

در گفت‌وگوی کیهان با مدیرعامل سازمان زیباسازی تهران بررسی شد

تحولات جدید در پایتخت با اجرای طرح «تهران دوست‌داشتنی»

فائقه بزاز



تهران؛ پایتخت، این شهر آرام‌گرفته در دل دامنه البرز با تمدنی کهن، که خود قائم به ذات، یک فرهنگ ناب شفاهی است برای انتقال تاریخ و فرهنگ و جغرافیا، سیاست و شعر و ادب، به کلانشهری پرازدحام و وسیع تبدیل شده است. شهری کلان که روستاهای کن و چاله‌هرز و نیاوران دل به وسعت مرکزش داده، یکپارچه شده‌اند، انگار لایه‌های زیر پوست تهران با حفظ اصل اصالت و قدمت خود، بالیده شده و به شکوفائی رسیده‌اند. تهرانی که از بازار و نایب‌چلوتی، توپخانه، لاله‌زار و سنگلج، گذر لوطی صالح و امامزاده‌یحیی بال‌و‌پر گرفته، به سیدخندان، اتوبان صدر و الهیه، دربند و کلکچال پرواز کرده است. تهران، کلانشهری مدرن و دوست‌داشتنی، متولدشده از تهران قدیم که با مدیریت شهری برای تبدیل شدن به بزرگ‌ترین شهر خاورمیانه صبور می‌کند. بزرگ‌شهری پر از جذابیت‌ها، گردشگری، اشتغال و... که توسعه زیرساخت‌هایش را مدیون مدیریت شهری است.

در همین رابطه با «مهدی مذهبی» مدیرعامل زیباسازی شهر تهران به گفت‌وگو نشستیم تا از تهران دوست‌داشتنی از وی بیشتر بشنویم.

چندوقتی است شاهد فعالیت کمپین «تهران دوست‌داشتنی» در نقاط مختلف شهر و رسانه‌ها هستیم؛ به صورت تفصیلی توضیحاتی درباره این کمپین بفرمایید. کمپین تهران دوست‌داشتنی مدل متفاوتی از بقیه کمپین‌های شهرداری است. این پروژه با محوریت سازمان زیباسازی و مراکز ارتباطات در حال انجام است و این بار تلاش کردیم که مدل تبلیغات در مورد شهر تهران و شهرداری تهران را متفاوت کنیم. در واقع در این طرح از مسیر غیرمستقیم استفاده کرده، محدود به فعالیت‌های شهرداری نماندیم و سعی کردیم روی هر آنچه که حس می‌کنیم می‌تواند ظرفیت‌های موجود شهر تهران ایده‌آل را برای تهران دوست‌داشتنی کرده، مانور دهیم. حال این امکانات، خدمات و زیرساخت‌های شهری ممکن است جنبه تاریخی داشته باشد، مثلاً به دوره قاجاریه تهران برگردد یا ممکن است مربوط به دوره معاصر بوده و طی سال‌های اخیر به تهران اضافه شده باشد. گاهی ممکن است اسم شهردار قبلی روی آن باشد و ممکن است شاهد اسم شهردار فعلی باشیم. ممکن است مربوط به زیرساخت نباشد یعنی در رابطه با بخش گردشگری، حمل‌ونقل ریلی و حتی تاکسی برقی‌هایش باشد یا شامل بخش‌های جغرافیایی تهران، حتی مفاخر و مشاهیر تهران

شود که مجموع اینها تهران را نسبت به بقیه شهرها متمایز و دوست‌داشتنی کرده است. شهرداری تهران نیز در دل این مأموریت‌ها عملکردی داشته که در دوست‌داشتنی کردن تهران یا بالأخره در این که مخاطب احساس بهتری نسبت به تهران داشته باشد، نقش ایفا کند؛ اما ما سعی کردیم در کنار این تبلیغاتی که انجام می‌دهیم، محدود به محوریت شهرداری نمانیم و محوریت، شهر تهران باشد. موضوع تهران موضوع فراگیری است و آدم‌ها فارغ از این که شهرداری و مجموعه مدیریت شهری در اختیار کدام گروه است به تهران تعلق خاطر دارند. البته حوزه عملکرد شهرداری تهران نیز مثل خیلی از شهرهای بزرگ دنیا نیست که مدیریت یکپارچه شهری برعهده‌اش باشد بلکه مجموعه‌ای از نهادهای

تهران اتفاق افتاده؟ و تفاوت این دوره مدیریت شهری با دوره گذشته در موضوع زیباسازی چه مواردی است؟ یکی از اتفاقاتی که در سه سال گذشته در حوزه سازمان زیباسازی در شهر تهران افتاده این است که ما تابلوها و بیلبوردهای شهری را از کاربری سکون و غیرفعالانه و منفعلانه به یک رسانه شهری فعالانه تبدیل کردیم که به صورت تأثیرگذار و جریان‌ساز در فضای شهری تهران در حال فعالیت است.

از تغییرات دیگر در حوزه زیباسازی، فعال‌سازی و محوریت دادن به خانه‌های تاریخی است که توسط سازمان زیباسازی در دوره‌های مختلف خریداری و بازسازی شده است. خانه‌هایی مثل خانه اتحادیه عین‌الدوله، خانه ولی‌عصر (عج) و دیگر خانه‌ها

الحمدلله تا پایان سال، سه ماه فشرده و پرمناسبت داریم. از یلدایی که پیش‌رو داریم، تا میلاد حضرت فاطمه زهرا(س)، روز پدر، دهه فجر، نیمه شعبان، ماه مبارک رمضان و آغاز سال نو که امسال استقبال از بهار ما، به اسم بهارستان ۱۴۰۴ ان‌شاءالله به یک شکل و فرم جدید اتفاق خواهد افتاد. برای همزمانی ماه مبارک، بهار قرآن و آغاز سال جدید نیز برنامه‌های جدیدی خواهیم داشت.

که مرمت شده بودند اما خیلی فعال نبودند. ما برای خانه‌ها و به عبارتی روایت خانه‌های تهران فعالیت‌هایی را در نظر گرفتیم که در حال حاضر فعالیت می‌کنند و این یکی از رویکردهای جدید ما در حوزه زیباسازی بوده است.

نکته بعدی، بحث رویدادهای هنر شهری است که به صورت مردمی‌تر و با مشارکت مردمی بیشتری در حال اجراست. مثل گذر رواق عشاق‌الحسین(ع) و خیمه هنرهای عاشورایی و بقیه فعالیت‌های هنر شهری و رویدادی.

در حوزه تبلیغات نیز یکی از نمودهای بارز رویکرد جدیدی که شروع کردیم تلویزیون «تری‌دی» یا نمایشگر سه‌بعدی است که در میدان تجریش افتتاح شد. ما در حال رفتن به سمت دیجیتال‌سازی هستیم تا هم همشهری‌ها از رنگ و نور استفاده کنند و هم

مختلّف در مدیریت شهر تهران دخیل هستند. مثلاً مدارس اش دست بخشی از حاکمیت است، پلیس در آن دخیل است، بیمارستان‌ها با مجموعه‌های دیگر مدیریت می‌شوند و به این ترتیب بسیاری از خدمات، زیرساخت‌ها و مبادی ورودی شهر، فرودگاه‌ها و... ذیل شهرداری تهران نیست. پس اگر ما می‌خواهیم کاری برای تهران دوست‌داشتنی انجام دهیم باید گسترده‌تر از شهرداری کار کنیم.

در حال حاضر نیز با مجموعه‌های مختلف که در شهر تهران سهم دارند مشغول همکاری و تعامل هستیم و تمام ظرفیت‌های کمپین مان را، اعم از بیلبوردهای شهری، ظرفیت دیجیتال، ظرفیت صداوسیما و ظرفیت‌های تبلیغاتی، ذیل این استراتژی جلو می‌بریم.

از ۳ سال گذشته تاکنون، چه تغییر و تحولاتی در حوزه زیباسازی شهری

سرعت‌مان را در ارائه محتوا در سطح شهر بیشتر کنیم و همچنین در ارتباط با بحث‌های محیط‌زیستی از بنر و تابلوه تبلیغاتی کمتر استفاده کرده، به محیط‌زیست کمک کنیم. حوزه دیگری که طی این چند سال در آن تغییرات اساسی داشتیم، بحث رویکرد ملی مذهبی شهر است تا هویت انقلاب اسلامی شهر در مناسبت‌ها رویکرد جدیدی داشته باشیم و توجه بیشتری به آنها بشود.

*تا پایان سال جاری، چه اخبار خوبی را در حوزه زیباسازی شهری تهران شاهد خواهیم بود.

الحمدلله تا پایان سال، سه ماه فشرده و پرمناسبت داریم. از یلدایی که پیش‌رو داریم، تا میلاد حضرت فاطمه زهرا(س)، روز پدر، دهه فجر، نیمه شعبان، ماه مبارک رمضان و آغاز سال نو که امسال استقبال از بهار ما، به اسم بهارستان ۱۴۰۴ ان‌شاءالله به یک شکل و فرم جدید اتفاق خواهد افتاد. برای همزمانی ماه مبارک، بهار قرآن و آغاز سال جدید نیز برنامه‌های جدیدی خواهیم داشت.

ما چند کار شاخص را تا پایان سال انجام خواهیم داد. یکی از این کارها مسیر تندروستی ۴۷ کیلومتری شهر تهران است که قرار است فضاسازی و تزئینات نوری و محیطی آن توسط دوستان مان در سازمان زیباسازی انجام شود. برای میدان انقلاب نیز در حال تلاش هستیم یک طرح فاخر اجرا کنیم تا میدان انقلاب با بازطراحی جدید و استفاده از عنصر خاص به عنوان یکی از نمادهای شهر تهران تبدیل شود. برای محور انقلاب یعنی خود خیابان انقلاب هم معاونت خدمات شهری و محیط‌زیست شهرداری برنامه‌هایی در دست دارد که عمده کارها در حوزه اجرایی برعهده سازمان زیباسازی است و تلاش می‌کنیم در سه‌ماه زمستان چند فاز و چند بخش را اجرایی کرده به نحو احسن تا پایان سال تمام کنیم.

در ارتباط با پیاده‌راه حضرت فاطمه‌الزهرا(س) نیز در تلاشیم که بتوانیم با اضافه کردن طراحی‌ها و عناصر شهری به منطقه برخورداری از لحاظ زیباسازی شهری تبدیل شود.

در پایان به پروژه بسیار بزرگ بهارستان اشاره می‌کنم که شامل نقاشی‌های دیواری است که در سرتاسر شهر و در محورهای شاخص انجام خواهد شد و اضافه کردن صدها المان و صدها حجم به شهر، شامل مجسمه‌های کوچک و گلدان‌های هنری که توسط سازمان زیباسازی و نورپردازی‌های مناسبت‌هاست که توسط دوستان مان در اداره نور در حال طراحی است. این المان‌های نوری، شاخص هستند و امیدواریم که بتوانیم شهر تهران و پر از نور و نشاط و شادایی کنیم.