

«ماه امت»؛ نمایش چهره محله‌ای کوچک بامقیاس جهانی

از مخالفت ها تا هزینه ها؛ نگاهی به کارنامه دومین تجربه رویداد بین المللی در حاشیه شهر مشهد



چرا قلعه خیابان را برای رویداد انتخاب کردید؟ همین طوری؟

همین طوری که نه. برایمان مهم بود رویداد در محله ای از حاشیه شهر برگزار شود که عناصر بنیادین مشهد در آن پرنرنگ باشد.

مثلا چه چیزی؟

مثلا تنوع. مشهد نیاز دارد که این تنوع رادرک کند. ما در چند دهه گذشته به سمت گریز از تنوع رفته ایم. یعنی مشهدخودآگاه یا ناخودآگاه دارد به سمت یکدست شدن می رود. این به مشهد لطمه بنیادین می زند ومدارا واستقبالمان ازحضور دیگران را کم رنگ می کند. مسئولان شهری، سیاست های امنیتی و... هم به این یکدست شدن دامن زده اند.

شاید چون مدیریت کردن فضایی یکدست راحت تر به نظر می رسد.

اتفاقا برعکس! وقتی ریشه های تنوع وجود دارد، اگر بخواهی فضا را یکدست کنی، کار خودت را سخت کرده ای. حضور برخی مذاهب اسلامی وطوایف در آنجا یک واقعیت است.مسجد چندده ساله دارند.اینجاساکن شده اندودارندزندگی شان رامی کنند.تلاش برای حذف یانادیده گرفتن واقعیت ها، معلوم است که مسئله درست می کند.

از دلایل انتخاب قلعه خیابان می گفتید.

ما به تنهایی درانتخاب محله مؤثر نبودیم. بالادست ویشتیبان ما در رویداد هم مؤثر بود. آن ها هم بازوایه نگاهی دیگر، به همین گزینه رسیده بودند.

در «ماه امت» دقیقا دنبال چه بودید؟

اجازه بدهید مقدمه ای کوتاه بگویم. رویکرد غالب برای کار در حاشیه شهر، توانمندسازی است. کافی است؟ از نظر ما نه. بزرگ شده های حاشیه شهر که توانمند می شوند، در حاشیه شهر می مانند؟ باز هم نه. اقتضانات این طور ایجاب می کند. مثلا برای دانشجو سکونت در کجا ساده تر است، وقتی محله دانشگاه ها دور از حاشیه شهر هستند؟ توانمند که می شوند، طبقه اجتماعی شان هم تغییر می کند. ضمن اینکه محله های حاشیه شهر معمولا خوش نام نیستند. درجه این خوش نام نبودنش متفاوت است. هستند حاشیه نشین هایی که موقع ازدواج دخترشان، خانه را به صورت موقت عوض می کنند و جای دیگری ساکن می شوند، یا خانواده هایی شاید حتی با نگاه دینی، وقتی می خواهند بروند خواستگاری دختری هرچند باویژگی های مطلوب اما ساکن حاشیه شهر، پا پس می کشند. پس توانمندسازی فرد حاشیه نشین لازم است، اما کافی نیست.

خب باید چه کار کرد؟

اینکه برای حاشیه زدایی، در کنار توانمندکردن حاشیه نشین، باید برای تغییر برند محله کار کرد. ارتباط این صحبت ها به «ماه امت»؟ ما که به دنبال بهبود برند محله بودیم، حالا باید دنبال ابزارهایش می گشتیم. «ماه امت» یکی از ابزارهای کوتاه مدتمان بود. برای برگزاری آن بایدسراغ داشته های محله می رفتیم. برخی ملموس وپیش چشم بودند، مثل ویژگی های قومی وآداب ورسوم، وبخشی ناملموس مثل تاریخ قلعه خیابان که باب الرضا^(ع)ومحل ورود حضرت رضا^(ع) به شهر است.

داشته های محله که پرتعدادند. روی کدام ها دست گذاشتید؟

آن هایی که فرهنگی واصل و متناسب با ویژگی های ماهوی شهر بودند. ما درتعریف حاشیه شهر، به تعریف سطح سوم قائلم؛اینکه حاشیه شهربخشی از شهر است که در آن ادغام نشده است.اگر می خواهیم حاشیه شهر مشهد دردل شهر ادغام شود، باید به دنبال برندسازی از ویژگی هایی باشیم که با هویت شهر هم خوانی دارد. بنابراین فرمولی که برای حاشیه زدایی از حاشیه فلان کلان شهر کارگر افتاده است، الزاما برای حاشیه مشهد کارایی ندارد.

با این حساب، اصل رویداد برایتان موضوعیت نداشت.

بله. رویداد فقط ابزار بود. ما به دنبال تکریم فاخر وایجاد تشخیص شهری بودیم؛همین که اهالی متوجه شوند این دیگر یک جشن پارکی عادی ومحلی نیست. آن قدر بزرگ است که ساکن قلعه خیابان با افتخار بایستد وبگوید «این رویداد، در همه جای شهر نیست ها! فقط در قلعه خیابان است». پیرو این دیدگاه وبرای برگزاری هرچه باشکوه تر، درباره مکان برگزاری رویداد سراغ گزینه های حاضر وآماده مثل فلان سوله نرفتیم. به جای

آن زحمت فراهم کردن زیرساخت در یکی از زمین های رهاشده محله را قبول کردیم.

آن حسی که به دنبالش بودید، در اهالی ایجاد شد؟

بله. مثال های عینی زیاد است. تغییر تصویر ذهنی راتاحدی توانستیم رقم بزنیم. این رویداد دقیقا مثل یک مکنده عمل کرد وظرفیت ها را از دل کوچه ها بیرون کشید. هر شب مراجعه کننده داشتیم. مثلا دیشب سه نفر از چلوها آمده بودند. فارسی را سخت متوجه می شدند. تارنواز بودند ودرخواست چند دقیقه اجرا روی صحنه راداشتند. قهرمان ووشو کشف کردیم.همین طور کودکانی که حافظ قرآن هستند، کارآفرین های گنمام و...

«ماه امت»، برگزار و پرونده اش در قلعه خیابان بسته شد؟

نه. این رویداد برای ما نقطه شروع بود. تازه حرف زدندان باآحاد مردم محله شروع شده است. در این رویداد درواقع پرسیدیم که ای خواهید نقش شهری داشته باشید یا اینکه دستی که گیرنده کمک های دیگران است؟ پیش تر از فعالان اجتماعی محله که می پرسیدیم با چه کسانی مرتبط هستید، فقط می گفتند با این تعداد خیر. ظرفیت های قلعه ساختمان هیچ وقت ابزار برندشدن محله نبوده است. همیشه تا می گفتی قلعه خیابان، جواب می شنیدی: «بهترین جابرای توزیع ارزاق وبسته های معیشتی است. چشم بسته برو واهدا کن ومطمئن باش به مستحق واقعی می رسد».

برای حاشیه زدایی از این محله ودیگرمحلات حاشیه ای

به توانمندسازی اعتقاد دارید؟

بله، اما نه فقط توانمندسازی مهارتی، مالی وزیرساختی. در قسه حاشیه شهر ازتوانمندسازی فکری واندیشه ای غفلت شده است.ما هم وام می دهیم، اما می دانیم وام به تنهایی خاصیتی برای حاشیه زدایی ندارد. یافرد رامقروض تر می کند یا هم پس از توانمندشدن محله راترک می کند. به ما می گفتند برای اهالی حاشیه شهر کلاس بگذارید. کارگر مبتدی را کارگر حرفه ای کنید. در روند طبیعی آنجا مداخله نکنید، ما می گوئیم چه کسی گفته است که وضعیت موجود این محلات با وجود نشانه های نارسایی، طبیعی است؟

مبدأ کار و تمرکزتان بر قلعه خیابان به چه زمانی برمی گردد؟

یک ونیم سال پیش.

یعنی پارسال که هنوز نخستین رویداد «ماه امت» در گلشهر برگزار نشده بود، کار برای قلعه خیابان را شروع کردید؟

بله، هر دو محله را هم زمان شروع کردیم. وضعیت در گلشهر برای برگزاری اولین رویداد مناسب تر بود. شهرک شهید باهنر به بسترسازی های بیشتری نیاز داشت.

بسترهای فکری منظورتان است؟ همه بسترها، اما توانمندسازی فکری

برایمان مهم تر بود. در این مدت دیدگاه هایمان رابه تدریج با اهالی محله قلعه خیابان در میان گذاشتیم. چند ماه پیش شروع کردیم به برگزاری سلسله جلسات



اندیشه ای. اساتیدی را به این جلسات دعوت می کردیم که حرف های تئوری و جدی را به زبان مردم ما مردم درمیان بگذارند. کم کم عده ای جذب شدند و شروع کردند به همکاری کردن. توانمندسازی فکری یعنی از زمین می خواهیم برای ساخت کمپ ترک اعتیاد، رسیده ایم به درخواست زمین برای ایجاد بازارچه صنایع دستی مشهد.

جلسات اندیشه ای را که می گوئید، کجا برگزار می کردید؟

در حسینیه ها ومساجد محله.

به حال توانمندسازی های مهارتی هم مهم است. برای این فقره کاری انجام داده اید؟

بله، اتفاقا رویداد «ماه امت، بستر آن را هم فراهم کرد. چند ماه برای تولیدکننده های محلی کار شد تاصلاحت حضور در رویدادی با تراز شهری را پیدا کنند، مانند موضوع های بسته بندی، لوگو، کیفیت و... اگر بنا بود غذای محلی ارائه کنند، درباره طعم وشکل ظاهری اش مشاوره دریافت کردند. اگر تولیدکننده صنایع دستی بودند، گروه های تسهیلگر اعم از طراح و... را به کار گرفتیم که مشاوره بدهند مثلا این سسوزن دوزی برای لبه آستین ماتو خوب است، یا این برای یقه مناسب است و... افراد محله را به سطحی رساندیم که تولیدشان قابل عرضه ورقابت باشد ومشتری ها به بلوغ های هم محله ای منحصر نشوند. توانمندسازی کردیم. اما همچنان اولویتمان هویت بود.

اقتصاد ذیل هویت؟ یعنی دقیقا چه کار کردید؟

یکی از معضلات مشهد این است که اقتصاد متناسب با هویتش در حال رشد کردن نیست. اتفاقا آن بخش از اقتصاد دارد متورم می شود که خارج از هویتش است. برخی می گویند که مشهد هم شهری است مثل بقیه شهرها و هویت شهر و ارتباطش را منکر می شوند، درحالی که اگر به مزیت های شهر در بلندمدت توجه نشود، همه داشته هایش را از دست می دهد. باید برای مزیت های نسبی شهر سرمایه گذاری کرد. مثلا سرمایه گذاری برای ایجاد پارک موضوعی امام رضا^(ع) رامقایسه کنید با برندسازی از فلان مجموعه آبی که هر جای کشور می تواند ساخته شود.

صحبتتان رامصادق ترح درباره قلعه خیابان ورویداد بیان می کنید؟

ما ده ها مراجعه کننده برای دریافت غرفه داشتیم. تولید کننده یا فروشنده اجناسی بودند که همه جای شهر پیدا می شود، مثل تریکوبافی یا بلوری. اما ما در رویداد از اقتصاد ذیل هویت محله حمایت کردیم، مثل سسوزن دوزی، غذای محلی، قالی بافی ترکمنی و.... به عدالت نزدیک تر بود که به جای دادن فرصت به دانه درشت های محله که شاید حتی آنجا سکونت هم نداشته باشند، به تولیدکننده های خرد خانگی فرصت بدهیم تا در این ۱۰شب به اندازه یکی دو سالشان فروش داشته باشند واین را برای رشدشان سرمایه کنند.

از مخالفت ها برای برگزاری رویداد در قلعه خیابان بگویید.

وقتی اطلاع رسانی رسمی رویداد آغاز شد، برخی علیه



ما مطالبی را منتشر کردند. مخالفت های دیگر به زعم من از سوی کسانی بود که حاشیه شهر را گدا می بینند و می خواهند. می گفتند این ها برای ناشان مانده اند ونباید بودجه را این طور هزینه کرد، بلکه باید بسته معیشتی داد و مرکز توانمندسازی اشتغال ایجاد کرد و... این رویداد جواب محکمی به این حرف ها بود.

چطور؟

بررسی های ما بر اساس فرم هایی که از مشخصات بازدیدکننده ها پر کردیم، نشان می دهد که حدود ۹۰ درصد شان از اهالی همان محدوده اند. از طرف دیگر، فروش چندده میلیونی غرفه ها را در هر شب شاهد بودیم. آخر این چه تصویری است که اهالی اینجا همگی در فقر مطلق هستند؟! به یکی از غرفه های خوراکی گفتیم چرا ساعت ۱۰ شب رفتی؟ گفت: خیلی مواد اولیه باخودم آورده بودم. آن قدر فکر کردم نصفش را باید برگردانم، ولی همه اش خیلی زود فروخته شد. غرفه هدایای کود کانه هم همین طور. قیمت هایش طوری بود که من شاید کشش نداشته باشم برای بچه خودم بخرم، اما اوفروشن راداشت.

عذرخواهی می کنم. احيانا جزو دلائل مخالفت ها این نبود که محله به دليل سطح اخلاق مدنی برخی

اهالی، شایسته میزبانی از رویدادی با تراز شهری نیست؟ این ها در جلسات به صورت شفاهی گفته می شد، اما به صورت نوشتاری نه، مثلا برخی افراد که پیش تر در این محله سکونت داشته و آن راترک کرده اند. یکی از ادارات محلی هم به ما چندبار گفت که با بچه های فلان طایفه می خواهی چه کار کنی؟

چه کار کردید؟

انظمامات را تقویت کردیم، با این تأکید به همه عوامل اجرایی که کسی حق بی ادبی به این بچه ها راندارد. باید آن قدر جلو برویم وبرنامه برگزار کنیم واین ها رادر متن این تجربه ها قرار بدهیم که اصلاح فرهنگی صورت بگیرد. شب ها با بیست سی نفر از این بچه ها حرف می زدیم و می گفتیم که این برنامه برای محله شماست ومهمانانی از جاهای دیگر می آیند، مؤدب باشید، شما که پرسرخوبی هستید و... بعضی هایشان تاحالا از این برخورد هان ندیده بودند. فکر کردید تجربه های قبلی شان از این قبیل رویدادها چه بوده است؟ احتمالا گدایی یافروش دستمال کاغذی در کنار مراسم های بالای شهر. اما این بار فرق داشت. این بار خودشان میزبان بودند.

صحبت های ما با تعدادی از ساکنان قلعه خیابان نشان می داد از نگاه منفی دیگران به محله شان

آزره خاطرنند و از رویداد به دلیل تلاش برای اصلاح این ذهنیت ها، راضی. از طرفی وقتی به گفته شما حدود ۹۰ درصد شرکت کنندگان از اهالی محله بوده اند، یعنی در جذب مردم از دیگر نقاط شهر و اصلاح ذهنیت هایشان موفق نبوده اید. برندسازی که فقط با حضور اتفاق نمی افتد. به گوش رساندن برای ما مهم تر بود. شبکه یک رسانه ملی وشبكة استان خراسان رضوی رویداد را پوشش دادند. بیلبرودهای شهری رویداد و میزبانی قلعه خیابان را اطلاع رسانی کردند. برای مرحله اول همین قدر کفایت است. چون به این راحتی نمی شود تصویر ذهنی چندده ساله راعوض کرد. این رویداد، نقطه شروع بود.

قبول دارید که رویداد آن قدر جذاب نبود تا بتواند شهروندان بیشتری را از دیگر نقاط شهر به قلعه خیابان بکشاند؟

بله. می شد برای جذابیت بیشتر کار کرد. اما به دلیل فضای مشهد نمی توانستیم جلوتر برویم. چون نمی خواستیم رویداد تعطیل شود. البته برای تعطیلی اش تلاش هایی شد، اما خدا را شکر به سرانجام نرسید.

روایت ها از حضور کشورهای خارجی در این رویداد متفاوت بود. چند کشور شرکت کردند؟

در بخش غذا و اجرای روی صحنه در مجموع حدود سیزده کشور.

جنبه بین المللی رویداد امسال کم رنگ بود. قبول دارید؟
بله، امسال کم رنگ تر بود. یکی از دلایلی حمایت های مالی بود که با وجود تورم، نصف پارسال بود. دلیلش این است که برخی دوستان این دست برنامه ها را قبول ندارند.

همکارانتان در اجرای رویداد کدام دستگاه ها بودند؟

فقط شهرداری.

هزینه های رویداد چقدر بود؟

برای این ۱۰شب، حدود ۵میلیارد و ۲۰۰میلیون تومان هزینه شد که شهرداری و بنیاد علوی تقیل کردند.



سیگار الکترونیک؛ ادعای بی خطری یا بهانه سیگاری شدن؟

آنچه نوجوانان وجوانان را به سوی این نوع از دخانیات جذب کرده است، پشتوانه علمی درستی ندارد



تکتم جاویدا کنار پیاده رو، پشت فرمان و داخل کافه و رستوران، تقریبا همه جا. روی هیچ دیواری هم ننوشته است استعمال سیگار الکترونیک ممنوع! اگر هم به مصرف کنندگان بگویید، با چهره ای حق به جانب مدعی می شوند که این سیگارها ضرر ندارد و فقط ظاهری سیگارطور دارد و کمی بخار آب. همین هم شاید خیلی ها به خصوص نوجوانان وجوانان را وسوسه کرده است که سراغش بروند. کنار دوست ورفیق سیگاری یادر کافی شاپی که دود سیگارهایش نمی گذارد جایی را ببینید، دست گرفتن سیگار گران قیمت انگار ژست مناسی است. به جز فروشگاه ها، سایت های مختلف هم انواع آن را با قیمت هایی از یک میلیون تا ۵میلیون تومان می فروشند، هم خودش و هم قطعاًتش را. شاید خواندن سخنان دکتر غلامحسین حقدادی، روان پزشک و کارشناس اعتیاد حوزه پیشگیری اداره کل بهزیستی استان، برای آن ها که هنوز بر عقیده شان درباره بی اثر بودن این نوع سیگار اصرار دارند، یا آنانی که قدم اولشان برای ترک سیگار تهیه این نوع سیگار است، تلنگری باشد.

● هم نیکوتین، هم ادا و اطوار

سیگار الکترونیکی، سیگار برقی یا ویپ، مصرف نیکوتین را به وسیله بخار کردن مایع الکترونیکی (e-liquid) با المنت حرارتی (Coil) شبیه سازی می کند واین کار از طریق تولید بخار از ماده ای به نام سالت نیکوتین یا ی لیکوتید یا ی جویس (به انگلیسی Ejuice) صورت می گیرد. برخی سیگارها به گونه ای طراحی شده اند تا بو، طعم، مزه واحساس کشیدن سیگار واقعی را به مصرف کننده بدهند. سیگارهای الکترونیکی به دو دسته ویپ و پادسیستم تقسیم می شوند که ویپ ها بیشتر برای مصرف کنندگان تفریحی و پادسیستم ها برای ترک سیگار استفاده می شوند.

مقالات مختلفی درباره عوارض سوء مصرف سیگار الکترونیک وجود دارد. اما دکتر حقدادی معتقد است که آن ها علمی نیست: «بررسی ها درباره سیگارهای الکترونیک هنوز به کتاب ها و مراجع علمی نرسیده و منتشر نشده است. این محصولی تجاری است و هنوز مراجع مهم علمی دنیا آن را تأیید نکرده اند. در کشور ما هم مطالعه چندانی انجام نشده و مطالعات دیگر کشورها هم ضد ونقیض است وقابل اعتنائست.» به گفته او تولید این نوع سیگارها هدفی برای ترک سیگارهای معمولی بود. وی ادامه می دهد: «به طور کلی آدم هایی که سیگار می کشند، دو گونه اعتیاد دارند، یکی اعتیاد به ماده نیکوتین دیگری اعتیاد به ادا و اطوار و رفتارها. سیگار کشیدن مثل دست گرفتن سیگار، یک ذن، خارج شدن دود و مواردی این چنین، آن ها که بانی تولید این سیگار بودند، تصور می کردند اگر سیگاری تولید کنیم که نیکوتین کمتری داشته یا بدون نیکوتین باشد، همان ویژگی های رفتاری را دارد، اما عوارض بیماری زای سیگارها را کم می کند.»

کارشناس اعتیاد حوزه پیشگیری اداره کل بهزیستی استان می گوید: «مایعی در سیگارهای الکترونیک هست که بخار می شود وحسن کشیدن سیگار را به فرد منتقل می کند. این سیگارها به اندازه سیگار معمولی نیکوتین وتوتون ندارند، اما به دلیل تجاری بودن و انواع آن در بازار و وجود تقاضا، همیشه این تکرانی را به همراه دارد که آ یا مصرف این سیگارها خود باعث ایجاد عارضه یا تمایل به مصرف سیگار خواهد شد یا خیر. برخی مطالعات نشان داده اند همان ماده کم موجود در این سیگارها نیز باعث ایجاد التهاب ریه ها و گلو، سوزش دهان ومجاری تنفسی، حساسیت، سرگیجه وعوارض قلبی می شود. شاید عوارض دیگری هم داشته باشد که اکنون ناشناخته باقی مانده است وبه مرور زمان مشخص می شود وشاید بدتر از سیگارهای عادی باشد.» دکتر حقدادی در توضیح این جمله می افزاید: «اینکه وسیله ای باشد که افراد غیر سیگاری ژست سیگار کشیدن بگیرند، شاید باعث شود آن ها به دنبالی سیگاری های واقعی قدم بگذارند، به خصوص برای نوجوانان وجوانان که روحیه کنجکاوی دارند. بنابراین تصور اینکه این سیگارها در ترویج سیگاری شدن مؤثر است هم جای تردید دارد.»

وی تأکید می کند: «چون در بازار انواع مختلفی تولید می شود، ممکن است ترکیب دوزهای نیکوتین آن کم وزیاد و غلظت موادش متفاوت وزیادتر باشد که برای سلامتی مضر است. در هر صورت مسئله این است که بی خطر بودن آن اثبات نشده است.»

این روان پزشک وجود این سیگارها را در برخی مراکز ترک اعتیاد ممکن می داند و می گوید: «استفاده از این سیگارها در روند کاری مراکز ترک اعتیاد نیست واگر هم باشد، در کنار دیگرو روش ها استفاده می شود، همان طور که ما اکنون روش های تجاری مختلفی رادر کنار روش های علمی به کار می گیریم. اما استفاده بدون ضابطه وبدون برنامه در مراکز غیر مجاز انجام می گیرد.»نوصیه نهایی او برای کسانی که قصد ترک سیگار دارند، مراجعه به متخصصان این حوزه است که روش های مختلف واثبات شده ترک از مدل های رفتاری، روان شناختی، دارویی و کاهش وسوسه را همراه باهم به کار می گیرند و جای هیچ دالهره ونگرانی هم وجود ندارد. حتی اگر فرض کنیم سیگار الکترونیک در ترک اعتیاد مؤثر است، باید به کمک متخصص از آن استفاده کنید. نه اینکه از فروشگاه بخريد وبدون روند خاصی مصرف کنید.»

شنبه
۸ شهریور ۱۴۴۴
شماره ۳۲۷۷

۱۳



دخانیات