payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۱۶۶۳
سه‌شنبه / ۲۱ مرداد / ۱۳۹۹
۲۱ / ذوالحجه / ۱۴۴۱
11 / August / 2020

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیر مسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار تعاون، خیابان فرهنگ، جنب کانون کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۳۸۳۸ - ۳۲۵۳۴۳۴۳ - ۰۲۶- ۳۲۵۵۳۸۳۸ فکس ۳۲۵۵۳۸۳۸
فکس اینترنتی پیام آشنا: ۰۲۱- ۹۷۸۶۷۳۹
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۴۳/۶۶
چاپ: کارگر

کافه پیام

برای انعکاس نظرات و گلایه ها و پیشنهادات خود درباره مسائل البرز با پیام آشنا تماس بگیرید

۳۲۵۵۳۸۳۸
۳۲۵۴۱۴۹۵
۰۹۰۱۴۰۴۸۳۳۳

خبرچه

طرح آمریکا برای شبکه اینترنت پاک

وزیر امورخارجه آمریکا در بیانیه‌ای به ۵ بند جدید برای برنامه شبکه پاک اینترنت اشاره کرده که هدف آن جلوگیری از دسترسی رقیبا به اطلاعات حساس کاربران و کسب‌وکارهاست. مایک پمپئو وزیر امورخارجه آمریکا در بیانیه خبری از گسترش برنامه‌ای به نام «شبکه پاک» خبر داده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، هدف دولت آمریکا از ارائه این برنامه جلوگیری از جمع‌آوری اطلاعات شهروندان خود و همچنین اطلاعات حساس توسط کشورهای دیگر از جمله چین است. طبق بیانیه پمپئو، این طرح شامل ۵ بند جدید برای محافظت از زیربنای ارتباطی و فناوری این کشور است. برنامه‌های مذکور با توجه به استانداردهای امنیت دیجیتالی و همچنین طرح «سیر پاک 5G» ارائه شده‌اند. این طرح در ۳۰ آوریل سال‌جاری برای تضمین امنیت انتقال اطلاعات در شبکه‌های 5G آمریکا به واحدهای دیپلماتیک در سراسر جهان و آمریکا ارائه شده است. ۵ بند جدید برنامه شبکه پاک عبارتند از:

ابزار مخابراتی پاک: هدف از این بند قطع ارتباط اپراتورهای ناامن با شبکه‌های مخابراتی آمریکاست. چنین شرکت‌هایی نباید سرویس‌های بین‌المللی به آمریکا فراهم کنند.

ذخیره پاک: این بند شامل حذف اپلیکیشن‌های نامعتبر از اپ‌استورهای موبایل آمریکا است. اپلیکیشن‌های خطرناک امنیت افراد را تهدید و علاوه بر آن به گسترش ویروس‌ها و اخبار جعلی کمک می‌کنند. اپلیکیشن پاک: از نصب پیش فرض یا دانلود اپلیکیشن‌های معتبر در موبایل‌های نامعتبر جلوگیری شود.

لبر رایانشی پاک: جلوگیری از ذخیره و فرآوری شدن اطلاعات شخصی و مالکیت‌های معنوی کسب‌وکارها از جمله تحقیقات کووید-۱۹ در سیستم‌های لبر رایانشی که رقبای آمریکا به آنها دسترسی دارند.

شبکه کابل اینترنت پاک: تضمین آنکه کابل‌های اینترنتی زیر دریایی آمریکا که این کشور را به اینترنت جهانی متصل می‌کنند توسط رقبا و عاملان خطرناک دستکاری نشوند. در همین راستا با شرکای خارجی همکاری می‌شود تا کابل‌های اینترنت زیردریایی در سراسر جهان در معرض خطر قرار نگیرند.

ام‌تی‌ان به دنبال فروش سهام اسپنب

شرکت آفریقایی ام‌تی‌ان (MTN) که اخیرا اعلام کرده بود قصد دارد از بازار خاورمیانه خارج شود، اعلام کرد که به‌دنبال فروش سهام خود در استرلت‌آب است نیز هست. رلف ماینتنا مدیر مالی گروه ام‌تی‌ان که بزرگترین اپراتور تلفن همراه آفریقاست، اظهار کرد: «اگرچه اسپنب جایگاه برتر را در بازار تاکسی اینترنتی این در اختیار دارد اما امتی‌ان از سرمایه‌گذاری در این اپلیکیشن، رایک کسب‌وکار غیراصلی می‌بیند و سوی دیگر شرکت MTN ترسل همچنان برای این گروه کلیدی است.

به گزارش پیام آشنا، راب شورت، مدیرعامل شرکت MTN اواخر هفته گذشته اعلام کرد این شرکت قصد دارد از بازار خاورمیانه خارج شده و در بازار آفریقا متمرکز شود. به گفته وی، فضای خاورمیانه پیچیده‌تر شده و این منطقه سهم کمتری در درآمدهای این گروه پیدا کرده است. گروه MTN در آستیب آب نسبت نیز هست. رلف ماینتنا مدیر مالی گروه ام‌تی‌ان که بزرگترین اپراتور تلفن همراه آفریقاست، اظهار کرد: «اگرچه اسپنب جایگاه برتر را در بازار تاکسی اینترنتی این در اختیار دارد اما امتی‌ان از سرمایه‌گذاری در این اپلیکیشن، رایک کسب‌وکار غیراصلی می‌بیند و سوی دیگر شرکت MTN ترسل همچنان برای این گروه کلیدی است.

به گزارش پیام آشنا، راب شورت، مدیرعامل شرکت MTN اواخر هفته گذشته اعلام کرد این شرکت قصد دارد از بازار خاورمیانه خارج شده و در بازار آفریقا متمرکز شود. به گفته وی، فضای خاورمیانه پیچیده‌تر شده و این منطقه سهم کمتری در درآمدهای این گروه پیدا کرده است. گروه MTN در آستیب آب روزانه دو میلیون سفر در این دارد، ۲۳ درصد سهم دارد. به گفته مدیرعامل گروه MTN، خروج این شرکت از خاورمیانه تدریجی انجام خواهد شد و در آینده زیرمجموعه‌هایش در یمن، افغانستان و سوریه به فروش گذاشته خواهد شد. این بازارها تنها حدود ۴ درصد در درآمد ناخالص MTN سهم دارند. سهم ۲۹ درصدی این شرکت در MTN ایرانسل در مدت سه تا پنج سال آینده فروخته خواهد شد. مدیرعامل MTN اظهار کرد: در آمد خدمات ایرانسل یک سوم رشد کرده و فروش دیتای این شرکت در سال گذشته در بحبوحه چالش‌های ناشی از کاهش ارزش ارز و تورم بالا، تحریم‌های اقتصادی و شیوع ویروس کرونا نیز بالا شد. خالص کردن درآمد از ایران که دومین بازار بزرگ MTN از نظر شمار مشترکان است، به دلیل تحریم‌های وضع شده از سوی رئیس‌جمهور آمریکا دشوار بوده است. این شرکت پیش از وضع مجدد تحریم‌های آمریکا در ماه مه سال ۲۰۱۸، موفق شد یک میلیارد دلار از درآمدش را از ایران خارج کند.

مهاجرت تبلیغات کنندگان از تیک‌تاک آغاز شد

اپلیکیشن اشتراک ویدئوی چینی تیک‌تاک تبلیغات کنندگان را برای ممنوعیت احتمالی این برنامه در آمریکا آماده کرده و به آنها پیشنهاد داده است که در صورت تمایش داده نشدن تبلیغات، پولشان پس داده شود. کسب‌وکار تبلیغات تیک‌تاک نوپا است و درآمد یک میلیارد دلاری که تیک‌تاک برای سال ۲۰۲۰ پیش‌بینی کرده است تنها بخش کوچکی از درآمد بابت دنس، شرکت مادر آن است. اما تیک‌تاک به فضای محیطی برای برندهایی تبدیل شده که به دنبال جذب مخاطبان جوان هستند که از این برنامه برای ساخت و انتشار گذاری ویدئوهای خود استفاده می‌کنند.

به گزارش پیام آشنا، ایپ‌سال، از مدیران آژانس تبلیغاتی هلوانس مدیا با اشاره به اطلاعیه‌ای که از تیک‌تاک دریافت کرده‌اند، اظهار کرد: تیک‌تاک اعلام کرده که همچنان به اجرای توافق‌های تبلیغاتی ادامه می‌دهد و اگر نتواند تعهداتش را انجام دهد، پول تبلیغات کنندگان را برمی‌گرداند. همچنین در حال همکاری با اینفلوئنسرهای بزرگ است تا در صورت ممنوعیت تیک‌تاک در آمریکا بتوانند به پلتفرم‌های دیگر مهاجرت کنند.

دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا روز پنج‌شنبه اعلام کرد که از ۱۵ سپتامبر معاملات مالی شرکت‌های آمریکایی با اپلیکیشن‌های چینی تیک‌تاک و وی‌چت ممنوع خواهد شد. بلیک چندلی، تاپ‌نریتس، راهکارهای کسب‌وکار تیک‌تاک در بیانیه‌ای اعلام کرد: ما متعهدیم تا شریک مطمئنی برای برندها، آژانس‌ها و تبلیغات کنندگان باشیم و تیک‌تاک اینجا باقی خواهد ماند و سال‌های زیادی به فعالیت ادامه می‌دهد. براساس گزارش روبنژر، برخی از تبلیغات کنندگان طرح‌های آمریکایی تهیه کرده و مرحل بررسی برنامه‌های دیگره برای جلب‌جلب بودجه تبلیغاتشان هستند. به گفته مگان رلو، یکی از مدیران آژانس HYFN، اپلیکیشن اشتراک گذاری عکس اسنپ‌چت یکی از گزینه‌های برای تبلیغات کنندگانی است که به دنبال مخاطبان جوان هستند.

دیدگاه

سرقت‌های علنی که برای کسی مهم نیست!

پژوهشگر یا اشاره به سرقت ادبی در فضای آکادمیک می‌گوید: بارها و بارها می‌بینیم که افراد مقالهها و پایان‌نامه‌ها را کاملا علنی دوباره به نام خودشان چاپ می‌کنند. یک نفر باید متولی این امور باشد؛ به نظر می‌آید این اصلا برای کسی مهم نیست

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، نسرین فقیه‌ملک‌مرزبان - پژوهشگر و مدرس دانشگاه - در گفتوگو با ایسنا درباره سرقت ادبی بهویژه در فضای آکادمیک و وضعیت رسیدگی به آن اظهار کرد: در مورد ادبیات و سرقت ادبی باید به دو جامعه ادبی در روزگارمان دقت کنیم؛ یکی جامعه آکادمیک شامل دانشگاه و رشته ادبیات فارسی است و کسانی که مراودات آکادمیک دارند، در فضایی به سر می‌برند که در حوزه پژوهش ذیل بیشتر از حوزه تولید و خلاقیت گام برمی‌دارد. این فضا اصلا به صورت کاملا زشت و شرم‌آوری مقوله کیپی کردن و مقابله‌اند پژوهش کردن خیلی علنی در مورد پژوهش‌ها، کتابها و پایان‌نامه‌ها اتفاق می‌افتد. آموزش عالی هم حتما می‌داند اما به هر حال کسی ترفندی برای این قضیه ندارد و اصلا کیپی‌رایت و حق مالکیت فکری‌ای مطرح نیست و خیلی کمتر علنی است.

فقیه‌ملک‌مرزبان ادامه داد: در نتیجه در این ماجرا عملا ما متوجه می‌شویم که برداشت‌های

خلاقیت و تولید بعضا مورد مشترکی وجود دارد؛ یعنی افراد هم آکادمیک هستند و هم شاعر یا نویسنده. در این قضا ماجرا کمی پیچیده‌تر است؛ یعنی به دلیل مقوله‌های مجازی گاهی وقت‌ها شعر دیگری را به نام خودزن ساخته‌تر شده و نمی‌توان داستان کسی دیگری را به نام خود زد چون مقوله سرج، کلیدواژه و بحث‌هایی که در حوزه‌های دنبال کردن شعر دارد سایت‌ها مشاهده می‌شود، باعث شده کمتر کسی شعر دیگری را به نام خود بزند، گرچه باز هم اینطور هست ولی خیلی کمتر شده.

فقیه‌ملک‌مرزبان ادامه داد: در نتیجه در این ماجرا عملا ما متوجه می‌شویم که برداشت‌های آزاد، برداشت‌های تکبیتی و استفاده از تخیل و ماجراهایی که در حوزه تولید خلاقیت ذهنی صور خیال هست، اتفاق می‌افتد ولی این که عین شعر دیگری را به نام خود بزنند، به نظر من چون در فضای مجازی قدرت جست‌وجو وجود دارد، نسبت به قبل که من داور بسیاری از مسابقات شعر بودم و خیلی علنی می‌دیدیم که افراد این کار را می‌کنند حالا این قدرت کمتر شده چرا که قدرت جستوجو بالا است و این کار خیلی سریع از میرود ما که خیلی سریع‌تر جستوجو می‌کنیم، به سرعت متوجه می‌شویم این دروغین است و شاعر یا داستان‌نویس اصلی چه کسی بوده و در نتیجه این قضیه نسبت به قبل کمرنگ شده است.

این دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه الزهرا همچنین درباره چگونگی جلوگیری از سرقت ادبی از گذشته تا کنون بیان کرد: در گذشته بحث سرقت ادبی را در کتاب‌های زیادی داشتیم؛ مثلا من یادم است وقتی از دکتر زرین‌کوب می‌پرسیدیم که چرا این قدر کلمه‌ای را مشکل نوشته و از نثر راحتی استفاده نکرده‌اید، ایشان خیلی راحت می‌گفتند که «اقلا کسانی که اهل کوشش هستند به این دست پیدا کنند و این همه رونویسی کتاب‌های من را به نام خودشان نکنند». یعنی حتی از قبل هم این اتفاق خیلی راحت می‌افتاده است.

او افزود: واقعیت این است که جاطلبی، شهرت و کسب اعتبار باعث می‌شود افرادی حتی در حوزه‌های فرهنگی که قاعدتا باید خلاف این روند را طی کند دست به چنین کارهایی می‌زنند ما می‌توانیم در خیلی از موارد با مناسب کردن این بستر که شکلی بازدارنده و تشویقی داشته باشد از آن جلوگیری کنیم. کسانی که خیلی دست به این کارها می‌زنند در هیچ جایی از کشور ما تنبیه نمی‌شوند، یعنی هیچ قانونی وجود ندارد که بازدارنده باشد، هر کس هر چه دلش می‌خواهد می‌گوید و هر جور دلش می‌خواهد می‌نویسد و چاپ می‌کند و عملا می‌بینیم که کسی بازدارنده از این که مالکیت فکری کسی را برداشته‌اند و به نام خودشان کرده‌اند، نیست.

کسب و کار

نجات مدیریت از بحران میانسالی

یک روز در گردهمایی مدیران اجرایی، دانشگاهیان و روزنامه‌نگاران که حول محور آینده عرصه کار بود، یکی از شرکت‌کنندگان تیزبینی که کارش بررسی گرایش‌ها یا همان تردنها بود از من پرسید: «تئوری‌های جدید مدیریتی چیستند؟» گردهمایی چند ماه پیش بر گوار شده بود و کسی فکر نمی‌کرد اینده با این سرعت برسد و این شکلی باشد. قبلا هم این سؤال را شنیده بودم معمولا یکی از موضوعات اصلی این گردهمایی‌ها همین است. اما از وقتی که کار کردن به آن شکلی که قبلا می‌شناختیم، از حرکت ایستاده، بیشتر به این سؤال فکر می‌کنم. تئوری‌ها هستند که تحلیل و اقدام را به هم گره می‌زنند و به خصوص در دوران تحولات، به اینده غیرقابل پیش‌بینی است و استرس حکمفرماست، مدیران به تئوری‌هایی برای ایجاد شفافیت و اطمینان نیاز دارند.

مدیریت علمی روابط انسانی، مزیت رقابتی، بیشینه‌سازی ارزش سهامدار، نوآوری تحول‌آفرین، اینها تنها چند نمونه از تئوری‌هایی هستند که طی قرن گذشته مدیریت را در این مسیر شناخته‌اند. گاهی با ارائه استدلال یا دستورالعمل و گاهی با توجیه مسأله به مدیران کمک کرده‌اند که اقدام کنند. این تئوری‌ها همچنین، مدیریت را شکل داده‌اند و تصویر یک مدیر ایده‌آل را برای ما ترسیم کرده‌اند؛ مثلا همین تئوری مدیریت علمی که خیلی‌ها آن را با نام «تیلوریسم» می‌شناسند (چون نخستین بار توسط فردریک تیلور مطرح شد)، این تئوری به‌باور خیلی‌ها، کارآمدترین تئوری مدیریتی است. طبق این تئوری، وظیفه مدیر، افزایش کارایی در سیستم تولیدی است. در تصویری که دکتر تیلور ترسیم کرده، مدیر باید یک مهندس جدا از سیستم باشد که داده‌ها را غربال می‌کند تا از شایع‌ترین منبع خطا جلوگیری کند؛ یعنی آدم‌ها.

من قاعدتا باید از تئوری‌های جدید خبر داشته باشم چون بالاخره من اسناد مدیریتم. اما برای این سؤال هیچ جوابی ندارم. این را هم باید بگویم که حتی قبل از تحولات چند ماه اخیر (کرونا)، کسی کمبود توقعدهای مدیریتی جدید را احساس نمی‌کرد. داستان‌های مدیریتی فراوانند و طیف وسیعی را شامل می‌شوند. از داستان‌های حماسی گرفته تا کمدی و حتی تراژدی مدیران. چشم‌انداز دارند، بیانیه دارند. اما تئوری جدید؟ ظاهرا حتی نه. اگر هم نمی‌کنند. حتی دانشگاهیان حوزه مدیریت هم دچار یک جور بی‌نیازی‌اند و نمی‌دانند ایا در سازمان‌هایی که توسط الگوریتم‌ها اداره می‌شوند، تئوری‌های مدیریتی قدیمی جواب می‌دهند یا نه و ایا کسی هست که تئوری جدیدی در سر داشته باشد؟

اما فقدان تئوری مدیریتی جدید، فقط نگرانی من و همکارانم نیست. صرف نظر از سنتان، این موضوع حتی روی شما تأثیر می‌گذارد. چه مدیر باشید چه نباشید. مدیریت دچار یک جور بحران میانسالی است. نشانه‌هایش را بعضی‌ها در روزمره خود حس می‌کنند. شاید احساس بی‌قراری داشته باشید. شاید با خودتان بگویید: «محل کار هیچوقت به حالت عادی برنخواهد گشت.» البته اگر کاری باشد. شاید دچار سرخوردگی و ناامیدی شده باشید و تذبذب چه کسی مسوول است و قرار است چه اتفاقی بیفتد. شاید احساس انزوا می‌کنید. شاید به دنبال معنا و هدف هستید اینها نشانه‌های غم و اندوه ناشی از تغییراتی که کرونا به ما تحمیل کرده نیست. این احساسات از مدتها قبل در درون ما در حال شکل‌گیری بوده‌اند.

هرچه بیشتر به دنبال تئوری‌های جدید می‌گردیم، احساس بی‌قراری در ما بیشتر می‌شود و بیشتر به بن‌بست می‌خوریم. شاید دلیلش این است که این بحران میانسالی، شبیه بقیه چالش‌هایی نیست که مدیریت تا به حال حل کرده اند این بحران، وجودی است.

با وجود این باید با آن مواجه شد. زندگی ما به آن بستگی دارد. موضوع مرگ و زندگی است. پاسخی است به این سوال که با آزادی، زمان و انرژی باقی‌مانده خود چه کار کنیم؟

بله، درست شنیدید. بحث من این است که این احساس بی‌قراری که به خاطر کرونا چند ماه است گریبان همه ما را گرفته، عاملش ناتوانی مدیران در آمادگی برای آینده نیست. دلیلش این است که مدیران تمایل ندارند به کمبودی که در آینده خواهند داشت فکر کنند و حالا این کمبود بیش از پیش بر ما روشن شده است و رفع آن، ضروری‌تر. چه کمبودی؟ اینکه به مدیریت به‌عنوان یک ایده و روش نگاه کنیم. نه اینکه صرفا نگران آینده مدیران باشیم.

اگاز این موضوع، خطر بزرگی برای سازمان‌هاست. بحران‌های میانسالی معمولا ناخوشایند هستند اما در عین حال می‌توانند مفید باشند. مرگ وقتی با آن روبه‌رو می‌شویم، وادارمان می‌کند که نه‌تنها به سبک زندگی خود بیشتر فکر کنیم، بلکه به چرایی وجودمان هم فکر کنیم. این یعنی دریچه‌ای به روش‌های بهتر و سال‌های بهتر. بحران میانسالی گرچه با قفدان هدف و امید شروع می‌شود، می‌تواند راهی برای رسیدن به هر دو باشد. می‌تواند ما را دگرگون کند. می‌تواند از وظایف منسوخ آزادمان کند و می‌تواند ما را به لسان تبدیل کند. تا روابط عمیق‌تری با دیگران و خودمان برقرار کنیم.

لسان بودن، چیزی است که شدیدا به آن نیاز داریم. و این فراتر از مفاهیمی مثل «رهبری هدفمند» است که چیزی نیست جز روتوش مفهوم «لسان گرایی» برای آنکه مدیریت، زیباتر و خوشایندتر به نظر برسد. لسان گرایی بیشتر به دلیل محدود بودن مدیریت باشد.

اگر بتوانیم با کمک هم از این بحران عبور کنیم، خیلی چیزها به دست می‌آوریم. اما اینجا نباید منصفانه آن را بیدا کنیم.

بحران میانسالی، لزوما با درک مرگ واقعی در ما زنده نمی‌شود. این نیازها ممکن است به دلایل دیگر در ما ایجاد شوند. اینکه حس کنیم دنیا به آن شکلی که می‌شناسیم یا جهان بینی‌ای که با تمام وجود به آن ایمان داریم، رو به افول است. بحران‌های میانسالی معمولا در نقطه عطف‌های وجودی در ما قرار می‌کنند.

با این اوصاف، حوزه مدیریت مدتی است که دچار بحران میانسالی شده. سرمایه‌داری، یعنی همان جهان‌بینی‌ای که بسیاری از تئوری‌ها و ابزارهای مدیریتی برآمدن آن طراحی شده‌اند، دچار بحران وجودی شده است. دیگر سوال این نیست که چه کنیم که سرمایه‌داری جواب بدهد. سوال اصلی این است که اصلا سرمایه‌داری چرا و برای چه کسانی وجود دارد؟ خیلی‌ها حتی دارند این سوال را مطرح می‌کنند که آیا سرمایه‌داری همچنان کاربردی است یا نه.

مارک بنیاف، مدیر عامل شرکت Salesforce در یک سخنرانی در اوایل ۲۰۲۰ گفت «آن سرمایه‌داری که ما می‌شناختیم، مرده است.» او از همتایان خود خواست که ایده «سرمایه‌داری افراطی» را که فقط به فکر خودش بسته است، تنها دغدغه‌اش رشد و سودهی است و در برابر بستر اجتماعی و زیست محیطی، اگر حالت خصمانه نداشته باشد، کور است، کنار بگذارند.

بسیاری از آسیب‌هایی که این نوع از سرمایه‌داری به دنیا می‌زند، ناشی از مدیریت آن است. مشکل اینجاست که دیدگاه‌مانیشی و غیراساسی از نسبت به مقوله مدیریت، هیچوقت زیر سوال نرفته است. این یک نگاه ابزاری است که مدیریت را یک تکنولوژی تلقی می‌کند ابزاری صرفا برای رسیدن به نتایج افزایش کارایی و عملکرد، حتی با اینکه ظاهرا به اندهاهمیت می‌دهد، این شیوه مدیریت، نسبت به چیزهایی که روی عملکرد تاثیری ندارند کاملا بی‌توجه است و نفوذش آنقدر زیاد است که گاهی از آن برای مدیریت خودمان استفاده می‌کنیم. مدیانه خودمان می‌گوییم؛ «باید بیشتر بخوابم، ورزش کنم، یک رمان بخوانم تا در محل کار، بازدهی بیشتری داشته باشم.» هیچوقت نمی‌گوییم: «باید این کارها را بکنم تا زندگی سالم‌تری داشته باشم.»

در بسیاری از تحقیقات مدیریتی، مدیریت را به این شکل تصویر کرده‌اند: روشی برای پیش‌بینی و حل مشکلات علمی و هدف همه این مقالات این است: نسخه نوشتن برای مدیران برای حل همان مشکلات. چطور تصمیم‌گیری کنم؟ چطور صدایم شنیده شود؟ چطور بپرازد؟ چطور به تیمم کمک کنم که موفق شود؟ در بسیاری از موارد، تئوری‌ها و ابزارها برای پاسخ به سوالات ابزاری. کفایت می‌کنند. اما وقتی سوالات «وجودی» در ذهنمان ایجاد می‌شوند، اینها کمکی به ما نمی‌کنند. سوالاتی از این قبیل: «چند وقت دیگر در اینجا خواهیم بود؟ آیا ما مهم هستیم؟ آیا مسوول هستیم؟» اینها سوالات دوران میانسالی هستند. وقتی به میانسالی می‌رسیم، اینها برای ما مهم‌اند. اتفاقا وقتی موضوع مدیریت و بحران وجودی‌اش در میان است، این سوالات بیشتر مطرح می‌شوند.

حالا این سوالات را با صدای بلندتری می‌شنویم و کسانی که قرار است سرمایه‌داری افراطی را دفن کنند، با این سوالات مواجه می‌شوند. چیزهایی که قبلا باد گرفته‌ایم و ما را پیش برده‌اند، حالا تبدیل شده‌اند به حصارهای دورمان.

ما به‌عنوان افراد، این چیزها را باد گرفتیم تا بتوانیم در مسیر پیش برویم. چند نمونه این تئوری‌ها باید همیشه سخت کار کنیم (برای چی؟) می‌توانی بعد از ارتقای بعدی، استراحت کنی (بعدی؟). ثابت کن که تنهایی از پیش برمیایی (چرا؟). مدیران این چیزها را در مدرسه و از مقالات و الگوهایشان در محل کار یاد می‌گیرند. مثل این تئوری: «مدیران باید سهامداران را در اولویت قرار دهند.» این باورها شاید زمانی ما را در جایگاهی آمن نگه می‌داشتند و به موفقیت ما کمک می‌کردند. اما از یک جایی به بعد، جادویشان از بین رفت، چون ما دیگر نتوانستیم تغییر کنیم یا با مرگ مواجه شدیم. شاید هم هر دو دلیل شکست این تئوری‌ها این بود که به ما یاد دادند چطور پیش برویم اما نگفتند «چرا» و وقتی با مرگ مواجه می‌شوی، این تئوری‌ها نه آرامت می‌کنند نه کافی هستند. سوال مهم دیگر این نیست که چه چیزی بهتر جواب می‌دهد. سوال این است که «چه چیزی ارزش زندگی کردن دارد؟»

مدیران جدید همان اصول قبلی را در قالب یک سبک جدید به اجرا در اورند. منظورم از ایجاد تغییر در مدیریت، تغییر در نحوه درک، تجسم و تمرین مدیریت است. من و شما، همه ما که به نحوی مدیریت را جامه عمل می‌پخشیم، باید درک خود از مدیریت و کار کردن در هر نهاد و بنگاهی را تغییر دهیم.

چه چیزی را جایگزینش کنیم؟ باید مدیریت را «اسانی» کنیم که جایی برای جسم و روح ما داشته باشد و البته شناخت و مهارت‌هایمان. اینکه مقوله کار، چه تاثیری در ما دارد، چه حسی در ما ایجاد می‌کند و چقدر برایمان مهم است، همه اینها باید در آن لحاظ شود. نباید تنها دغدغه‌ای، کارایی و بیوستگی باشد. حتی باید تناقضات یا ناسازگاری‌هایی را که ما را به لسان تبدیل می‌کند، جشن بگیرد. مدیریتی که همان‌قدر که به دنبال رشد ابزاری است به دنبال رشد وجودی نیز باشد. که علاوه بر افزایش قدرت به دنبال افزایش آگاهی نیز باشد.

مدیریت انسانی لازمه نقد این است که علاوه بر بازدهی کارکنان به فکر آزادی و سلامت آنها نیز باشیم. و علاوه بر قتصاد، به پیامدهای زیست محیطی تصمیماتمان نیز اهمیت دهیم. این تئوری مدیریت، قابلیت بیشتری برای افزایش نوآوری و سپهرسازی همه خواهد داشت. زمزمه‌هایش همین حالا هم شنیده می‌شود. بعضی از مدیران عامل در سخنرانی‌ها می‌گویند که باید به اندازه زمزمه‌هایش همین حالا هم شنیده می‌شود. بعضی از مدیران عامل در سخنرانی‌ها می‌گویند که باید به اندازه سودمحی، به هدف‌نیز اهمیت دهیم. خیلی‌هایم در محیط کار به دنبال معنا و اجتماع هستند. و برای تحقق یافتن این هدف‌مدیریت به شکلی که می‌شناسیم، باید بمیرد را به دیگری نیست. چون این سبک مدیریت، مشکل ندارد. مشکل خودش است.

چالش مدیریت، قدرت‌های جدید نیست، بلکه قدرت تئوری‌های قدیمی است. نمی‌توانیم اینده را با برنامه‌های گذشته بسازیم. درست مثل این است که برای برگرداندن چهره سلق خود، پیش جراح پلاستیک برویم؛ در حالی که باید به جایش برویم پیش یک روانکاو تا ذهنمان را آزاد کنیم.

و چیزی که این روزها مدیریت به آن نیاز دارد، روانکاوی است. شوخی نمی‌کنم به خصوص آن شاخه از روانکاوی که دریاره سیستم‌های سازمانی و تجربه سازمانی افراد است. شاخه‌ای که فرهنگ نگارانه سازمان‌ها و دلباختگی کارکنان به مدیران عصبی را به چالش می‌کشد.

شما می‌توانید روانکاوی را یک تئوری بنامید یا یک ابزار. من مخالفتی ندارم اما من از آن به‌عنوان راهی استفاده می‌کنم برای زیر سوال بردن چیزهایی که در آن گیر کرده‌ایم. اگر از این عینک به آن نگاه کنیم، ماهیت بحران میانسالی، محدودیت است. چیزهایی که قبلا باد گرفته‌ایم و ما را پیش برده‌اند، حالا تبدیل شده‌اند به حصارهای دورمان.

ما به‌عنوان افراد، این چیزها را باد گرفتیم تا بتوانیم در مسیر پیش برویم. چند نمونه این تئوری‌ها باید همیشه سخت کار کنیم (برای چی؟) می‌توانی بعد از ارتقای بعدی، استراحت کنی (بعدی؟). ثابت کن که تنهایی از پیش برمیایی (چرا؟). مدیران این چیزها را در مدرسه و از مقالات و الگوهایشان در محل کار یاد می‌گیرند. مثل این تئوری: «مدیران باید سهامداران را در اولویت قرار دهند.» این باورها شاید زمانی ما را در جایگاهی آمن نگه می‌داشتند و به موفقیت ما کمک می‌کردند. اما از یک جایی به بعد، جادویشان از بین رفت، چون ما دیگر نتوانستیم تغییر کنیم یا با مرگ مواجه شدیم. شاید هم هر دو دلیل شکست این تئوری‌ها این بود که به ما یاد دادند چطور پیش برویم اما نگفتند «چرا» و وقتی با مرگ مواجه می‌شوی، این تئوری‌ها نه آرامت می‌کنند نه کافی هستند. سوال مهم دیگر این نیست که چه چیزی بهتر جواب می‌دهد. سوال این است که «چه چیزی ارزش زندگی کردن دارد؟»

مترجم: مریم مرادخانی

برگه

اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۴:۴۲	۰۶:۱۸	۱۳:۱۳	۲۰:۰۲	۲۰:۲۱

خبرنگار

هوشم به نگاهی برد جانانه چنین باید

عرفی شیرازی

امروز با حافظ

دیدم به خواب دوش که ماهی بر آمدی
کز عکس روی او شب هجران سر آمدی
تعبیر رفت یار سفر کرده می‌رسد
ای کاج هر چه زودتر از در آمدی

برگه

هیچ کس نمی تواند ما را بهتر از خودمان فریب دهد.

گوته

پرده جرید

روی ادبیات عامه‌پسند نمی‌توان خط کشید

ایسنا- صمد طاهری می‌گوید: این که یک‌جا بر رمان عامه‌پسند خط بکشیم، کار غلطی است. حتی همان کارهایی که نامش را بازاری می‌گذاریم، خوانندگان خاص خود را دارد.

این داستان‌نویس درباره ویژگی‌های رمان‌های عامه‌پسند و پرفروش و این که آیا لزوما یکی هستند و یا گاهی با هم اشتباه گرفته می‌شوند، اظهار کرد: رمان یک داستان است و داستان هرچقدر جذابیت و کشش بیشتری داشته باشد، طبعا پرمخاطب‌تر خواهد بود و خواننده بیشتری خواهد داشت. به نظرم بخش زیادی از این ماجرا به مهارت نویسنده بازمی‌گردد؛ زمانی نویسنده در هنرش به اوج رسیده و ممکن است اشکال ساده و راحت دیگر اقناعش نکند و به سمت اشکال پیچیده‌تر برود. اما ممکن است نویسنده مهارت و تسلط چندانی نداشته باشد و نتواند در داستان جذابیتی ایجاد کند، پس خود را به آن راه می‌زند و می‌گوید دوره کارهای ساده گذشته و باید پیچیده نوشت، من خودم را در حد خواننده عادی پایین نمی‌آورم و خواننده باید خود را بالا بکشد، در واقع خود را پشت نقاب روشنفکرانه و نخبه‌گرا پنهان می‌کند.

او افزود: زمانی هم هست که چیزی به مد تبدیل می‌شود؛ مثلا دوره‌ای کارهای مارکز در دنیا سر و صدا کرده بود و در کشور ما هم خیلی گل کرده و رونق گرفته بود. به همین دلیل خیلی‌ها به فکر افتادند که کارهای رئالیسم جادویی بنویسند؛ در حالی که همه این‌ها مد شده بود. اگر کسی که این‌کاره نیست بخواهد رئالیسم جادویی بنویسد باید حداقل زمینه آن را داشته باشد که بتواند اثری خلق کند، اما پیروی کردن از مد بخشی از ماجرا است. این دو شکل آخر یعنی پیروی از مد و پنهان کردن ناتوانی پشت نقاب «من نمی‌خواهم عامه‌پسند بنویسم» نمی‌تواند مانداگر باشد، زیرا اصیل نیست، ولی شکل اول اصیل است و ماندگار خواهد شد.

طاهری خاطرنشان کرد: اگر نویسنده بتواند اثری پدید بیاورد که نازل نباشد و در عین حال پرکشش و جذاب باشد اوج کار است. کار عامه‌پسند را باید به دو بخش تقسیم کرد؛ بخشی از داستان عامه‌پسند به دلیل جذابیت زیاد مخاطب زیادی پیدا می‌کند و بخشی هم کار تازاری و بازاری به اصطلاح آبدوغ خیاری است مانند فیلم‌فارسی که موضوع کلیشه‌ای داشت؛ مردی عاشق زنی می‌شد و به هم نمی‌رسیدند و درگیری پیش می‌آمد. ایده‌آل زمانی است که نویسنده هم نخبه‌گرا باشد و کارهای ساده اقناعش نکند و هم توانایی ایجاد جذابیت در داستان را داشته باشد، یعنی علاوه بر خواننده نخبه، خواننده معمولی را هم جذب کند؛ «جنگ و صلح» تولستوی و «صد سال تنهایی» مارکز نمونه‌های این شکل هستند.

او همچنین تاکید کرد: این که یک‌جا بر رمان عامه‌پسند خط بکشیم، کار غلطی است. حتی همان کارهایی که نامش را نازل، زرد و یا بازاری می‌گذاریم خوانندگان خاص خود را دارد و در همه جای دنیا کسانی این‌ها را می‌نویسند و منتشر می‌کنند و هیچ اشکالی هم ندارد.

نویسنده «اشکار شبانه»، «برگ هیچ درختی»، «جنگ و سیر» سپس درباره این که گفته می‌شود «ادبیات عامه‌پسند پلی به سمت ادبیات جدی است»، بیان کرد: طبعا این‌طور است؛ گمان نمی‌کنم کسی یک‌مرتبه بیاید کارهای فاکنر و جویس را بخواند. خود من و همنسلانم از کارهای امیر عشیری، محمد حجازی، ر. اعتمادی و رسول پرویزی شروع کردیم و بعد به رده‌های بالاتر مثل امین فقیری و علی‌اشرف درویشیان رسیدیم و کم‌کم کارهای پیچیده‌تر و سخت‌خوان را خواندیم. ممکن است درصدی از خوانندگان تا آخر عمر همان کارهای عامه‌پسند و معمولی را بخوانند، اما بخش زیادی از خوانندگان کارهای معمولی به سمت ادبیات جدی‌تر کشیده می‌شوند.

او سپس درباره درباره رمانگاه تجارت‌گونه برخی ناشران نسبت به کتاب‌ها که منجر به گسترش تولید کتاب‌های عامه‌پسند می‌شود و این که آیا ممکن است نویسنده‌ای برای تأمین معاش به این سمت برود، گفت: بله ممکن است. صنعت