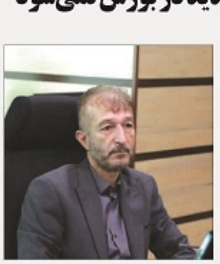

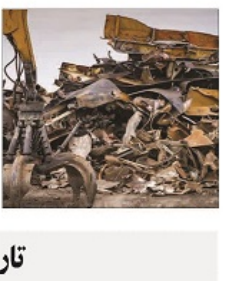

کسب و کار

۱۰ ترفند بازاریابی برای برانگیختن علاقه مشتری

## قاتل خلاقیت در رسانه‌ها

مدیر منابع‌انسانی در همه سازمان‌ها نقش قهرمان را می‌تواند بازی کند: تامین توأم خواسته‌های رهبر سازمانی و کارکنان به‌شکل ماهرانه. اما در رسانه‌ها به خاطر «جنس کار» مظلومیت «منابع انسانی» متفاوت است. فعالان رسانه‌ای با ترکیب سمی «استرس بالا» و «فرسودگی شغلی زودرس» مواجهند که قاتل «خلاقیت و نوآوری» است. «منابع انسانی» با چهار حرکت می‌تواند جلوی این قتل را بگیرد. «اگر می‌خواهید کسی را متقاعد کنید باید به جای عقل، علاقه‌اش را برانگیزید.» این سخنی از بنجامین فرانکلین، یکی از بنیان‌گذاران ایالات متحده است. در بازار رقابتی امروز، بازاریابان برای ماندن و رشد در عرصه رقابت به مهارت‌های پیچیده‌ای نیاز دارند. فروش و متقاعدسازی دو مهارت اصلی هستند که هر بازاریابی باید آنها را بلد باشد. هر دوی این مهارت‌ها به‌شکلی اعجاب‌انگیز 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 دستخوش تغییرات چشمگیری شده. فروش رو به متقاعدسازی است بنابراین شما باید بدانید متقاعدسازی را درک کنید. متقاعدسازی یعنی توانایی نفوذ بر افکار و عقاید دیگران با استفاده از حقایق و استدلال‌های قانع‌کننده. وقتی از مهارت‌های متقاعدسازی استفاده می‌کنیم به مخاطب کمک می‌کنیم دیدگاه‌های جایگزین را درک کند. این مهارت در بسیاری از مشاغل حائز اهمیت است از جمله و بویژه 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. مثلا ممکن است ایده جدیدی داشته باشید که برای اعمالش مجبور باشید تیم بازاریابی و واحدهای دیگر را به آن متقاعد کنید. فقط آنها نیستند که باید ایده را بپذیرند. باید ایده‌تان را با مدیریت سازمان نیز مطرح کنید. شما در این حالت هم در حال فروش هستید. منتها «فروش یک ایده». فروش و متقاعدسازی، با نقش بازاریاب عجین شده‌اند. بدون آنها بازاریاب نمی‌تواند ایده‌اش را به ذی‌نفعان داخل و خارج سازمان بفروشد. به‌علاوه هنر متقاعدسازی نیز برای بازاریابی اهمیت دارد چون یکی از وظایف بازاریاب‌ها تغییر باورها و نگرش‌ها از طریق روش‌های ظریف متقاعدسازی است.

**ترفندهای متقاعدسازی**

هنر متقاعدسازی، فقط مورد نیاز بازاریاب‌ها نیست. همه می‌توانند آن را فرا بگیرند. این مهارت در بسیاری از مواقع به کمک‌مان می‌آید. همیشه در تیم شما یا در میان اعضای خانواده، کسی پیدا می‌شود که با تصمیم شما مخالفت کند. در اینجا باید بتوانید او را 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 تکنیکی کمک‌تان می‌کند؟ از سال‌های دور تا به امروز، متقاعدسازی یکی از موضوعات مورد علاقه بسیاری از روان‌شناسان بوده. آنها کنجکاوند بدانند میان فرد متقاعدکننده و فرد متقاعدشونده چه می‌گذرد و چه اتفاقی می‌افتد که یک فرد به پذیرش می‌رسد. به‌دنبال این مطالعات، ترفندهایی کشف شده که می‌توانید در آستین خود پنهان کنید و به موقع از آنها استفاده کنید. در اینجا به ۱۰ ترفند روان‌شناسی اشاره می‌کنیم که کمک می‌کنند مهارت متقاعدسازی را فرا بگیرید و آنها را در زندگی روزمره خود به کار ببرید. نه تنها بازاریابان، بلکه تمام مردم می‌توانند از آنها استفاده کنند. به شما کمک می‌کنیم تشخیص دهید که چه زمانی این تکنیک‌ها روی خودتان اعمال می‌شود. کمک می‌کنیم در شناسایی تلاش‌های 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 معمولا وقتی چیزی دریافت می‌کنند، احتمال آنکه چیزی نیز بدهند بیشتر 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**

همان‌طور که می‌دانید، کلمه «لطفا» جادو می‌کند. گاهی مجبورید برای انجام کارتان تبدیل به آدمی شوید که همه را راضی می‌کند.

**۳- کمیابی**

کمیاب شدن حس خوشایندی نیست. آدم‌ها فراوانی را دوست دارند. وقتی کمیابی یا کمبودی را به مخاطب معرفی می‌کنید احتمال متقاعد شدنش بیشتر است.

**۴- متوقف‌سازی**

در روان‌شناسی مفهومی داریم به‌نام «میان‌برهای ذهنی». میان‌بر ذهنی یعنی الگوهای فکری اتوماتیک که آدم‌ها، حیوانات، سازمان‌ها و حتی بعضی ماشین‌ها استفاده می‌کنند تا به سرعت به نتیجه برسند، تصمیم بگیرند یا راه‌حل مشکلات پیچیده را پیدا کنند. مغز ما به جای بررسی همه داده‌ها و جوانب، از این میان‌برها استفاده می‌کند تا به تصمیم‌گیری سرعت ببخشد.

**۵- اثر قالب‌بندی**

اینکه مطلب را به چه شکل و در چه قالبی مطرح می‌کنید بسیار مهم است. در حقیقت مهم: تقریبا همه شرکت‌های بازاریابی از این تکنیک استفاده می‌کنند و تقریبا همه ما جذب این تکنیک شده‌ایم. اگر روی یک پاکت ماست نوشته باشد «۸۰ درصد بدون چربی» بیشتر متقاعد می‌شویم تا بنویسند «۲۰ درصد دارای چربی»، با اینکه هر دو یک معنا می‌دهند. اطلاعات را در قالبی ارائه دهید که جذابیت بیشتری داشته باشد.

**۶- تکنیک «پا لای در» و «در توی 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 قانع کردن طرف مقابل، سر خود را تکان دهید. وقتی با نشانه‌های 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- تداعی‌سازی**

واکنش ناخودآگاه ما به یک محرک، روی تصمیم ما روی محرک دیگر تاثیر می‌گذارد. این یعنی یک جمله یا آهنگ یا ویژگی می‌تواند چیزی را برای ما تداعی کند. مثلا به این جملات دقت کنید: «این یک نوشیدنی شیرین و گازدار است که می‌توانید با لبخند آن را بنوشید و لذت ببرید». کدام نوشابه به ذهنتان می‌آید؟ اگر جوابتان کوکاکولاست، پس معلوم می‌شود که شرکت کوکاکولا کارش را درست انجام داده. کوکاکولا سال‌هاست که از این تکنیک روان‌شناسی استفاده می‌کند و بسیار موفقیت‌آمیز بوده. سایر برندها نیز همین‌طور. مثلا ردبول، تداعی‌کننده انرژی و سرعت است. نایکی، یادآور حس دستاورد و ورزش است. داو، یادآور پاکیزگی است. حتی رنگ‌ها می‌توانند تداعی‌کننده یکسری مفاهیم باشند. آبی، تداعی‌کننده آرامش و پاکیزگی، صورتی نماد عشق و زنانگی، قرمز یادآور 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 برسد نه خاطرات منفی.

**۹- تندتر صحبت کنید**

تا حالا به این فکر کرده‌اید که چرا سرپرست یا مدیرتان، دستورهایش را مختصر و سریع بیان می‌کند؟ تا حالا دقت کرده‌اید که مدیرها معمولا سریع‌تر از سایر کارمندها صحبت می‌کنند؟ خب یکی از دلایل عمده‌اش 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 دهند، به آنها زمان بدهید. اغلب واحدهای فروش از این ترفند روان‌شناسی استفاده می‌کنند تا خریداران خود را در یک حالت «پیش‌بینی» نگه دارند. مثلا «اگر الان نخرید، ممکن است دیگر نتوانید آن را داشته باشید و این پیشنهاد را تا ابد از دست بدهید». این یکی از راه‌های متقاعدسازی در بسیاری از گفت‌وگوهاست. اما حواستان باشد که مشتری را اغوا نکنید.

مترجم: مریم مرادخانی
منابع: Sportskeeda، Emeritus، Alldgt

### رئیس کمیسیون محیط زیست شورای 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 نباشد و طبق سنوات با قیمت کارشناسی روز و تحت مدیریت سازمان سیما منظر و فضای سبز شهرداری با رعایت مناقصات قانونی و عقد قرار داد حقوقی به بهره برداران برابر مقررات واگذار می‌شود.

**به گزارش پیام آشنا**، جواد چیردار در نطق پیش از دستور یکصد و سی و دومین جلسه رسمی شورای اسلامی شهر کرج، از شکوه، عظمت و حماسه مردمی پیاده روی اربعین در کشور عراق و جاماندگان این فوز عظیم در کشور به ویژه شهر کرج را قدر دانی کرد و گفت: در این راستا از بانیان مخلص، صادق و مردم فهیم و عاشق با هر سلیقه ای تشکر و از فضل این توفیق بی تقلیر الهی که نصیب مان 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 پلتفرم تبلیغ شهری در بورس ارائه شد که به جهت ممانعت از موازی 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 یا 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 سابقه 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 ناشرین اخبار مدیریت شهری یا فعالان شبکه های مجازی بدون آگاهی از اطلاعات یا برنامه شهرداری یا کمیته ساماندهی اقدام به نشر مطالب نا صواب و غیر واقع ننمایند، دقت شود تا افکار عمومی با نشر اخبار کذب یا اتهامات واهی به شورا و مدیریت شهری منحرف یا تهییج نگردد که جرم این خطا نا 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 افشا، محدود و یا مسدود گردد که غوغا سالاری بلا وجه ایشان هرگز مانع اقدامات قانونی یا نظارتی ما نخواهد بود

چیردار گفت: این شورا 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 بابت بعنوان خادم و منتخب در شورا قدر دان محبت و اطمینان مردم فهیم و تلاش اصحاب دلسوز، واقعی، صادق و موثر در حوزه خبر و رسانه هستیم.

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 ناصربخت 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 اجرا می‌شود، افزود: در این طرح انبارهای غیرمجاز و همچنین ضایعاتی‌های سطح شهر شناسایی و پلمب شده و با آنها برخورد قاطع صورت می‌گیرد.

گفتنی است: این اقدام 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 نواده‌های 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 پیاده‌راه خیابان حرم وصل می‌شود و کاملا تجاری است و بافت قدیمی خود را حفظ کرده است. شاخه دیگر آن به خیابان شهید قمی (هرنجی) می‌رسد که طول این شاخه به ۳۰ متر هم نمی‌رسد و چندباب منزل مسکونی و بقیه تجاری است و یکی از راه‌های دسترسی به پاساژ تجاری حضرتی از همین کوچه است. شاخه دیگر آن کاملا مسکونی و از بقیه قسمت‌ها طولانی‌تر است در ۲ طرف کوچه بیش از ۸ بن‌بست باریک قرار گرفته و بیش از ۷۰ خانوار در کوچه‌هایش 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 ۳۵سال است که در کوچه اعتمادی فرش می‌فروشد. پیش از این هم در خیابان «هرنجی» کاسب بوده و به همین دلیل گذشته این حوالی را خوب به خاطر می‌آورد. حسین اربابی می‌گوید: «جوان‌تر که بودم از قدیمی‌ترها شنیدیم کوچه اعتمادی بیشتر سبزیکاری بوده است و تکوتوکی هم در آن درخت‌های توت، انجیر و سیب گلاب ثمر می‌دادند.» حسین اربابی همان‌طور که سرش را از مغازه فرش‌فروشی‌اش بیرون کرده و به سمراهی کوچه اعتمادی اشاره می‌کند توضیح می‌دهد: «حد فاصل پاساژ حضرتی تا کوچه اعتمادی به سمت خیابان حرم یک در بزرگ آهنی وجود داشت که سبزیکاری را از مغازه‌ها جدا می‌کرد و خاوران بیشتر از کوچه‌هایی 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. اربابی همچنین ماستبندی آقای باقری را خوب به خاطر می‌آورد: «سر نبش خیابان حرم و کوچه اعتمادی، او ماست را در تغار می‌فروخت و صبح به صبح چند تا از صاحبان دامداری‌های اطراف، شیر دام‌هایشان را به مغازه باقری می‌فروختند و اهالی هم اغلب کاسه کاسه از مغازه ماست 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 همانجا 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 نانواهای 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 سبزیکاری کوچه اعتمادی به برادران اعتمادی تعلق داشت اما پسر برادر بزرگ‌تر به نام ناصر اعتمادی، چون فردی تحصیلکرده بود به‌عنوان 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 شده در مورد نامگذاری 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 کم کم باغ سبزیکاری 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 بزازی دارند و به بزازهای خیابان حرم مشهورند.

بتول خانم همان‌طور که بین در ورودی و حیاط ایستاده به انتهای 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 پایمان 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 را 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 عملا بسته است.»

### خاطرات ماهی‌فروش قدیمی

هنوز هم بسیاری از اهالی شهرری اگر مغازه حاج‌اکبر، ماهی نداشته باشد آنقدر صبر می‌کنند تا ماهی به مغازه او 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 کاسبان محبوب خیابان حرم است اما با خبرنگارها به‌سختی هم صحبت می‌شود. او همان‌طور که مشتری‌هایش را با حوصله راه می‌اندازد می‌گوید: «دلیل نامگذاری این کوچه به نام اعتمادی این بوده است که شهردار شهرری به نام «ناصراعتمادی» 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 گرفتیم به نزدیکی مجتمع تجاری «مرمر» رسیدیم که این روزها بیشتر شبیه مجتمع‌های پزشکی و درمانی شده است. منوچهر تهرانی صاحب یکی از فروشگاه‌های لوازم خانگی است که ۶۰ سال 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 خانم‌های اهل ری انگیزه داد تا سفارش دوخت و دوز را در منزل برای مشتری‌ها قبول کنند و خیاطی خیلی زود به یکی از شغل‌های محبوب در بین خانم‌های 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 نامگذاری کوچه اعتمادی عقیده متفاوتی دارد. می‌گوید: «نامگذاری 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 سبزیکاری در آن کوچه برادران اعتمادی بودند.»

### نخستین کلیدساز

«جمعیت داخل شهرری آنقدر کم بود که برای کاسبی مجبور بودم دوره‌گردی کنم. یک دستگاه قدیمی کلیدسازی داشتم که آن را هر صبح در پارچه‌ای می‌پیچیدم و در کوچه‌پس‌کوچه‌ها داد می‌زدم کلیدسازی، کلید می‌سازم.» براتعلی داوری در ادامه می‌گوید: «بیشتر سر و کارم با خانم‌هایی بود که کلیدهایشان را گم می‌کردند و پشت در می‌ماندند. آن موقع همه کلیدها ساده بود الان همه قفل‌ها رایانه‌ای شده است.»

آن روزها مردم سرگرمی و تفریحی نداشتند. برای همین تراش یک کلید برای بچه‌ها و خانم‌ها جالب بود و وقتی وارد کوچه می‌شدم اگر کسی هم سفارش ساخت کلید می‌داد خانم‌های همسایه همدیگر را صدا می‌زدند که بیایید (کلیدساز اصفهانی آمده) و آنوقت دور تادور می‌نشستند تا ساخت کلید را تماشا کنند.»

براتعلی پدر شهید «حسین داوری» است و پسرش در قطعه ۲۹ بهشت زهرا(س) آرمیده است این روزها سخت دلش گرفته. دست‌های پینه‌بسته‌اش جمع و انگشت‌هایش خمیده شده. آه بلندی می‌کشد و ادامه می‌دهد: «آن روزها در شهرری آب فراوان بود و از هر جا که می‌گذشتی جوی آب جاری بود، طوری که می‌توانستی پاچه‌های شلوارت را بالا بزنی و بعد از دوره‌گردی، خستگی را از بدن در کنی. همان موقع هم کولی‌ها کنار نهرها چاقو می‌ساختند و تیز می‌کردند کنار جوی‌ها نمایشگاهی از چاقوهای دستساز کولی‌ها برپا بود.»

### اسب‌های سواری در کوچه

تابلو بزرگ یکی از بانک‌های معروف داخل کوچه اعتمادی قرار دارد اما در بزرگ آن بسته است و هیچ رفت و آمدی از آن به کوچه نمی‌شود. در کنار آن هم در دیگری است که اهالی می‌گویند گاراژ بوده است. محمود خجسته که حدود ۷۰سال 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 خاتم‌الانبیاء(ص) قرار داشت.»

محمود خجسته یکی از کاسبان 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 داد نمی‌زد به‌خصوص جلو دیگران با اشاره با 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 می کنند 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 تکرار می کنم چون پروپاگاندای مدرنیست‌ها که از طریق تصاحب جعلی واژه «مدرن» حکم‌فرماست ادعا می کند 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 می کنند.

آن‌ها این دیدگاه را برابر با پیشرفت می‌دانند و به اشتباه اشاره می کنند که امروزه پرداختن به هنر و معماری سنتی بازگشت به گذشته و نابهنگام است. این ادعا حقیقتا نادرست، ایدئولوژیک، متعصبانه و غیر دموکراتیک است و قدرت و حق قضاوت و انتخاب را از عامه مردم، کارفرمایان، دانشجویان و متخصصان سلب می کند. پروپاگاندای مدرنیست‌ها بر فضای حرفه معماری، آموزش و رسانه حکمفرماست و مسئولیت این بی‌سوادی عمومی در معماری و در نتیجه خوارشدگی محیط مصنوع منحصراً 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» شد، 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 ۲۲ 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 عنوان آلاینده شاخص با عدد ۱۱۷ به بیشتر از حد استاندارد رسید و کیفیت هوای تهران ناسالم برای گروه‌های حساس شد.

مدیرعامل شرکت کنترل کیفیت هوای تهران با تأکید بر اینکه با ادامه ورود ریزگردها در ساعت ۲ بامداد امروز (۲۰ شهریور) شاخص کیفیت هوای تهران با آلاینده ذرات معلق کوچکتر از ۱۰ میکرون به ۱۵۸ و شرایط ناسالم برای عموم شهروندان رسید افزود: 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 روی 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 گرد و خاک موجب افزایش غلظت ذرات معلق کمتر از ۱۰ میکرون و آلودگی هوای تهران می‌شود. ۴ شهریور آلاینده ذرات معلق کوچکتر از ۱۰ میکرون و به دنبال آن ذرات معلق کوچکتر از ۲۵ میکرون در هوای شهر تهران روند صعودی به خود گرفت و میانگین شاخص ذرات معلق کمتر از ۱۰ میکرون ایستگاه‌های پایتخت با رشدی فزآینده در ساعت یک بامداد ۵ شهریورماه به بیشینه مقدار خود یعنی شاخص ۳۴۰ یا همان شرایط خطرناک رسید.

بر اساس اطلاعات شرکت کنترل کیفیت هوای تهران برخی ذرات جامد یا مایع در هوا دارای قطری کمتر از ۱۰ میکرون هستند و بر اثر سوزاندن چوب، احتراق ناقص در ترکیبات هیدروکربنی، احتراق سوخت موتورهای دیزل و ...، واحدهای صنعتی، کشاورزی، جاده‌های آسفالت نشده و فعالیت‌های ساختمان‌سازی و آلاینده‌های غیر گازی ایجاد و منتشر می‌شود. این ذرات به علت ابعاد ریز خود می توانند از سیستم دفاعی مجاری تنفسی عبور کنند.

از جمله اثرات تنفس ذرات معلق کمتر از ۱۰ میکرون می‌توان به ابتلا به بیماری‌های قلبی، ریوی و سرطان، کاهش سیستم ایمنی بدن در مقابل بیماری‌ها، از بین رفتن بافت‌های ریه و آسم کودکان اشاره کرد.