صفحه‌آرا: رش شاهسمندی

آغاز ساماندهی گل‌فروشان مسیر بهشت زهرا(س)

مجتبی اقوامی‌پناه، مدیرعامل شرکت ساماندهی صنایع و مشاغل شهر تهران: اجرای طرح ساماندهی گل‌فروشان در محورهای پرتردد منتهی به آرامستان بهشت‌زهرا(س) آغاز شد. در این طرح با همکاری دستگاه قضایی، نیروهای شهربان و شهرداری منطقه ۱۹ با بساط‌گستران غیرمجاز برخورد می‌شود.

تدوین فعالیت مدارس فعال در طرح تابستانی

حجت‌الاسلام علیرضا شیرنژاد، رئیس مرکز فعالیت‌های دینی شهرداری تهران: تعطیلات تابستانی فرصت بسیار مناسبی خواهد بود تا با غنی‌سازی اوقات فراغت، قشر دانش‌آموز جامعه را از آسیب‌های اجتماعی دور کنیم. تابستان گذشته ۱۸۳ مدرسه کلاس‌های معرفتی، مهارتی و هنری به برگزار کردند.

مشارکت ۷۰ گروه جهادی در مراسم ارتحال امام خمینی(ره)

مصطفی زیبایی‌نژاد، مدیرکل فرهنگی شهرداری تهران: کمیته‌های مختلفی برای برگزاری هرچه بهتر مراسم سالگرد ارتحال امام فعال شده‌اند. از ورودی بهشت‌زهرا(س) تا ایستگاه مترو حرم مطهر، ۷۰ گروه مختلف جهادی برنامه خواهند داشت. البته به‌دنبال این هستیم که در روزهای آینده این گروه‌ها را افزایش دهیم.

استانداری ابلاغیه قبلی را اصلاح کند

ناصر امانی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه شورای اسلامی شهر تهران: اگر استانداری تهران این ادعا را دارد که شهرداری می‌تواند نظارت خود را ادامه دهد، با یک ابلاغیه قبلی خود را اصلاح کند؛ چراکه در دولت قبل، کل مسئولیت حریم پایتخت به شهرداری تهران واگذار شده بود.

تهرانی که دوستش داریم

نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد کمپین «تهران دوست‌داشتنی» در افزایش علاقه مردم به پایتخت تأثیر مثبتی داشته است

گزارش: نیلوفر ذوالفقاری، روزنامه‌نگار

از بیلبورد‌ها و المان‌های شهری گرفته تا نوشته‌های روی اتوبوس‌ها و نیز‌های تبلیغاتی تلو یزیون‌های شهری و صداوسیما، به هر طرف سر بچرخانید «تهران دوست‌داشتنی» را می‌بینید؛ عنوانی که به پویشی با همین نام برمی‌گردد و چند ماهی است که با هدف بهبود تصویر ذهنی و افزایش حس تعلق شهروندان به پایتخت در حال اجراست. در کنار واکنش‌های شهروندان به این کمپین در فضای مجازی، به تازگی یک نظرسنجی تحلیلی هم درباره این کمپین برگزار شده که نتایج آن می‌گوید بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان بعد از این کمپین، نگاه بهتری به پایتخت پیدا کرده‌اند. اما این پویش چیست و چرا شکل گرفته است؟

%۸۰
شرکت‌کنندگان با انتخاب عنوان تهران دوست‌داشتنی برای این کمپین موافقند.

یک کمپین ۳۶۰ درجه

تجربه برگزاری کمپین‌هایی شبیه به تهران دوست‌داشتنی در دنیا نشان می‌دهد تمرکز بر نمایش نکات مثبت شهرها به ایجاد رابطه مثبت و عاطفی مردم با شهر، تغییر نگرش‌های منفی در مورد شهر و مشکلات آن و افزایش ایجاد تعلق به شهر منجر می‌شود. الگوبرداری تهران دوست‌داشتنی از کمپین‌های موفق دنیا هم باعث دیده‌شدن و موفقیت نسبی آن شده است. می‌توان گفت تهران دوست‌داشتنی یک کمپین ۳۶۰ درجه است؛ چراکه از همه ظرفیت‌های تبلیغاتی موجود از جمله بیلبورد‌ها، رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و رویدادهای عمومی استفاده کرده تا پیام خود را به بیشترین تعداد افراد ممکن برسانند و تلاش کند تهران را از آنچه هست، دوست‌داشتنی‌تر کند. بیشتر شهروندان روی اتوبوس‌های شهری عبارت تهران دوست‌داشتنی را دیده‌اند و اگر چرخی در فضای مجازی بزنید، عکس‌ها و متن‌های شهروندان با هشتگ تهران دوست‌داشتنی توجه‌تان را جلب می‌کند.

%۵۰
از شهروندان شرکت‌کننده درنظرسنجی، تبلیغات تهران دوست‌داشتنی را روی بدنه اتوبوس‌ها دیده‌اند.

۸۰ درصد شهروندان، موافق تهران دوست‌داشتنی

بعد از چندماه برگزاری، حلا تهران دوست‌داشتنی عبارت آشنایی برای شهروندان است. به‌تازگی پیمایشی از سوی پایگاه تحلیل افکار و داده‌کاوی رسانه‌ای مرکز ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری تهران برگزار شده تا میزان تأثیرگذاری این کمپین پیمایش و بررسی شود. جامعه آماری این پژوهش را ۱۰۰۱ نفر از شهروندان ساکن مناطق ۲۲گانه شهر تهران تشکیل می‌دهند. نتایج نهایی نظرسنجی نشان می‌دهد دیدگاه پاسخگویان نسبت به کمپین تهران دوست‌داشتنی مثبت بوده است. ۶۱ درصد از پاسخگویان برگزاری چنین کمپین‌هایی را ضروری دانسته‌اند، ۶۵ درصد احساس مثبتی نسبت به آن داشته‌اند و حدود ۵۰ درصد گفته‌اند نگاهشان بعد از این کمپین نسبت به تهران بهتر شده است. بیش از ۸۰ درصد شرکت‌کنندگان هم عبارت تهران دوست‌داشتنی را مناسب ارزیابی کرده‌اند. برای نیمی از جمعیت شرکت‌کننده در نظرسنجی، به نشانه‌های یادآور مانند پوستر کمپین نیازی نبوده است. به‌این ترتیب می‌توان گفت تلاش و اطلاع‌رسانی شهرداری در این زمینه مناسب بوده است.

شهروندان پاسخ دادند

با هدف سنجش میزان آگاهی، مشارکت و دیدگاه‌های شهروندان نسبت به کمپین «تهران دوست‌داشتنی»، به‌تازگی یک نظرسنجی در میان گروهی از شهروندان تهرانی انجام شده است. این نظرسنجی با هدف دریافت بازخورد عمومی و ارزیابی تأثیرگذاری کمپین طراحی شده و براساس آن، دیدگاه‌ها و نظرات مردم در زمینه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. شهروندان به برخی پرسش‌ها درباره این کمپین پاسخ داده‌اند:

این پویش چه تغییری در احساس شما نسبت به تهران ایجاد کرده است؟

۴۹/۶ درصد از افراد گفته‌اند که نگاهشان به شهر تهران بهتر شده است، ۴۱/۸ درصد هم گزارش کرده‌اند که احساس آنها نسبت به شهر تهران فرقی نکرده است، احساس ۶/۷ درصد از پاسخگویان بدتر شده است و ۱/۹ درصد نظری در مورد اجرای کمپین نداشته‌اند.

بخشی از تبلیغات پویش تهران دوست‌داشتنی، پروژه‌ها و اقدامات شهری را معرفی کرده است. شما کدام‌یک از این تبلیغات را دیده‌اید؟

۵۵/۳ درصد از پاسخگویان تبلیغات مربوط به خرید اتوبوس‌های جدید را از محل عوارض مردم در سطح شهر مشاهده کرده‌اند. ۱۸/۷ درصد تبلیغات مرتبط با پروژه پایانه شرق را دیده‌اند. ۱۱/۶ درصد معرفی پروژه رودخره فرحزاد را گزارش کرده‌اند. ۳/۳ درصد پروژه خانه روزنامه‌نگاران مورد توجه‌شان قرار گرفته است. ۴/۹ درصد هیچ کدام از آیتم‌های بخش معرفی پروژه‌ها را ندیده‌اند و ۱/۱ درصد نیز نظری در مورد این سؤال نداشته‌اند.

هویت‌دارشدن تهران با کمپین تهران دوست‌داشتنی

علیرضا زاکانی، شهردار تهران: کمپین تهران دوست‌داشتنی را به‌عنوان یکی از راهبردهای کلان‌شهری دنبال می‌کنیم تا چهره پایتخت را متحول سازیم. باید رویکردهایی را دنبال کنیم تا شهر ما هویت‌دار شود، مثلا تعیین تکلیف و پیگیری پارک‌های علم و فناوری، تحول در رویکرد رسانه‌ای و گسترش کمپین‌هایی مانند تهران دوست‌داشتنی.

اهداف کمپین

- شعار کمپین تهران دوست‌داشتنی: به ایران دوستش داره
- تقویت هویت شهری و معرفی ابعاد فرهنگی پایتخت به مردم
- واکنش مردم به تهران دوست‌داشتنی در فضای مجازی

%۳۰
از پاسخگویان به‌نظرسنجی معتقدند جذاب‌ترین قسمت پویش، معرفی حوزه‌های جدید شهرداری است.

Mr_Mohajer1@
خواستن توانستن است!
مثل دکتر #اکائی که ۴۷ کیلومتر راه دوچرخه‌سواری روی اتوبان‌های تهران احداث کرده که نه در ترافیک بروی و نه خطرات جانت را تهدید کند. ما اصحاب ما می‌توانیم هستیم!

amirgheysaria@
اخلاقم اینطوره. اگه انتقاد می‌کنم، حلا هم از شهردار تهران قدردانی می‌کنم به‌خاطر افتتاح ترمینال شرق برای تهرانگرد و شرق. واقعا حرکت بزرگی بود. حلا می‌مونه وانش‌های خیابون امین و آزادی و خیابان زهدی.

mehdizangaaneh@
باید کار خوب را تمجید کـرد. من در دیدارهـای کاری که اخیرا با مسئولان در شهرداری و شورای شهر داشـتم، از تلاش آنان و فراجا به‌خاطر اقـدام مثبت بازگشـت رودخره زیبای فرحـزاد به آغوش شـهروندان تهرانی و باکسـازی آنجا از ناهنجاری‌هایی مثل حضور معتادان و بزهکاران تشکر کردم!

تصور نمی‌کردیم مردم تهران را این اندازه دوست داشته باشند

پایگاه تحلیل افکار و داده‌کاوی رسانه‌ای مرکز ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری تهران تلاش کرده با اجرای پروژه سنجش نگرش شهروندان نسبت به کمپین تهران دوست‌داشتنی، به تحلیلی از میزان تأثیرگذاری این کمپین بین پایتخت‌نشینان دست پیدا کند. علیرضا نظری، مدیر پروژه سنجش نگرش شهروندان نسبت به کمپین تهران دوست‌داشتنی می‌گوید که نتایج پیمایش نشان می‌دهد این کمپین تا حد زیادی مورد توجه شهروندان قرار گرفته است.

نکات مهمی که با این پژوهش به آنها دست پیدا کردید، کدامند؟

نکته مهم این بود که معمولا کمپین‌ها تا این اندازه شـهروندان را درگیر نمی‌کنند؛ اما تهران دوست‌داشـتنی بیش از تصورها مورد توجه مردم قرار گرفته است. شـرکت‌کنندگان در نظرسـنجی المان‌های کمپین را به‌خوبی به‌خاطر داشتند و میزان علاقه شـهروندان به تهران فراتر از تصورهای اولیه بود.

این نظرسنجی چه دستاوردی برای ادامه اجرای کمپین داشته است؟

نتایج نظرسـنجی در چندین محور راهبردی خواهد بود. پیمایش نشان داد زنان به اندازه محـسوسـی بیش از مردان کمپین را مثبت ارزیابی می‌کنند و سـنـبـه به موضوعات شهر مانند نظافت و زیبایی آن ذغدغه‌مند هستند. استفاده از چهره‌های مادگار زن در بخش قهرمانان شـهر کمپین، تا حد خوبی به نیازهای شـهروندان زن به هویت‌یابی در شـهر کمک کرده است. ضمن اینکه معرفی نقاط گردشگری و دیدنی‌های تهران، به تقویت هویت‌یابی محله‌محور منجر شده است.

آیا این نظرسنجی مراحل بعدی خواهد داشت؟

این پیمایش در اسـفندماه سـال ۱۴۰۳ انجام شـد. با اضافه‌شدن شـعارهای جدید به کمپین و نصب المان‌های شـهری تازه، توجه شـهروندان بیش از قبل به کمپین جلب خواهد شـد. برگـزاری برنامه‌های نوروزی، افطار خونـه و راه‌اندازی باغ‌راه حضرت زهـرا(س) بـا توجه ویژه بـه کمپین تهران دوست‌داشـتنی، قطعـا در نتایج نظرسـنجی تاثیرگذار خواهد بـود؛ بنابراین در فاصله زمانی مناسب، پروژه به شکل و در ابعاد دیگری تکرار خواهد شد تا به اطلاعات تازه‌ای از میزان تأثیرگـذاری کمپین دست پیدا کنیم.

صفحه‌آرا: رش شاهسمندی

در شهر | پریسا نوری: روزنامه‌نگار

افتتاح ۴ بازار میوه و تره‌بار تا تیرماه

این روزها در معبرها و محله‌های بسیاری تابلوی سبزرنگ سـازمان مدیریت میادین میوه و تره‌بار دیده می‌شود؛ چراکه تعداد بازارهای میوه و تره‌بار با هدف دسترسـی آسان‌تر شهروندان به محصولات تازه و باکیفیت و ارزان در چند سال اخیر رشد چشـمگیری داشته؛ به‌طوری‌که در ۲۴ ماه گذشته، ۷۶ بازار در نقاط مختلف پایتخت وارد چرخه خدمت‌رسانی شده‌اند. این روند و به رشد امسال هم ادامه دارد و به‌گفته مهدی بختیاری‌زاده، مدیرعامل سازمان مدیریت میادین میوه و تره‌بار قرار است تا پایان سال در‌های ۲۰ بازار میوه و تره‌بار در نقاط مختلف شهر به روی مردم باز شود که از این تعداد ۸ بازار آماده بهره‌برداری هستند و تا تیرماه بذیرای شهروندان خواهند بود. اما این بازارهای جدید کجا ایجاد شده‌اند؟

بازار میوه و تره‌بار خواجه نظام
منطقه: ۷
نشانی: میدان سپاه، خیابان باباخانلو، مقابل کوچه ۱۲
مساحت: ۳۰۰ مترمربع
سازه: سبک
زمان بهره‌برداری: تیرماه

۴
بازار میوه و تره‌بار تا تیرماه در مناطق ۷ و ۱۷ و ۱۸ پایتخت دایر می‌شود.

بازار میوه و تره‌بار فدک
منطقه: ۱۷
نشانی: بزرگراه آیت‌الله سعیدی، خیابان مسجد، روبه‌روی کلانتری ۱۱۶
مساحت: در ۲ طبقه به مساحت ۱۶۰۰ مترمربع
سازه: اسکلت فلزی
تجهیزات: آسانسور
هزینه ساخت: ۴۴ میلیارد تومان
زمان بهره‌برداری: تیرماه

۲۰
بازار میوه و تره‌بار تا پایان سال در مناطق ۲۲گانه راه‌اندازی می‌شود.

بازار میوه و تره‌بار مینا
منطقه: ۱۸
نشانی: یافت‌آباد، بلوار ابراهیـم، خیابان سیدجمال‌الدین اسدآبادی، حاشیه بوستان مینا
سازه: اسکلت فلزی
مساحت: ۳۳۰ مترمربع
زمان بهره‌برداری: تیرماه

اولین بازار ۲ منظوره پایتخت در منطقه ۱۷ افتتاح می‌شود. طبقه دوم این بازار به مجموعه ورزشی اختصاص یافته است.

بازار میوه و تره‌بار دستجردی
منطقه: ۱۸
نشانی: شادآباد، بعد از بلوار عزیزی، جنب خانه کشتی
مساحت: ۱۰۵۰ مترمربع
سازه: اسکلت فلزی
زمان بهره‌برداری: تیرماه

چهارمین بازار با معماری و طراحی ایرانی، اسلامی با نام فدک در منطقه ۱۷ افتتاح می‌شود.

هر سال چند بازار میوه و تره‌بار در تهران افتتاح شده است؟

- سال ۹۶: ..... ۱۶ بازار
- سال ۹۸: ..... ۱۴ بازار
- سال ۹۹: ..... ۴ بازار
- سال ۱۴۰۰: ..... ۱۸ بازار
- سال ۱۴۰۱: ..... ۴ بازار
- سال ۱۴۰۲: ..... ۳۲ بازار
- سال ۱۴۰۳: ..... ۲۷ بازار
- سال ۱۴۰۴: ۲۰ بازار (قرار است افتتاح شود.)

۲۰ بازار تره‌بار امسال افتتاح می‌شود

مهدی بختیـاری‌زاده، مدیرعامل سـازمان مدیریـت میادین میوه و تره‌بار شـهرداری تهران: توسـعه کمی بازارهـای میـوه و تره‌بار در محله‌های شـهر تهران یکی از مهم‌ترین طرح‌های راهبردی و اجرایی سازمان مدیریت میادین به شمار می‌آید. امسال نیز ساخت، بهسازی و نوسازی ۲۰ بازار در دستور کار قرار گرفته است. طبق برنامه‌ریزی‌های انجام شده توسـعه بازارهای میوه و تره‌بار در جنوب پایتخت مانند سال گذشـته در سال ۱۴۰۴ در حال اجراسـت و در حال حاضر حداقل ۵ بازار در مراحل پایانی عملیات عمرانی قرار دارند و به‌زودی تعدادی از این بازارها افتتاح می‌شود. دسترسی آسان تهرانی‌ها به خدمات عمومی و تأمین محصولات سفره آنها تمام هدف برنامه‌ریزی‌های سازمان مدیریت میادین میوه و تره‌بار است.

شهردار تهران؛ نایب‌رئیس بریکس

اجلاس بریکس مهم‌ترین فرصت برای تبادل تجربیات مدیریت محلی و توسعه دیپلماسی شهری با ۲۶ کشور جهان است

گزارش: سیدمحمد فخار، روزنامه‌نگار

این روزها اجلاس بریکس در برزیل برپاسـت و شـهردار تهران به‌عنوان مهمان و به نمایندگی از جمهوری اسـلامی برای افزایش هم‌افزایی با کشـورهای عضو اتحادیه جهانی بریکس به این کشور سفر کرده اسـت. این نشست مهم‌ترین فرصت برای تبادل تجربیـات مدیریت محلی و توسعه دیپلماسی شهری با ۲۶ کشور بزرگ جهان است و حضور علیرضا زاکانی، از این منظر اهمیت فراوانی برای کشورمان دارد.

جزئیات برنامه‌های شهردار تهران

- **۵ خرداد:** ورود علیرضا زاکانی به ریودوژانیرو با استقبال عبدالله نکونام، سفیر ایران در برزیل
- **۷ خرداد:** حضور در افتتاحیه و نشست مجمع عمومی بریکس
- **۷ خرداد:** برگزاری دیدارهایی میان شهرهای ایرانی و شهرهای عضو
- **۸ خرداد:** دیدار و گفت‌وگو با شهرداران شهرهای ماریکا و ریودوژانیروی برزیل
- **۸ خرداد:** برگزاری پنل‌های تخصصی و سخنرانی شهردار تهران در پنل توسعه پایدار و امنیت غذایی

اتحادیه شهرهای عضو بریکس چیست؟

اتحادیه شهرهای عضو بریکس سال گذشـته برای نخسـتین بار راه‌اندازی شد تا ظرفیتی برای تبادل تجربیات مدیریت محلی، توسعه دیپلماسی شهری و ایجاد هم‌افزایی میان شهرداران کشورهای عضو و هم‌پیمان گروه بریکس باشد. پس از تجربه برگزاری نخسـتین نشسـت مجمع مؤسـسین اتحادیه شهرهای عضو بریکس در کازان، این نشسـت‌ها در دبی و تهران ادامه یافت. حلا کشـور برزیل میزبان این رویداد است. اتحادیه جهانی شـهرهای عضو بریکس با حضور نمایندگانی از کشورهای مختلف با هدف تبادل تجربیات مدیریت محلی، توسعه دیپلماسی شهری و ایجاد هم‌افزایی میان شهرداران کشورهای عضو و هم‌پیمان گروه بریکس برگزار می‌شود.

شهردار تهران در اجلاس چه گفت؟

علیرضا زاکانی، شهردار تهران و رئیس مجمع شهرداران کلانشهرهای ایران که در رأس هیأتی برای شرکت در مجمع عمومی شهرداران کشورهای بریکس‌پلاس به برزیل سفر کرده‌است، در سخنانی از تداوم جنایات مهیونیست‌ها برای ویران کردن شهرهای غزه انتقاد کرد. علیرضا زاکانی در سـخنانی ضمن محکومیت جنایات رژیم صهیونیستی عنوان کرد: مفهوم عدالت و کرامت انسانی، جز با ابراز همدردی با کودکان رنج‌کشیده فلسـطین مفهومی پیدا نمی‌کند. زاکانی در این اجلاس از مقامات عالی‌رتبه شهری از کشورهای مختلف دنیا درخواست کرد تا صدای واحدی برای توقف جنایت‌ها در فلسطین باشند.

درباره بریکس چهارم بیشتر بدانید

- شـهردار تهران به دعوت همتـای برزیلی خود، واشنگتن کوکوا رئیس انجمن‌های شهری برزیل، به این کشور سفر کرده است.
- در اجلاس امسال شهرداران عضو بریکس‌پلاس، نمایندگانی از ۲۶ کشور از ۴ قاره مختلف دنیا حضور دارند.
- هیأت کشورمان نیز به سرپرستی شهردار تهران متشکل از شهرداران اصفهان، رشت، قزوین، اراک و معاون شهردار شیراز عازم این اجلاس شده‌است.
- نشسـت اتحادیه شهرهای بریکس‌پلاس از مقدمات برگزاری اجلاس اصلی است که پیش‌بینی می‌شود در نیز سال‌جاری با حضور رؤسای کشورها در برزیل برگزار شود. برزیل رئیس دوره‌ای این اجلاس است.
- اتحادیه بریکس با ابتکار قدرت‌های نوظهور اقتصادی دنیا برای مقابله بـا یکجانبه‌گرایی غرب با مشارکت کشـورهای برزیل، روسیه، هند، چین و افریقای جنوبی تأسیس شد و بعدا با پیوستن دیگر کشورها، به «بریکس‌پلاس» تغییر نام داد.
- اتحادیـه بریکس‌پـلاس، یکـی از مهم‌تریـن سازمان‌های بین‌المللی اسـت که کشورمان ایران به آن پیوسته است؛ سازمانی که علاوه بر برنامه‌های مشترک سیاسـی، ایده‌های مفصلی برای تقویت تجارت، اقتصاد، فرهنگ و تبادلات شهروندی میان کشورهای عضو دارد.
- در پایان نشسـت بریکس چهارم، با رأی اکثریت اعضا شـهردار تهران به‌عنوان نایب‌رئیس اتحادیه شهرهای بریکس انتخاب شد.

۲۶
کشور عضو بریکس هستند.

کشورهای میزبان اتحادیه شهرهای بریکس
- کازان روسیه دوره نخست
- دوبی امارات دور دوم
- تهران ایران دور سوم
- ریودوژانیروی برزیل

۴
دوره اجلاس بریکس برگزار شده است.

مصداق تأمین منافع ملی

مهـدی خانعلـی‌زاده، کارشـناس سیاسـی و آینده‌پژوه: استفاده از ظرفیت بریکس توسط شهرداری تهران مصداق تأمین منافع ملی است. دسـتگاه دیپلماسی منحصر به یک وزارتخانه نیست؛ بلکه مجموعه‌ای از نهادها می‌توانند راهبردهای طراحی شده برای تأمین منافع ملی را پیاده‌سـازی کنند. استفاده فعالانه از ظرفیت اتحادیه BRICS توسط شهرداری تهران - از برگزاری اجلاس تهران در فروردین تا اجلاس ریو - مصداق تأمین منافع ملی اسـت. بریکس مهم‌ترین تهدید برای نظم پساجنگ جهانی دوم است؛ نظمی که آسیب‌های فراوانی برای منافع ملی ایران داشته و حالا فرصتی مهم برای جبران آن است.

اتوبوس‌های جدید تهران کجا رفتند؟

با توجه به تعداد بالای مسافران در جنوب شهر، بیشترین نوسازی‌ها به اتوبوس‌های این مناطق اختصاص یافت

حمل و نقل: مهدی اسماعیل‌پور، روزنامه‌نگار

روزانه بیش از یک میلیون نفر در این شهر شلوغ با ناوگان شرکت واحد اتوبوسرانی در ۱۴۵۶ ایستگاه جابه‌جا می‌شوند. بخشی از این جابه‌جایی توسط خطوط تندرو یا همـان بی‌آر‌تی و بخشـی هم توسط خطوط فیدر (غیر تندرو) انجام شده است. اتوبوس‌های جدید برقی و غیربرقی شهر تهران هم بین مناطق مختلف از شمال تا جنوب شهر تقسیم و در خطوط فیدر فعال شـده‌اند. در گذشته این باور وجود داشـت که اتوبوس‌های نو سهم مناطق خوش‌نشین شمال شهر می‌شود و فرسوده‌ها نصیب جنوب شهری‌هاست. اما آمارهای این دوره مدیریت شهری خلاف باورها را نشان می‌دهد.

تعداد نوسازی ناوگان اتوبوسرانی در این دوره مدیریت شهری
- اتوبوس دیزلی: ۱۱۱۴ دستگاه
- اتوبوس برقی: ۱۸۹ دستگاه
- پشتیبانی مناطق و سرویس جانبازان و معلولان: ۳۹۱ دستگاه

چند اتوبوس دیگر به تهران می‌رسد؟

۷۵۵ دستگاه اتوبوس دیزل ازمحل قرارداد با شرکت‌های داخلی	۴۰۰ تا ۶۰۰ دستگاه اتوبوس دوکابین (برای خطوط بی‌آرتی)	۲۳۱۱ دستگاه از قرارداد ۲۵۰۰ دستگاه اتوبوس برقی چینی	۳۶۹ دستگاه اتوبوس باقیمانده از تعهدات دولت	۲۶۴ دستگاه اتوبوس برقی داخلی

۱۵۵۴
دستگاه اتوبوس تاکنون در این دوره از مدیریت شهری نوسازی شده است

۵ معیار اصلی برای تقسیم اتوبوس بین مناطق مختلف تهران
- ۱- درخواست شهرداری‌های مناطق
- ۲- میزان تقاضای سفر
- ۳- میزان کمبود ناوگان
- ۴- میزان فرسودگی ناوگان
- ۵- رعایت عدالت بین مناطق شمال و جنوب شهر

بیشترین اتوبوس‌ها در جنوب تهران

لیسـت واگذاری‌ها نشـان می‌دهد که بخش قابل‌توجهـی از اتوبوس‌هـا در مناطق جنوب شهر مشغول خدمات‌رسانی هستند. از مجموع هـزار و ۱۱۴ اتوبوس غیربرقی جدید، سـهم مناطق یک تا ۹ و همچنین منطقه ۲۲ در مجموع ۴۹۳ دستگاه بوده و سـهم مناطق ۱۰ تا ۲۱ هم ۶۲۱ دسـتگاه اسـت. در نتیجه با نوسازی‌های صورت گرفته، ناوگان اتوبوسـرانی در مناطق ۲ و ۱۷ کاملا نوسازی شـده و این مناطق دیگر اتوبوس فرسوده ندارند.

برقی‌ها در مرکز شهر

علاوه بـر اتوبوس‌های غیربرقـی که وارد ناوگان شده‌اند، ۱۸۹ دستگاه اتوبوس برقی هم وارد ناوگان شده‌است. این ۱۸۹ دستگاه در ۱۱ خط مرکز شهر و محدوده بازار بزرگ تهران به کار گرفته شـده‌اند. با حضور در نقاطی مانـنـد میدان امـام خمینی(ره)، میدان جمهوری، میدان بهارستان، میدان فردوسـی، پل کریم‌خان، میدان انقلاب و میدان امام حسین(ع) شهروندان می‌توانند از این اتوبوس‌های لاکچری استفاده کنند.

کدام مناطق بیشترین اتوبوس نو را دریافت کرده‌اند؟

از بین مناطق ۲۲گانه شهر تهران، بیشـتـرین تعـداد اتـوبـوس نو(غیربرقی) به‌ترتیب در مناطق ۵، ۱۱ و ۲۰ به کار گرفته شده‌اند. سهم این مناطـق به‌ترتیب ۱۶۶، ۱۳۹ و ۹۸ دستگاه بوده است.

کدام مناطق کمترین اتوبوس را دریافت کرده‌اند؟

درمقابل بیشترین‌ها، کمترین‌ها را داریم. مناطق ۹، ۳ و همچنین ۱۶ و (به شکل مشـترک) ۱۴ کمترین اتوبوس را دریافت کرده‌اند. سهم این مناطق به‌ترتیـب ۱۲، ۱۸ و ۲۱ دسـتگاه است.

نوسازی تمام ناوگان فرسوده تهران تا پایان سال

احمـد قیومـی، مدیرعامـل شـرکت واحـد اتوبوسـرانی تهران: خدمات‌رسانی اتوبوس‌های شرکت واحد به این شکل نیست که بتوانیم آنها را محـدود به یک منطقه خـاص بدانیم. برای مثال اتوبوسی از منطقه‌ای در جنوب شهر شروع به حرکت می‌کند و با گذر از چند منطقه در ایسـتگاه پایانی به منطقه‌ای در شمال شهر می‌رسد و برعکس. به همین جهت مناطق اتوبوسرانی متفاوت با مناطق شهری اسـت و عمنطقه اتوبوسرانی و اسـامانه تندرو در شهر تهران داریم. اتوبوس‌هایی که وارد خطوط می‌شوند متعلق به تمام شهر هسـتند و نگاه ما در بحث نوسازی هم کلی اسـت و امیدواریم تا پایان سال ناوگان اتوبوسرانی شـهر تهران نوسازی شـود. دربحث نوسازی معیارهای مختلفی وجود دارد؛ مثلا منطقه ۱۷ دارای ۳ خط اتوبوسرانی اسـت که هر ۳ خط فرسوده بود و با حدود ۳۵ دسـتگاه اتوبوس جدید هر ۳ خط نوسازی شد. البته در بحث نوسازی خطوط باتوجه به اینکه بیشترین مسافر اتوبوس را در جنوب شهر داریم، تلاش شد تا خطوط فرسوده در این محدوده بیشتر نوسازی شود.

جهان | محمد سرابی: روزنامه‌نگار

نیوجرسی بتنی یا گاردریل فلزی؟

راننده‌هایی که در بزرگراها حرکت می‌کنند، نیوجرسی را به‌دلیل ظاهر سنگین و مقاوم، به شکل مانعی خشن‌تر از گاردریل‌های فلزی تصور می‌کنند درحالی‌که هردوی اینها، موانع ترافیکی رایج در شـهرهای بزرگ جهان هستند. اگر شتاب خودرو از حد قانونی بیشتر باشد، نه گاردریل و نه نیوجرسی نمی‌توانند مانع رخ‌دادن حادثه شوند. رول رایج در شهرهای بزرگ این است که بسته به شیب و زوایای چرخش خیابان‌ها از نیوجرسی، گاردریل، جدول یا سرعت‌گیر برای جدا کردن سواره‌رو از محیط اطراف استفاده می‌شود.

نیوجرسـی نزدیک ۷۰ سـال قبل برای جلوگیری از خروج خودروها از مسـیر اصلی بزرگراه‌های دوطرفـه و تصادف شاخ‌به‌شاخ با خودروهای مقابل ساخته شد. اکنون بیشترین کاربرد نیوجرسی همین اسـت اما متخصصان ترافیکی در بخش‌های مختلف شهر آن را بهره می‌برند. اگرچه در دهه‌های اخیر استفاده از موانع پلاستیکی یا دیگر کاهنده‌های سرعت و شتاب، در حاشیه بزرگراه‌ها رایج شـده اما نیوجرسی هم در مهندسی ترافیک فراموش نشده اسـت و در بسیاری از کشورهای جهان یک ابزار عادی برای هدایت خودروهاسـت.

هلند

کنترل سرعت چرخ‌ها

برخلاف تصور رایج، نیوجرسـی برای اینکه مانند یک سد بتنی سنگین عمل کند، ساخته نشده است. قسمت پایین نیوجرسی، پهن‌تر است و درصورت انحراف یک خودرو، شیب قسمت پایین آن با کناره لاستیک خودرو و قسمت اصلی با سپر و بدنه درگیر می‌شـود و آن را متوقف می‌کند. فقط در تصادف‌های خیلی شدید و از روبه‌رو، خودروها در برخورد با نیوجرسی آسیب می‌بینند. در هلند گاردریل برای محافظت از عابران پیاده و دوچرخه‌سواران از برخورد خودروها استفاده می‌شود اما در بزرگراه‌های شیبدار و جایی که احتمال تصادف خودروها یکدیگر زیاد باشد، نیوجرسی مسیرها را از هم جدا می‌کند. گاردریل‌ها و دسـتک‌ها (لوله‌های عمودی درون پیاده‌رو) در بافت مرکزی شهرهایی مانند هارلم، اوترخت و لیدن بیشتر به‌کار می‌رود و نیوجرسی برای بزرگراه‌ها کاربرد بیشتری دارد.

محافظ خیابان

در برخی شهرهای ساحلی هلند، خیابان‌های نزدیک ساحل با نیوجرسی پوشانده می‌شـوند تا در مقابل توفان و جریان آب از سمت دریا به سـواره‌رو مقاومت کنند. کاربرد دیگر نیوجرسی در شهرهای ساحلی این است که مانع برت شدن زباله‌های پلاستیکی سطح خیابان به دریا شود. از سال ۲۰۱۰ طرح‌هایی برای کاربرد نیوجرسی‌های مخصوص در کاهش سر و صدای بزرگراه‌های هلند هم پیشنهاد شده است.

کانادا

گاردریل‌های فلزی

رایج‌ترین شـکل گاردریل که در بیشتر شـهرهای جهان استفاده می‌شود نوع W اسـت. این ورقه بلند فلزی هم به‌دلیل شکل تاخورده و هم به‌دلیل قطعه‌ای که بین آن و پایه نصب شده‌است، در صورت برخورد خودرو، فشار وارده را به اطراف و به پایه منتقل می‌کند تا خسارت کمتری به‌خودرو وارد شود. البته درصورتی که سرعت خودرو بیش از حد پیش‌بینی‌شده باشد ممکن اسـت از روی گاردریل به بالا پرت شود. در شهر مونترال کانادا خیابان‌های شـیب‌دار، پل‌ها، مسـیرهای غیرمسطح و هرجایی که احتمال خروج خودرو از سواره‌رو وجود داشـته باشـد با گاردریل محصور می‌شود. بعضی از گاردریل‌ها هم در خیابان‌های مرکزی برای حفاظت از عابران نصب شده‌است.

مهارکننده سرعت

وضعیت آب و هوایی مونترال باعث شده که از گاردریل‌های گوناگون استفاده شود. در فصل سرد، خودروها در بعضی از بزرگراه‌های شهر کنترل سرعت خود را از دست می‌دهند و باید گاردریل‌های فلزی برای مهار آنها در حاشـیه بزرگراه وجود داشته باشد.

در نقاطی که احتمال خروج خودرو کمتر باشد از کابل‌های فلزی به جای گاردریل‌های عادی استفاده می‌شود. این نوع گاردریل‌ها با فاصله زیاد از کندرو در بزرگراه نصب می‌شوند و معمولا سرعت خودروها تا رسیدن به آنها کم می‌شود. ظاهر گاردریل‌های کابل