

«خلاقان» از بند رسته درسیاتل

شهرهای بزرگ و «احساسات نیک» با طعمی نفرت انگیز

بنوا برویل برگردان بابک دهقان

از پاریس تا لندن، از سیدنی تا مونترال، از آمستردام تا نیویورک، همه کلان شهرها میخواهند پویا، فراگیر، نوآور، تجدید پذیر، خلاق و متصل به شبکه باشند. آنها امیدوارند بدین ترتیب، همچون درسیاتل، «استعدادها»، جوانان تحصیل کرده با قدرت خرید فراوان، که باعث خرسندی شرکت ها و ساختمان سازان میشوند، را به سوی خود جلب کنند.

«نفرت در اینجا جایی ندارد»، «مهم نیست تو از کجا آمده ای، ما خوشحالیم که تو همسایه ما هستی»، «ما به همه مشتریان بدون توجه به نژاد، منشاء، جهت گیری جنسی و یا مذهبی خوش آمد میگوئیم»: این آگهی های نصب شده در باغ ها و یا چسبانده شده بر روی شیشه ها و در برخی موارد بزبان عربی، اسپانیولی و یا کره ای، بسیاری از خانه ها و یا مغازه های شهرسیاتل را زینت داده اند.

در این ماه ژوئن ۲۰۱۷، فصل جشن غرور دگرباشان جنسی (LGBTQ)، پرچم رنگین کمان نیز محبوبیت زیادی دارد. این پرچم،

که در هر گوشه کناری به چشم میخورد، سردر مغازه کفش فروشی Doc Martens، که مجموعه خاصی از کفش با هفت

رنگ، گرچه کمی گرانتر، را به این مناسبت عرضه کرده است، را تزئین میکند. بر فراز دفتر مرکزی Starbucks و Space

Needle. برجی به شکل سوزن و بشقاب پرنده ای در نوک آن، یادگاری از نمایشگاه جهانی ۱۹۶۲، نیز این پرچم به اهتزاز در

آمده است. آنرا حتی در مقابل شهرداری و کمی پائین تر از پرچم آمریکا نیز میتوان دید.

در این شهر کرانه اقیانوس آرام که هشتاد و هفت درصد آرای خود را به خانم هیلاری کلینتون اختصاص داد و خاستگاه مقاومت

قضائی در برابر سیاست مهاجرتی رئیس جمهور دونالد ترامپ بود، گشایش به سوی دیگران، بردباری و تنوع به پرچم و نماد آن

تبدیل شده اند.

چنین خصلت هائی به همان اندازه که ضرورت اخلاقی هستند، استدلال بازرگانی، اهرم رشد اقتصادی و مزایای مقایسه ای

نیز بشمار میروند. تحلیل آقای بریان سورات، مسئول سرویس توسعه اقتصادی در شهرداری اینست که « وقتی که افرادی

از خواستگاه های مختلف و با تجربیات متفاوت در شهری مثل شهر ما در کنار هم قرار میگیرند، تفکرشان با یکدیگر مواجه میشود،

درهم می آمیزد و غنی تر میشود. جمعیت شهر ما مخلوطی از افراد برآمده از تمام اقشار است و این برای سرزندگی ما اساسی

میباشد». آقای ساموئل آسفا، همکارش در سرویس آمایش* * * اضافه میکند که « برای عقب نماندن از رقابت، بایستی استعدادها

را جلب کرد و برای اینکار ما ناچاریم شهری با آغوش گشوده داشته باشیم». آقای آسفا، متولد آدیس آبابا، تحصیل کرده رشته

شهرسازی در انستیتوی فناوری ماساچوست (MIT)، نظرش را دقیق تر بیان میکند : « در گذشته، مردم درجائی اقامت میگزیدند

که کار پیدا میکردند. فورد کارخانه ای در دیترویت ایجاد میکرد و مردم در دیترویت مستقر میشدند و سپس سی، چهل و یا پنجاه

سال در همانجا کار میکردند. امروزه، کارکنان ارشد جوان، پیش از هر چیز شهری را که میخواهند در آن زندگی کنند انتخاب میکنند.

آنها به اماکن خلاق، مدارا، نزدیک به طبیعت، با امکانات فعالیت در هوای آزاد و تفریحات شبانه ارجحیت میدهند». آقایان سورات

و آسفا برای پشتیبانی از نظرات خویش، هر دو به اقتصاد دان واحدی استناد میکنند : ریچارد فلوریدا.

دستورالعملی ازپیش آماده برای برون رفت از بحران

این استاد دانشگاه تورنتو، کم شناخته شده در میان مردم عادی و مورد انتقاد شدید دیگر اقتصاد دانان، حدود پانزده سال است که

در میان تصمیم گیران محلی از نفوذ بسیاری برخوردارست. نظریه او، که از سال ۲۰۰۲ به بعد و موفقیت کتابش *اوج گرفتن طبقه*

خلاق (*The Rise of the Creative Class*) (۱) در کتاب *فروشی ها*، مداوما تکرار میشود، دراصل ساده است: «*اقتصاد*

قدیمی»، صنعتی، تولیدی و استخراجی بتدریج ناپدید شده و جایش را به «*اقتصادی خلاق*» خواهد سپرد. بنابراین برای شهرها،

هدف دیگر نه جذب شرکت ها، بواسطه ساختن بزرگ راه، مراکز کنفرانس، اعطای مزایای مالیاتی و رایانه، بلکه جلب «*استعداد ها*»

خواهد بود: کسانی که نوآوری میکنند، اختراع کرده ویا درس طرح وسیعتری از سرمایه فکری خویش برای تولید ثروت بهره برداری

میکند – هنرمندان، مهندسين، روزنامه نگاران، معماران، مغزهای متفکر دستگاه اداری، متخصصین مالی، کارشناسان حقوقی،

پژوهشگران، کارشناسان رایانه ای وغيره. بطور خلاصه، آقایانی مثل سورات و آسفا، هر دو تحصیل کرده دانشگاه های معتبرا

حقوقی نجومی (به ترتیب ۱۳۲۰۰۰ و ۱۶۷۰۰۰ در سال) (۲) برای شغلشان بعنوان تصمیم گیرنده.

براساس ریچارد فلوریدا، که از اغراق کردن ابائی ندارد، «طبقه خلاق» سی درصد جمعیت فعال آمریکا را تشکیل داده اما هفتاد

درصد قدرت خرید را در اختیار دارد. برای جلب کردن این خزانه، اقتصاد دان راه حلی پیش ساخته پیشنهاد میکند: طراحی شهر

به دلخواه آنان. این افراد، اکثرا جوان و با درآمدی قابل توجه، برخلاف «*یقه سفیدهای*» گذشته، دیگر تمایلی به زندگی کردن

در حومه شهرها ندارند و «*مرکز شهرهای پویای*» شبیه اروپا را ترجیح میدهند، جایی که میتوان با دوچرخه برسر کار رفت، در ساعت

سه صبح رستوران بازی پیدا کرد و محصولات حاصل از تجارت منصفانه مصرف کرد. آنها بویژه « سرزندگی خیابانها، کافه های

مستقل، هنر، موسیقی و سرگرمی های در هوای آزاد» و نیز زندگی کردن با « افرادی از خاستگاه های مختلف» را دوست دارند.

بنابراین، شهرداری هائی که میخواهند گلیم خودشان را از آب بیرون کشند بایستی این تقاضا ها را در نظر گرفته و تصویر خود را، با

ایجاد مسیر ویژه برای دوچرخه سواران، با ساختن سالن های کنسرت و موزه، با مبارزه بر علیه تبعیضات، با سرمایه گذاری در

دانشگاه های معتبر و غیره، دگرگون کنند.

ریچارد فلوریدا نظریه اش را در « سه T موفقیت اقتصادی» بسته بندی کرده است: بردباری (tolérance)، استعداد (talent) و

فناوری (technologie). سپس، با ادغام داده های ناهمگون در یکدیگر (نسبت زوج های همجنس گرا، خارجیان و اقلیت های

پیدا، تعداد اختراعات ثبت شده و شرکت های نوپا، نسبت دیپلمه ها ...) شاخص ها ورده بندی هائی (شاخص « همجنس گرا».

«غیرمتعارف»، «استعداد» ..) ایجاد کرده است که مرتبا به روز میکند (برای اینکه شهر ها بتوانند پیشرفتشان را بسنجند) و آنها را

(برای دست یابی به بازارهای جدید) به اروپا و کانادا نیز گسترش داده است.

این روش فوراً اعضای « طبقه خلاق»، شادمان از اینکه بعنوان راه حل مشکلات کشور معرفی میشدند، را مجذوب کرد: رسانه ها،

تصمیم گیران دولتی و مدیران شرکت ها ریچارد فلوریدا را تحسین میکردند و او برای سخنرانی به چهار گوشه جهان دعوت شد.

هر کدام از کتابهایش، او هر دو سال یکبار یک کتاب می نویسد، برای او موج نوینی از درود و دعوت به سخنرانی به همراه دارد تا

جائیکه توصیه هایش، در رقابت جهانی شهری، به درجه « تجربه برتر » ارتقاء یافته است: از سیدنی تا پاریس، از مونترال تا برلن،

هر کلان شهری میخواهد پویا، نوآور، هوشمند، خلاق، تجدید پذیر، متصل به شبکه ... باشد.

ده ها شهر آمریکائی به امید یافتن راه نجاتی برای حل معضل افت فعالیت های صنعتی به خدمات ریچارد فلوریدا و شرکت مشاورتی او، Creative Class Group رو آورده اند. برای شهرداری های دیگری که قبلا مسیر خلاق بودن را درپیش گرفته بودند، این مهر تائیدی بر تصمیمشان بود وازینرو تلاش خویش برای جلب کارگران فکری را افزایش دادند. سیاتل، که شهردارش استاد را در سال ۲۰۰۳ برای ایراد یک سخنرانی دعوت کرده بود، دراین مقوله میگنجد.

شهر زمردی ونواحی پیرامونش مدت مدیدی با اقتصاد قدیمی زندگی کرده بودند : بهره برداری از چوب، که در منطقه فراوان است، صنایع کشتی سازی وفعالیت بندری به لطف یکی از مهمترین بنادر آمریکای شمالی. وبویژه صنعت هوا- فضائی با تکیه برقهرمان محلی یعنی بوئینگ که پس از جنگ دوم جهانی دراوج اقتدارش بود. درآنزمان، شرکت ها برای تنوع دست وپا نمی شکستند اما دستمزدهای خوبی که پیشنهاد میکردند باعث پیدایش یک طبقه متوسط سیاه شده بود. در سال ۱۹۷۰، ۴۹ درصد خانواده های آفریقائی- آمریکائی King County، ناحیه ای که سیاتل در آن قراردارد، صاحب خانه شان بودند درحالیکه در سطح ملی، این رقم، با در نظر گرفتن تمامی اقشار، ۴۲ درصد بود. این رقم امروزه به ۲۸ درصد کاهش یافته است (۳). آقای جان فوکس، بنیان گذار اتحاد جابجاشدگی سیاتل (Seattle Displacement Coalition) که بیش از سی سال است که برعلیه بورژوا شدن شهر مبارزه میکند، معتقد است که این کاهش « ناشی از توسعه فناوری های نوین است». او ادامه میدهد « در طی بحران سالهای ۱۹۷۰، بوئینگ هزاران کارگر، تکنیسین ومهندس را اخراج کرد. تعداد جمعیت شهرآغاز به افول کرد وبازار مسکن سقوط کرد. از آنجائیکه که زمین گران نبود، شاهد هجوم سرمایه های خصوصی بودیم که میخواستند مرکز شهر را « توسعه مجدد» دهند. از سالهای ۱۹۸۰ به بعد، ساختمانهای اداری در همه جا سربرآوردند و کارکنان جوان وزوج های بدون فرزند به شهر سرازیر شدند». باقی قضایا، حکایت « استعداد ها» است.

در سال ۱۹۸۶، آقای بیل گیت دفتر مرکزی مایکروسافت را به ردmond در شمال شرقی سیاتل منتقل میکند. در آن زمان، این مجموعه بیش از ۸۰۰ کارمند، که در شش ساختمان مستقر شده بودند، نداشت در حالیکه تعداد آنان در حال حاضر ۴۴ هزار نفر است. در سال ۱۹۸۷، آقای هوارد شولتز Starbucks Corporation را تاسیس میکند که کافه های شیکس سراسر جهان را تسخیر میکنند. سپس، در سال ۱۹۹۴، آقای جف بزوس آمازون را ایجاد میکند : کتابفروشی آنلاین ساده به سرعت به غول تجارت الکترونیکی تبدیل میشود. سیاتل، در سپیده دم سالهای دوهزار، وقتی که کتاب ریچارد فلوریدا منتشر میشود، در رده پنجم شاخص «خلاقیت»، که تمام شاخص های دیگر را فرا میگیرد، قرار دارد. سیاتل در همان زمان نیز همچون نمونه اولیه یک کلان شهر جدید و نوآور محسوب میشد، بگونه ای که اداره جهانگردی در فکرتراحی برای تعویض لقب سنتی شهر، یعنی شهر زمرد، با یک بند بازی گویشی و در رابطه با اینترنت، « See@L » (۴) است ولی سرانجام منصرف میشود.

پروفسور فلوریدا، مجذوب این همه جسارت، هیچوقت از نام بردن این کلان شهر برای اثبات الگوی مورد نظرش دریغ نمیکند. در عوض، این شهر نیز برای دفاع از صحت سیاست در پیش گرفته شده اش به این کارشناس استناد میکند.

بهشت «نوپرستان» کجاست؟

از پانزده سال پیش تاکنون، سیاتل، در جنگ میان شهرهای آمریکائی برای جلب استعدادها، همچون رقیب خطرناکی شهرت یافته و همه چیز را بکار گرفته است تا خود را با « سه T » منطبق سازد. برنامه شهرسازی تبدیل کارخانه های قدیمی به دفاتر پرزرق و برق برای کارکنان نازپرورده رامیسر ساخته و برای آنان مسیر دوچرخه سواری احداث میکند و توسعه باغهای اشتراکی وزیست محیطی را رواج میدهد. سیاتل با اتکاء بر برنامه هائی چون Startup Week-End و Startup Seattle، که هر ساله

در شهرداری برگزار میشود، «تفکر شرکت نوپا» را تشویق میکند. این شهر همچنین بواسطه طرح ابتکار عمل برای عدالت نژادی

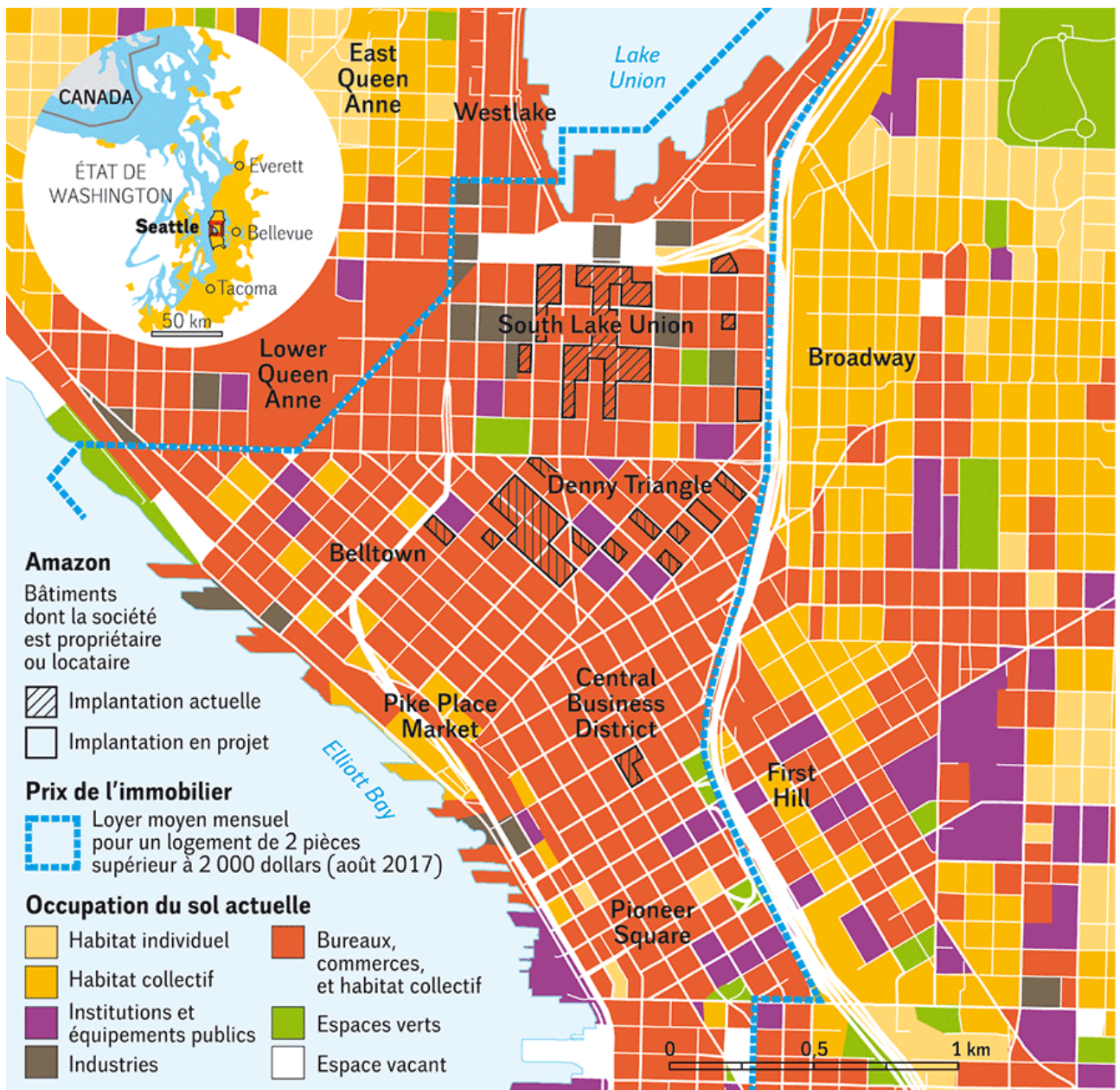
و اجتماعی بر علیه «نژاد پرستی نهادین» به مبارزه برخاسته است. شرکت ها نیز در این مبارزه سهیمند. شرکت Starbucks

در چهارچوب همکاری با گروه تئاتر سیاتل به «هنرمندان جوان صحنه ای برای درخشیدن» اعطاء میکند. آمازون به سهم خویش

قول تنوع در دفاترش را میدهد و برای این کار برنامه های متعددی دارد : Glamazon برای «جامعه دگرباشان جنسی».

Amazon People for Black Employee Network برای سیاه پوستان، Women@Amazon برای زنان،

Disabilities برای معلولین و غیره و غیره. با Amazon Warriors حتی کهنه سربازان نیز از قلم نیفتاده اند.



Sources : « Seattle 2035. Comprehensive Plan », novembre 2016 ; Zumper.com, octobre 2017 ; The Seattle Times ; « Amazon office buildings », www.geekwire.com

CÉCILE MARIN

سیاتل، شهر دفاتر سسیل مارن

همه این اقدامات نتیجه دار بوده اند : سیاتل در «رده بندی خلاقیت سال ۲۰۱۲» مقام چهارم را از دست شهر اوستین تگزاس

گرفت. در همان سال مجله جهان گردی *Travel+Leisure* عنوان طمع برانگیز « بهترین شهر برای نوپرستان» را به سیاتل

اهدا کرده و آنرا در سطح برتری نسبت به همسایگان کرانه باختری، پورتلند و سان فرانسیسکو، قرار داد. چهار سال بعد، شرکت

مطالعات بازاریابی *Infogroup* که «شاخص نوپرستی» آن تعداد خال کوب ها، فروشندگان دوچرخه، کافه های مستقل، آبجو

سازی های غیر صنعتی، فروشگاه های لباس دست دوم و مغازه های مختص موسیقی را برآورد میکند (۵)، دوباره این عنوان را به سیاتل اعطاء کرد. بر اساس یک ماهنامه محلی، سیاتل از این پس جایست که « مردم برای نوآوری، برای بودن آنچنان که می خواهند، برای زندگی کردن با دیگرانی که اکثرشان تفکراتی مشابه با آنان دارند» به آن می آیند (۶).

افزایش چشم گیر جمعیت این شهر، با جلب دیپلمه ها از سراسر جهان، در سالهای اخیر تسریع شده - بین ژوئیه ۲۰۱۵ و ژوئیه ۲۰۱۶، ۲۱ هزار نفر از راه رسیده اند - و تعداد ساکنان آن هم اکنون به ۷۰۰ هزار نفر میرسد. هر ساله، شهرت پیشین، تعداد بیشتری از افراد با دیپلم بالاتر، مرفه تر، سفید پوست و مذکر را به سوی خود جلب میکند. مهندسين، متخصصان رایانه، نابغه های الگوریتم یا بازار یابی، تبلیغات چینی که برای آمازون، مایکروسافت ویا ستاربوکس، در مراکز فناوری گوگل ویا فیس بوک ویا در شرکت های نوپای محلی متعدد کار میکنند. بر اساس آخرین سرشماری، در سیاتل برای هر ۱۱۸ مرد بین ۲۵ تا ۴۴ سال، ۱۰۰ زن در همین مقطع سنی یافت میشود. در بعضی محله ها مثل Central District، نسبت جمعیت سیاه پوست از ۷۳ درصد در سال ۱۹۷۰ به کمتر از ۲۰ درصد کاهش یافته است (۷).

سیاتل همیشه خواسته است که خود را متفاوت از Silicon Valley، که گول های اینترنت، به جز چند استثناء، در مجموعه های خود کفا شامل رستوران، آرایشگاه، سالن ورزشی و مطب پزشکی و در حومه شهر مستقر شده اند، نشان دهد. اینجا، اکثر شرکت ها در مرکز شهر و در مجله های قدیمی کارگری و صنعتی اقامت گزیده اند. بر روی سایت آمازون و در لحنی بسیار «فلوریدائی» توضیح داده میشود که « گرچه مستقر شدن در حومه برای ما ارزان تر تمام میشود، اما ما آگاهانه مرکز شهر را انتخاب کردیم. (...)

کارمندان ما علاقه مند به در مرکز شهر بودن هستند. پانزده درصد از کارمندان ما در همان محله محل کارشان سکونت دارند و

بیست درصد از آنان پیاده به سرکارشان می‌آیند». این شرکت چنان از «پردیز شهری» خود مفتخر است که هفته ای دو بار بازدید رایگان از آنرا پیشنهاد میکند و برای چنین بازدیدی باید از سه ماه قبل جا رزرو کرد.

غول فروش آنلاین امروزه صاحب سی و سه ساختمان در شهر زمردی میباشد. طرحهای دیگری نیز در دستور کار قرار دارند، بویژه چهاربرج صد و پنجاه متری و سه نیمکره عظیم شیشه ای که آمزون آنها را همچون دفاتر آینده، حافظ محیط زیست، نو آور و در خدمت بهزیستی کارمندانش معرفی میکند. این «گنبد های بیولوژیک» (biodômes)، مرغزاری سبز در میان اتوموبیل ها، سیصد گونه گیاه، درخت، دیواری گیاهی، آبگپرو پل های معلق را در بر خواهند گرفت که متخصصان رایانه ای برای حضور در سالن کنفرانس، آویخته بسان آشیانه پرنده ای، از آن استفاده خواهند کرد.

هم اکنون چهل هزار نفر در دفتر مرکزی سیاتل کار میکنند. این شرکت به گونه ای آنچنان شتاب زده کارمندان جدید استخدام میکند که ناچار است برای اینکه آنها راهشان را پیدا کنند، در نقاط مختلف شهر تابلوی راهنمایی نصب کند. آمزون، به کمک Vulcan، شرکت پل آلن، بنیان گذار مشترک مایکروسافت، که آقای بزوس در سال ۲۰۱۲ یازده ساختمان به قیمتی بیش از یک میلیارد دلار از آن خریده است، تارش را در محله South Lake Union تنیده است. South Lake Union که قبلا محله پریچ و خم انبارها، کارگاه ها و فروشندگان اتوموبیل بود، از این پس به مرکزی تجارتي درهواي آزاد، با درختچه های بخوبي حرس شده، پیاده روهای تازه و فاقد ته سیگار شبیه شده است. شب ها و در ساعات کار اداری خالی از جمعیت، خیابانهای این محله به هنگام نهار پر از افرادیست که کارت شناسائی آبی رنگ شرکت را بر سینه آویزان کرده اند. جوانانی از تمام خواستگاه ها، با تی شرت و شلوار کوتاه وقتی که هوا خوب است، به سوی کامیون های فروش غذا ویا رستوران ها، با لیست غذاهائی از مناطق دوردست، بیولوژیک و بی گلوتن هجوم می‌آورند.

حمام برای سگ ها و پرورش مرغ بیولوژیک

جرثقیل ها و لودرها در مرحله های مجاور، که قبلا کارگران در آنها زندگی میکردند، آغاز به کار کرده اند. ساختمان سازان، قطعه قطعه، آخرین محل سکونت جمعیت مردمی را تخریب میکنند تا به جایش مجموعه هائی بسازند که امکانات آنها برای مشتریان پرتوقع در نظر گرفته شده است. در میان بناهای جدید، ساختمانی به چشم میخورد که از جمله مشخصاتش میتوان از باغچه ای در پشت بام، فضائی عمومی برای حمام دادن به حیوانات خانگی و آشپزخانه ای که در آن آشپزهای معروف کاردانی خود را به نمایش میگذارند یاد کرد. ساختمان دیگری، یک واحد پرورش مرغ بیولوژیک اشتراکی، آفتاب خانه ای مجهز به نانو ویک سالن بازی پوکر پیشنهاد میکند. بنای سومی، حمام برای سگ و گربه، وسایل لازم برای درست کردن آبجو و آزمایشگاهی برای خلاقیت نجاران بی تجربه در اختیار میگذارد. قیمت ها نیز خلاقیت خویش را به رخ میکشند: کرایه اطاق کوچکی در این بناهای تجملی حداقل ۱۵۰۰ دلار در ماه است. سفته بازی ساختمانی که پیش از این به مرکز شهر محدود میشد، بتدریج که شهرداری قوانین منطقه بندیش را تغییر داده و اجازه ساختمان سازی در مرحله های ویلائی پیشین را صادر میکند، به سراسر شهر گسترش یافته است. خانم لیندا ملوین، ساکن محله ای بنام بالارد، که نامش را به این پدیده داده است، با لبخندی میگوید: «این چیزه بالاردی شدن مصطلح شده است». او با اشاره به این ساختمانهای جدید بدون جذابیت، چهار گوش که برای او، بدلیل واضح، یادآور «مکعب های لگو» هستند، این روند را بدینگونه تشریح میکند: «ساختمان سازان در ابتدا دو یا سه خانه می خرنند و سپس ساختمانی با پانزده و یا بیست آپارتمان میسازند که آنها را با کرایه ای نجومی اجاره میدهند. اینکار باعث ناپدید شدن فضای سبز، کاهش جا برای پارک کردن اتوموبیل، ایجاد راه بندها در خیابانها و افزایش قیمت در بازار مسکن میشود». ما از جلوی ساختمانی عبور میکنیم که با پنجره های کوچک مربع شکلش بیشتر شبیه زندان است. خانم ملوین ادامه میدهد: «ساختمان سازها این آپارتمان ها را میکرو آپارتمان

« نام گذاشته اند. اینها برای دانشجویان ویا افراد تنها هستند...». این قطعات تقریباً ده متری، که همزمان اطاق، آشپزخانه و دوش

هستند، بین ۸۰۰ تا ۹۰۰ دلار در ماه به اجاره گذاشته میشوند. این کم هزینه ترین راه حل مسکن است مگر اینکه کسی بخواهد در

زیرچادری دریک پارک، در زیر یک پل ویا در کنار خروجی یک بزرگراه بخوابد، کاری که ۱۰۷۳۰ بی سرپناه King County

ناچار به انجامش هستند. تعداد بی سرپناهان در گذشته هرگز به این حد نرسیده بود و به نسبت سال ۲۰۱۶ هشت درصد افزایش

یافته است.

از زمان توسعه سریع آمازون، قیمت مسکن هر ساله ۱۰ درصد پیشرفت میکند. آقای فوکس تأیید میکند که «هیچ چیز مانع افزایش

کرایه از سوی مالکین در هر زمانی که بخواهند نیست (۹) و شهر در حال غیر قابل دسترسی شدن برای طبقات مردمی است. با این

همه برای رستوران ها گارسون و برای مغازه ها صندوق دار لازم است ... اما از آنجائیکه آنها نمیتوانند در سیاتل مسکنی بیابند،

ناچارند که هر چه بیشتر از سیاتل دور شده و در حومه های مثل کنت، رنتون، توکویلا ویا اوریلیا... ساکن شوند». در واقع اکثریت

قریب به اتفاق کارگران کم مهارتی که ما با آنها ملاقات کردیم (تعداد بسیاری زن از اقلیت ها) ساکن سیاتل نیستند. همگی آنها،

کارگرسوپرمارکت، راننده برای شرکت اوبر، خدمتکار خانگی، نگهبان بانک، فروشنده دریک رستوران غذای فوری، بلیط فروش در

یک موزه... برای رسیدن به محل کارشان ناچارند ده ها کیلومتر طی کنند. تصمیم اتخاذ شده در ۲۰۱۴ برای افزایش حداقل

دستمزد به ۱۵ دلار در ساعت در ۲۰۲۱، تورم هزینه مسکن را جبران نمی کند. خانم کشاما ساوانت، یکی از نمایندگان شورای

شهر انتخاب شده در سال ۲۰۱۳ در میان هفت دموکرات و اولین «سوسیالیست» در شهرداری از ۱۸۷۷ تاکنون، با گویشی

مارکسیستی میگوید که « نیروهای بازار آنچنان ناکارآمدند که قادر نیستند برای کارگرانی که اقتصاد به آنان نیاز دارد مسکن بیابند.

این مثال بارز «تضاد سرمایه داری» است». برای این دکتر اقتصاد، که بهنگام انتخابات مقدماتی ۲۰۱۶ دموکرات ها از برنی ساندرز

حمایت میکرد، راه حل این مسئله استقرار کنترل اکید کرایه خانه است.

شهر خلاق ریچارد فلوریدا نیز با «تضاد هایش» دست به گریبان است. بعضی سیاست های به ظاهر ترقی خواه و با انگیزه ملاحظات اخلاقی، بهداشتی و یا زیست محیطی، در واقع به زیان اقشار مردمی تمام میشود. قصیده سرائی در باره تنوع نژادی و جنسی با هدف جلب استعداد های جوان بطور غیر مستقیم به بازپس رفتن تنوع اجتماعی منجر میشود. مالیات بر کیسه های کاغذی و عوارض برای عبور از روی یکی از پل های دریاچه واشینگتن به منظور خاتمه دادن به راه بن‌دان، بویژه بر دوش افراد کم درآمد سنگینی میکند. ساختن مسیری برای دوچرخه سواران و یا ساختمانی «سبز» نیز اغلب اوقات بالارفتن کرایه خانه را پیشگوئی میکند. اما مضحک ترین مثال، بی تردید برنامه مبارزه با چاقی مفرط است. سیاتل، برای پیروی از دیگر شهرهای «هوشمند» (برکلی، شیکاگو، فیلادلفیا،...)، در ژوئن ۲۰۱۷ برلیموناد های حاوی شکر مالیات وضع کرد. این مالیات حدوداً یک دلاری برای بطری های دو لیتری، مخصوصاً نوشابه های گازدار، که در اقشار مردمی مصرف زیادی دارند، را نشانه گرفته است در حالیکه نوشابه های حاصل از شیر، latte و یا frappucinos که مورد علاقه محافل مرفه بوده و به همان اندازه انرژی زا هستند، توسط شورای شهر نادیده گرفته شده اند.

آقای توبی تالر، وکیل بازنشسته ساکن محله فرمونت، که در حال بالاردی شدن است، و مبارز جناح چپ حزب دموکرات، اظهار تأسف میکند که « همه جا مردم ذوق زده میشوند : «آه، سیاتل، این راهنمای روشن بین ترقی خواهی»... اما ما در شهری زندگی میکنیم که نابرابری عمیقی در آنجا حکمفرماست! ما قادر نیستیم اقشار مردمی خودمان را اسکان دهیم، ساختمان سازان پایشان به شهرداری باز است و از آنجائیکه در ایالت واشینگتن مالیات بر درآمد وجود ندارد، ما عقب گراترین سیستم مالیاتی را حفظ کرده ایم :

میزان مالیات و عوارض پرداخت شده توسط ثروتمندان کمتر از آن چیزی است که فقرا می پردازند.»

او بویژه از اینکه شهرش یک مالیات تأثیری (*impact fee*) به ساختمان سازان تحمیل نمی کند، مالیاتی که اکثر شهرهای همجواری وضع کرده اند، متأسف است. تعداد زیادی از گروه های مردمی از این خواسته حمایت میکنند. خانم سوزانا لین، عضو انجمن رشد منصفانه سیاتل (*Seattle Fair Growth*) وساکن محله والینگفورد، که اخیراً توجه ساختمان سازان را جلب کرده است، توضیح میدهد که « ساختمان سازان نمی توانند فقط بسازند، بسازند و باز هم بسازند. آنها باید پاسخگوی عواقب برنامه هایشان نیز باشند: برای ایجاد مدارس، حمل و نقل، جاده ها، نگهداری فاضل آبها، حفاظت برعلیه آتش سوزی ... باید سرمایه گذاری کنند».

طرح جدید شهرسازی ساختمان سازان را محسور میکند

نمایندگان شورای شهر، بجای رنجاندن لابی های *R. C. Hedreen, Vulcan Real Estate* و *City Investors LLC* که سخاوتمندانه به مبارزات انتخاباتی آنان کمک مالی می رسانند (۱۰)، به برنامه دسترسی به مسکن و قابلیت زندگی (*Housing Affordability and Livability Agenda*) که به «مذاکرات بزرگ» ملقب شده است اتکاء میکنند:

شهرداری می پذیرد که برنامه شهرسازی اش را تغییر داده و مجوز ساختمان سازی متراکم در مناطق ویلائی را صادر کند و بدین ترتیب به خواست ساختمان سازان پاسخ مثبت دهد و در عوض، آنها متعهد میشوند که در برنامه هایشان ساخت بین دو تا نه درصد (بسته به محلات) مسکن ارزان قیمت قابل دسترسی را گنجانیده ویا مالیات بدهند. آقای سورات، در دفترش که مشرف به محله تجاری سیاتل است، اطمینان میدهد که « این برنامه ساخت پنجاه هزار مسکن در ده سال آینده را میسر میسازد. افزایش عرضه مانع از بالا رفتن قیمت ها خواهد شد». خانم لین چنین ادعائی را نمی پذیرد: « ما کماکان در مسابقه رشد باقی مانده ایم...»

«مذاکرات بزرگ» سود ساختمان سازان را افزایش میدهد بی آنکه مشکل مسکن را حل کند. اضافه براین، چنین تصمیمی از بالا به

ما تحمیل شده است». در میان بیست و هشت عضو کمیته مسئول طرح شهرسازی، هیجده نفر حامی منافع ساختمان سازان و تنها یک نفر نماینده انجمن های محله ها ست.

دورتر، در بخش شرقی ایالت واشینگتن، در مناطقی مثل گرانت ویا آدامس، پرچم های رنگین کمان و باشگاه های یوگا و فروشندگان صفحه موسیقی نادر ویا نایاب هستند. در این آبادی های روستائی ویا صنعتی، جائیکه فقط کامیون ها از آن عبور میکنند، مردم، همچون در بیست و چهار منطقه فقیرترین ایالت، اکثرا به آقای ترامپ رای دادند. از نقطه نظر آنان، ترقی خواهی به شیوه سیاتل، که ترویج دهنده تنوع با گرایش خودباوری خلاق است ، که صنایع را رها کرده و بسوی یک جامعه دیپلمه ها می رود، که توسعه «سبز» را توصیه میکند در حالیکه اقتصاد محلی وابسته به بهره برداری گسترده از چوب و منابع معدنی است، یک بی شرمی بحساب می آید.

(Benoît Bréville)

فرستاده ویژه لوموند دیپلوماتیک

** مراجعه کنید به

https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%A2%D9%85%D8%A7%DB%8C%D8%B4_%D8%B3%D

8%B1%D8%B2%D9%85%DB%8C%D9%86 [یادداشت مترجم]

۱ - ریچارد فلوریدا، صعود طبقه خلاق : چگونه کار، تفریح، جامعه و هرچیز زندگی بواسطه آن متحول میشود. Basic Books.

نیویورک، ۲۰۱۲ (چاپ اول، ۲۰۰۱)

۲- یک دلار معادل ۰٫۸۵ یورو است.

۳ - جن بالک، فراز و فرود دهشتناک مالکین سیاه پوست خانه های *The Seattle Times*. King County. ۱۲ ژوئن

۲۰۱۷

۴ - سرین هوستون، «مردم نگاری شهر: خلاقیت، ماندگاری و عدالت اجتماعی در سیاتل، واشینگتن»، پایان نامه های جغرافیا، مقاله

۶۹، دانشگاه سیراکوز، ۲۰۱۱

۵ - کاترین براون هنت، «بهترین شهرهای آمریکا برای نوپرستان در سال ۲۰۱۲»، *Travel+Leisure*، نیویورک، نوامبر ۲۰۱۳

؛ «بژوهش: سیاتل بعنوان «نوپرست» ترین شهر در ایالات متحده از پورتلند پیشی میگیرد»، ۲۷ ژوئیه ۲۰۱۶.

www.infogroup.com

۶ - راشل هارت، «صفحات مقدس»، *Seattle Magazine*، آوریل ۲۰۱۷

۷ - جن بالک، «محل مرکزی در طول تاریخ سیاه پوست، در دهه آینده کمتر از ده درصد سیاه پوست خواهد داشت». *Seattle*

Times، ۲۶ مه ۲۰۱۵

۸ - ورنال کولمن، «بی سرپناهی در ایالت در سال گذشته افزایش یافته است»، *Seattle Times*، ۷ ژوئن ۲۰۱۷

۹ - اگر افزایش کرایه بیش از ده درصد باشد، آنها فقط مجبورند شصت روز پیش تر مستاجر را در جریان بگذارند.

۱۰ - مراجعه کنید به کزی جاورک، «چگونه آمازون وولکان امسال راهشان را بسوی شهرداری هموار کردند»، *Seattle*

Weekly، ۸ مارس ۲۰۱۶.**

انسان‌شناسی و فرهنگ ناشر نسخه فارسی لوموند دیپلماتیک در ایران است

لوموند دیپلماتیک نوامبر ۲۰۱۷