



**«برخی معتقدند که چهره هیاتی شما خیلی روی کارتان در این سازمان تاثیر گذاشته‌است،خودتان چه فکری می‌کنید؟**

ناخودآگاه روی ذهنان تاثیر می‌گذارد. این را منکر نمی‌شوم. در یک ماه پایانی سال حدود ۲۰۰هزار متر پریسه رنگی در شهر توزیع کرده‌ایم یعنی حوزه چراغانی شهر را موضوعی جدی دیده‌ایم. شاید برخی تصور کنند من برای دهه‌فجر و انقلاب این کار



عکس: مهدي آزاد جام جم

**گفت‌وگو با رضا صیادی، مدیرعامل سازمان زیباسازی شهر تهران**

# برای برنامه‌هایم می‌جنگم

در روزهای آخر اسفند به طبقه پنجم ساختمان اصلی سازمان زیباسازی شهر تهران در مرکز شهر رفتیم تا با مدیر جوان و تازه‌نفس این سازمان درباره مشکلات شهر گفت‌وگو کنیم. شخصی که البته انتصابش به‌عنوان مدیرعامل سازمان زیباسازی شهر تهران یکی از انتصاب‌های پرحاشیه‌شهردار بود؛ چراکه منتقدان عملکرد رضا صیادی معتقدند او تخصص لازم را ندارد و سابقه فعالیتش در سازمان تبلیغات اسلامی و سایت عقیق سبب‌شده فعالیتش در حدود شش‌ماه گذشته به‌نصب و اکران چند پیلپورد با تم مذهبی محدود شود. او در گفت‌وگو با ما قبول دارد که وجهه هیاتی‌اش بر فعالیتش تاثیرگذار است اما ادعا می‌کند عملکردش در دو معاونت فرهنگی و تبلیغات سازمان مناسب بوده و توانسته در شش ماه گذشته، درآمد سازمان را دو برابر کند. صیادی بر این باور است که با استفاده از فناوری و مشارکت مردم، می‌تواند تهران را به شهر زیباتری بدل کند.



مهدي آئينی
 دبیر جامعه

**«می‌توان گفت بعد از انتخاب خود شهردار و ماجرای صدور حکم برای دامادش انتصاب شما نیز حاشیه‌ساز شد. برای شما که تجربه فعالیت به‌عنوان روزنامه‌نگار، مدیر روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی و سایت عقیق را کارنامه دارید، سخت نبود که چنین مسؤلیتی را قبول کنید؟**

حقیقت این است که سال ۹۶ که از همشهری جوان استعفا دادم به این نتیجه رسیدم که برخلاف میل باطنی‌ام حوزه رسانه‌های مکتوب دوران اوج خود را کمتر خواهد دید؛ البته قائل به این نیستم که دوران رسانه مکتوب به سر آمده‌است. به همین دلیل وارد حوزه تبلیغات شدم و با شرکت و آژانس‌های مختلفی کار کردم و حتی در برخی شرکت‌ها به‌عنوان مدیرعامل فعالیت کردم.

**«چرا وارد حوزه تبلیغات شدید؟**

حوزه تبلیغات را به مطبوعات نزدیک می‌بینم چون به نوعی همان هنر است. مثلاً در مطبوعات تیتر می‌نویزم و در دنیای تبلیغات، شعار تبلیغاتی می‌نویسیم. درست است که رویکردش فرق می‌کند اما به‌نظرم یک ریشه دارند؛ البته‌شان روزنامه‌نگاری بالاتر است و هیچ کاری را به اندازه روزنامه‌نگاری دوست ندارم. بزرگترین حس‌رتم این است که دوران مطبوعات افول کرده‌است.

**«البته نقدی که به شما وارد می‌دانند این است که تخصص لازم برای مدیریت این سازمان را ندارند»**

به این موضوع هم می‌رسیم. سال ۹۶ از دنیای مطبوعات خارج و وارد حوزه تبلیغات شدم؛ البته مجموعه عقیق نیز بود و کمی بعد وارد سازمان تبلیغات اسلامی شدم و بعد از آن فعالیت‌ام را در سازمان زیباسازی آغاز کردم. درباره تخصص نداشتن هم باید دید مدیریت سازمان زیباسازی به چه تخصصی نیاز دارد. دوستانی که این نقد را مطرح می‌کنند باید ابتدا اس‌اس‌نامه این سازمان را بخوانند و بعد درباره تخصص مدیر آن نظر بدهند زیرا این سازمان مجموعه‌ای از خدمات را ارائه می‌دهد. ما اینجا چند معاونت اجرایی داریم مانند معاونت تبلیغات و درآمد، معاونت فرهنگی، معاونت فنی و طراحی و شهری و معاونت هماهنگی امور مناطق. من در دو معاونت رزومه و تجربه دارم.

معاونت فرهنگی و تبلیغات. در حوزه فنی و طراحی شهری اما نیاز دارم که کارشناسان کمک‌کنند. در واقع به همین دلیل است که اگر فردی با تخصص معماری نیز مدیر این سازمان شود قطعاً در حوزه‌های دیگر باید از کارشناسان کمک بگیرد. مدیرعامل سازمان نمی‌تواند در همه معاونت‌های سازمان متخصص نباشد. کم‌این‌که شهردار تهران نیز نمی‌تواند ادعا کنند متخصص همه معاونت است اما باید بتواند آنها را مدیریت کند.

**«پس قبول این مسؤلیت برایتان سخت نبود؟**

آنچه خودم در مورد قبول این مسؤلیت قضاوت کردم این بود که حساب کردم در دو معاونت اصلی سازمان صاحب‌نظر هستم؛ دو معاونتی که از حساس‌ترین معاونت‌های سازمان هستند. به این لحاظ که اگر در حوزه فنی کم‌کاری شود به سازمان فشار بیرونی نمی‌آورد اما اگر حوزه فرهنگی لنگ بزند صدای شهر درمی‌آید. علاوه بر این اگر معاونت تبلیغات کم‌کاری کند درآمد سازمان کاهش پیدا می‌کند و سازمان دچار مشکل می‌شود به همین دلیل فکر می‌کنم آنهایی که به تخصص من نقد دارند باید با اس‌اس‌نامه سازمان بیشتر آشنا شوند.

**«با توجه به این‌که خودتان را در دو معاونت سازمان**

**صاحب‌نظر می‌دانید و حدود ۶ ماه نیز از شروع به کار شما در این سازمان می‌گذرد، چه دستاوردی داشته‌اید؟**

باید دیگران قضاوت کنند. طبیعتاً باید بگویم موفق بوده‌ام.

**«چرا فکر می‌کنید موفق بوده‌اید؟**

برای نمونه حدود ۵ماه گذشته در حوزه تبلیغات درآمد سازمان تقریباً دو برابر شده که البته با تغییر برخی فرآیندها، شفاف‌سازی و با نگاه عادلانه به شرکت‌های تبلیغاتی به این مهم رسیدیم.

**«می‌توانید بگویید درآمد سازمان چقدر افزایش پیدا کرد؟**

برآورد اولیه این بود که سازمان ۵۰۰میلیارد تومان درآمد داشته باشد اما در پایان سال به مرز هزار میلیارد تومان می‌رسیم؛ البته منکر زحمات دوستان قبلی نمی‌شوم.

**«دستاوردهای در حوزه فرهنگی چه بوده‌است؟**

خیلی از پوشش‌هایی که اجرا کردیم مورد تحسین قرار گرفت و حتی برخی منتقدان گفتند که درمورد من زود قضاوت کرده‌اند. برای نمونه پویش هفته کتاب کار ویژه‌ای بود. پویش پرچم دهه‌فجر نیز یک اتفاق بود که به قول برخی بزرگانی مانند آقای حدادعادل این اتفاق برای اولین بار در کشور رقم خورد یا پویش‌های دیگری مانند ایران ساخت یا پویشی برای صحبت با مسوولان که نام این مین نیز بگذرد را اجرا کردیم. برای این پویش یک سری توصیه را از نهج البلاغه در برابر دفتر مدیران نصب کردیم، اولی‌اش هم مقابل دفتر شهردار تهران نصب شد؛ البته رقم‌خوردن این جنس اتفاقات به دلیل همکاری تیمی خلاق و حرفه‌ای است که در سازمان حضور دارند و برخی از آنها روزنامه نگار هستند؛ البته دو نفر از معاونانم را هم از معاونت فرهنگی شهرداری انتخاب کرده‌ام به همین دلیل نبض این سازمان اکنون فرهنگی اداره می‌شود و به این ترتیب می‌توانم ادعا کنم که نگاه فرهنگی درست سبب افزایش درآمد نیز می‌شود.

**«پس می‌خواهید در سازمان از روزنامه‌نگاران بیشتری استفاده کنید؟**

نمی‌گویم روزنامه‌نگار، منظورم نگاه فرهنگی است. همیشه دو نگاه برای مدیریت سازمان زیباسازی مطرح بوده‌است؛ یک نگاه تجاری که براساس آن مدیر سازمان باید مانند یک بیزینس من عمل کرده و این سازمان را به موتور تولید پول در شهرداری بدل کند. نگاه دیگر که مورد توجه آقای زاکانی است این که سازمان باید با نگاه فرهنگی اداره شود؛ البته نمی‌خواهیم بگوییم که نگاه فرهنگی در حوزه فرهنگی ناتمام است که اتفاقاً با نگاه فرهنگی مردم سازمان دو برابر شد و این دستاورد دوگانه برای ما می‌تواند افتخار باشد. برای نمونه ایده دیگری را اجرا کردیم به‌عنوان مادران شهدا و عکس زنان سال‌خورده را اکران کردیم. گفتیم چرا همیشه باید چهره سلبریتی‌ها روی تابلوها باشد و اتفاقاً جامعه از این طرح استقبال کرد. روز پسرستان نیز در مقابل هر بیمارستان یکس پسرستان همان بیمارستان را نصب کردیم. در واقع این اتفاقات به‌مثابه استفاده دقیق از رسانه‌محیطی است. درواقع ما رسانه‌محیطی را رسانه‌ای می‌بینم که می‌توانیم برای آن کنذاکتور در نظر بگیریم و می‌توانیم برای آن تولید محتوا کنیم. به عبارت دیگر ما سازمان زیباسازی را به‌عنوان سازمانی مولف معرفی می‌کنیم. به همین دلیل در این مدت دو وزیر، نامه نوشته و از آقای زاکانی تشکر کرده‌اند. در صحن شورای شهر نیز خیلی کم پیش می‌آید که

را انجام داده‌ام اما نه من برای شهر این کار را انجام می‌دهم. از فاطمیه که خارج شدیم نگاه‌مان این بود که شهر را در حال وهوای جشن ببریم. مثال دیگر شب یلداست که همیشه برای سازمان فقط در حد نصب چند بنر به آن توجه می‌شد. امسال اما یلدا را به‌عنوان رویداد جشن ملی دیدیم و حجم زیادی اکران فرهنگی را رویکرد حال خوب برای آن در نظر گرفتیم حتی برخی معتقد بودند یلدا با فاطمیه تداخل پیدا کرده‌است.

را انجام داده‌ام اما نه من برای شهر این کار را انجام می‌دهم. از فاطمیه که خارج شدیم

نگاه‌مان این بود که شهر را در حال وهوای جشن ببریم. مثال دیگر شب یلداست که

همیشه برای سازمان فقط در حد نصب چند بنر به آن توجه می‌شد. امسال اما یلدا را

به‌عنوان رویداد جشن ملی دیدیم و حجم زیادی اکران فرهنگی را رویکرد حال خوب

برای آن در نظر گرفتیم حتی برخی معتقد بودند یلدا با فاطمیه تداخل پیدا کرده‌است.

## خیابان ولی‌عصر متحول می‌شود؟

**«برای خیابان ولی‌عصر با توجه به پتانسیلی که برای گردشگری دارد برنامه‌ای دارید؟**

یکی از پروژه‌های اصلی من خیابان ولی‌عصر است. چهار منطقه ما درگیر این خیابان است. من با شهردار این مناطق و معاونان شهرداری در این خصوص جلساتی داشته‌ام و قرار است سال آینده طرحی در این خیابان اجرا شود. خیابان ولی‌عصر هم اهمیت شهرسازی دارد هم خیابان شمالی و جنوبی است و کسی نمی‌تواند بپیکر آن را به شمال یا جنوب نسبت بدهد؛ البته این خیابان بسیار جای کار دارد از لحاظ میلمان، جداره‌سازی و طراحی شهری و نیاز است به این خیابان مفهوم داده شود.

خانه‌مینیایی را که خانه موزه خیابان ولی‌عصر است به اتاق فکر این خیابان بدل کرده‌ایم و طراحان شهری در تلاشند که براساس بافت هر قسمت خیابان میلمان شهری جداره سازی و... طراحی کنند. این خیابان مشکلات زیادی دارد. برای نمونه در اطراف این خیابان برج ساخته می‌شود و سیمای شرقی و غربی آن نیز خیلی باهم تفاوت دارد.

معاون محترم شهرسازی نیز طرح ویژه‌ای برای خیابان ولی‌عصر دارد و چند کارگروه برگزار کرده تا قواعد شهرسازی خیابان ولی‌عصر نیز طبق سند جامع اش بازنگری شود.

شعاری که انتخاب کردیم این اتفاق نیفتاده‌است؛ البته حاج قاسم چون تصویر دارد از نظر تبلیغاتی، ظهور و بروز بیشتری پیدا می‌کند و کرنه ما همان اندازه که بپیلبورد حاج قاسم نصب کردیم آن هم با ذکر یا فاطمه، طرح سرندهای قرمز رانیز داشتیم.

**«از فعالیت‌های فرهنگی که بگذریم بحث زیباسازی تهران مطرح است. برای انجام ریشه‌ای این مساله نیاز است زوئانی که در سطح شهر به چشم می‌خورد، برچیده شود. این اتفاق قبلاً نیفتاده و در دوران مدیریت شما هم تاکنون کاری برای آن صورت نگرفته‌است. برنامه‌ای برای این مهم دارید؟**

ما در سازمان، واحدی به‌عنوان پیرایش شهری داریم که یکی از وظایف اصلی آن حذف زوائد است. حذف زوائد پیش‌نیازی دارد به نام تحقق مدیریت یکپارچه شهری تهران. متأسفانه در شهرداری تهران حتی داخل بدنه با این ضعف روبه‌رو هستیم. این شرایط سبب شده هر نهادی فراخور نیاز خود ستون یا پایه‌ای را در شهر نصب کند در حالی که بسیاری از این تابلوها را می‌توان تجمیع کرد. این مساله آشفته‌گی بصری ایجاد می‌کند و ذهن شهروندان را به‌هم می‌ریزد. به این منظور با همه شهرداران مناطق جلسه برگزار کرده و بخشنامه حذف زوائد را به آنها ابلاغ کرده‌ام و به‌عنوان سازمانی که وظیفه سیاستگذاری و نظارتی در این خصوص دارد تاکید کرده‌ایم این کار انجام شود.

**«این مهم‌ما به‌تدوین طرحی جامع نیاز دارد.**

یک‌سری توافقات می‌خواهد که هر نهادی اجازه نصب تابلو نداشته باشد. اکنون چهارراه‌های شهر شرایط مناسبی از لحاظ نصب تابلو ندارد. برای رسیدن به این هدف باید به مدیریت شهری فعلی، زمان داد.

**«مساله دیگری که در این بین وجود دارد این است که رسیدگی‌ها در شهرداری به‌سرعت انجام نمی‌شود.**

چون ساختار اداری آن کهنه و تغییر آن زمان بر است؛ البته چایکی بخش خصوصی نه در شهرداری بلکه در مدیریت دولتی وجود ندارد.

**«می‌توانید برای سرعت گرفتن امور از سازمان‌های مردم‌نهاد کمک بگیرید.**

قطعاً همین‌طور است و یکی از سیاست‌های ما کمک‌گرفتن از سازمان‌های مردم‌نهاد و بخش خصوصی است. شریک‌کردن بخش خصوصی در سود پروژه‌ها از اهداف ماست. در جلسه‌ای که با شرکت‌های تبلیغاتی داشتیم به آنها گفتم پولدار شدن شما پولدار شدن ماست به همین دلیل وظیفه ما حمایت از کسب‌وکار شماست. اتفاقاً یکی از دلایلی که این روزها انتقاد می‌کنند که چرا استقبال از بهار مانند دهه فجر نیست؟ همین ماجراست چون این روزها که به قول معروف شب‌عبید است شرکت‌ها در حال کاسبی هستند؛ بنابراین به خود اجازه نمی‌دهم شب‌عبید پیلپوردهای آنها را پایین بیاورم اما به آنها ابلاغ کرده‌ام که در طرح‌هایشان از المان‌های بهاری استفاده کنند.

**«مشکل فقط بی‌توجهی به مناسبت‌های خاص**

**نیست این روزها فضای بیشتر خیابان‌ها را تابلوها ی تبلیغاتی گرفته و این رویکرد به نوعی روح و روان شهروندان را آزار می‌دهد.**

برای رفع این مشکل قصد داریم طرح سند جامع رسانه‌های محیطی تهران را تدوین کنیم؛ چراکه هر شهر به فراخور جمعیت شب و روز، بافت، اقتصاد و دیگر فاکتورهای که دارد به یک مترائ و تعدادی مدل سازه تبلیغاتی به علاوه یک مدل پراگندگی سازه تبلیغاتی نیاز دارد. متأسفانه یکی از دلایلی که می‌گوییم پیش از این سازمان فقط با نگاه تجاری اداره می‌شد این است که ۴۰درصد سازه‌های تبلیغاتی ما در ۴ منطقه تهران قرار داد چون این مناطق نبض درآمد است. این درحالی است که بسیاری از مناطق شهر، فقر سازه تبلیغاتی دارد. به عبارت دیگری می‌توانم بگویم سازه‌های ما زیاد نیست، بلکه توزیع آنها نامناسب است چون به آن نگاه تجاری داشته‌ایم.

**«یکی دیگر از انتقاداتی که به رویکرد سازمان زیباسازی وارد است، تفاوت قائل شدن بین شمال و جنوب شهر است. هر چند براساس طرح تفصیلی چنین رویکردی نباید داشته‌باشید.**

چنین اتفاقی نمی‌تواند بیفتد اما در طرح تفصیلی، تمرکز روی ساخت‌وساز و شهرسازی است و به‌نوعی موضوع سازه‌های تبلیغاتی مغفول واقع شده‌است. به این منظور یک طرح مطالعاتی برای ساماندهی این مساله در دست اجراست و چند گروه در حال مطالعه روی این مساله هستند. شاید تدوین و ابلاغ چنین طرحی بیش از یکسال زمان نیاز داشته باشد اما قرار نیست برای کسب درآمد بیشتر در برخی مناطق شاهد تراکم بیش از حد تابلوها ی تبلیغاتی باشیم.

**«بحث دیگر، محتوای نامناسب برخی تبلیغات است، برای کنترل این مساله چه برنامه‌ای دارید؟**

نظارت روی محتوای تبلیغات وظیفه ما نیست بلکه ارشاد استی تهران باید به این مساله رسیدگی کند؛ البته با مدیر ارشاد تهران رایزنی‌هایی کرده‌ایم تا ما نیز به عنوان یک رکن مشاوره‌ای بتوانیم در این خصوص کمک کنیم. به هرحال ارشاد کار سختی دارد چون با پالش‌های زیادی در متن، شعار و تصاویر تبلیغات روبه‌رو هستیم. مشکل این است که بسیاری از شرکت‌های تبلیغاتی کمپین‌ها را از روی دست برنده‌ای خارجی کپی می‌کنند این ماجرا درباره محتوای گرافیکی هم بعضاً صادق می‌کند.

**«اگر محتوای تبلیغات مناسب نباشد شما می‌توانید مانع‌اکران آنها شوید؟**

مجوز را دوستان صادر می‌کنند. در واقع ما شان نظارتی نداریم البته بعضاً مشاوره به دوستان می‌دهیم و هوشمندسازی؛ چراکه به مشارکت مردم نیاز است و به شکل سنتی نمی‌توان بر شهر نظارت کرد. به همین دلیل طرح سامانه مانیتورینگ شهر در حوزه تبلیغات و عناصر شهری را به آقای زاکانی داده‌ام تا به این شکل نظارت‌ها تقویت شود.

**«برگردیم به بحث تفاوت شرایط جنوب و شمال شهر تهران؛ برای که رنگ‌ترشدن این تفاوت برنامه‌ای دارید؟**

آقای زاکانی به‌عنوان شهردار تهران اولویت‌شان جنوب شهر است. جنس دغدغه مناطق جنوبی و شمالی از لحاظ زیباسازی با هم متفاوت است برای نمونه اگر در شمال شهر دغدغه این است که یک پایه چراغ لوکس نصب شود در جنوب شهر دغدغه این است که کوچه‌های تنگ، ترددها را سخت کرده‌است. در این شرایط سازمان زیباسازی که نمی‌تواند در تعریض کوچه نقش داشته باشد، اتفاقاً مدتی پیش از یکی از مناطق جنوبی تهران بازدید کردم. شهردار منطقه می‌خواست برای بهبود شرایط محله اقدامی انجام دهیم اما در چنین مناطقی مهم‌ترین کار این است که تجمع معتداتان برچیده شود. برای نمونه اگر در این محلات دیوارنگاره نصب کنیم معتداتان آتش روشن می‌کنند و به آن آسیب می‌زنند؛ بنابراین مهم‌ترین کار ساماندهی معتداتان است یعنی تا این معطل‌ها حل نشود زیباسازی نمی‌تواند اقدامی انجام دهد. به این ترتیب می‌توان گفت وظایف ما در برخی مناطق ظهور و بروز بیشتری پیدا می‌کند ولی با توجه به این‌که آقای شهردار بر بهبود شرایط مناطق جنوبی تاکید دارد ما نیز سعی می‌کنیم پروژه‌های عمرانی بیشتری در این مناطق اجرا کنیم. برای نمونه، سازمان زیباسازی در ساخت سرویس بهداشتی مسوولیت دارد و قرار شده سرویس‌های بهداشتی بیشتری در جنوب شهر ساخته شود یا

به همین دلیل با توجه به این‌که قرائت رسمی نظام از فاطمیه، فاطمیه‌دوم است به این ترتیب جشن بزرگی هم در ساختمان عین‌الدوله گرفتیم. چند صدان بزرگ نیز در نقاط مختلف شهر نصب شد. در واقع من مناسبت یلدا را به اندازه دهه فجر دیده‌ام. نه از لحاظ حجم بلکه به همان اندازه که ضریب دارد و به عبارت دیگر همان طور که برای دهه‌فجر کم نگذاشتیم برای یلدا نیز کم نگذاشتیم.

در بحث ورودی‌های شهر تهران در مناطق ۱۵، ۱۹ و ۹۰

قرار است سال آینده سه پروژه اجرا کنیم.

**«البته بحث تفاوت شرایط شمال و جنوب شهر به سرویس بهداشتی و تغییر کوچه‌ها محدود نمی‌شود. به مساله معتداتان اشاره کردید در دنیا برای رفع چنین مشکلاتی از نورپردازی و رنگ‌آمیزی بهره می‌گیرند؛ چراکه نتایج تحقیقات نشان داده نوع نورپردازی حتی می‌تواند در کاهش جرم نیز موثر باشد.**

این مساله نیاز به بررسی بیشتر دارد. برای نمونه می‌توان به محله هرندی اشاره کرد که اقداماتی برای ساماندهی آن انجام شده اما این تلاش فقط منجر به این شده که معتداتان از یک منطقه به منطقه دیگر منتقل شوند. قطعاً حوزه‌های نورپردازی، میلمان شهری و هنر و طراحی‌های شهری می‌توانند روی شهروندان تاثیر بگذارد به همین دلیل نورپردازی تعدادی از یل‌های پایتخت را در دستور کار قرار داده‌ایم. در این بین برخی جنبه زیبایی دارد و برخی نیز جنبه‌های اجتماعی‌شان مهم است.

**«درمورد شش‌ماه گذشته با چه چالش‌هایی روبه‌رو بوده‌اید؟**

با چالش‌های زیادی روبه‌رو بودیم. نگاه فرهنگی برای اداره سازمان با برخی رفتارهای سنتی این سازمان انطباق نداشت. کمتر پیش آمده بود که مدیر سازمان بخواهد تا این حد به حوزه فرهنگی اهمیت بدهد؛ چراکه من درباره دیوارنگاره‌ها نیز با دوستان جلسه می‌گذارم. برای نمونه می‌برسم چرا باید چنین نقشی انتخاب شود؟ فراموش نکنیم این طرح‌ها روی روحیه مردم تاثیر می‌گذارد؛ البته درباره اکران‌های فرهنگی، هنرهای جمعی نیز چنین رویکردی را در دنبال می‌کنم؛ بنابراین چنین رویکردی انرژی زیادی از من می‌گیرد؛ چراکه رفتار سنتی سازمان در حال تغییر است. مساله دیگر قواعد و آیین‌نامه‌هایی است که در بدنه‌های دولتی وجود دارد. یکسری قوانین دست‌وپاگیردر نظر گرفته شده و این روزها برطرف‌کردن آنها نیاز به انرژی زیادی دارد.

**«در این مدت بیشترین انتقادی که از شما شده چه بوده‌است؟**

بیشتر همان انتقادهایی است که شما مطرح کردید؛ مثلاً این‌که ما مذهبی کار می‌کنیم یا سرعت‌عمل ما در رخداد‌های مختلف مناسب نیست.

**«بسیاری از دیوارنگاره‌ها نیز اکنون شرایط نامناسبی دارند؛ درمورد ترمیم آنها چه برنامه‌ای دارید؟**

نگهداری از دیوارنگاره‌ها به‌عهده شهرداری مناطق است. باید فراموش کنیم که دیوارنگاره‌ها نیز عمر مشخصی دارند. برای ترمیم دیوارنگاره‌ها شهرداری‌های مناطق می‌توانند به سازمان درخواست بدهند تا برای بازسازی آنها اقدامات لازم انجام شود. هرچند من خیلی اهل انتقادکردن به مدیران قبلی نیستم اما واقعیت این است که در چند سال اخیر، تهران رهان شده بود.

**«چه انتقادهایی نسبت به مدیران پیشین دارید؟**

واقعاً تهران در برخی حوزه‌ها ره‌ها شده و به مسائلی مانند استفاده از فناوری برای نظارت بر شهر بی‌توجهی شده‌است. اکنون حدود هزار نقاشی دیواری در تهران داریم که پوسیده شده و نیاز به ترمیم دارد. این نقاشی‌ها در چند ماه اخیر پوسیده‌نشده و برخی از آنها باید ده سال پیش ترمیم می‌شد. نکته اینجااست هوشمندسازی؛ چراکه به مشارکت مردم نیاز است و به شهرزیبایی می‌بخشند زمانی که عمرشان می‌گذرد چهره شهر را زشت می‌کنند. به همین منظور می‌خواهیم از فناوری‌های آتی بیس استفاده کنیم و سامانه‌ای نصب کنیم که نیاز به ترمیم را به هشدار می‌دهد. لازم به یادآوری است که ما دو رویکرد اصلی را در سازمان زیباسازی دنبال می‌کنیم؛ مردمی‌سازی و نقاشی‌های دیواری. هرگاه به مشارکت مردم نیاز است و به شکل سنتی نمی‌توان بر شهر نظارت کرد. به همین دلیل طرح سامانه مانیتورینگ شهر در حوزه تبلیغات و عناصر شهری را به آقای زاکانی داده‌ام تا به این شکل نظارت‌ها تقویت شود.

**«وعده‌های زیادی را مطرح کردید. سرانجام این وعده‌ها فکر می‌کنید چه خواهدشد؟**

برای این‌های شدن این طرح‌ها نمی‌توانم صددرصد قول بدهم چون فعالیت ما در سازمان تابع خیلی از اتفاقات است اما می‌توانم بگویم مواردی که به آنها اشاره کردم جزو برنامه‌های من است که آماده‌ام شب و روز برای اجرای آنها بجنگم و به آنها برسم. به هرحال ما در سازمان با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستیم. مقللاً از قبول این مسوولیت تصور می‌کردم کارها با سرعت بیشتری انجام می‌شود. برای نمونه، برگزاری روال یک مناقصه حدود دوماه زمان می‌برد و فقط کافی است هنگام برگزاری مناقصه یک دستگاه امنیتی با نظارتی بخشی از آن را در بیاورد- آن‌هم به حق- به این شکل برگزاری مناقصه دوباره دوماه عقب خواهد افتاد. دراین شرایط کارکردن به انرژی و از همه‌مهم‌تر به مدد الهی نیاز دارد که امیدوارم شامل حال من شود. واقعاً با خدای خود عهد کرده‌ام که برای اهدافی که با توجه به آن این مسوولیت را قبول کرده‌ام کم نگذارم و امیدوارم جزو مدیرانی باشم که وعده انجام کاری را می‌دهند و به آن عمل نمی‌کنند. همه مواردی که مطرح کردم جزو برنامه‌هایم است و نمی‌گویم الزماً سال بعد همه آنها اجرا خواهند شد. برخی طرح‌ها ممکن است بین دو ماه تا چهارسال زمان ببرد اما کاری که بتوانم در هفته‌ای انجام بدهم در همان مدت به سرانجام می‌رسانم. **ف**

## ویژه نوروز و رمضان



**«سازمان زیباسازی چه برنامه‌ای برای نوروز و ماه رمضان دارد؟**

برای عید امسال چون با نیمه‌شعبان تداخل دارد ما شعار آمد بهار جان‌ها را انتخاب کرده‌ایم و یکی از رویکردهای اصلی ما بحث نورپردازی است. جلب مشارکت مردم در نورپردازی برای ما مهم است و معتقدیم زیباسازی شهر باید مردمی باشد. نگاه‌مان در موضوع پرچم و دهه‌فجر نیز همین بود. همان تعداد که ما پرچم نصب کردیم مردم هم نصب کردند. اگر تسهیلگری انجام شود مردم در چراغانی مشارکت خوبی خواهند کرد در حوزه هنرهای جمعی نیز جشنواره تخم‌مرغ‌های نوروزی را برگزار می‌کنیم. جشنواره بهارستان و درخت‌ستان و هنرهای خلاق شهری نیز برگزار می‌شود. در این بین البته پیرایش شهری، حذف زوائد، دیوارنگاره‌ها را نیز در دستور کار قرار داده‌ایم.