کسب و کار

۱۰ فرنقد بازاریابی برای برانگیختن علاقه مشتری

قاتل خلاقیت در رسانه‌ها

مدیر منابع‌انسانی در همه سازمان‌ها نقش قهرمان را می‌تواند بازی کند؛ تامین توام خواست‌های رهبر سازمانی و کارکنان به‌شکل معافره. اما در رسانه‌ها به خاطر «جنس کار» ماهیت منابع انسانی به متفاوت است. فعالان رسانه‌ای با ترکیب سه «فشرس بالا» و «فروسوگی شغلی (روس)» مواجهند که قاتل خلاقیت و نوآوری است. منابع انسانی «باچهار حرکت می‌تواند جلوی این قتل را بگیرد. «اگر می‌خواهید کسی را متقاعد کنید باید به جای عقل، عاطفاتش را برانگیزید.» این سخنی از بنجامین فرانکلین، یکی از بنیان‌گذاران ایالات متحده است. در بازار رقابتی امروز، بازاریابان برای مقنن و رشد در عرصه رقابت به مهارت‌های پیچیده‌تری نیاز دارند. فروش و متقاعدسازی دو مهارت اصلی هستند که هر بازاریابی باید آنها را بلد باشد. هر دوی این مهارت‌ها به شکلی اجتناب‌ناپذیر در هم تنیده شده‌اند و هر روز، پیچیده‌تر می‌شوند. طی دهه‌های اخیر، به دلیل گسترش تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید و افزایش سرعت جهانی‌سازی، حوزه فروش و متقاعدسازی نیز همسطوش تغییرات چشمگیری شده. فروش بیشتر متقاعدسازی است تا بنازاین‌که شما باید بتوانید متقاعدسازی را مرک کنید. متقاعدسازی یعنی توانایی نفوذ در قلب‌ها و عقاید دیگران با استفاده از حقایق و استدلال‌های قانع‌کننده. وقتی و اگر مهارت‌های متقاعدسازی استفاده‌می‌کنیم، به مخاطب کمک می‌کنیم جدیدکه‌های جایگزین را مرک کند. این مهارت در بسیاری از مشاغل حائز اهمیت است از جمله و به‌ویژه در بازاریابی. بازاریاب‌ها در بسیاری از شرایط، مجبورند از مهارت‌های فروش و متقاعدسازی استفاده کنند نه فقط هنگام فروش محصول به مشتری، بلکه در سایر شرایط. مثلاً ممکن است ایده جدیدی داشته باشید که برای اعضای مجبور باشید تیم بازاریابی و واحدهای دیگر را به آن متقاعد کنید. فقط آنهایی‌ستند که باید ایده را بپذیرند. باید ایدهتان را به مدیریت سازمان نیز مطرح کنید. شما در این حالت هم در حال فروش هستید. منتها «فروش یک ایده». فروش و متقاعدسازی به نفع بازاریاب نیز نیست. شخص‌بدون آنها بازاریاب نمی‌تواند. ایده‌تان را به ذی‌نفعان داخل و خارج سازمان بفروشد. به‌علاوه، هنر متقاعدسازی نیز برای بازاریابی اهمیت دارد. چون یکی از وظایف بازاریابها تغییر نظرها و ذهنیت‌ها از طریق روش‌های ظریف متقاعدسازی است.

ترفندهای متقاعدسازی

هنر متقاعدسازی فقط مورد نیاز بازاریاب‌هانیست. همه می‌توانند آن را فرابگیرند. این مهارت در بسیاری از موقعیت‌ها به کمک ما می‌آید. همیشه در تیم شما یا هر میان اعضای خانواده کسی پیدا می‌شود که با تصمیم شما مخالفت کند. در اینجا باید، بتوانید از او مجاب کنید که طرف شما قرار بگیرد. فروش، بدون متقاعدسازی معنایی ندارد. برای انجام خیلی از کارهای دیگر نیز به متقاعدسازی نیاز دارید. چطور باید انجامش داد؟ چه تکانی کمکتان می‌کند؟ از سال‌های دور تا به امروز، متقاعدسازی یکی از موضوعات مورد علاقه بسیاری از روان‌شناسان بوده‌اند. آنها کنجکاوند بدانند میان فرد متقاعدکننده و فرد متقاعدشونده چه می‌گذرد و چه اتفاقی می‌افتد که یک‌طرف به‌پذیرش می‌رسد. به‌دنبال این مطالعات، ترفندهایی کشف شده که می‌توانید در آستین خود پنهان کنید و به موقع از آنها استفاده کنید. در اینجایه ۱۰ ترفند روان‌شناسی اشاره می‌کنیم که کمک می‌کنند مهارت متقاعدسازی را افزایش دهید و آنها را در زندگی روزمره خود به کار ببرید تا نه‌تنها بفروشید بلکه تمام دمپی‌ترنداز آنها استفاده کنند. به شما کمک می‌کنیم تشخیص دهید که چه زمانی این تکنیک‌ها روی خودتان اعمال می‌شود. کمک می‌کنیم در شناسایی نشانه‌های اعمال نفوذ خبره شوید. ترفندها از این قرارند:

۱- اصل عمل متقابل

اصل عمل متقابل یعنی تمایل انسان به انجام یک عمل مثبت در ازای لطفی که دریافت کرده. انسان‌ها معمولاً وقتی چیزی دریافت می‌کنند، احتمال آنکه چیزی نیز بدهند بیشتر شده است. این در تمام فرهنگ‌ها و جوامع صادق است. آدم‌ها دوست ندارند زیر دین کسی باشند. پس اگر می‌خواهید چیزی از طرف مقابل بگیرید، باید ابتدا چیزی به او بدهید. اگر قصد دارید طی یک پروسه فردی را متقاعد کنید، باید از همان ابتدا به آن خوب فکر کنید.

۲- عبارات مودبانه

همان طور که می‌دانید، کلمه «لطفاً» جادو می‌کند. کلمه‌ای مجبور به برای انجام کارتان تبدیل به آمری شوید که همه را راضی می‌کند.

۳- کمیابی

کمیاب شدن، حس خواهندی‌ست. آدم‌ها فرابلی را دوست دارند. وقتی کمیابی یا کمبودی را به مخاطب معرفی می‌کنید، احتمال متقاعد شدنش بیشتر است.

۴- منوفه‌سازی

در روان‌شناسی مفهومی داریم به‌نام «میان‌های ذهنی». میان‌ذهنی یعنی آنتوهای فکری استفاده‌کند که ادبها حیوانات، سازمان‌ها و حتی بعضی ماشین‌ها استفاده می‌کنند تاثیر سرعت‌به نتیجه برسند. تصمیم بگیرند یا راحل مشکلات پیچیده را پیدا کنند. مغز ما به جای بررسی همه داده‌ها و جوانب، از این میان‌برها استفاده می‌کند تاته تصمیم‌گیری سرعت‌بخشد.

۵- اثر فالب‌بندی

اینکه مطلب را به چه شکل و در چه قالبی مطرح می‌کنید بسیار مهم است. در حقیقت مهم، بلما همه شرکت‌های بازاریابی از این تکنیک استفاده می‌کنند و بلما همه ما جذب این تکنیک شده‌ایم. اگر روی یک پاکت ماست نوشته باشد «۹۰ درصد بدون چربی» بیشتر متقاعد می‌شویم تا اینوشته «۱۰ درصد دارای چربی»، با اینکه هر دو یک معنا می‌دهند. اطلاعات را هم قالبی ارائه دهید که متاثیر بیشتری داشته باشد.

۶- تکنیک «پا لای در» و «در نوی صورت»

«پا لای در» یک تکنیک متقاعدسازی است که شما ابتدا با یک درخواست کوچک شروع می‌کنید تا طرف مقابل به تدریج، درخواست بزرگ و اصلی شما را بپذیرد.

۷- سر تکان دادن

برای قطع کردن طرف مقابل، سر خود را تکان دهید. وقتی با تاکتیک‌های غیر کلامی به مخاطب نشان می‌دهیم که موافقش هستیم، احتمال آنکه به درخواست ما توجه کند و آن را بپذیرد، بسیار بیشتر است. ترفندش ساده است. مودب باشید و سر خود را به نشانه تایید تکان دهید.

۸- تداعی سازی

واکنش ناخودآگاه ما به یک محرک، روی تصمیم ما روی محرک دیگر تاثیر می‌گذارد. این یعنی یک جمله یا ویژگی می‌تواند چیزی را برای ما تداعی کند. مثلاً به این جملات دقت کنید. طبق یک نوشیدنی شیرین و گازدار است که می‌تواند با یک‌جنده از آن را بنوشید و لذت ببرید. کدام نوشابه به ذهنتان می‌آید؟ اگر جوابتان کوکاکولاست، پس معلوم می‌شود که شرکت کوکاکولا کار را درست انجام داده. کوکاکولا سال‌هاست که از این تکنیک روان‌شناسی استفاده می‌کند و بسیار موفقیت‌آمیز بوده. سایر برندها نیز همین طور. مثلاً رول، تداعی‌کننده قرق و سرعت است. نایکی، یادآور حس حسادت و ورزش است. دلو یادآور یکنوع کیف است حتی زنگ‌هایی توانند تداعی‌کننده یکسری مفاهیم باشند. این تداعی‌کننده آرامش و یا آنوژکی، صوتی نمایه عشق و رنگ‌کی قرمز با آثر نشاط و سرزندگی و سبز، نماد رشد و توازن است. تداعی‌سازی می‌تواند تاثیر معکوس نیز داشته باشد. پس باید کاری کنید که با جملاتتان، چیزی خوشایند به ذهن مخاطب برسانید تا خاطرات منفی.

۹- تند نرو صحبت کنید

تا حالا به این فکر کرده‌اید که چرا سریست یا منیرتلن، دستورهایش را مختصر و سریع بیان می‌کند؟ تا حالا دقت کرده‌اید که مدیرها معمولاً سریع‌تر از سایر کارمندها صحبت می‌کنند؟ خب، یکی از دلایل عمدتان این است که می‌خواهند کارها با سرعت هرچه تمامتر انجام شوند. وقتی سریع‌تر صحبت می‌کنید، احتمال آنکه دیگران به همین خاطر، درخواستتان را بپذیرند بیشتر است.

۱۰- تکنیک مهلت

اگر می‌خواهید مخاطب‌ها کاری را که می‌خواهید انجام بدهند، به آنها نزدیک باشید. واحدهای فروش از این ترفند روان‌شناسی استفاده می‌کنند تا خریداران خود را در یک حالت «پیش‌بینی» نگه دارند. مثلاً «اگر الان نخرید، محکم است دیگر نتوانید آن را داشته باشید و این پیشنهاد را تائید از دست بدهید.» این یکی از راه‌های متقاعدسازی در بسیاری از کشورها حلت اساسی باشد که مشتری را هول نکنید.

مترجم: مریم مرادخانی
منابع: Sportskeeda, Emeritus, Alldgt

رئیس کمیسیون محیط زیست شورای اسلامی شهر کرج:

تابلوهای موجود و جایگزین شهرداری مشمول طرح آزمایشی و جانمایی جدید در بورس نمی‌شود

رئیس کمیسیون سلامت، محیط زیست و خدمات شهری شورای اسلامی شهر کرج گفت: مجموع تابلوهای موجود و جاری، تابلوهای جایگزین جمع آوری شده در مدیریت شهری با مالکیت قانونی شهرداری مشمول طرح بورس نیست و طبق سنوات با قیمت کارشناسی روز و تحت مدیریت سازمان سیما منظر و فضای سبز شهرداری با رعایت منقصات قانونی و عقد قرار داد حقوقی به بهره برداران برابر مقررات واگذار می‌شود.

به گزارش پیام آشنا، جواد چیردار در تعلق پیش از دستور یکصد و سی و دومین جلسه رسمی شورای اسلامی شهر کرج، از شکوه، عظمت و حماسه مردمی پیاده‌روی اربعین در کشور عراق و جامعه گلان این قوز عظیم در کشور به ویژه شهر کرج را قدر دانی کرد و گفت: در این راستا از بابلان مخلص، صادق و مردم فهیم و عاشق و اهل سلیقه ای تشکر و از فضل این توفیق بی نظیر الهی که نصیب ملن گردیده، خدای سبحان را بی‌نهایت شاکریم.

وی درخصوص گزارش از کمیته سامانده‌ی و برنامه سازمان سیما منظر و اقدامات سازمان پسماند و نظام جامع مدیریت اجرایی فضای تبلیغات شهری و در تکمیل گزارشات قبلی به جهت مطالبات اهمیت و حساسیت موضوع و تنویر افکار عمومی گفت: مرکز پژوهش و مطالعات راهبردی شورای اسلامی در سال ۱۴۰۰، هفده مورد، در سال ۱۴۰۱ پنجاه و شش مورد و در سال ۱۴۰۲، نه مورد و در مجموع هشتاد و دو مورد مطالعه، طرح با گزارش کارشناسی داشته است که یک طرح با امضای برخی از اعضای محترم در خصوص یلنفرم تبلیغ شهری در بورس ارائه شد که به جهت مماشت از سوی کاری در طرح سامانده‌ی سازه های تبلیغاتی و با توافق مرکز پژوهش و رای کمیسیون سلامت، محیط زیست و خدمات شهری این طرح نیز به ذیل طرح سامانده‌ی افزوده شد و رئیس مرکز پژوهش ها به نمایندگی طرح، عضو کمیته سامانده‌ی شد. چیردار گفت: در این راستا نظام نامه با همان آئین نامه مطروحه به اهتمام مرکز پژوهش های شورا در تحقق ردیف های برنامه و بودجه جاری همان آن مرکز پس از مطالعات و بررسی در کمیته سامانده‌ی، طرح که با کلیات آن موافقت شد رئیس کمیسیون سلامت، محیط زیست و خدمات شهری شورای اسلامی شهر کرج افزود: مواد و تباصر هر فصل از این آیین نامه برابر مقررات موضوعه و بررسی اقدامات سایر کلان شهر ها تهیه و برخی از تغییرات، مواد و تباصر نیز به آن افزوده، اصلاح و بومی سازی گردید.

وی گفت: در فصول متعدد این آئین نامه نحوه واگذاری، کاربری فرهنگی و اقتصادی تدوین و در بخشی از آن بهره مندی و کارگزاری از پتانسیل بورس در تبلیغات شهری نیز طرح شده است.

چیردار تاکید کرد: اولویت واگذاری این بخش از تابلو های سازمانی با فعالان حوزه صنعت تبلیغ شهری و سبقه فعالیت سالم و سازنده در کلان شهر کرج است. وی عنوان کرد: تعداد بارگذاری محدود از تابلوها با سازه و صرفاً در جانمایی جدید، برای کارگزاری بورس با پیشنهاد کمیته سامان دهی و پس از تائید نهایی آئین نامه تعیین خواهد شد.

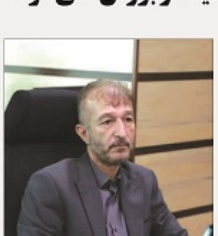
چیردار تصریح کرد: فاز نخست کارگزاری بورس آزمایشی بوده و در مدت محدود که مهلت زمانی و تعداد آن نیز در صورت تصویب در شورای اسلامی تعیین و در فراخوان عمومی به واجدین شرایط و مجریان دارای صلاحیت در حوزه کارگزاری بورس واگذار می گردد.

عضو شورای اسلامی شهر کرج گفت: شایسته آن است که تلشرین اخبار مدیریت شهری با فعالان شبکه های مجازی بدون آگاهی از اطلاعات یا برنامه شهرداری با کمیته سامانده‌ی اقدام به نشر مطالب نا صواب و غیر واقع ننمایند. دقت شود تا افکار عمومی با نشر اخبار کذب با اتهامات واهی به شورا و مدیریت شهری منحرف یا تهیج نگردد که جرم این خطا تا بخشودنی و قابل پیگیری است.

وی افزود: ممکن است در سامانده‌ی تبلیغات شهری، جمع آوری یا حاکمیت قانون، منافع نامتعارف و غیر قانونی برخی در سال های اخیر و جاری افشاء محدود، هرگز مانع اقدامات قانونی با نظارتی مانع‌خواهد بود.

چیردار گفت: این شعار همواره و بدون تاثیر از حواشی به تحقق متن تکالیف می اندیشد و در گزارشات مستمر با احترام به تنویر افکار عمومی، برنامه و عملکرد خود را از این تریبون تبیین کرده و می کند.

وی گفت: بدیهی است این احترام و اعتماد ارزشمند دوسویه بوده و از این بلیت بعنوان خادم و منتخب در شورا قدر دان محبت و اطمینان مردم فهیم و تلاش اصحاب دلسوز، وقمی، صادق و موثر در حوزه خبر و رسانه‌هستیم.



به گفته رئیس کمیسیون سلامت، محیط زیست و خدمات شهری شورای اسلامی شهر کرج، برابر توافقات و تعهدات منعقد در صورتجلسه تحویلی مورخ ۱۴۰۲/۴/۲۵ از سوی دفتر دادستانی مرکز استان با حضور نمایندگان شهرداری، شورا، بازرسی و دستگاه انتظامی مقرر بود تا ظرف ۲ ماه آیین نامه واگذاری و تدوین نحوه صدور مجوز تبلیغات شهری نهایی گردد که با تصویب کلیات آئین نامه و همچنین متن اصلاحی در کمیته سامانده‌ی، به فضل الهی آئین نامه نهایی برای تصویب و اجرا تقدیم هیئت رئیسه و شهردار محترم می گردد.

بزرگترین مرکز ضایعاتی غیرمجاز کرج پاکسازی شد

رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج از تخریب و پاکسازی بزرگترین مرکز ضایعاتی کرج خبر داد و گفت: روند شناسایی و تخریب مراکز غیرمجاز ضایعاتی در سطح شهر کرج ادامه خواهد داشت.

به گزارش پیام آشنا، محمدرضا خسروی از تخریب و پاکسازی بزرگترین مرکز ضایعاتی کرج خبر داد و گفت: روند شناسایی و تخریب مراکز غیرمجاز ضایعاتی در سطح شهر کرج ادامه خواهد داشت.

خسروی با اشاره به اینکه مراکز ضایعاتی غیر مجاز در سطح کلانشهر کرج به صورت جدی مورد پایش و رصد قرار گرفته است، گفت: برخورد با مراکز غیرمجاز به صورت جدی صورت می‌گیرد.

وی با بیان اینکه فعالیت مراکز تفکیک زباله و ضایعات غیر مجاز مغایر با ضوابط و قوانین بهداشتی و زیست محیطی بوده و هست، گفت: این مراکز آسیب‌های عدیده‌ای در حوزه بهداشت، سلامت و امنیت شهروندان را در پی دارد.

رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج اضافه کرد: پیش از این چندین مرکز ضایعاتی غیر مجاز با دستور دستگاه قضایی تخریب شده است و این روند همچنان ادامه‌دار خواهد بود. وی در ادامه به شناسایی بزرگترین مرکز ضایعاتی غیر مجاز در کلانشهر کرج اشاره کرد و افزود: این مرکز با دستور قضایی تخریب و پاکسازی شد.

خسروی گفت: این مرکز پیش از این مورد نارضایتی شهروندان منطقه ناصرخت قرار داشت و پاکسازی آن یکی از مطالبات شهروندی تلقی می‌شود.

وی گفت: مراکز این چنین علاوه بر آلودگی محیطی- بهداشتی منجر به تجمع زباله گردها و اتباع غیرمجاز نیز می‌شوند. همچنین مشکلات عدیده دیگری نیز به دنبال دارد.

رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج با تاکید بر اینکه این طرح در تمامی نقاط سطح شهر اجرایی می‌شود، افزود: در این طرح انبارهای غیرمجاز و همچنین ضایعاتی‌های سطح شهر شناسایی و بلصب شده و یا آنها برخورد قاطع صورت می‌گیرد.

گفتنی است، این قدم‌ها با همکاری منطقه ۶ شهرداری کرج و عوامل نیروی انتظامی و قضایی اجرایی شد.

تاریخ شفاهی یکی از قدیمی‌ترین کوچه‌های ری

کوچه اعتمادی یکی از معروف‌ترین کوچه‌های شهرری بوده است. هنوز هم خیلی از اهالی قدیم و جدید از اینکه ساکن این کوچه هستند احساس خرسندی می‌کنند.

همشهری آنلاین-سودابه رنجبر: بیشتر ساکنان این کوچه اصالتاً اهل شهرری بوده و از نوادهای تجار و بازاریان شهرری هستند. جالب است که کوچه اعتمادی نسبت به ۵۰سال گذشته تغییر چندانی نکرده این کوچه به ۳ شاخه تقسیم می‌شود و می‌توان گفت بیشتر شبیه یک محله است تا کوچه از یک طرف به پیاده‌رو خیابان حرم وصل می‌شود و کاملاً تجاری است و بافت قدیمی خود را حفظ کرده است. شاخه دیگر آن به خیابان شهید فهمی (هرنجی) می‌رسد که طول این شاخه به ۳۰متر هم نمی‌رسد و چند بلب منزل مسکونی و بقیه تجاری است و یکی از راه‌های دسترسی به پاساژ تجاری حضرتی از همین کوچه است. شاخه دیگر آن کاملاً مسکونی و از بقیه قسمت‌ها طولانی‌تر است در ۲ طرف کوچه بیش از ۸ بن‌بست باریک قرار گرفته و بیش از ۷۰ خانوار در کوچه‌های زندگی می‌کنند. این قسمت از کوچه به نام شهید «مجید صفری فرد» مزین شده است. با خواندن گزارش تاریخ شفاهی کوچه اعتمادی با بافت اجتماعی قدیم آن بیشتر آشنا خواهید شد.

بیش از ۲۵سال است که در کوچه اعتمادی فرش می‌فروشد. پیش از این هم در خیابان «هرنجی» کاسب بوده و به همین دلیل گذشته این حولی را خوب به خاطر می‌آورد. حسین ارباپی همین‌طور «جوان‌تر که بودم از قدیمی‌ترها شنیدم کوچه اعتمادی بیشتر سربزیکاری بوده است و تک‌وتوکی هم در آن درخت‌های توت، انجیر و سیب گلاب تمر می‌دادند» حسین ارباپی همان‌طور که سرش را از مغازه فرش‌فروشی‌اش بیرون کرده و به سرافی کوچه اعتمادی اشاره می‌کند توضیح می‌دهد: «حد فاصل پاساژ حضرتی تا کوچه اعتمادی به سمت خیابان حسرم یک بزرگ آهنی وجود داشت که سربزیکاری را از مغازه‌ها جدا می‌کرد و عابران بیشتر از کوچه‌ایی که امروز به نام «شهید سلمانی» است وارد خیابان حرم حضرت عبدالعظیم(ع) می‌شدند»

او از ساکنان قدیمی این کوچه به خانواده معینی اشاره می‌کند که تمکن مالی خوبی داشتند و دستگیر مردم بودند و البته بسیار مورد اعتماد اهالی. ارباپی همچنین ملسنیدی آقای باقری را خوب به خاطر می‌آورد: «هر نیش خیابان حرم و کوچه اعتمادی، او ملست را در تاقار می‌فروخت و صبح به صبح چند تا از صاحبان دامداری‌های اطرافه شیر دام‌هایشان را به مغازه باقری می‌فرختند و اهالی هم اغلب کلیه کلسه لازم مغازه ملست می‌خریدند» بیشتر مغازه‌های کوچه اعتمادی موقوفه حضرت سیدالکریم(ع) است و بیشتر کاسبان آنها مستأجر موقوفه هستند در سال‌های دور مرد شریفی به نام فخار مسئول رسیدگی به مغازه‌های تجاری موقوفه کوچه اعتمادی بود.

در میانه کوچه همیشه‌ها که دیگر هیچ مغازه‌ای وجود ندارد و ساختمان‌های مسکونی ساخته شده‌اند خانه‌ای به چشم می‌خورد که در مقایسه با سایر خانه‌ها بزرگ‌تر است و اهالی می‌گویند که منزل شهردار سابق بوده است.

اکنون حاج «عباس اکبر» در منزل شهردار سابق ساکن است حاج عباس از نام‌های قدیم و به اصطلاح «خشکه‌پز» ری است که نزدیک ورودی بازار حرم نانوایی دارد چه بسا حاج عباس بهتر از هر کسی وجه‌تسمیه نام کوچه را می‌داند. می‌گوید: «زمین‌های سربزیکاری کوچه اعتمادی به برادران اعتمادی تعلق داشت اما پسر برادر بزرگ‌تر به نام ناصر اعتمادی، چون قرعه‌ی تحصیلکرده بود به عنوان شهردار منطقه انتخاب و مدتی هم ساکن کوچه شد. بعدها او به‌عنوان مدیر کارخانه قند و شکر مشغول کار شد به عبارتی هر ۲ نظر مطرح شد و مردم نقدگذاری کوچه اعتمادی تا حد زیادی درست است.»

بیشتر ساکنان این کوچه با هم قوم و خویش هستند. از همان ۶۰ یا ۷۰ سال پیش که کم‌کم باغ سربزیکاری جای خود را به خانه‌های مسکونی داد خانواده‌ها همراه با عروس و دامادها در یک خانه زندگی می‌کردند و در بین خودشان وصلت‌هایی انجام می‌شد. بتول ترکان اردستانی که حالا مادربزرگ اهالی این کوچه است و بیش از ۷۰ سال از زندگی‌اش می‌گذرد در سن ۱۳ سالگی عروس خانواده صادقی شده و ساکن کوچه اعتمادی خانواده همسر او بیش از یک قرن است که در خیابان حرم برای خود دارند و به برازهای خیابان حرم مشهورند.

بتول خانم همان‌طور که بین در ورودی و حیاط ایستاده به‌انتهای کوچه اشاره می‌کند و می‌گوید: «وقتی عروس شدم همراه با خانواده همسرم در انتهای کوچه زندگی می‌کردیم و همه بر سر یک سفره می‌نشستیم چندین خانواده در یک حیاط با هم زندگی می‌کردند. یادم می‌آید به دلیل رفت و آمد بسیار همسایه‌ها با یکدیگر، بعضی خانه‌ها از حیاط منزلشان به یکدیگر راه داشتند. البته ساختوساز در این کوچه از ابتدا آجری بود و کمتر کسی برای ساخت خانه‌اش از کاهگل استفاده می‌کرد. اهالی این کوچه از بازاریان و تجار بودند و به قول معروف دستشان به دهانشان می‌رسید و از بهترین مصالح ساختمانی برای ساخت منزلشان استفاده می‌کردند.»

سنگ جلوی بابمان کار گذاشته‌اند

در طول تهیه گزارش تاریخ شفاهی از کوچه اعتمادی ساکنان کوچه به ۲ مورد از مشکلاتشان نیز اشاره کردند. سنگ‌هایی در ابتدای کوچه اعتمادی گذاشته شده که تردد برای معلولان و خانم‌هایی که با کالسکه بچه قصد ورود به کوچه را دارند مشکل کرده حاج عباس اکبر یکی از ساکنان کوچه می‌گوید: «اگر خدای نکرده در کوچه آتش‌سوزی رخ دهد ماشین آتش‌نشانی نمی‌تواند وارد کوچه شود این در حالی است که ورودی خیابان هرنجی به کوچه اعتمادی نیز به دلیل پارک ماشین عملاً بسته است.»

خاطرات ماهی‌فروش قدیمی

هنوز هم بسیاری از اهالی شهرری اگر مغازه حاج‌اکبر، ماهی نداشته باشد لقدر صبر می‌کنند تا ماهی به مغازه برسد. گویا عادت نکرده‌اند از جای دیگری ماهی بخرند. خیلی وقت‌ها بدون اینکه قیمت را بپرسند و حتی بدون مقایسه خرید می‌کنند. حاجی بسیار مورد اعتماد مشتری‌هایش است. او ۵۰سال است که در کوچه اعتمادی ماهی‌فروشی و میوه‌فروشی دارد. خودش می‌گوید: «کاسبی من در این مدت تغییر نکرده است.» همسایه‌ها حاجی را یکی از قدیمی‌ترین اهالی کوچه می‌دانند و برایش احترام قائل هستند. حاج اکبر شیخ به دلیل مشتری‌مداری، یکی از کانال محبوب خیابان حرم است. اما این خبرنگار به‌سختی هم صحبت می‌شود. او همان‌طور که مشتری‌هایش را با حوصله راه می‌اندازد می‌گوید: «خلیل نانگذاری این کوچه به نام اعتمادی این بود است که شهردار شهرری به نام «ناصر اعتمادی» در این کوچه ساکن بوده و خانه او درست کنار شهرداری قرار داشته است. «او همچنین می‌گوید: «آقای اعتمادی مورد اعتماد اهالی بود و ارتباط صمیمانه و نزدیکی با همسایه‌ها داشت. البته در ورودی دیگری از داخل خیابان حرم به شهرداری منطقه وجود داشت که مراجعه‌کنندگان بیشتر از آن استفاده می‌کردند.»

اینجا باغ بود

وقتی سراغ در ورودی شهرداری سابق را در خیابان حرم گرفتم به نزدیکی مجتمع تجاری «مرمر» رسیدم که این روزها بیشتر شبیه مجتمع‌های پزشکی و درمانی شده است منوچهر تهرانی صاحب یکی از فروشگاه‌های لوازم خانگی است که ۶۰سال گذشته را تماماً در همین مغازه به کسب و کار گذرانده و جزو نخستین فروشندگانی است که چرخ خیاطی‌های شیر نشان را در شهرری و تهران می‌فروختند او به خانه‌های اهل ری گرفته دلا تا سفارش دوخت و دوز را در منزل برای مشتری‌ها قبول کنند و خیاطی خیلی زود به یکی از شغل‌های محبوب زن‌های خانه‌دار این محدوده تبدیل شد.

تهرانی که بیش از نیم قرن هر صبح در مغازه‌اش را باز کرده و شاهد رفت و آمد مردم در خیابان حرم بوده می‌گوید: «جایی که حالا مجتمع تجاری «مرمر» شده اداره بخشداری منطقه بود و در انتهای حیاط بخشداری گذرگاهی کوچک و کم‌عرضی قرار داشت که به شهرداری می‌رسید در حال حاضر اثری از آن کوچه باریک نیست و آن قسمت‌ها بخشی از منزل خانواده میلانی شده است.»

تهرانی در مورد نانگذاری کوچه اعتمادی عقیده متفاوتی دارد. می‌گوید: «نانگذاری کوچه اعتمادی هیچ ربطی به نام شهردار ندارد بلکه پیش از آنکه شهرداری در آن کوچه باشد و شهردار در کوچه اعتمادی زندگی کند. مالک زمین‌ها و باغ‌های سربزیکاری در آن کوچه برادران اعتمادی بودند.»

نخستین کلیدساز

«جمعیت داخل شهرری آنقدر کم بود که برای کاسبی مجبور بودم دوره گردی کنم. یک دستگاه قدیمی کلیدسازی داشتم که آن را هر صبح در پارچه‌ای می‌پیچیدم و در کوچه‌کوچه‌ها داد می‌زدم و برسد. گویا عادت نکرده‌اند از جای دیگری ماهی بخرند. خیلی وقت‌ها بدون اینکه قیمت را بپرسند و حتی بدون مقایسه خرید می‌کنند. حاجی بسیار مورد اعتماد مشتری‌هایش است. او ۵۰سال است که در کوچه اعتمادی ماهی‌فروشی و میوه‌فروشی دارد. خودش می‌گوید: «کاسبی من در این مدت تغییر نکرده است.» همسایه‌ها حاجی را یکی از قدیمی‌ترین اهالی کوچه می‌دانند و برایش احترام قائل هستند. حاج اکبر شیخ به دلیل مشتری‌مداری، یکی از کانال محبوب خیابان حرم است. اما این خبرنگار به‌سختی هم صحبت می‌شود. او همان‌طور که مشتری‌هایش را با حوصله راه می‌اندازد می‌گوید: «خلیل نانگذاری این کوچه به نام اعتمادی این بود است که شهردار شهرری به نام «ناصر اعتمادی» در این کوچه ساکن بوده و خانه او درست کنار شهرداری قرار داشته است.» او همچنین می‌گوید: «آقای اعتمادی مورد اعتماد اهالی بود و ارتباط صمیمانه و نزدیکی با همسایه‌ها داشت. البته در ورودی دیگری از داخل خیابان حرم به شهرداری منطقه وجود داشت که مراجعه‌کنندگان بیشتر از آن استفاده می‌کردند.»

اسب‌های سواری در کوچه

تهرانی بزرگ یکی از بلندگاهای معروف داخل کوچه اعتمادی است. او از اهالی قدیم در بزرگ آن بسته است و هیچ رفت و آمدی از این به کوچه نمی‌شود در کنار آن هم در دیگری است که اهالی می‌گویند گاراژ بوده است. محمود خجسته که حدود ۶۰سال دارد می‌گوید: «کودکی‌ام را در این کوچه گذرانده‌ام و خوب به یاد دارم جایی که حالا تابلو بانک نصب شده زمانی اصطبل اسب‌های امنیه‌ها بود آن روزها به دلیل نبود ماشین برای اینکه امنیه‌ها بتوانند زودتر به محل وقوع جرم و حادثه برسند از اسب استفاده می‌کردند. محل استقرار امنیه‌ها هم در نزدیکی مسجد حاج‌الاشبیه(ص) قرار داشت.»

محمود خجسته یکی از کلسان این کوچه می‌گوید: «پدرم عبدالله خجسته، مأمور کلانتری بود و هنوز صدای سوتش که برای تذکر به اهالی در آن می‌دمید در گوشم مانده است. پدرم کشیک شب هم بود و در کوچه‌های اطراف حرم گشتزنی می‌کرد. همه او را به نام سرکار خجسته می‌شناختند او در تربیت بچه‌هایش سختگیر بود. به یاد دارم هر وقت که با هم در خیابان حرم قدم می‌زدیم و دوست و آشنا را می‌دیدیم می‌گفت سلام کن. از آنجا که من بچه سر به هوایی بودم و یادم می‌رفت با من قرار گذاشته بود که هر وقت دستم را فشرد یادم باشد که باید سلام کنم. با اینکه نظامی بود هیچوقت نام زنی را به‌خصوص جلو دیگران با اشاره یا ما حرف می‌زد پدرم در جوار حرم امام‌زاده حمزه(ع) به خاک سپرده شده است و همیشه به او سر می‌زنم و نصایحش را مرور می‌کنم.»

«منتشر شده در همشهری محله منطقه ۲۰ در تاریخ ۱۳۹۴/۰۴/۰۱»

دیدگاه

مدرنیست‌ها به ناحق مدعی هستند که آنچه آنها عرضه می‌کنند تنها شکل موجه از مدرنیته است.

لئون کریر

ترکیب متداول «جنبش مدرن» را که در حال حاضر مورد استفاده قرار می‌گیرد باید به «جنبش مدرنیستی» اصلاح کرد. من این را انکرار می‌کنم چون پروپاگاندای مدرنیست‌ها که از طریق تصاحب جعلی واژه «مدرن» حکم‌فرماست ادعا می‌کند که مدرنیسم آن‌ها تنها شکل موجه و منطقی از مدرنیته در هنر و معماری است. آن‌ها برای یک دیدگاه کاملا حزبی و سلیقه‌ای ادعای عمومیت می‌کنند.

آن‌ها این دیدگاه را برابر با پیشرفت می‌دانند و به اشتباه اشاره می‌کنند که امروزه پرداختن به هنر و معماری سنتی بازگشت به گذشته و ناهنگام است. این ادعا حقیقتاً نادرست، ایدئولوژیک، متعصبانه و غیر دموکراتیک است و قدرت و حق قضاوت و انتخاب را از عامه مردم، کارفرمایان، دانشجویان و متخصصان سلب می‌کند. پروپاگاندای مدرنیست‌ها بر فضای حرفه معماری، آموزش و رسانه حکم‌فرماست و مسئولیت این بی‌سوادی عمومی در معماری و در نتیجه خوارشدگی محیط مصنوع متحمراً بر دوش آنهاست. (در گفتگو با **Mirza Mehakovic**، منتشر شده در وب‌گاه **tristotrojka**، سال ۲۰۱۹)

منبع: گفتار

محیط زیست

جولان شبانه ذرات معلق در هوای پایتخت

مدیرعامل شرکت کنترل کیفیت هوای تهران با بیان اینکه با ورود ذرات معلق به شهر تهران طی شب گذشته (۱۹ شهریور) هوای تهران «ناسالم» شده گفت: با کاهش آلودگی هوا از ساعت ۶ امروز (۲۰ شهریور) کیفیت هوای پایتخت در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس قرار گرفته است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، دکتر سید محمدمهدی میرزایی قمی افزود: ساعت ۲۳ شب گذشته (۱۹ شهریور) ذرات معلق کوچکتر از ۲٫۵ میکرون با عدد ۱۰۵ در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس قرار گرفت و در ادامه ساعت یک بامداد امروز (۲۰ شهریور) ذرات معلق کوچکتر از ۱۰ میکرون به ۱۵۸ و شرایط ناسالم برای عموم شهروندان رسید. ساعت ۴ بامداد، شاخص ذرات معلق کوچکتر از ۱۰ میکرون به ۲۱۰ افزایش یافت و در شرایط بسیار ناسالم قرار گرفت. در ادامه ساعت ۶ صبح این شاخص به بیشترین مقدار خود یعنی عدد ۲۳۲ رسید.

وی با اشاره به روند کاهشی شاخص کیفیت هوای شهر تهران از ساعت ۵ صبح امروز گفت: کیفیت هوای پایتخت ساعت ۷ با شاخص ۱۶۸ در شرایط ناسالم برای عموم شهروندان بود اما با طی روند کاهشی در ساعت ۸ برای عدد ۱۳۲ و ساعت ۹ روی عدد ۱۲۱ در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس قرار گرفت.

این دومین بار طی شهریور است که وزش باد خیلی شدید و خیزش گر