

عضو هیئت مدیره پدیده شاندیز:

دغدغه داریم، راهکار نداریم!

صاحبان اندیشه کمبودهای فرهنگی ما را جبران کنند



پدیده، خدمت رسانی به زائران امام رضا(ع) است. یکی از امتیازات مثبتی که سرمایه گذاری در شهر مشهد را آسان می کند این است که به دعوت گردشگر نیازی وجود ندارد. مرقد نورانی امام هشتم(ع)، خیل عظیم زائران را به این شهر دعوت می کند. در همه دنیا، هزینه های فراوانی برای ترغیب گردشگر صرف می شود. ولی ما فقط باید خدمات مان را در اختیار آنها قرار دهیم، اگر این خدمت رسانی به درستی انجام شود ماندگاری زائر افزایش می یابد.

آیا در مورد تاثیر و تبعات چنین مجتمع عظیمی در شهر کوچک و جدید التاسیس شاندیز بر روی مردم این شهر و شهر مشهد بررسی انجام شد؟

در مطالعاتی که انجام شد ضرورت انجام این طرح در خارج شهر دیده شد و لذا فاصله کم و حدود ۱۷ کیلومتری شاندیز با شهر مشهد بسیار مناسب است. عرف بین المللی این گونه پروژه های عظیم هم معمولاً به همین صورت است، مراکزی که می خواهند خدمات تجاری، اقامتی، فرهنگی و همایش ارائه دهند، با فاصله از شهر ساخته می شوند. دلایل آن هم حذف ترافیک شهرها و کاهش زمان جابه جایی، پارکینگ های مناسب، آب و هوای خوب، راحت و در دسترس بودن برای گردشگران و نیز توجیهات اقتصادی و هزینه های کمتر مانند مناسب تر بودن زمین و مجوزهای

یک روز به مشهد وارد شود. در فصل های مختلف سال هم افراد برای زیارت به مشهد سفر می کردند؛ کشاورزان بعد از برداشت محصولاتشان و زائران کشورهای عربی برای استفاده از شرایط آب و هوایی مناسب مشهد. لذا مکان های اسکان زائران هم بر این اساس برنامه ریزی شده بود. اما امروز شاهد هستیم که گردشگران دو بخش مجزای زیارت و سیاحت را در برنامه خودشان قرار می دهند، زمان کوتاهی را برای زیارت در مشهد سپری می کنند و بعد برای سیاحت به نقاط دیگر کشور سفر می کنند. یک بعد این اتفاق بخاطر نبود امکانات مناسب برای زائر است و بعد دیگر آن منسجم نبودن سرمایه گذاری های انبوهی است که

در سطح مشهد انجام شده است. زائر برای استفاده از این امکانات باید زمان زیادی را تلف کند زیر افضای تفریحی و مناطق گردشگری و ویلاقی مشهد فاصله زیادی با مکان های اقامتی دارند. به همین دلیل ماهشت کاری برای این فضا در نظر گرفته ایم، حتی ممکن است تعداد این کاربری هادر آینده افزایش یابد و بتوانیم خدمات بیشتری ارائه دهیم. این موضوع امتیاز مثبت این پروژه با سایر طرح های خدماتی است. جمعیت ۳۰ میلیونی زائران در حال حاضر که حتماً در آینده رشد خواهد کرد، به برنامه ریزی و ارائه خدمات مناسب نیاز دارد. لذا هدف اصلی موسسان و مدیران

در میان سخنان بسیاری از کارشناسان و مصاحبه شوندگان در مورد نقد مدل توسعه مشهد از منظر فرهنگی، پدیده شاندیز به عنوان یک مثال بلامنازع نام برده می شد که در تعارض با روح فرهنگی و مذهبی مشهد و پایتخت فرهنگی ایران است. البته در اصل حسن و قبح وجود چنین مجموعه هایی در کنار زیارت بین کارشناسان مختلف بسته به خاستگاه های فکری شان اختلاف نظر وجود دارد برخی آن را متضاد با هویت ذاتی زیارت می دانند و برخی با رای ممتنع اشکالی بر آن وارد نمی بینند و برخی نیز از آن دفاع می کنند. اما برای این نظرات آیا اصلاً تاثیرات فرهنگی و اجتماعی این پروژه بزرگ قبل یا حین اجرا بررسی شده است؟ برای این که پاسخ مسئولان پدیده را نیز در برابر انتقادات وارد به بشنویم و منعکس کنیم به سراغ مدیر عامل پدیده شاندیز رفتیم که ایشان ما را به آقای ریاحی عضو هیئت مدیره شرکت های پدیده ارجاع داد و ایشان هم پس از هماهنگی با همه اعضای هیئت مدیره حاضر به مصاحبه با ما شد. جالب است بدانید در فاصله بین انجام این مصاحبه تا چاپ (شاید متأثر از مصاحبه خراسان!) بنا به نقل دکتر محمد رضا ریاحی در سایت پدیده، این شرکت در نگاهی جد بد تهیه پیوست فرهنگی مجموعه خود را در دستور کار قرار داده است. ضمن به فال نیک گرفتن این اتفاق باید امیدوار بود که این شرکت بجای پیوست نگاری، اقدام به توجیه نگاری نکند.

به این قبیل سوالات و توجیه اقتصادی طرح است. گروه پدیده هم در شروع پروژه، آثار اجتماعی طرح را در این فضا بررسی کرده است. محور فعالیت های ما زیارت و خدمت رسانی به زائران امام رضا(ع) است. یکی از خطراتی که مشهد و سرمایه گذاری در آن را تهدید می کند و فراتر از الگوی ساخت و ساز باید به آن پرداخت، میزان ماندگاری زائر در مشهد است که متأسفانه به خاطر کمبود امکانات و خدمات مناسب در حال کاهش است. در گذشته زائران برای گرفتن روزه و کامل شدن نمازشان در این شهر، قصد ده روز اقامت می کردند و کمتر اتفاق می افتاد که کسی فقط برای

آیا در پروژه پدیده، ارزیابی تاثیر اجتماعی طرح مورد توجه بوده و به عبارتی پیوست فرهنگی برای آن نوشته شده است یا خیر؟

در ابتدای هر پروژه اقتصادی، توجیه اقتصادی آن نوشته می شود. معمولاً این توجیهات اقتصادی، موضوعات اجتماعی را از ابعاد اقتصادی در نظر می گیرد؛ به عنوان مثال آیا شرایط اجتماعی اجازه انجام این پروژه را می دهد که بعد به سوددهی برسد؟ آیا با اقبال عمومی مواجه می شود؟ آیا مدل در این شرایط اجتماعی قابل پیاده سازی هست؟ یعنی اگر مطالعه اجتماعی هم انجام می شود برای پاسخ