هوامش

من المعروف أنّ الأتراك يقبلون على تناول الشاي في مختلف المواسم، لكنّ إقبالهم عليه يزداد في موسم البرد، بالإضافة إلى مشروبات أعشاب ساخنة مختلفة، تحميهم وتعالجهم

الشاي مشروب تركيا الأشهر (نيكولاس إيكونومو/ Getty)

مشروبات الأعشاب

قائمة العلاج والوقاية من موسم البرد في تركيا

إسطنبول ـ **عدنان عبد الرزاق**

تفضل الستينية، تفيدة صايلن، من منطقة درامان بمدينة إسطنبول التركية، أن تسقي ابنها وحفيدها «شاي الأعشاب» قبل مغادرتهما المنزل كلّ صباح، لما لتلك المشروبات، من فائدة وحماية من أمراض الشتاء، إذ تبعد عنهما آلام الرأس وعدوى الأنفلونزا كما تقول لـ«العربي الجديد».

تتابع أنّ مشروبات الأعشاب الساخنة تمنح الجسم طاقة ومناعة، وهي أفضل من تناول القهوة برأيها.

وتشير السيدة التركية إلى أنّها تجعل حفيدها يتنشّق بخار الزهورات بتغطية رأسه بقطعة قماش وترك وجهه بمواجهة أبخرة الإبريق الذي تغلي فيه هذه الأعشاب، عدة مرات، قبل خروجه من المنزل في أيام الشتاء، معتبرة أنّ شرب الزهورات واستنشاق أبخرتها، يفيدان الصدر ويمنعان نزلات البرد «شريطة تحصين العنق وجبهة الرأس من البرد» ففي الجسم نقاط ضعف يكشفها البرد كما تقول، منها العنق وجبهة الرأس، بالإضافة للركبتين: «احم هذه المناطق ولن يؤذيك البرد».

وحول أنواع الأعشاب التي تستخدمها السيدة التركية المنحدرة من زيرة، على البحر الأسود، تقول: «خلال الشتاء يقلّ استخدام الشاي الأحمر، ويجري التركيز على شاي أهيلامور (الزيزفون)، وكذلك مزيج زهرة الزيزفون والليمون، وهذا النوع منتشر بجميع ولايات تركيا منذ قرون». تضيف أنّ «شاي البابونج، منتشر خلال فصل الشتاء لما له من أثر بعلاج الصدر والسعال وتهدئة الأعصاب، وهناك أنواع شاي أخرى، كالسيج (مريمية وشاي الرمان)».

وزاد الطلب على الأعشاب في تركيا مع حلول فصل الشتاء ما رفع أسعار الزيزفون والقنفذية والبابونج، للضعفين، بحسب بائع الأعشاب بمنطقة الفاتح، جيزمي خليل، فزاد سعر كيلو الزيزفون من 90 ليرة (11 دولاراً) إلى 150 ليرة (18,25) «والزيزفون الذي لا يرى الشمس أغلى».

ويشير خليل إلى زيادة شراء الأعشاب هذا العام والعام الماضي، أكثر من الأعوام السابقة، بالرغم من أنّ البرد بإسطنبول لم يكن قارساً، لكنّ المخاوف من عدوى نزلات البرد ثم وباء كورونا هي السبب برأيه. يضيف لـ«العربي الجديد» أنّ هناك أعشاباً وخلطات أخرى، زاد الإقبال عليها لما يقال عن إكسابها الجسم مناعة، حتى من كورونا، مثل القرنفل والزنجبيل والعسل عموماً وعسل الزيزفون خصوصاً: «وصل سعر نصف كيلو عسل الزيزفون إلى نحو 500 ليرة (61 دولاراً)».

يضيف أنّ في بلاده نوعين من «شاي الشتاء» الأول مزيج من الخروب وزهرة القنفذية والبابونج ويحلى بالعسل، والثاني شاي أهيلامور (الزيزفون) الذي يضيف إليه البعض، الزنجبيل والقرفة، فضلاً عن أنواع شاي ومشروبات ساخنة كثيرة تنتشر في تركيا خلال فصل البرد والثلوج، خصوصاً في الولايات الباردة مثل قيصري وأرضروم وبولو.

وعلى الرغم من أنّ الشاي هو مشروب الأتراك المفضل الذي توجهم، وفق لجنة الشاي العالمية، على قائمة أكثر شعوب العالم استهلاكاً للشاي، بمعدل 1,3 ألف كوب سنوياً للتركي الواحد، فإنّ مشروبات أخرى تدخل على خط منافسة الشاي بالشتاء، مثل البابونج والسحلب والمريمية والشاي الأخضر، بالإضافة إلى البوظة، وهي مشروب تركي ساخن يتم تحضيره من سميد الذرة والماء والسكر، ويباع معلباً بزجاجات لما عليه من إقبال خلال فصل الشتاء. لكنّ للشاي الأحمر بحسب العامل بمقهى «بامبي» في منطقة أدرنا كابيه بإسطنبول، فهري آيت، الحظوة والحضور الأكبر، لأنّ استهلاكه يزيد خلال فصل الشتاء. ويشير آيت إلى أنّ المشروبات الأخرى، من زيزفون وشاي ليمون ورمان وشاي أخضر، يزيد الطلب عليها خلال الشتاء، لكنّ الشاي الأحمر يبقى في المرتبة الأولى، ويزيد خلال فترة كورونا الطلب على الشلغم (شراب اللفت والشمندر الأحمر والجزر الأسود) للاعتقاد أنّه يحمي من الوباء، كما الاعتقاد بأنّ شاي الأعشاب يقي الجسم من الزكام وأمراض الشتاء، كما يقول.

بين غير الضار والمفيد والشافي، تفرّق الباحثة عائشة نور بين المشروبات في حديثها إلى «العربي الجديد». تقول: «تناول مشروبات الأعشاب الساخنة خلال فصل البرد، مفيد عموماً ولا يضرّ، لكن يجب التنبيه لمسألة، وهي كثرة تجار الأزمات، خلال تفشي الأمراض أو الأوبئة، فنسمع عن مركب عشبي يشفي من أمراض مزمنة أو خطيرة، كما نسمع اليوم عن خلطة عشبية لعلاج كورونا». تسوق الباحثة التركية ادعاء خبير أعشاب بولاية وان، ذاع صيته أخيراً، حول اكتشافه مستحضراً عشبيا للشفاء من كورونا: «أنا لا أسخف جهد وسعي أيّ شخص، لكنّي أنشد المنطق والعلم، فالسيد محمد ألاغييك معروف بتركيا بتحضيره خلطات عشبية مفيدة لبعض الأمراض، لكن أن يقول إنّه اخترع علاجاً طبيعياً يشفي بنسبة ما بين 95 و100 في المائة من كورونا، فهذا ما لم تتوصل إليه أكبر المختبرات البحثية العالمية». تكرر نور: «أتمنى ألا يفهم أحد أنّي أهاجم الطب البديل، فهو علم قائم بحدّ ذاته وكان طريقة العلاج قبل اكتشاف الأدوية، لكن أريد التفريق بين العلاج بالأعشاب والمواد الطبيعية المنطلق من العلم والبحث والتجارب، وبين التجارة بمشاعر وأزمات الناس».

باختصار

زاد الطلب على الأعشاب في تركيا مع حلول فصل الشتاء ما رفع أسعار الزيزفون والقنفذية والبابونج، للضعفين

■■■

مشروبات أخرى تدخل على خط منافسة الشاي بالشتاء، مثل البابونج والسحلب والمريمية والشاي الأخضر، بالإضافة إلى البوظة، وهي مشروب تركي ساخن يتم تحضيره من سميد الذرة والماء والسكر

■■■

نور: أريد التفريق بين العلاج بالأعشاب المنطلق من العلم، وبين التجارة بمشاعر وأزمات الناس

وأخيراً

وجبة إعلامية فاسدة

سعدية مفرح

كشفت الفترة الطويلة نسبياً التي استغرقتها عملية فرز الأصوات في الانتخابات الأميركية، أخيرا، عن هشاشة مخجلة في معظم مفاصل الإعلام العربي. ليس على صعيد الخبر وحسب، وهذا مفروغ منه تقريبا، بل أيضا على صعيد الرأي والتحليل والنقاش في إطار المعلومة أيضا. ففي حين بالغ هذا الإعلام، بكل توجهاته ووسائله، في الاهتمام غير المسبوق بتلك الانتخابات، ما ساهم في فرضها على مزاج المواطنين العرب في كل مكان، وجعلها شغلهم الشاغل، ونتيجتها باب الخلاص لهم مما هم فيه كل على حدة، بدا ذلك الاهتمام شكلانيا ومنحازا بشكلٍ مكشوف، بالإضافة الى الوهن التقني الذي عانى منه مقارنة بالمستوى الذي وصلت إليه وسائل الإعلام الأوروبية والأميركية على هذا الصعيد.

منذ بداية فرز الأصوات، وربما قبلها أيضا، تمايز فسطاطا ترامب وبايدن في الإعلام العربي بصورة صارخة الألوان على الشاشات التلفزيونية، وفي شاشات الأجهزة الذكية أيضا. وبدا واضحا أن من يتابع الأخبار باللغة العربية، ولا يملك ترف متابعتها على الشاشات الأميركية بالإنجليزية مثلا، أمام خياراتٍ متشابهةٍ في الأداء، وإن اختلفت في التوجهات، مع استثناءات قليلة جدا.

ومع الإيمان بأن كل وسائل الإعلام، مهما بلغت مهنيتها واحترافيتها، منحازة بدرجة أو أخرى، وبشكل أو آخر، إلا أن مستوى الانحياز في معظم وسائل الإعلام العربية اقترب من درجة الفضيحة، ليس على صعيد نشر الأخبار الكاذبة وحسب، ولكن أيضا في تمكين مجموعة ممن يطلق عليهم مصطلح «المحللين السياسيين» بإطلاق أمنياتهم على شكل تحليلات، ورغباتهم بهيئة نتائج متوقعة، وهم في الحقيقة يعتقدون أن في إمكانهم تمرير تلك الأمنيات والرغبات على بقية المتابعين باعتبارها حقائق!

وهكذا أصبح الخلط المتعمد، غالبا، ما بين الأمنيات وواقع التحليلات المعتمدة على المعلومات والأرقام ومعطياتها، هو السائد للأسف في معظم ما سمعناه وقرأناه. والمضحك أن بعضهم مستمرّ في نشر ترّهاته وخزعبلاته التحليلية، وحتى بعد أن كادت حرب الانتخابات أن تضع أوزارها وتغلق أبواب الرصد أبوابها، معتمدا على لغةٍ أشبه ما تكون بلغة ضاربي الودع ومنجّمي الشاشات في ليلة رأس السنة!

الغريب أن كثيرين، كما بدا من رصد عالم وسائل التواصل الاجتماعي في نسختها العربية، انساقوا فعلا وراء هؤلاء الدجالين من باعة الوهم التحليلي المكشوف، وتقبلوا بضاعتهم على أنها حقائق غابت عن الخبراء الحقيقيين ومراكز الرصد والمتابعة في العالم كله! فعلى سبيل المثال، قرأت مجموعة تغريدات متلاحقة منحازة بشكل فج لمعسكر ترامب، كتبها أكاديمي خليجي يوصف بأنه محلل سياسي وخبير في السياسة الأميركية، أظن أن جاريد كوشنر نفسه يستحي أن يكتب مثلها لصالح «عمه» ترامب. وعلى الرغم من أن المعلومات والأخبار اللاحقة والمجمع عليها من الجميع كشفت زيف ما كتبه هذا المحلل، إلا أنه رفض التراجع، وأصرّ على مزيد من خزعبلاته التي يقدّمها لمتابعيه باعتبارها الحقيقة الغائبة إلا عنه!

ولعل هذا الإعلام الفردي يهون أمام سقطات ما يسمى الإعلام الرسمي أو التقليدي الذي ظن أن مهمته الحقيقية تعزيز صورة المعسكر الذي يناصر حكومته وحسب، فإن كانت الحكومة ترامبية الهوى نجد أن هذا الإعلام قد تحوّل إلى ترس في مكينة ترامب الإعلامية، ولكن بنسخة عربية، والعكس صحيح!

وهكذا وجد المواطن العربي الذي فرضت عليه حالة الانتخابات الأميركية، وأصبحت واقعا يوميا بالنسبة له، حتى لو لم يكن مهتما بها أساسا، إلى حد التخمة، ولكن الأسوأ من حالة الشعور بالتخمة أنها بسبب وجبة إعلامية فاسدة للأسف.

> مستوى الانحياز في معظم وسائل الإعلام العربية اقترب من درجة الفضيحة

سعر النسخة: مصر **جنيهان**، تونس **900 مليم**، لبنان **1000 ليرة**، قطر **3 ريالات**، السعودية **3 ريالات**، الكويت **200 فلس**، الإمارات **3 دراهم**، عمان **300 بيزة**، البحرين **300 فلس**، الأردن **400 فلس**، العراق **500 دينار**، المغرب **4 دراهم**، الجزائر **ديناران**، اليمن **50 ريالا**، سورية **25 ليرة**، السودان **10 جنيهات**، ليبيا **200 درهم**، موريتانيا **35 أوقية** ◻ UK **£ 1,20**, Austria **€ 2,20**, Belgium **€ 2,20**, France **€ 2,20**, Germany **€ 2,30**, Holland **€ 2,30**, Italy **€ 2,10**, Spain **€ 2,20**, Switzerland **CHF 3,50**
Turkey **TL 5,00**, USA **$ 2,00**