میدان داری نوجوانان درشهر

نگاهی به طرح «مانا» که نوجوانان را برای تجربه های متفاوت آماده می کند



فرزانه شهامت
روزنامه‌نگار

گزارش روز

«می خواهیم برای زندگی واقعی توانمند شویم.» خلاصه حرف های خودمانی روی سایت می شود همین جمله. آن طور که پیداست، اینجا از یکجانشستن و کلاس های کسل کننده آموزشی خبری نیست. هرچه هست، هیجان است و تکاپو و تجربه هایی که شاید هیچ وقت فرصت چشیدن آن را نداشته ای. «مانا» مخاطب خاص دارد و برای کلاس هفتمی ها، هشتمی ها و نهمی ها تعریف شده است؛ گروه سنی ای که جایی بین کودکی و جوانی قرار دارند و برای اثبات «می توانم» هایشان فرصت های واقعی می خواهند. جواب سؤالاتتان درباره مانا را بین گفت وگویمان با محمود خدیوی، مدیر این طرح، پیدا خواهید کرد. او سی وچهار ساله و مدیر فرهنگ سرای گفت وگوست و به دلیل تجربه مشارکتش در برنامه های نوجوانانه دوره های مختلف شهرداری، از پس سؤال هایمان به خوبی برمی آید.

کلیدخوردن مانا به کی برمی گردد؟

دبیرخانه اش ۲۵خرداد پارسال ایجاد شد و نشست خبری و اطلاع‌رسانی هایش یکی دوماه قبل از این تاریخ.

جامعه هدفتان را چه کسانی تعریف کردید؟

نوجوان های دختر و پسر در پایه های هفتم، هشتم و نهم.

و برآوردتان از جمعیتشان؟

حدود ۹۰هزار نفر.

جمعیت بزرگی است. صدای مانا به گوش همگی رسیده است؟

به‌جز تبلیغات شهری، پیامک و تبلیغات در فضای مجازی، در شهرآرا هم جسته گریخته اطلاع رسانی هایی داشته‌ایم. علاوه بر این ها به ۱۸۵ مدرسه متوسطه اول وارد شده ایم. تعداد این مدارس در مشهد به حدود دویست مدرسه می‌رسد. به‌بیان دیگر، حدود ۹۰درصد مخاطبانمان می دانند مانا چیست. با پنجاه تشکل هم کار میدانی مشترک داشتیم.

در این یک سال واندی، میزان جذب مخاطبانتان چقدر بوده است؟

حدود ۱۰هزار نوجوان دست‌کم در یکی از موقعیت های تجربه‌محور مانا شرکت کرده‌اند.

درباره تشکل هایی که اشاره کردید و جنس کارشان، توضیح بدهید.

بینشان همه جوره اش را داریم؛ از هیئت تا کانون فرهنگی هنری، گروه های تخصصی هنری، مسجد، انجمن ها، بسیج دانش آموزی، کانون نخبه پروری آموزش‌وپرورش و... .

می گویید با این ها برنامه داشتیم. مثلا چه برنامه‌ای؟

مثلا جشن های دودقیقه ای برای عید غدیر در چهارراه های مهم شهر. نوجوان های درگیر با تشکل ها چهارپنج ساعت مستقر بودند، هر دوسه دقیقه یک مولودی می‌گذاشتند، دست می‌زدند و فضا راشاد می‌کردند. درخت‌کاری در مدارس نمونه دیگرش بود که از چاله‌کندن تا کاشتن، آب‌دادن و نگهداری اش با نوجوان ها بود.

دغدغه مانا چیست؟

ما می گوییم فرصت های تجربه محور و میدانی از نوجوان ما گرفته شده است؛ حالا به هر دلیل یا بهانه‌ای که می خواهد باشد. ما نقشی برای نوجوان در برنامه هایمان قائل نشدیم و صرفا او را به عنوان خدمت‌گیرنده دیده‌ایم. در مانا برنامه‌مان این است که سازمان ها و نهادها و گروه های تربیتی متوجه شوند که برنامه برای نوجوان اثرگذار نیست، مگر اینکه او حس کند اثرگذار است و دیده می‌شود. باید زیرساخت های جذاب و مسئله‌محور برای نقش‌آفرینی نوجوان ایجاد شود. ما در شهر این گم‌شده را داریم. زیرساختی مثل پاتوق نوجوانانه نداریم. برنامه دهه آخر صفر در میدان شهدا می‌تواند یک نمونه و یک شروع خوب باشد برای نشان‌دادن اینکه می‌شود به نوجوان مسئولیت داد.

مانا تکرار برنامه هایی مثل زنگ کار، آهوانه و... است؟

نه. درست است که مخاطب مانا (مخفف مهارت های اجتماعی نوجوان امروز) و برنامه هایی که نام بردید، نوجوان است، اما یک تفاوت اساسی بینشان وجود دارد. در همه پروژه هایی که تا الان در شهرداری مشهد برای نوجوانان تعریف شده بود، نگاه تصدیگرانه وجود داشت. خود شهرداری نیرو می‌گرفت، دبیرخانه تشکیل می‌داد و خودش مستقیم با نوجوان ها ارتباط می‌گرفت و حلقه میانی وجود نداشت.

حلقه میانی مثلا چه؟

منظورم تشکل هایی است که به‌صورت دائمی و مستقیم با بچه ها در ارتباط هستند. ما در برنامه های گذشته مثل همان آهوانه یا زنگ کار که اسم بردید، تشکل ها را خیلی بازی نمی‌دادیم. یکی از معایب تصدیگری این بود که به‌رشد مجموعه های میانی کمک نمی‌شد.

و این چه ایرادی داشت دقیقا؟

چند روز پیش گزارش خوبی چاپ کردید از چند فعال مسجدی در مشهد که برای حرفه‌آموزی نوجوان ها برنامه داشتند. یکی از آن ها آقای احمدزاده نامی بود. شهرداری مشهد هم چند سال پیش در برنامه «زنگ کار» مشابه این ایده را اجرا کرد. اگر آن زمان از احمدزاده ها حمایت می‌کردیم و بسترها برایشان فراهم می‌شد، الان مشهد ده‌ها احمدزاده داشت که با نوجوان ها کار می‌کردند. طرح زنگ کار و امثال آن تمام شد، اما احمدزاده ها همیشه هستند. اگر توانمند می‌شدند، مسئله کودک کار هم به‌شکلی که امروز هست، نمی‌ماند. به‌جای آن، شهر نوجوان های کاری با تجربه های اجتماعی داشت. این کار را نکردیم. در نتیجه با رفتن یک فرد یا رویکرد، طرح خوابید. نمونه هایش زیادند، از مشهد دوست‌داشتنی بگیر تا مسجدی ها و... .

ما می گوییم فرصت های تجربه‌محور و میدانی از نوجوان ما گرفته شده است؛ حالا به هر دلیل یا بهانه‌ای که می خواهد باشد. ما نقشی برای نوجوان در برنامه هایمان قائل نشدیم و صرفا او را به عنوان خدمت‌گیرنده دیده‌ایم

و الان چطور؟

برای مشی این دوره از مدیریت سازمان فرهنگی، عنوان تنظیمگری هوشمندانه مناسب به‌نظر می‌رسد. توضیح ساده‌اش می‌شود خدمت مردم به مردم. یعنی فضا را فراهم کنیم و زیرساخت ها را در اختیار گروه های مردمی قرار بدهیم که دارند به مردم خدمت می‌دهند.

عمده مخاطبانتان عملا هنوز در مانا درگیر نشده‌اند. برنامه‌ای برای جذبشان دارید؟

داریم تماس می‌گیریم با آن هفتادهشتاد هزار نوجوانی که در مدارس در مسابقات ما شرکت کردند، برای اینکه بیایند در سایت، فراخوان ها و جوایز را ببینند، از برنامه ها استفاده کنند و مسیر تجربه ها را پیش ببرند.

فقط همین؟

نه. چند عملیات میدانی هم تعریف کردیم. دست‌کم ۲هزار نوجوان در دهه آخر صفر در عرصه میدان شهدا در موکب نوجوانان مشهدی شرکت می‌کنند. بیست خدمت برای دختران و پسران نوجوان تعریف شده است؛ از واکس‌زدن تا سقایی زوار، جمع‌آوری و تفکیک زباله، تولید و ارائه سوغات هنری رایگان برای زائران کمتر از ۱۰سال، عکاسی و خبرنگاری گوشه هایی از این خدمات است.

تصور کنید الان نوجوانی مخاطب شماست که با هیچ تشکلی ارتباط ندارد. نقطه شروع کار او با مانا این است که بیاید در سایت nojavan-mana.ir و بعد چه؟

بله، بیاید در سایت. آنجا پانزده فراخوان معرفی شده است، مثل ایمن باش، اردوی هنرستان کشاورزی، نوجهادانه، گنج های پنهان شهر و... . به انتخاب خودش در یکی یا هر چند تا که مایل بود، شرکت کند. ظرفیت هر فراخوان که تکمیل شود و مثلا به چهل برسد، با او تماس گرفته می‌شود برای اعلام روز و ساعت شرکت در آن رویداد تجربه‌محور. حالت گروهی اش هم این است که بنده نوعی به‌عنوان مسئول تشکل با هر تعداد نوجوانی که کار می‌کنم، در یک یا چند فراخوان شرکت می‌کنم.

این فراخوان ها چیزی است شبیه دوره های آموزشی؟

نه، اصلا. یکی دیگر از تفاوت های مانا با سایر برنامه هایی که پیش از این برای نوجوانان ترتیب داده شده بود، این است که در مانا، نوجوان فقط خدمت نمی‌گیرد، بلکه مسئولیت دارد و خدمت اجتماعی ارائه می‌کند. نمونه عینی اش چای خانه حضرت قاسم(ع) در میدان شهداست. این طور نیست که روضه گوش کند و برود. آنجا نوجوان به‌صورت کامل یک خدمت اجتماعی را ارائه می‌دهد. چای دم می‌کند، چای می‌ریزد، استکان می‌شوید و از مردمی که به آن ها خدمت می‌کند، بازخورد می‌گیرد درباره خدمتش.

با این حساب، مانا حلقه وصل است.

دقیقا. دست نوجوان و مجموعه های فرهنگی را در دست هم می‌گذارد. یکی از این مجموعه ها به‌عنوان مثال، کتاب پردازان است. دیگری سازمان تبلیغات اسلامی است که نوجوان ها را می‌برد به اردوی جهادی. این ها مجموعه هایی هستند که برای عموم برنامه دارند. نوجوان که در یک برنامه‌شان شرکت کند، ممکن است با خودش بگوید چه جالب، در فلان دوره‌شان هم شرکت می‌کنم. باب این آشنایی را مانا باز می‌کند. مانا هم نباشد، ارتباط این ها ادامه پیدا می‌کند.

این برنامه هر چقدر هم که خوب اجرا شود، مستمر نیست.

بله، نیست. چهارپنج روزه تمام می‌شود و می‌رود. باید زیرساخت های دائمی و ماندگار آن ایجاد شود، مثل چای خانه. ایجاد پارک نوجوان و موکب سوغات نوجوان ایده هایی است که انجام آن را شدنی می‌بینیم.

در نگاه شما بودجه های فرهنگی کجا باید صرف شود؟

در نگاه تنظیمگری باید برود سمت ایجاد زیرساخت های موردنیاز برای آن حوزه. در موضوع صحبت ما باید به سمت ایجاد زیرساخت هایی مثل پاتوق نوجوان برود. قاطع می‌گویم که ما نه فقط در مشهد، بلکه در کل کشور جایی به اسم پاتوق نوجوان نداریم؛ جایی که ویژه نوجوانان باشد با قوانین ویژه خودش و والدین آسوده از حضور فرزندانشان در آن محیط. جایی باشد که هم خدمت‌گیرنده ها نوجوان باشند و هم خدمت‌دهنده ها.

مشابه جایی مثل چای خانه حضرت قاسم(ع)؟

بله. نمونه خوبی است برای پاتوق نوجوان ها. یازده ماه از افتتاح آن می‌گذرد و در این مدت، ۱۵۰۰ نوجوان دست‌کم یک‌بار حضور و خدمت در آن را تجربه کرده‌اند. می‌شود روبه‌روی آن، موکب سوغات ایجاد کرد برای دختران نوجوان تا با دوخت یک عروسک کوچک، جانماز، ساخت دستبند یا چیزهایی مشابه، آن را به‌ضمیمه یک دل‌نوشته به زائران کم‌سن‌وسال حضرت هدیه بدهند.

نگاه تنظیم گرانه ای را که گفتید، برای مثال چای خانه توضیح می‌دهید؟

یعنی اینکه یک ریال بابت هزینه های جاری اش از شهرداری بودجه نمی‌گیرد. مردم خودشان کمک می‌کنند. هیئت نوجوانانشان ثبت شده است. خانواده بچه ها پای کار آمدند. می‌آیند می‌گویند چای وقندکم نیست؟ روز عاشورا چند ساعتی فقط با آب سرد از مردم پذیرایی شد، چون چای تمام شده بود. در عوض خدمتی با کمک های مردمی و نیروهای مردمی به مردم ارائه شد.

ماجرای تشکل هایی که در مانا مشارکت می کنند، چیست؟

این ها تشکل هایی هستند که در حوزه نوجوان برنامه های تجربه‌محور اجرا کرده‌اند. آن کار میدانی اثرگذار، جدید وجذاب است که او را رارشد بدهد. این ها اگر شاخصه های مدنظرمان را داشته باشند، روی سایت قرار می‌گیرند. از طرف دیگر، برای نوجوانان که مخاطب ما هستند، جوایزی گذاشتیم که بیایند روی سایت و در فراخوان ها مشارکت کنند و جایزه بگیرند. این جوایز زیرساخت های شهرداری هستند از قبیل بلیت استخر، پارک و... . انگیزه را برای دوطرف ایجاد می‌کنیم تا این ارتباط شکل بگیرد.

در مانا شما مستقیم به توانمندسازی تشکل ها وارد می‌شوید؟

نه. تفاوت شهرداری که شبه دولتی است و روزانه سیصدچهارصد خدمت ارائه می دهد، با سازمان تبلیغات، فرهنگی سپاه و... این است که ما به موضوع توانمندکردن تشکل ها وارد نمی‌شویم و صرفا بسترها را در اختیارشان قرار می‌دهیم.

اینکه شهرداری به نوعی خودش را عقب می کشد و کار را به مردم می‌سپارد، مشمول نظارت ها هم می‌شود؟

نه. نظارت کلی سرجایش هست. در مانا هم همین است. شاخص های اولیه مثل مجوزها و اخذ تأیید حراست با ماست. سطح کیفی خدماتی که تشکل تا امروز انجام داده است و بررسی میزان توانمندی هایش نیز همین طور. حین کار با ابزارهای متنوع، عملکرد تشکل و رضایت مردمی از فعالیت هایش را بررسی می‌کنیم.



چشمتان روشن

چشمتان روشن

خبرهایی که حال دلمان را خوب می کند
برای ما ارسال کنید

به‌قول قدیمی‌ها، آدمیزاد به‌امید زنده است. برای امیدواری بهانه که هیچ، دلیل‌ها هم فراوان‌اند. می گویید نه؟ کافی است هر روز به «چشمتان روشن» سری بزنید و به‌خبر خوشی که‌ازمیان انبوه خبرهای خوب هر روز انتخاب کرده‌ایم، نگاهی بیندازید. کوچک یابزرگ، فرقی نمی‌کند؛ اگر شما هم خبر خوشی دارید، باما درمیان بگذارید تابا کمک همدیگر، حس خوب زندگی راباهمشهریانمان به‌اشتراک بگذاریم. راه ارتباطی‌مان، مستقیم ونزدیک است. کافی است به‌شماره ۰۹۱۵۸۲۳۴۹۶۴ پیامک بدهید تادرکوتاه‌ترین‌زمان‌باشماتماس‌بگیریم‌وچشم مردم رابه‌خبر خوشتان روشن کنیم.

یادداشت

دشواری‌هایی که با کمک مردم آسان می‌شود





امین علیزاده گفاش
آتش‌نشان پیشکسوت و مدرس دوره‌های آموزشی آتش‌نشانی

هنر می‌خواهد دریافت اطلاعات درست از کسی که آن سوی خط است و هیجان و اضطراب دارد؛ آن هم در کسری از دقیقه. برای کار در مرکز فرماندهی عملیات آتش نشانی مشهد باید ویژگی های زیادی داشته باشی تا بتوانی از پس کار حساسی که به تو سپرده شده است، بربیایی. چه بسا یک اشتباه بنده به‌عنوان اپراتور، حادثه‌ای جزئی را به یک بحران تبدیل کند و جان یا اموالی که حاصل دسترنج یک عمر خانواده است، از بین برود.

مرکز فرماندهی آتش نشانی همان جایی است که وقتی به شماره ۱۲۵ زنگ می‌زنید، تلفنتان پاسخ داده می‌شود و پل ارتباطی است بین شهروند و آتش‌نشان های مستقر در ایستگاه های نقاط مختلف شهر. پاسخ به تلفن شهروند و اطلاع دادن به نزدیک‌ترین ایستگاه شاید در نگاه اول کاری ساده به‌نظر برسد، اما این چند خط توضیح را که بخوانید، متوجه می شوید که رنگی از ساده‌بودن ندارد.

اولین چیزی که باید از لابه‌لای صحبت های شهروند متوجه شد، این است که چه اتفاقی افتاده است؛ مثلا آتش‌سوزی است یا حبس‌شدن یا افتادن در چاه. اگر آتش‌سوزی است، کجا آتش گرفته است؛ خانه، مغازه، خودرو یا چه. اپراتور باید کاربری محل، حجم مواد آتش‌گیرنده و گستردگی آتش را متوجه شود تا بداند چند ایستگاه باید به محل اعزام شوند. اینکه آیا فرد یا افرادی در خطر هستند، نکته مهم دیگری است که باید به‌آن پی ببرد.

زمان طلایی برای دانستن این نکات و خیلی چیزهای دیگر که به‌آن اشاره می‌کنم، از جنس ثانیه است. برخی نکات راهگشا است از این قبیل که اگر به‌عنوان مثال آتش‌سوزی است، در یک ساختمان کم‌طبقه است یا یک برج مرتفع، چون نوع تجهیزاتی که باید اعزام شود، متفاوت است. گرفتن نشانی دقیق و شهرشناسی اپراتور بخش دیگر ماجراست و آگاهی او از نام های قدیم میدان ها، خیابان ها و چهارراه ها اهمیت دارد تا وقتی به‌عنوان مثال پیرمردی تماس می‌گیرد و می‌گوید در کوچه باغ عنبر فلان اتفاق افتاده است، متوجه محدوده جغرافیایی وقوع حادثه بشود.

این ها گوشه‌ای از حساسیت های کار در مرکز فرماندهی عملیات آتش نشانی مشهد است. حتما به این نتیجه رسیده اید که انجام درست وظیفه، تمرکز زیادی می خواهد و خستگی ذهنی زیادی را به همراه دارد. تصور کنید در هر شبانه‌روز یک اپراتور باید پاسخگوی دست‌کم سیصد تماس تلفنی شهروندان باشد که عددی بزرگ است. متأسفانه بخش بزرگی از این تماس ها تماس های مزاحمی، غیرمرتبط و از سوی افرادی هستند که از الفاظ نامناسب در مکالمات خود استفاده می‌کنند. به‌عنوان کسی که بیست سال از عمر کاری اش را در این مرکز سپری کرده است، می‌گویم که این قبیل تماس ها تمرکز همکاران مرکز فرماندهی عملیات آتش نشانی را کم می‌کند و روی آرامشی که لازمه کارشان است، تأثیر منفی می‌گذارد.

تک‌تک شهروندان به سهم خود می‌توانند به اپراتورهای این مرکز در انجام هرچه بهتر وظایفشان کمک کنند. می‌شود هر شهروند یک رسانه باشد و با آگاه‌کردن اطرافیانش، قراردادن تلفن همراه در دسترس کودکان، نشر این یادداشت، آشنا شدن با وظایف آتش نشانی و اقداماتی از این دست، به کاهش تماس های مزاحمی و غیرمرتبط کمک کند. در این صورت می‌شود امیدوار بود که اطفال با تماس های مکرر خود، خطوط ۱۲۵ را اشغال نکنند یا شهروندان برای اتفاقات آب و برق، گرفتن موش و سایر مواردی که به آتش نشانی ارتباطی ندارد، با این شماره تماس نگیرند. آنچه اشاره شد، در واقع کمک شهروندان است به هم‌نوعشان که حادثه دیده‌اند و به کمک نیروهای آتش نشانی احتیاج دارند؛ حوادثی که شاید روزی برای هرکدام از ما اتفاق بیفتد.