲- انتخاب بازرسان
۳- تعیین روزنامه کثیرالانتشار شرکت

هیات مدیره شرکت سهامی خاص مجتمع صنایع تبدیلی و کشاورزی زرچین ارومیه

تاریخ انتشار ۱۴۰۳/۱/۲۱
خ ش ۱۴۰۳/۱/۲۱
۸۷

میزخبر

آیا جرایم رانندگی واقعا ۵۰۰ برابر می‌شود؟

پلیس راهنمایی و رانندگی به دنبال انتشار خبری مبنی بر «افزایش ۵۰۰ برابری جرایم راهنمایی و رانندگی» این موضوع را تکذیب کرد و توضیحاتی را ارائه کرد، توضیحاتی که نشان می‌دهد که منظور از افزایش ۵۰۰ برابری درواقع افزایش ۵۰۰ درصدی یا همان پنج برابری بوده است.»

به گزارش ایسنا، پس از انتشار خبری در برخی از رسانه‌ها به نقل از رئیس پلیس راهور فراجا مبنی بر «افزایش ۵۰۰ برابری جرایم راهنمایی و رانندگی»، پلیس راهور فراجا ضمن تکذیب این موضوع توضیحاتی ارائه و اعلام کرد که «به منظور بازدارندگی جرایم و کاهش تصادفات و جانباختگان و مصدومین ناشی از آن برخی از تخلفات حادثه‌ساز تا پنج برابر افزایش یافته است.» این موضوع نشان می‌دهد که احتمالا انتشار خبری افزایش ۵۰۰ برابری مبلغ جرایم رانندگی اشتباه رسانه‌ای بوده و منظور افزایش ۵۰۰ درصدی یا همان پنج برابری بوده است.

همچنین در ادامه اطلاعیه پلیس راهور آمده است: «براساس ماده ۲۲ قانون رسیدگی به تخلفات رانندگی و ماده ۲۸ قانون مجازات اسلامی میزان جریمه‌های مقرر در این مواد متناسب با افزایش یا کاهش تورم هرسه سال یک بار به پیشنهاد پلیس و وزارت دادگستری و تصویب هیئت وزیران قابل تعدیل است.» این درحالی است که از سال ۹۶ هیچ افزایشی در مبلغ جریمه‌ها اعمال نشده بود.

موضوعی که سردار سید تیمور حسینی، رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی فراجا نیز به آن اشاره کرده و روز گذشته گفته بود: «مجازات‌ها یا همان جرایم رانندگی باید بازدارندگی داشته باشد و ما بر این موضوع تأکید داریم. در سال ۱۳۸۹، قانون رسیدگی به تخلفات رانندگی در مجلس وقت شورای اسلامی، تصویب و ابلاغ شد و از ابتدای سال ۹۰ هم به اجرا گذاشته شد، در این قانون پیش‌بینی‌شده بود که جرایم در هرسال بر اساس تورم و نرخ جریمه‌ای که می‌تواند اعمال بشود، به روز شود تا بازدارندگی لازم را داشته باشد. اما خوب است بدانید که آخرین آمار به روزرسانی شده در این حوزه، برای سال ۱۳۹۶ است و بعد از آن به دلایل مختلف ما شاهد این به روزرسانی و افزایش نرخ جریمه‌ها با توجه به شاخصی که وجود دارد، نبودیم.»

سرهنگ عین‌الله جهانی، معاون اجتماعی پیشین پلیس راهور فراجا نیز پیش از این با دفاع از افزایش مبلغ جریمه‌های رانندگی به ایسنا گفته بود: «براساس پژوهش‌های انجام‌شده و تجربه ۳۵ ساله من در پلیس راهور، افزایش جریمه‌ها می‌تواند سالانه سه تا سه هزار و ۵۰۰ نفر از تعداد متوفیان تصادفات را کاهش دهد. من معتقدم میزان مبالغ جریمه‌های تخلفات حادثه‌ساز مانند سرعت غیرمجاز، سبقت غیرمجاز، حرکت مارپیچ، حرکت دنده‌عقب در بزرگراه‌ها و رانندگی در حالت مستی و ... که منجر به تصادفات با آمار بالای کشته‌های تصادفات می‌شود؛ باید افزایش پیدا کند.»

ورود سامانه بارشی به کشور طی سه‌شنبه

رئیس سازمان هواشناسی از ورود سامانه بارشی به کشور طی سه‌شنبه (۲۱ فروردین‌ماه) از شمال غرب کشور خبرداد.

به گزارش ایسنا سحر تاجبخش دیروز در نشست خبری بیان اقدامات و عملکرد وزارت راه و شهرسازی در حوزه سفرهای نوروزی که در وزارت راه و شهرسازی برگزار شد، افزود: در استان‌هایی مانند ایلام، اردبیل، قزوین و تهران شرایط جوی به‌ویژه طی چهارشنبه و پنج‌شنبه (۲۲ و ۲۳ فروردین‌ماه) مساعد نیست.

وی اضافه کرد: تمرکز بارش چهارشنبه در محورهای مواصلاتی استان‌های لرستان، چهارمحال و بختیاری و شمال خوزستان و پنج‌شنبه در نوار شمالی کشور شامل استان‌های مازندران و غرب گلستان خواهد بود البته بیشتر استان‌ها به جزبخش‌هایی از جنوب شرق کشور تحت تأثیر این سامانه قرار می‌گیرند. رئیس سازمان هواشناسی در ادامه گفت: درباره این وضعیت جوی اطلاع‌رسانی‌های لازم صورت می‌گیرد تا شاهد کمترین خسارات و تلفات باشیم.

تاجبخش در بخش دیگری از صحبت‌های خود درباره اقدامات سازمان هواشناسی هنگام نوروز گفت: طی نوروز دو سیستم فعال بارشی در آغاز و اواخر هفته اول نوروز وارد کشور شد و اطلاع‌رسانی لازم صورت گرفت و هشدارهای مرتبط صادر شد.

وی اضافه کرد: حدود ۲۰۰۰ نفر طی این مدت مشغول خدمت‌رسانی بودند تا داده‌های هواشناسی و اطلاعات لازم در اختیار دستگاه‌ها و مردم قرار گیرد.

رئیس سازمان هواشناسی اضافه کرد: حدود ۱۷ هزار محصول مختلف در حوزه هایی مانند هوانوردی، کشاورزی و دریایی تولید کردیم. هشدارهای روزانه نیز صادر شد.

وی تأکید کرد: مردم با توجه به هشدارهای هواشناسی با ما همکاری بسیار ارزشمندی کردند که موجب کاهش تلفات مخاطراتی مانند سیل شد.

تاجبخش اضافه کرد: حدود ۲۰۰ هزار گزارش و داده‌های هواشناسی از ۲۴ اسفند تا ۱۴ فروردین تولید کردیم. تاجبخش در پاسخ به پرسش ایسنا درباره برنامه‌های سازمان هواشناسی برای افزایش رادارهای هواشناسی در سال جاری گفت: در فاز اول به ۲۶ رادار باند نیاز داریم. ۱۰ رادار تا کنون نصب و راه‌اندازی شده است. خرید دو رادار را سال گذشته قرارداد بستیم اما به علت مسائلی مانند تحریم تحویل آن‌ها حدود یک سال و نیم به طول می‌انجامد.

وی ادامه داد: قصد داریم سال جاری دو رادار دیگر بخریم، هرچند که با توجه به شرایط کنونی تأمین را دارا به سختی صورت می‌گیرد.

تاجبخش در پاسخ به پرسشی درباره طرح برخی از انتقادات در مورد نحوه اطلاع‌رسانی سازمان هواشناسی از سیل سیستان گفت: ما با چندین دستگاه مانند وزارت نیرو، هلال احمر و راهداری ارتباط بسیار نزدیکی داریم. در جلسه کمیسیون عمران مجلس نیز دستگاه‌های کاربر هواشناسی از صدور هشدارهای به موقع هواشناسی تقدیر کردند.

وی تأکید کرد: اگر هشدارهای به موقع هواشناسی نبود، تلفات سیل سیستان بسیار بیشتر می‌شد. وی اضافه کرد: از ۴ فروردین صدور هشدارهای هواشناسی را آغاز کردیم. با صدور هشدار قرمز، تخلیه منطقه آغاز شد بنابراین فکر نکنم که ما کوتاهی کردیم.

تاجبخش در پایان درباره چگونگی ارائه خدمات هواشناسی در زمان جنگ گفت: چه در زمان جنگ و چه در زمان صلح تابع قوانین کشور هستیم و باید وظایفمان را انجام دهیم. از سوی دیگر داده‌ها و ارتباطات بین‌المللی افزایش یافته است که در دسترسی به داده‌های هواشناسی مشکل خاصی وجود ندارد.

تتلو عید فطر آزاد نمی‌شود

ادعای آزادی امیرحسین مقصودلو (تتلو) به مناسبت عید فطر صحت ندارد.

به گزارش ایسنا به نقل از قوه قضائیه، خواهر امیرحسین مقصودلو (تتلو) ادعا کرده است که احتمال آزادی برادرش به مناسبت عید فطر وجود دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد ادعای مطرح شده صحت ندارد و این متهم آزاد نخواهد شد. اولین جلسه دادگاه تتلو ۱۴ اسفندماه سال گذشته به ریاست قاضی افشاری در شعبه ۲۶ دادگاه انقلاب اسلامی با حضور مستشار دادگاه، وکیل متهم و نماینده دادستان برگزار شد. در نخستین جلسه رسیدگی به این پرونده، نماینده دادستان کیفرخواست راقرائت و اقدامات مجرمانه متهم در فضای مجازی را تشریح کرد. رسیدگی به اتهامات تتلو در دادگاه ادامه دارد.

علت مرگ دکتر پرستو بخشی مسمومیت دارویی بوده است

دادستان عمومی و انقلاب شهرستان دلفان گفت: طبق نظریه پزشکی قانونی علت مرگ خانم دکتر بخشی مسمومیت دارویی و عوارض ناشی از آن بوده است.

به گزارش ایسنا به نقل از دادگستری کل استان لرستان، دادستان عمومی و انقلاب شهرستان دلفان در خصوص فوت مرحومه دکتر بخشی، به تشریح جزئیات موضوع پرداخت.

دادستان عمومی و انقلاب شهرستان دلفان بیان داشت: به علت فوت مرحوم خانم دکتر بخشی پرونده‌ای مطابق موازین قانونی در شعبه بازپرسی دادسرای دلفان تشکیل و برای تعیین علت مرگ موضوع به پزشکی قانونی به‌عنوان مرجع قانونی ارجاع شد.

وی خاطرنشان کرد: با ارجاع موضوع به پزشکی قانونی لرستان، پس از بررسی‌های تخصصی از سوی مرجع یادشده علت فوت این پزشک با توجه به معاینه ظاهری و کالبدگشایی انجام‌شده و نتایج سم‌شناسی و آسیب‌شناسی مسمومیت دارویی و عوارض ناشی از آن تعیین گردیده است. وباتوجه به تمامی علل و نظریه نهایی پزشکی قانونی خودکشی علت این حادثه اعلام می‌گردد.

همچنین طبق بررسی‌های قضائی وی فاقد هرگونه مشکل در دلفان بوده و حتی رضایت خود از مردم و کادر درمان این شهرستان را نیز بارها نزد یکانش مطرح کرده است. چهارم فروردین ماه امسال بود که خبر درگذشت دکتر پرستو بخشی، در بیمارستان دلفان منتشر شد. وی متولد ۱۳۶۸ و متخصص قلب و عروق به شماره نظام پزشکی ۱۴۹۱۴۴ بود.

رشد ۸ درصدی نسخه‌نویسی الکترونیک در نوروز امسال

معاون مرکز آمار و فناوری اطلاعات سازمان بیمه سلامت ایران گفت: میزان نسخه‌نویسی الکترونیکی در ایام نوروز نسبت به سال گذشته رشد هشت درصدی داشته است.

به گزارش ایسنا، امیرحسین حبیبیان در پاسخ به این پرسش که در تعطیلات نوروز چه میزان نسخ الکترونیکی صادر شده است، گفت: از ابتدای سال جاری و در ایام تعطیلات نوروز ۲ میلیون و ۲۳۴ هزار نسخه الکترونیکی تجویز شده است که در مقایسه با سال گذشته این میزان رشد ۸ درصدی داشته است. معاون مرکز آمار و فناوری اطلاعات سازمان بیمه سلامت ایران افزود: از ابتدای دی ماه ۱۴۰۰ تاکنون نیز میزان نسخه‌نویسی الکترونیکی از مرز ۲۹۲ میلیون نسخه گذشته است.

معاون عملیات شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت منطقه شمال شرق خبر داد:

انتقال بیش از ۲۸۸ میلیون لیتر انواع فرآورده نفتی در تعطیلات نوروز امسال

شاهرود جواد عابدینی- خبرنگار رسالت

معاون عملیات شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت منطقه شمال شرق گفت: در تعطیلات نوروز امسال بیش از ۲۸۸ میلیون لیتر انواع فرآورده نفتی در حوزه عملکردی این منطقه توسط خطوط لوله این منطقه انتقال یافته است.

به گزارش روابط عمومی شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران -منطقه شمال شرق؛ حسین ابراهیمی افزود: بیش از ۸۹ میلیون لیتر این فرآورده‌ها مربوط به فرآورده بنزین است. وی