info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۱۷۷۸
سه‌شنبه ۷ / بهمن / ۱۳۹۹
۱۲ / جمادی الثانی / ۱۴۴۲
26 / January / 2021

صاحب‌امتیاز: موسسه هنگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار تعاون، خیابان فرهنگ، جنب کافون، کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۲۲۵۲۳۲۸۸-۲۲۵۲۳۲۴۲-۰۲۶- فکس: ۲۲۵۵۲۸۳۸
فکس اینترنتی پیام آشنا: ۰۲۱-۸۹۷۶۶۷۲۹
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۴۲/۴۶
چاپ: کارگر

کافه پیام

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

۳۲۵۵۳۸۳۸
۳۲۵۴۱۴۹۵
۰۹۰۱۴۰۴۸۳۳۳

قاب سبز

سرگردان

هوا سرد است و من، در گوشه‌ای کز کرده خاموشم
ولی با خاطراتت نازنین، اینک هماغوشم

هوا سرد است و من، در کوچه‌ای تنها و سرگردان
به یادت کاسه ای از شعر غم، با ناله می نوشم

سکوتم تلخ و غمگین است و بغضی در گلو دارم
نیاید تا به غربت، بی خبر سازی فراموشم

بیا تا بوی چشمت را، بگیرد حجم احساسم
که من در چنگ سرما، با حضورت، مست و مدهوشم

بیا ای آشنا با درد هجرانم، نگاهم کن
همیشه در فراقت، جامه ای از غصه می پوشم

حضورت کام دل را، می دهد شوقی، که شیرین است
تو را ای باوَرم، من تا قیامت، حلقه در گوشم

و در این اوج سرما، تا به آخر همنشینم باش
که با هجر سنگینت، «رها» سازی تو از دوشم

بهروز قاسمی(رها)

تلنگر

همانقدر که کاستی‌ها را دیدیم از نقاط قوت نمایشگاه هم بگوییم

در خلال همه نکاتی که این روزها به نقل از اعالی نشر درباره نخستین تجربه برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب تهران می‌خوانیم و توجه به ـ گاهی ضروری است، نکته‌ای که به نظر می‌رسد آن را تحت تأثیر عجله‌مان برای برشمردن کاستی‌های این رویداد فرهنگی نادیده گرفته‌ایم یکی از مهم‌ترین فواید برگزاری نمایشگاه کتاب مجازی را می‌توان جذب اقشار تازه‌ای عنوان کرد‌ حتی برگزاری نمایشگاه کتاب به شکلی که طی دهه‌های اخیر شاهد بودیم بخش قابل توجهی از کتابدوستان امکان مراجعه به محل برایی این رویداد بین‌المللی را به دلایل مختلفی نداشتند ـ مسائلی از جمله ترافیک خیابان‌ها، دوری راه و حتی محدود بودن زمان مبرّ‌ی غرفه‌ها با شرایطی که شیوع کرونا در صنعت نشر مان سبب شد این افراد فرصتی برای خرید کتاب در خلال برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب پیدا کردند از سوی دیگر برخی نوجوانان و جوانانی که فضای مجازی نقش مهمی در زندگی روزانه‌شان ایفا می‌کند از سر کنجکاوی هم که شده و تحت تأثیر تبلیغاتی که اتفاقا رهمین شبکه‌های اجتماعی شکل گرفتند به جمع خریداران کتاب را این طریق پرداختند به عقیده من به همان اندازه‌ای که به دنبال انعکاس و صحبت از کاستی‌های این نمایشگاه هستیم بهتر است کمی به نقش مثبتی که در دسترسی مخاطبان به تازه‌های نشر، آن هم به دور از محدودیت‌های برآمده از مشغله‌های زندگی امروز ایفا کرده هم توجه کنیم. این طیف جدیدی که به جمع خریداران کتاب ـ طی برگزاری نمایشگاه کتاب پیوست ـ اتفاقا نقل مهمی است که نباید بی‌تفاوت از کنار آن گذشت. از سوی دیگر برایی این نمایشگاه نشان داد که می‌توان مرزهای زمان و مکان نادیده گرفت ـ مخاطبان بسیاری در ساعت‌های پایانی شبانه روز و حتی نیمه‌های شب دست به خرید آثار مورد نظر خود می‌زدند. این اتفاقی است که به سبب محدودیت‌های متعدد در شرایط فیزیکی نمایشگاه به چهره‌چه ممکن نیست نمی‌دانم سرنوشت برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب تهران طی سال‌های آینده به چه شکل باشد، با این حال بعید به نظر می‌رسد که سال ۱۴۰۰ شرایط برای اینکه بیش از یک میلیون نفر در فضای نمایشگاهی در محدوده مکانی مشخصی جمع شوند مهیا شود. نه فقط ایران، بلکه در ارتباط با دیگر کشورهاهم به نظر می‌رسد که تامدت‌ها تجارب اعمال پروتکل‌های بهداشتی برای جلوگیری از گسترش هر چه بیشتر این پدّ‌ی باشیم. از همین رو سال آینده هم بعید نیست که عمده تمرکز بر برگزاری شکل مجازی نمایشگاه کتاب تهران باشد. هر چند که تجربه به دست آمده در شرایط فعلی را نباید به فراموشی سپرد، می‌توان طی سال‌های آینده و حتی بعد از کنترل کامل بیماری کرونا نیز همچنان شاهد برگزاری این نمایشگاه به عنوان مکملی در کنار نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به روال سابق آن باشیم. تجربه نشر ما که از حضور در این نمایشگاه مثبت بوده و با استقبال خوبی از سوی مخاطبان روبه‌رو شده‌ایم. به گمانم این دسته از نقاشی که برنامه‌ریزی بخش عمده‌ای از نقدینگی خود را بر فروش سالانه آثار خود در نمایشگاه کتاب گذاشته بودند فروش مطلوبی در این نمایشگاه داشتند. با این حال برای اینکه کتابفروشان از آسیبی از جهت خرید مستقیم مردم از ناشران ندیدند بهتر است که مسئولان تا زمستان تمام نشده طرح تخفیف فصلی تازه‌ای را برگزار کنند حتی در صورت ادامه برایی نمایشگاه مجازی هم می‌توان با تزریق یارانه بیشتر از طریق طرح‌های تخفیف فصلی، کتابفروشان را هم تقویت کرده و مردم را به سوی آنان کشاند اما در آخر ذکر این نکته ضروری است که این نخستین تجربه نشر مان در برگزاری نمایشگاه مجازی کتاب تهران است. اتفاقی که حتی در سطح جهانی هم نمونه‌ای نداشته است. سؤال من از آن دسته دوستانی که تنها به نکات منفی برگزاری این رویداد توجه دارند این است که تا کاری را انجام ندهایم چطور می‌توانیم ایراد آن را برطرف کنیم. ارزیابی نقاط قوت و ضعف رابگذاریم برای اتمام نمایشگاه و در این اندک فرصت باقی مانده مردم را از آن دور نکنیم.

محمدعلی جعفریه
مدیر انتشارات ثالث

خوانش ۲۴ بهمن

امروز با حافظ

بیا که وضع جهان را چنان که من دیدم
گر امتحان بکنی می خوری و غم نخوری
کلاه سروریت کج مباد بر سر حسن
که زیب بخت و سزاوار ملک و تاج سری

خوانش

رفتی و مـرا بر سر آتش بنشاندی
باز آی که از دست تو بر خاک نشستم

خواجوی کرمانی

اذان ترج

اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۵:۴۵	۰۷:۱۴	۱۲:۱۹	۱۷:۲۲	۱۷:۴۱

برگه

چه به توانستن بیندیشید؛ چه به نتوانستن؛ در هر دو صورت حق با شماست.

هنری فورد

یادداشت

والدین خلاق، بچه‌های کتابخوان

چطور بچه‌ای کتابخوان می‌شود؟ چه کار کنم بچه‌ام کتابخوان شود؟ یا خیلی دلم می‌خواهد بچه‌ام کتابخوان بشود اما اصلاً کتاب دوست ندارد. یا کتاب‌هایی را که برایش می‌خریم نمی‌خواند... احتمالاً شما هم این جملات را شنیده‌اید اما قطعاً کتاب خواندن یک رفتار است و در لحظه و به خواست والدین اتفاق نمی‌افتد. رفتاری عادتی است که با دیدن والدین کتابخوان و با برنامه‌های درست کتابخوانی در بچه‌ها شکل می‌گیرد. در واقع کتاب خواندن گاهی اوقات از سایر اعضای خانواده به بقیه سرایت می‌کند و بچه‌ها آن را تکرار می‌کنند و با دیدن این رفتار بچه‌ها هم تقلید می‌کنند. وقتی از دوره نوزادی و خردسالی بچه‌ها با کتاب‌های تصویری، پارچه‌ای، مقوایی و کتاب بازی و... آشنا شده باشند آن هم با کتاب‌های مناسب سن‌شان، قطعاً کتاب خواندن می‌تواند به عادت تبدیل شود. وقتی کتاب‌های بچه‌ها را در دسترس و در جاهای مختلف خانه قرار بدهیم تا هر وقت خواست بتوانند در طول روز از آن استفاده کنند کتاب می‌تواند در برنامه روزانه‌اش جا باز کند.

وقتی خودمان کتاب می‌خوانیم قطعاً بچه به این رفتار و تصویر عادت می‌کند و الگوبرداری می‌کند. به شرطی که کتاب فقط برای دکور و زیبایی خانه نباشد و کاربرد داشته باشد. اما گاهی اوقات بچه‌ها به جای کتاب خواندن و لذت بردن از آن طفره می‌روند و آن هم زمانی است که ما بی‌توجه به سلیقه و علاقه بچه‌ها، آنها را وادار به خواندن کتاب‌هایی می‌کنیم که به‌نظر خودمان مناسب است باید حواس‌مان باشد کتاب هم سلیقه و ذائقه پذیر است درست مثل غذا همان‌طور که رنگ و شکل و بافت بعضی از غذاها جذاب نیست بعضی از انواع گونه‌های کتاب هم می‌تواند بچه‌ها را جذب نکند. همان‌طور که بعضی از غذاها را نمی‌شود حتی با اجبار به خورد کسی داد بعضی از کتاب‌ها را نمی‌شود به زور خواند. باید کتاب خواندن به تجربه‌ای لذتبخش تبدیل بشود.

به‌عنوان والد باید سعی کنیم از بچه‌های‌مان شناخت دقیق و درستی داشته باشیم. باید کتاب‌ها را با توجه به سلیقه و علاقه بچه‌ها انتخاب کنیم. باید حواس‌مان به پرورش تخیل کودک باشد و او را محدود نکنیم صرفاً به کتاب‌های آموزشی و علمی از کتاب‌های داستانی نترسیم در کتاب‌های داستان بچه‌ها تجربه می‌کنند. بدنیاهای جدید آشنا می‌شوند.

دامنه بازگافی آنها گسترش پیدا می‌کند و می‌توان با توجه به نیاز کودک بر اساس نیاز خاص او کتاب انتخاب کرد تا در فرصت مناسب درباره آن موضوع خوانده و صحبت بشود. یکی از راه‌های شناخت علاقه و سلیقه کودک توجه به موضوعات مورد علاقه و موضوعاتی است که بیشتر به آن توجه می‌کند و درباره آنها صحبت می‌کند. اینها می‌تواند بهانه‌های خوبی برای ارتباط گرفتن و انتخاب موضوع کتاب باشد.

برای جلب توجه کودک به موضوع خاص باید از ابزارهای مختلف در کنار کتاب و گفت‌وگو استفاده کنیم و بعد از ایجاد ارتباط بتوانیم به کتاب‌هایی با موضوع مشابه مراجعه کنیم. اما در هر حال کتاب باید به یک سرگرمی و لذت تبدیل شود با چاشنی گفت‌وگو و گاهی بازی و نقاشی می‌توانیم همراه کودک کتاب بخوانیم و لازگال جدید برایرش توضیح دهیم آن هم وقتی کودک پذیرش و حوصله کتاب خواندن داشته باشد نه وقتی ما دلمان می‌خواهد کتاب بخوانیم. گاهی در آغوش گرفتن کودک یا نشستن و دراز کشیدن کنار او و خواندن کتاب می‌تواند موقعیت لذتبخش و آرامش بیشتری را برای کودک فراهم کند. گاهی داشتن ابزارهایی بعد از خواندن داستان با توجه به زمان و مکان می‌تواند ما را به هدف‌مان از کتاب خواندن نزدیک کند. کشیدن نقاشی و درست کردن کاردستی از شخصیت محبوب داستان یا صحنه دلخواه می‌تواند موقعیت گفت‌وگو را فراهم کند. اگر می‌خواهید بچه‌های کتابخوان داشته باشید باید والدی خلاق باشید و حتماً خودتان هم با کتاب آشتی کنید.

نلی محجوب
فعال حوزه ادبیات کودک و نوجوان

مقاله

سال ۲۰۲۱؛ سال نرمال‌های جدید

سال ۲۰۲۰ با همه خوبی‌ها و بدی‌هایش به پایان رسید اما شکی نیست که پاندمی کرونا و نحوه سازگاری کسوکارها برای بقا، مسیر سال ۲۰۲۱ و آینده‌ای که پیش‌بینی می‌کردیم را تغییر داده. کسوکارها چگونه باید خود را برای این سال جدید آماده کنند؟

من به‌عنوان یک آینده‌پژوه به شرکت‌ها کمک می‌کنم آخرین روندها و تکنولوژی‌ها را بشناسند. ترندهای امسال که روی همه کسوکارها تأثیر خواهند گذاشت از این قرارند: به باور من، تک تک کسوکارها در هر گوشه و کنار جهان باید برای این روندها آماده باشند.

کار از خانه یا دورکاری به معنای واقعی!

وقتی کارکنان در قرنطینه بودند، شرکت‌ها مجبور شدند بلافاصله عملیات‌های خود را متناسب با نیروهای دورکار، تغییر دهند. حالا که مدتی از این اتفاق گذشته و شرکت‌ها درس‌های زیادی از این تجربه گرفته‌اند، بیشترشان دارند درباره مدل کسبوکارشان به کلی تجدید نظر می‌کنند. می‌پرسند «آیا اصلا به اداره نیازی هست؟». بعضی از شرکت‌ها به‌واسطه دورکاری نیروها با افزایش بازدهی مواجه شدند. درحالی که کار از خانه برای بعضی‌ها ایده‌آل نبود. بنابراین در سال ۲۰۲۱، کسبوکارها باید محیط کار خود را دوباره مجسم کنند و حمایت‌های لازم را از کارکنانی که دورکاری می‌کنند به عمل آورند، مثل تامین تجهیزات اداری لازم، حمایت روانی و سایر موارد. تا افراد بیشتری بتوانند به راحتی از خانه کار کنند. بسیاری از جلسات نیز حالا به‌صورت از راه دور برگزار می‌شوند. ابزارهایی وجود دارند که اقدامات را آسان می‌کنند. از جمله نرم‌افزار «زوم» که طی دوران کرونا بازار شان داغ شد. حالا به لطف این ابزارها اعضای یک تیم، در هر کجای دنیا که باشند، می‌توانند در یک زمان مشخص دور هم جمع شوند و یکدیگر را در جریان امور قرار دهند. ابزارها و اپلیکیشن‌های دیگری نیز اخیرا وارد بازار شده‌اند که با کمک آنها می‌توانید از راه دور، محتوا تولید کنید، به اشتراک بگذارید یا همکاران تعامل کنید. پروژه‌ها را پیگیری کنید. کارکنان را آموزش دهید و فعالیت‌های تیمی مجازی برگزار کنید. بدین ترتیب می‌توانید یک اداره مجازی داشته باشید تا حسی مشابه با حس همکاری و حضور در کنار یکدیگر را برای خودتان ایجاد کنید.

داده‌ها یک دارایی هستند

طی چند سال اخیر، حجم داده‌ها به میزان باورناپذیری رشد کرده. کسبوکارهایی که از این داده‌ها برای درک بهتر مشتری و بهبود تصمیم‌گیری‌های خود استفاده کرده‌اند، از بقیه به لحاظ عملکرد یک سر و گردن بالاترند. رایانش ابری به ما این امکان را می‌دهد، از هر کجا که هستیم به داده‌ها دسترسی پیدا کنیم. کسبوکارها باید از داده‌ها حفاظت و امنیتشان را تأمین کنند. همان‌طور که سایر دارایی‌ها را محافظت می‌کنند. یکی دیگر از موارد مهمی که کسبوکارها باید در نظر داشته باشند، افزایش «هواد داده‌ها» است تا به بینش لازم برای تصمیم‌گیری از طریق داده‌ها دست پیدا کنند. این نیز نیازمند سرمایه‌گذاری در سیستم‌هایی است که بتوانند به شکلی موثر، داده‌ها را پردازش، تجزیه و تحلیل و ذخیره کنند.

نوآوری در مدل کسبوکار

در سال ۲۰۲۱، رهبران کسبوکارها باید درباره چیزی که به مشتری ارائه می‌کنند و نحوه عملکردشان به‌عنوان یک کسبوکار، خوب فکر کنند. بسیاری از صنایع در سال ۲۰۲۰ کاملا دگرگون شدند، مثل صنعت هتلداری و گردشگری. کسبوکارهایی که هنوز و با وجود کرونا کماکان درحال پیشرفتند، توانستند به سرعت نسبت به تغییرات واکنش نشان دهند. مثلا رستوران‌هایی که قابلیت‌های «بیرون‌بر» خود را افزایش دادند یا شرکت‌های دارش بنیان که به تولید دستگاه تنفس روی آوردند. در واقع عملیات‌های همیشگی خود را متناسب با شرایط تغییر دادند تا بقای خود را تضمین کنند. گرچه کسبوکارها همیشه باید نسبت به تغییرات بازار آگاه باشند اما در سال ۲۰۲۱، نوآوری در مدل کسبوکار به مراتب ضروری‌تر از همیشه است.

اتوماسیون

یکی دیگر از روندهای اصلی کسبوکارها در سال ۲۰۲۱، اتوماسیون است. کسبوکارها فرآیندهای خود را ارزیابی خواهند کرد تا ببینند در کدام نواحی، انسان‌ها را می‌توان حذف کرد. در بعضی حوزه‌ها تغییراتی در این راستا انجام شده. مثل حوزه انبارداری، زنجیره تامین، خودروها و کامیون‌ها و کشتی‌های بدون راننده و باتجایی که پرسش‌های مشتریان را پاسخ می‌دهند. در سال ۲۰۲۱، انتظار می‌رود که اتوماسیون یک ترند گسترده باشد، همزمان که فکر می‌کنیم کدام بخش از وظایف یک پزشک، وکیل یا سایر مشاغل تخصصی را می‌توانیم به کامپیوترها و روبات‌های هوشمند واگذار کنیم.

امور مالی غیرمتمرکز

در سایه هرج‌ومرج اقتصادی کرونا، بازارهای سرمایه کماکان متشنج خواهند بود. این برای شرکت‌هایی که قصد دارند از طریق افزایش سرمایه، کسبوکارشان را گسترش دهند یا یک کسبوکار جدید راه بیندازند چالش به‌وجود خواهد آورد. چند راه برای افزایش سرمایه از این قرارند: سرمایه‌گذاری جمعی (crowdfunding)، فناوری بلاک‌چین و روش‌های مالی غیرمتمرکز. این یک ترند مهم در سال ۲۰۲۱ خواهد بود که به کسبوکارها اجازه می‌دهد به روش‌هایی آسان‌تر از راه‌های سنتی، کسب‌سرمایه کنند.

گذر از جهانی به محلی

در ۲۰۲۰، دلایل زیادی وجود داشت که بیشتر «محلی» فکر کنیم تا «جهانی». کرونا زنجیره‌های تامین بین‌المللی را برهم زد، تنش‌های رو به افزایشی میان چین و آمریکا در گرفت و خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا عملی شد. شرکت‌ها تصمیم گرفتند فرایند منابع تامین کالا و جایی که کالاهایشان به فروش می‌رفت تجدیدنظر کنند. چون هرج‌ومرج جهانی می‌توانست کسبوکارشان را معتل کند. تولید و فروش محلی همچنین می‌تواند آگاهی درباره محیط‌زیست را نیز بالا ببرد.

هدفمند و معنادار

گرایش به داشتن هدف و معنا در مشاغل نیز جزو ترندها خواهد بود. نسل‌های جوان‌تر که درحال ورود به بازار کار هستند، می‌خواهند از طریق یک هدف به کارشان متصل شوند یا برای شرکتی کار کنند که دارای معنای واقعی است. شرکت‌هایی که یک هدف معنادار یا مشخص ندارند در جذب استعدادها و مشتریان با مشکل مواجه خواهند شد.

پایداری

پایداری مدتی است که دغدغه بوده اما طی دوران کرونا، بعضی از مسائل اهمیت بیشتری یافته است. کرونا گرچه کسبوکارها را زیر و رو کرده، اما شرکت‌ها فهمیده‌اند که بحران زیست محیطی می‌تواند بیشتر به دنیا آسیب وارد کند. همچنین به سود و زیان شرکت‌ها بنابراین، همه شرکت‌ها باید درباره عملیات‌های خود، تاثیر زیست‌محیطی، محصولات و نحوه مصرف‌شان تجدیدنظر کنند. حالا که بسیاری از شرکت‌ها در تلاشند دریای کرین و آب را کاهش دهند می‌توان گفت که این ترند با تردد قبلی، یعنی هدف و معنا در کسبوکار گره خورده است.

مشارکت اجتماعی

طی پاندمی کرونا، برندها به مشارکت با مشتریان و مشتریان احتمالی از طریق شبکه‌های اجتماعی، متکی بودند. در سال ۲۰۲۱، گرایش زیادی نسبت به حضور حقیقی در شبکه‌های اجتماعی وجود خواهد داشت: حضوری که توسط کارشناسان شبکه‌های اجتماعی به شما دیکته نشده باشد. مثل نمایش آنچه در پشت‌صحنه شرکت می‌گذرد. علاوه بر این، مشارکت اینفلوئنسرها و خرده اینفلوئنسرها نیز در صنایع وجود خواهد داشت. اینها افرادی هستند که گفت‌وگو ایجاد می‌کنند به گفت‌وگوها جهت می‌دهند و با مشتریان شما در ارتباطند.

تحویل و ارسال بدون تماس

تحویل بدون تماس یعنی رساندن یک سفارش به مقصد به شکلی که تماس میان پیک و گیرنده یا بسیار محدود است یا هیچ تماسی وجود ندارد. از زمان شیوع کرونا این روش در بسیاری از کشورها مرسوم شده تا خطر ابتلا به بیماری کاهش یابد. شرکت‌هایی مثل GrubHub و اوبر از جمله شرکت‌هایی هستند که آپشن‌های تحویل بدون تماس خود را در سال ۲۰۲۰ افزایش دادند و در سال ۲۰۲۱، کماکان به آن پایبند خواهند بود. اپلیکیشن Meituan در چین نخستین شرکتی بود که این روش را در ووهان پیاده کرد. آنها با استفاده از خودروهای بدون‌راننده، محصولات سوپرمارکتی را به مشتریان می‌رساندند. این روش که پارسال در مرحله آزمایش بود، امسال برای عموم به اجرا درآمده است.

آموزش آنلاین، جزئی از سیستم‌های آموزشی

بیماری کرونا به صنعت آموزش آنلاین سرعت بخشید. طی این دوران، ۱۹۰ کشور در مقطعی از زمان، دستور تعطیلی مدارس را اعلام کرده که این تصمیم، روی بیش از ۱/۶ میلیارد نفر تاثیر گذاشت. حالا این فرصت برای مدارس، دانشگاه‌ها و حتی مراکز آموزشی و مربیگری فراهم شده که از روش ویدئوکنفرانس استفاده کنند. بسیاری از مراکز تشویق شده‌اند که حتی پس از بازگشایی نیز بخشی از فعالیت آموزشی خود را به‌صورت آنلاین انجام دهند.

هوش مصنوعی، روبات‌ها، اینترنت اشیا

در ۲۰۲۱، شاهد افزایش تقاضا و رشد هوش مصنوعی در حوزه کسبوکار خواهیم بود، هم‌زمان با بازگشت تولید و زنجیره‌های تامین به عملیات کامل، کمبود نیروی انسانی به یک مشکل جدی تبدیل خواهد شد. به این ترتیب، اتوماسیون با کمک هوش مصنوعی، روبات‌ها و اینترنت اشیا یک جایگزین کلیدی برای ادامه تولید خواهد بود.

افزایش به‌کارگیری تکنولوژی‌های واقعیت مجازی و افزوده

واقعیت مجازی (VR) و افزوده (AR) در سال ۲۰۲۰ با گسترش چشمگیری روبه‌رو بودند این تکنولوژی‌ها حالا بخشی از زندگی روزمره ما هستند. از حوزه سرگرمی گرفته تا کسبوکار. وقوع بیماری کرونا باعث شد اعمال این تکنولوژی‌ها سرعت بگیرد چون بسیاری از کسبوکارها به دورکاری روی آورند و تعاملات و ارتباطات به دنیای این تکنولوژی‌ها وارد شد.

چابکی سازمانی

وقتی کرونا در سال ۲۰۱۹ جهان را لرزاند، بسیاری از شرکت‌ها به‌شدت ضربه خوردند. چون آماده نبودند. در هیچ‌یک از استراتژی‌های بلندمدتشان، پیامدهای مصیبت‌بار بیماری‌ای به اسم کرونا پیش‌بینی نشده بود. اما یک استراتژی «چابک» و کوتاه‌مدت شاید می‌توانست در آن بزنگاه به داد سازمان‌ها برسد. پروسه طراحی استراتژی کسبوکار را می‌توان به کشف آمریکا توسط کریستف کلمب تشبیه کرد. حقیقت این است که کلمب وقتی سفرش را شروع کرد، هدفش هند بود، اما هوای نامساعد و بادهای تند باعث شد مسیرش تغییر کند. با توجه به این مثال، یک چرخه استراتژی کوتاه‌مدت به این معنا نیست که یک استراتژی جدید اصل کنید، بلکه باید بتوانید استراتژی خود را با توجه به شرایط محیطی فعلی، تا جمله ویدئوچت میان پزشک و بیمار و تحویل دارو بدون تماس.

پزشکی از راه دور در مقایسه با پیش از کرونا ۵۰ درصد افزایش یافته. طبق تخمین موسسه Forrester Research، تعداد ویزیت‌های مجازی در ایالات‌متحده در اوایل سال ۲۰۲۱، به حدود یک میلیارد خواهد رسید.

توسعه زیرساخت‌های 5G، اپلیکیشن‌ها و برنامه‌های جدید

شکی نیست که تقاضا برای اینترنت پرسرعت‌تر و خانه‌های متصل، شهرهای هوشمند و جابه‌جایی بدون‌راننده، باعث رشد و پیشرفت تکنولوژی‌های 5G و 6G شده است. در سال ۲۰۲۱، شاهد گسترش زیرساخت‌های جدید، توسعه برنامه‌های جدید و آپدیت‌ها هم از سوی شرکت‌های بزرگ و هم از سوی استارت‌آپ‌ها خواهیم بود. بسیاری از شرکت‌های مخابراتی حالا درحال ارائه تکنولوژی 5G هستند از جمله استرالیا که قبل از کرونا اقدام به ارائه این تکنولوژی کرده است. شرکت ویریزون در اکتبر ۲۰۲۰ اعلام کرد که به‌زودی شبکه 5G خود را به میزان چشمگیری گسترش خواهد داد که به بیش از ۲۰۰ میلیون نفر خواهد رسید. رشد این تکنولوژی در چین با سرعت صورت گرفته است. شرکت اریکسون پرچمدار آن است. در سراسر جهان بوده است. بیش از ۳۸۰ اپراتور درحال حاضر درحال سرمایه‌گذاری در این تکنولوژی هستند. بیش از ۳۵ کشور نیز خدمات تجاری 5G را راه‌اندازی کرده‌اند.

رشد وسایل نقلیه موسوم به «خردمتحرک‌ها»

این وسایل عبارتند از دوچرخه‌های عادی، اسکیت‌بوردهای برقی، اسکوترهای شارژی و دوچرخه‌های برقی که برای مدتی و برای عبور و مرور در فواصل کوتاه، مثلا مقاصد درون‌شهری آنها را کرایه می‌کنیم. گرچه بازار این وسایل در اوایل شیوع کرونا طبیعتا با افت مواجه شده اما حالا تا حدی بهبود یافته و به سطح پیش از کرونا رسیده است. استفاده از دوچرخه‌ها و اسکوترهای شارژی با رشد چشمگیری روبه‌رو بوده چون یک جایگزین مناسب و راحت برای حمل و نقل و راهی مطمئن برای حفظ فاصله اجتماعی است.

نگاهی به آینده

پیشرفت تکنولوژی در ۲۰۲۱، در ادامه پیشرفت‌های سال ۲۰۲۰ خواهد بود اما تاثیر کرونا طی سال آتی، کماکان تکامل و تجربه خواهد یافت. بسیاری از رفتارهای جدید ما در سال ۲۰۲۱ به یک نرمال تبدیل خواهند شد و کمک خواهند کرد تا نوآوری‌های بسیاری در زمینه کسبوکار و تکنولوژی به وقوع بپیوندد.

مترجم: مریم مرادخانی

پرده جراید

چکامه‌ای به درخت بلوط و معرفی چهره برجسته شعر موهوم چین

مهر – قسمت چهاردهم از پرونده ادبیات چین، به معرفی یکی دیگر از چهره‌های ادبیات این کشور باستانی اختصاص دارد. شوتینگ بلوی شاعری است که یکی از چهره‌های جریان شعر موهوم چینی است و بناست شعر و اندیشه‌اش در این‌قسمت از پرونده مورد اشاره معرفی شود.

کوثر کارگر دانشجوی زبان چینی دانشگاه تهران در مطلبی که درباره شوتینگ در اختیار مهر قرار داده این شاعر جریان شعر موهوم چین را با محور قرار دادن یکی از چکامه‌های معروف او، معرفی کرده است. به این ترتیب در مطالبی که در ادامه می‌آید، ابتدا به‌طور مختصر به شوتینگ و کارنامه‌اش پرداخته شده و سپس ترجمه «چکامه‌ای به درخت بلوط» مقابل نظر مخاطبان قرار می‌گیرد.

مشروح این مطلب را در ادامه می‌خوانیم:

گونگ پی یو معروف به شوتینگ بانوی شاعر چینی، در شهر لونگهای، استان فوجیان این کشور زاده شد او در سال ۱۹۶۹ برای پیوستن به «کمون تولید» به حومه شهر محل سکونتش رفت و تا سال ۱۹۷۲ به عنوان کارگر مشغول به کار بود. وی از سال ۱۹۷۹ چاپ آثار منظومش را آغاز کرد و در سال ۱۹۸۰ ضمن پیوستن به انجمن محافل ادبی و هنری شهر فوجین به طور حرفه‌ای به نویسندگی روی آورد. از مجموعه اشعار شاخص او می‌توان به مجموعه اشعار «قایق دو بادبانه زنبق‌های آوازخوان» و مجموعه مقالات «دود جان» اشاره کرد. شوتینگ در عالم شعر چینی اواخر دهه ۷۰ قرن ۲۰ ظهور کرده بود، همراه شاعرانی چون بی دائو، گو چنگ، لیانگ شیاوبین و دیگر هم عصران خود؛ جریانی تحت عنوان «شعر موهوم (یا مه‌آلود)» را آغاز کرده و خود او نیز به عنوان یکی از شاعران شاخص این جریان ادبی کشور چین شناخته شد.

اشعار شوتینگ دارای طرحی جدید به لحاظ فرم و غنی از مفاهیم عمیق احساسی است. «چکامه ای به درخت بلوط» از اشعار زیبا و عمیقا احساسی اوست که به باور بسیاری از کارشناسان ادبیات چین، طی ۸۰ سال سیر تکوینی شعر نوین چینی، شاید هیچ شعر عاشقانه‌ای به پای آن نرسد. نکته جالب توجه قطعه ادبی یادشده این است که در مارس سال ۱۹۷۷ سروده شده و به‌عنوان نخستین شعر عاشقانه پس از تحولات موسوم به انقلاب فرهنگی در کشور چین به شمار می‌رود. شوتینگ در این قطعه به‌طور منحصر به فرد دو نماد اصلی «درخت پنبه» و «درخت بلوط» را برگزیده و به واسطه گفتگویی عاشقانه با آنان احساسات ظریف و عمیق خویش را متجلی ساخته است. بلوط نوعی درخت تنومند و بلند است و درخت پنبه که در فرهنگ چینی به آن درخت قهرمان هم گفته می‌شود، قامتی بلند و راست دارد و از بلندترین انواع درختان گل به حساب می‌آید؛ به باور منتقدین ادبی چینی باید پذیرفت که شاعر این قطعه طراحی دقیقی در هنگام انتخاب مواد برای خلق شعر داشته است: درخت بلوط برای نشان دادن زیبایی مردانه مورد اشاره بسیار مناسب است و پنبه هم نماد بسیار نزدیک و مناسبی جهت نشان دادن استقلال زنان و برابری آنها با مردان است.

شاعر جهت بیان اشتیاق، خلوص و وفاداری عشق از درخت بلوط بصورت نمادین بهره برده و هرچند درخت بلوط در شعر اشاره به فرد خاصی ندارد، اما نماد عاشق ایده‌آل در ذهن شاعر است. آنچه شاعر در پی آن است عشقی است که در مسیر آن دو نفر در جریان سختی‌ها و مشکلات شان شانه به شانه در کنار یکدیگر می‌ایستند. او خود را به درخت پنبه تشبیه می‌کند، درختی که در کنار بلوط ایستاده و ریشه و برگ هایش با دیگری در ارتباطی تنگاتنگ است که باور شوتینگ زبان دنیای این دو درخت با یکدیگر و هماهنگی روح آنها در جهانی بی کلام سیر و سلوک می‌کند.

این قطعه با نماهای نوین، گیرا و استعاره‌های مناسب، مفهوم عشق ایده‌آل مورد نظر شاعر را بیان می‌کند. استعاره‌ها و نمادهای مشحون‌ترین مورد در شعر، همگی بیانگر قدرت خلاقیت و نوآوری شعر نوین چینی است. علاوه بر این، اگرچه در شعر از نمادهای جدیدی استفاده شده، اما زبان شعر همچنان قابل درک بوده و در عین حال با نزدیک‌بودن زبان آن به زبان محاوره، نوعی اصالت و اشاره‌هایی ظریف و ماهرانه موجود عالم هنری چینی را به مخاطب یادآوری می‌کند.

«چکامه ای به درخت بلوط» به این ترتیب است:

اگر تو را دوست بدارم ..
هیچ گاه پیچ‌ها نمی‌آرای بالا رونده نخواهم بود
که با استفاده از شاخه‌های بلند خودنمایی کنم
اگر تو را دوست بدارم..
هیچ‌گاه چنان پرنده شیدایی نخواهم بود
که به طمع سایه سبزت آوازی یکنواخت سردهد
نه به سرچشمه‌ای محدود خواهم شد،
که در تمام طول سال آرامش خنکایی نرم را برایت به ارمغان آورم
و نه به قله‌ای سربه فلک کشیده،
که قامتت را بالا برم و حضور با شکوهت را نمایان سازم
حتی (به) خورشید
حتی (به) باران بهاری
نه، هیچ‌یک از این‌ها کافی نیست!
باید درخت پنبه‌ای باشم در کنارت،
در قامت یک درخت کنارت بایستم
با ریشه‌هایی در هم تنیده در زیر زمین
و برگ‌هایی پیوند خورده در آسمان.
با هر وزش باد به پیشواز یکدیگر می‌رویم،
اما کسی زبان ما را در نمی یابد
تو شاخه‌ها و تنه ی محکم و استوار خویش را داری
چونان تیغه، شمشیر و نیزه
من نیز گل هایی دارم بزرگ و سرخ،
به مانند آهی از عمق جان،
و چون مشعل‌هایی فروزان.
در هجوم سرما، طوفان و صاعقه را با هم تاب آورده
و از مه، ابرهای جاری کوهستان و رنگین کمان در کنار یکدیگر لذت خواهیم‌برد.
گویا همیشه از هم جداییم،
در عین حال همیشه به یکدیگر وابسته
تنها این می‌تواند عشقی با شکوه باشد،
وفاداری درست همین جاست:
دوست دارم..
نه تنها آن قدرت پر صلابت را،
که حالت استوار ایستادن و خاک زیر پایت را.