info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز
پیام آشنا

شماره ۱۸۲۴
یکشنبه / ۲۹ فروردین / ۱۴۰۰
۵ / رمضان / ۱۴۴۲
18 / April / 2021

صاحب‌امتیاز: موسسه هنگام‌ان‌الدیشه‌زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار توحید، خیابان فرهنگ، جنب کانون کارشناسان، رسمی دادگستری
تلفن: ۲۲۵۲۳۲۸۳-۲۲۵۲۳۲۴۳-۰۲۶ فکس: ۲۲۵۵۲۳۸۳
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 گلایه‌ها و پیشنهادات خود درباره مسائل البرز با پیام آشنا تماس بگیرید

۳۲۵۵۳۸۳۸
۳۲۵۴۱۴۹۵
۰۹۰۱۴۰۴۸۳۳۳

تلنگر

تئاتر، هنر فرهنگساز

چرا تئاتر می‌بینیم؟ تئاتر یک هنر است و ابزاری برای انتقال فرهنگ است، بنابراین یک نشانه فرهنگی است و در کنار مدرسه (دانشگاه) و روزنامه (رسانه) یکی از ارکان دموکراسی است و به تعبیری هنگام ورود به هر شهر در ابتدا باید تعداد تالارهای نمایش‌اش را شمرد که این خود بیانگر میزان رشد فرهنگی و درواقع بیانگر تمدن قابل اعتناست. بنابراین اگر تالارهای بیشتری حضور داشته باشند و مردم نیز راغب به دیدن تئاتر باشند، با یک حساب سرانگشتی می‌توان فهمید که مردم یک شهر چقدر اهل فرهنگ و هنر هستند و این خود زمینه‌ساز تمدن خواهد بود. به همین تعبیر و تفسیر باید تئاتر دید و تئاتر دیدن چون آیینی برای خوب مراتب و شرایطی دارد که یکی از آنها ساخت مکانی به نام تئاتر است. حالا هر چه بر تعداد تالارهای نمایشی افزوده شود، به همان میزان بر فرهنگ افزوده خواهد شد؛ در این هنر بنیان هستی و زندگی از ابعاد مختلف زیر سؤال می‌رود و فهم این پرسش‌ها به درک آنها کمک می‌کند و زمینه‌ساز رشد عقلی و ذهنی مخاطبانش خواهد بود که کارکردی معادل با دانشگاه و رسانه است و می‌تواند در تعامل همگانی جامعه را تحت تأثیر تفکرات کارآمدی قرار دهد که از نظرگاه‌های درست وارد دنیای متن و اجرا شده است و این گونه می‌توان به آینده یک جامعه امیدوار و دلبستگی پیدا کرد و در نبود و کمبود آن باید به دنبال عوارض بی‌شماری بود که دلالت بر فقر فرهنگی خواهد کرد. فرهنگ انسان‌ساز است و برای توسعه و استقرارش نیازمند ابزارهایی است که پیوسته بشود دلالت‌های فرهنگی را در وضعیت هوشیارانه‌ای قرار داد. فرهنگ نمودار روح و روان آموخته و آزموده به نکات متمدنانه است که در دایره امکان بشود و بتوان آدم‌ها را در یک وضعیت مشترک به تبادل واداشت. تبادل امری پایدار است که آدم‌ها را متوجه نقاط ضعف و خطاهایی خواهد کرد که همواره به زیان روابط انسانی خواهد بود، چون که انسان به دور از خطاها و زشتی‌ها نیست و مدام که برای تمیزی بدنش باید خود را بشوید، به لحاظ ذهنی و باطنی نیز نیازمند خوراکی است که اگر تأمین نشود دچار کمبود و عارضه روانی خواهد شد و این خود دلیلی موجه برای استقرار تئاتر به عنوان یک ضرورت انسانی در کل جوامع بشری است.

در معادلات فرهنگی، هنر تئاتر بیش از دانشگاه و رسانه می‌تواند تأثیر مطلوب بگذارد و این در میزان کیفیت فرهنگسازی است، چون تئاتر زنده است و همین عاملی شناساست برای یک مواجهه زنده، چشم در چشم است که روح و ذهن را نیز تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد و هر تماشاگر به لطف دیدن هر نمایش متوجه بخشی از ایرادهای وارد بر وجود خود خواهد شد و خواهد توانست نگاه هستی‌شناسانه ما را دگرگون گرداند که در شرایطی بهتر برای درک و فهم همه‌چیز کوشا باشیم و یک عامل شعورمند است برای داد و دهش‌های پیوسته‌اش که برای گسترش هر ذهن به آن نیازمند هستیم و در کل پیوستگی این دادوها دلیلی برای بروز خرد جمعی در بالاترین سطح خود خواهد شد و گسترش فرهنگی نشانه تمدنی قابل درک و رؤیت است که بخشی از آن به واسطه بروز تئاترها در شهر و جامعه‌ای اتفاق می‌افتد. حالا اگر از میزان تئاترها به هر دلیل کاسته شود پیکره جامعه نیز دچار کمبود، نقصان و عارضه مشخصی خواهد شد. بنابراین ما باید همواره به دنبال ماهیت انسانی تئاتر به عنوان هنر فرهنگساز برآییم و افزون بر تهران باید در شهرهای کوچک و بزرگ به دنبال ایجاد تئاترهایی باشیم که بتوان مسائل عمده اجتماعی و انسانی را از منظر مختلف به چالش کشید و این هدف بزرگی است که باید در تئاتر از آن غافل نشویم و در یک ارزیابی دقیق و پژوهشی انسانی و علمی می‌توان پیامد تئاتر را در هر شهر و روستایی مطالعه کرد که بر ما معلوم شود چقدر تئاتر می‌تواند فرهنگساز باشد و رشد فرهنگی در دامنه رشد تولیدات و عرضه محصولات نمایشی تا چه میزان و چگونه خواهد بود؟!

رضا آشفته
منتقد

خوانش — ۲۹ فروردین

امروز با حافظ

صافیست جام خاطر در دور آصف عهد
قم فاســـقی رحـــیقا صافی من الزلال
الملـــک قد تباهی مـــن جده و جـــده
یا رب که جاودان باد این قدر و این معالی
مسند فروز دولت کان شکوه و شـــوکت
بـــرهان مـــلک و ملت بونـــصر بالمعالی

هیچ دیوانی ندارد، شعر چشمان تو را

راحم تبریزی

اذان ترخ — اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۵:۰۷	۰۶:۳۴	۱۳:۰۵	۱۹:۳۶	۱۹:۵۴

برگه

بیشترین تأثیر افراد خوب زمانی احساس می شود که از میان ما رفته باشند.

امرسون

گزارش

پیوند هنر و ورزش در پاسداشت مقام شهدای سلامت

باشگاه فرهنگی، ورزشی هنرمندان استان البرز در نظر دارد در قالدی متفاوت و خاص با پیوند نام هنر و ورزش با به میدان بگذارد تا در پاسداشت مقام شهدای سلامت و ارج نهادن به زحمات و از خودگذشتگی کادر محترم درمان و خانواده بزرگ سلامت کشور در قالب جام چندجانبه تیم‌های فوتبال هنرمندان کشور با بازی‌های دوستانه و عام‌المنفعه در مقابل هم، از تلفیق هنر و ورزش زمینه‌ای برای قدردانی از این عزیزان فراهم کند.

مدیرعامل باشگاه فرهنگی و ورزشی هنرمندان استان البرز گفت: باشگاه هنرمندان استان البرز سال ۹۳ با هدف فعالیت‌های خیریه و عام‌المنفعه، ایجاد شور و نشاط در خانواده فرهنگ و هنر استان تشکیل شد. در سال اول با ۷۵ عضو شروع به فعالیت و سال ۹۶ به ۱۸۲ عضو افزایش پیدا کرد ولی متأسفانه به دلایلی فعالیت باشگاه از سال ۹۸، حدود ۳ سال به تعویق افتاد.

وی در ادامه افزود: در این باشگاه تعداد زیادی از هنرمندان رشته‌های مختلف از شهرهای مختلف استان در کنار برخی چهره‌های ملی هنری و ورزشی کشور، زیر نظر بازیکن اسبق تیم ملی و چهره نام آشنای فوتبال ایران فرشاد فلاحت زاده به‌عنوان سرمربی تمرین می‌کردند.

صابروشن گفت: ما در سال ۱۴۰۰ تصمیم به شروع جدی فعالیت‌های باشگاه گرفتیم، افتتاحیه رسمی باشگاه هنرمان با ارائه طرح برگزاری جام چندجانبه هنرمندان کشور که به پاسداشت مقام شهدای سلامت و ارج نهادن به زحمات کادر درمان به پیشنهاد و میزبانی این مجموعه در البرز برگزار می‌شود.

وی ادامه داد: متأسفانه به دلیل شرایط بد اقتصادی و اپیدمی کرونا، هنوز نتوانسته‌ایم حامی جدی برای این مجموعه جذب کنیم. البته دوستانی در این زمینه به کمک ما آمده‌اند و امیدواریم با همکاری آنها بتوانیم گام‌های خوبی برداریم و موفق به جذب حمایت‌بخش خصوصی شویم.

مکاتباتی هم با مجموعه سازمان فرهنگی و ورزشی شهرداری کرج انجام دادیم ولی متأسفانه هنوز پاسخ مناسبی نگرفتیم.

این هنرمند و مدیرعامل باشگاه هنرمندان درباره نحوه عضویت و فعالیت باولان، توضیح داد: باشگاه هنرمندان عضویت و فعالیت باولان را به صورت جدی پیگیری می‌کند. پیش از تعطیلی اجرای باشگاه، مجموعه ما اقدامی شایسته به تشکیل تیم فوتسال و والیبال باولان کرد و تعدادی از باولان توانمند و هنرمند استان به عضویت این باشگاه درآمدند ولی متأسفانه نتوانستیم این مسیر را به سرانجام برسانیم. امیدوارم با شروع دوباره فعالیت باشگاه این اتفاق بیافتد.

وی درمورد نحوه برگزاری تمرینات و مسابقات با توجه به شرایط اپیدمی کرونا گفت: تمام تمرینات تیم فوتبال هنرمندان را با رعایت تمامی پروتکل‌های بهداشتی و هماهنگی و اخذ مجوز از دستگاه‌های ذیربط جهت آمادسازی انجام خواهد شد.

این هنرمند البرزی با اشاره به این که سالی که گذشت یکی از سخت‌ترین دوران زندگی در تاریخ بشریت بود، گفت: زندگی‌ها به شدت درگیر فشارهای روحی‌روانی و اقتصادی شده است ولی این روزهای سخت تمام و آرامش بر همه ما باز خواهد گشت.

و در این میان هیچوقت فداکاری‌های انسان‌هایی که سخت‌ترین شرایط را پذیرفتند و با تعصب شان به دور از عزیزان‌شان در کنار مردم ماندند و از سلامتی و جان خود گذشتند تا از سلامتی و جان مردم محافظت کنند فراموش نخواهد شد.

صابروشن در ادامه افزود: بدون شک مردم قدرشناس کشورم ایران، پاسخ این بزرگی را بزرگانه خواهند داد. در این دوران، هنرمندان قشر آسیب دیده از این اپیدمی جهانی مثل همیشه از ظرفیت تخصص هنری و جایگاه اجتماعی‌شان برای به صحنه کشاندن و نمود دادن به این قدردانی، بهره بردند. از این رو قرار است به همت باشگاه هنرمان البرز، مقام شهدای سلامت و ارج نهادن به زحمات و از خودگذشتگی کادر محترم درمان و خانواده بزرگ سلامت کشور در قالب جام چندجانبه تیم‌های فوتبال هنرمندان کشور با بازی‌های دوستانه و عام‌المنفعه در مقابل هم، از تلفیق هنر و ورزش زمینه‌ای برای قدردانی از این عزیزان فراهم کند.

روشن گفت: این جام در تابستان ۱۴۰۰ برگزار می‌شود و تاکنون موافقت‌های اولیه برای برگزاری این مسابقات گرفته شده است. مکاتباتی از سوی اداره کل فرهنگ و ارشاد البرز با ادارات کل استان‌های کشور برای اطلاع رسانی و دریافت اطلاعات تیم‌های فوتبال هنرمندان استان‌های مختلف صورت گرفته است. امیدواریم از این طریق و با کمک اصحاب رسانه بتوانیم هنرمندان را از بی‌پایی این رویداد مطلع کنیم.

الهام یوسفی

گزارش

خریدهای «فیجیتالی» در راه است

سبک خرید مردم جهان که در سال اول کرونا با سرعت زیاد از مراجعه‌های فیزیکی به سفارش‌های آنلاین تغییر پیدا کرد، باز هم متحول می‌شود. یک تیم از مدیران ارشد مک‌کینزی با بررسی آینده خرده‌فروشی پیش‌بینی کرده‌اند تا ۲۰۳۰، خریدهای «فیجیتالی» جایگزین خریدهای «دیجیتالی» می‌شوند. مدیران فروش قرار است «فروشنده‌های شخصی» به کار بگیرند.

کرونا فضای بازی خرده‌فروشی را متحول کرده است. موفق‌ترین خرده‌فروش‌ها آنهایی هستند که به شیوه‌های جدید و با روی آوردن به برنامه‌های تکنولوژیک دیجیتال، کانال‌های فراگیر و داخل فروشگاهی، با مصرف‌کننده ارتباط برقرار می‌کنند. در این مطلب، نظر کارشناسان مختلف در مورد تجربه خریداران و تکنولوژی خرده‌فروشی در دهه پیش رو را می‌خوانیم.

خرید از طریق کانال‌های فراگیر در ۲۰۳۰

ظهوردیدن توقف تجارت الکترونیک، تجزیه و تحلیل پیچیده مشتری، صداها و بوهای شخصی‌سازی شده، مانک‌های دیجیتال که اولویت‌های شما را در خرید لباس و کفش می‌دانند و روش‌های ارسال کالای اتوماتیک، اینها فقط بخشی از عواملی هستند که تجربه خرید را در سال‌های پیش رو شکل می‌دهند. در این بخش چهار نفر از مدیران ارشد مک‌کینزی، چشم‌اندازهای خود را در مورد آینده خرده‌فروشی به اشتراک می‌گذارند.

در مورد تجربه خرید فیزیکی-دیجیتال، اریک هازان (Eric Hazan)

می‌گوید: در حال ورود به دنیای «فیجیتال» هستیم- یعنی فیزیکی و دیجیتال به‌طور هم‌زمان؛ جایی که دنیای فیزیکی با دیجیتال به تنهایی در مورد خرده‌فروشی وجود ندارد و این که دارد به هم مرتبط هستند. بیش از ۳۰ تا ۴۰ درصد لوازم آرایشی و بهداشتی در آسیا به‌صورت آنلاین به فروش می‌رسند. این رقم در آینده رشد بیشتری خواهد کرد. بنابراین ۱۰ سال دیگر، برای یکسری دسته‌بندی‌های محصولی خاص، فروش عمدتا به‌صورت آنلاین خواهد بود و خرده‌فروشی فیزیکی بیشتر جنبه نمایشی و «شوروم» خواهد گرفت. پراوین آدی (Praveen Adhi)، معتقد است که شلوغی فروشگاه‌ها دیگر تقریبا برای همیشه حذف خواهد شد. همان‌طور که در تحول به سوی تجارت الکترونیک شاهد هستیم، بخشی از مشتریان دیگر اصلا تمایلی به رزرو به فروشگاه‌ها ندارند یا دیگر مثل قبل، نزیاد به فروشگاه نمی‌روند. بنابراین توانایی به حداکثر رساندن ارزش هر بار مراجعه به فروشگاه بسیار مهم می‌شود. کلسی رابینسون (Kelsey Robinson)، می‌گوید مشتری که در سال ۲۰۳۰ را به یک فروشگاه می‌گذارد، حسی ترکیبی از انگیزه شخصی و تایید رسانه‌های اجتماعی یا دوستان و خانواده که حتی نزدیک او نیستند، خواهد داشت. و ساجل کولی (Sajal Kohli) معتقد است بخش زیادی از سرمایه‌گذاری منابع- چه سرمایه انسانی و چه هزینه‌های سرمایه‌ای دلار- از باز کردن فروشگاه‌های فیزیکی به سمت تکنولوژی تغییر مسیر خواهد داد.

در مورد فروشگاه‌هایی که صرفا برای مشتری متناسب‌سازی شده‌اند، رابینسون فکر می‌کند در سال ۲۰۳۰ خرید کردن به طرزی باور نکردنی شخصی‌سازی می‌شود. طوری که نمایندههای فروش در یک فروشگاه، ما را مثل یک دوست نزدیک یا شاید مثل یک متخصص مد شخصی می‌شناسند و راهنمایی می‌کنند. او همچنین فکر می‌کند تهیه و تدارک شخصی‌سازی شده، یک مفهوم در سال ۲۰۳۰ است که ممکن است حتی زودتر اتفاق بیفتد: من می‌خواهم محصولاتم چطور به‌دستم برسد و خرده‌فروش چطور جلوتر از این موضوع خبر دارد و هر چه سریع‌تر به آدرس دقیق من- چه از طریق کانال‌های خودشان و چه از طریق کانال‌های شرکا شان- می‌فرستد؟

کولی می‌گوید: تا آن موقع به محض اینکه وارد فروشگاه شوید، می‌فهمند آخرین باری که مراجعه کرده بودید چه زمانی بوده و بنابراین، نیازهای جدید شما چیست. آیا باید این محصول را دوباره برای شما سفارش بدهند؟ البته این دلیل اصلی مراجعه ما به فروشگاه‌ها نیست. چون می‌شود آن را از طریق موبایل هم انجام داد. دلیل اینکه به فروشگاه مراجعه می‌کنیم این است که ما را با معرفی محصولات جدید و برندهای جدید که با خواسته‌های ما متناسب‌سازی شده‌اند، جذب می‌کنند.

هازان می‌گوید: اگر در تجزیه و تحلیل سرمایه‌گذاری نکنید، اگر در شخصی‌سازی سرمایه‌گذاری نکنید، موانع ورودی که بقیه ایجاد می‌کنند، بسیار زیاد خواهد شد. آدی معتقد است شرکت‌هایی هستند که صدایی که در یک فروشگاه می‌شنوید و بوهایی را که حس می‌کنید شخصی‌سازی می‌کنند. آنها هر آنچه خواست شما تغییر می‌دهند. شاهد تجربیات درون فروشگاهی خیلی بیشتری خواهید بود که کمک می‌کنند با محصول مورد نظرتان درگیر شوید و آن را لمس و حس کنید. اما وقتی برای خرید آن محصول مراجعه می‌کنید، دیگر آن‌طور نیست که فقط آن را بردارید، به صندوق بروید و بیرون بیایید. در مورد موضوع پایداری، جامعه و سرگرمی، هازان معتقد است در یکسری کشورهای مشخص، و به‌طور خاص چند کشور اروپایی، تقریبا یک چهارم مصرف‌کننده‌ها اگر موجع شوند محصولی که پیش روشان است پایدار نیست، دیگر از آن فروشگاه خرید نمی‌کنند. توجه و تمرکز بر بهداشت، محصولات از گلنگ و پایداری، بیش از گذشته اهمیت پیدا کرده است. بنابراین، لایه دیگری از پیچیدگی برای خرده‌فروش‌ها ایجاد شده است. رابینسون در این زمینه این سوال را مطرح می‌کند که آیا یک فروشگاه فقط محل داد و ستد است؟ یا امکانی است که می‌تواند تجربیاتی را که با برند من سازگار هستند- هر چیزی از کلاس‌های تناسب اندام گرفته تا ملاقات با استعدادهای محلی- انتقال دهد؟ آدی هم این سوال را مطرح می‌کند که وقتی مشتریان به خرید آنلاین عادت کنند، چه چیزی می‌تواند آنها را به فروشگاه بکشاند؟ در مورد درگیری با برند، به‌دست آوردن دانش محصول، ارائه یک تجربه سرگرم‌کننده و از بین بردن اصطکاک در تجربه مشتری، چه فکر می‌کنید؟

کولی می‌گوید: باید به این فکر کنید که محورهای مختلف ایجاد تجربه کدامند؟ ارزش پیشنهادی شما چیست؟ مبنای تمایز شما که دلیل واقعی وفادار بودن یا نبودن مصرف‌کنندگان به شما است، چه خواهد بود؟

نسل آینده خوارباروفروشی

در فوریه ۲۰۲۰، وقتی خواربارفروشی روسی «پیاتروشکا» سرویس تحویل سریع خود را مدیریت می‌کرد میانگین حجم تحویلی‌ها به گفته مدیرعامل آن، سرگئی گونچاروف، ۶۰۰ سفارش در روز بود. تنها یک سال بعد، این فروشگاه زنجیره‌ای، به حدود ۳۰ هزار سفارش آنلاین در روز رسیده است. گونچاروف با افتخار از این اعداد و ارقام که هم به‌خاطر چابکی شرکت و هم به‌خاطر استعدادهایی که آن را رقم زدند، به‌دست آمده صحبت می‌کند. اواخر یا اکاسلدر سوخارفسکی، که بخش تجزیه و تحلیل جهانی مک‌کینزی را اداره می‌کند، در مورد چگونگی آمادگی پیاتروشکا در برابر سیر تکاملی بعدی خرده‌فروشی مواد غذایی، صحبت کرده است.

سرمایه‌گذاری پیاتروشکا در تکنولوژی نتیجه‌بخش بوده است؛ کسبوکار شما در حال رشد و سودآوری است. با این حال، در سراسر دنیا کسبوکارهای خواربارفروشی با محوریت تکنولوژی هستند که ارزش زیادی هم دارند. اما هنوز نقدینگی منفی دارند. دستورالعمل شما برای چنین کسبوکاری که همچنان سودآور هم باشد، چیست؟

اول اینکه خیلی مهم است هدف نهایی خودتان را در ذهن داشته باشید. گفتن این موضوع از عمل کردن به آن راحت‌تر است. خیلی از مردم، وقتی کار جدیدی را شروع می‌کنند و تکنولوژی جدیدی را تست می‌کنند، آن قدر ذوق‌زده می‌شوند که کنترل ماجرا از دستشان خارج می‌شوند و به تدریج از هدف اصلی دور می‌شوند. بنابراین، اولین کار این است که بدانید اصلا چرا آن را انجام می‌دهید.

دوم، مطمئن شوید سرمایه‌گذاری شما در تکنولوژی به نفع کسبوکارتان است. به‌عنوان مثال، حدود دو سال پیش، پلتفرمی خریدیم که به ما امکان می‌داد ارسال خریدهای آنلاین را سرعت ببخشیم و این کار را در اوایل ۲۰۲۰ شروع کردیم. این زمان‌بندی خیلی به نفع ما شد. چون پاندمی کرونا چند ماه بعد شروع شد. منظور من این است که سرمایه‌گذاری شما باید با کسبوکار اصلی شما هم‌پوشانی داشته باشد.

سوم، بلندپرواز باشید و از افقی که برای خودتان تعیین کرده‌اید، فراتر بروید. بزرگ فکر کنید: فقط دو یا سه سال آینده را نبینید. بخشی از هزینه‌های سرمایه‌ای خود را در ایده‌هایی بزرگ و جالب سرمایه‌گذاری کنید تا فقط درگیر تفکر «هورو قره‌اه» نشوید و دید بلندمدت‌تری داشته باشید.

بیشتر توضیح دهید. مثلا ۱۰ سال آینده، فکر می‌کنید خرده‌فروشی مواد غذایی چگونه تغییر کند؟ تجربه خریدمشتری‌های خواربارفروشی در سال ۲۰۳۰ چه شکلی خواهد بود؟

برای پیش‌بینی آینده، خوب است نگاهی به گذشته داشته باشیم. مسلما روش مصرف مواد غذایی مثل همین الان خواهد بود. ما غذا می‌خوریم و قرار نیست خودمان را به برق وصل کنیم و شارژ شویم. مدل توزیع غذا هم تغییر چشمگیری نخواهد داشت و فقط کانال‌های توزیع متعددی خواهند بود تا مواد غذایی را از تولیدکننده بگیریم و به مصرف‌کننده نهایی بدهیم.

اما همان‌طور که در دهه‌های اخیر دیدهایم، در کانال‌ها و فرمت‌های فروش خواربار، تغییراتی را شاهد خواهیم بود. فکر می‌کنم در چند سال آینده، بر سر یک چند راهی قرار خواهیم گرفت. مصرف حول دو الگوی اصلی خواهد چرخید: غذا به‌عنوان یک منبع مفید و غذا به‌عنوان یک تجربه لذتبخش. برای اولی، که مواد غذایی اصلی را تشکیل می‌دهند، مصرف‌کننده‌ها به خرید خواربار از طریق اپلیکیشن‌ها و ارسال آنلاین روی می‌آورند. برای دومی که با وعده‌های غذایی به‌عنوان یک تجربه جذاب برخورد می‌شود، مردم به فروشگاه‌های فیزیکی مثل سوپرمارکت‌ها مراجعه می‌کنند.

خرده‌فروش‌ها یا «طراحان تجربه»

«فقط در صورتی که خرده‌فروش‌ها دیگر مثل خرده‌فروش‌ها فکر نکنند» به نوآوری واقعی خواهند رسید.» این را بریان سولیس (Brian Solis)، که در مارس ۲۰۲۰ به‌عنوان «مبلغ نوآوری جهانی» به شرکت سازفروس پیوسته و خود را «پیشرو و انسان‌شناس دیجیتال» توصیف می‌کند، گفته است. سولیس که کتاب‌های متعددی هم نوشته، اخیرا دیدگاه‌های خود را در مورد آینده خرید کردن با موسسه مک‌کینزی به اشتراک گذاشته است. او در مورد عنوان شغلی‌اش، «مبلغ نوآوری جهانی» به شرکت سازفروس پیوسته و خود را «پیشرو و انسان‌شناس دیجیتال» توصیف می‌کند. گفته است سولیس که کتاب‌های متعددی هم نوشته، اخیرا دیدگاه‌های خود را در مورد آینده خرید کردن با موسسه مک‌کینزی به اشتراک گذاشته است. او در مورد عنوان شغلی‌اش، با تغییر می‌دهد. سپس ویدئاهای مهندسی را تغییر می‌دهم تا به مدیران و افراد تصمیم‌گیرنده کمک کنم چطور- از طریق سرمایه‌گذاری در تکنولوژی یا تغییر شکل مدل‌های کسبوکار، مدل‌های عملیاتی و ذهنیت‌های رهبری سازمانی- با این ویدئاها روبه‌رو شوند. به عبارت دیگر، به افراد کمک می‌کنم آینده کسبوکار را به شکل متفاوتی ببینند.

سولیس همچنین در مورد نقش فروشگاه‌های فیزیکی در آینده می‌گوید: خرده‌فروش‌ها دیگر نمی‌توانند فقط ساختارهای ثابت بسازند و بر یک مدل کسبوکار براساس «چقدر می‌توانیم از این طراحی و قبل از تغییر مدل آن، بهره‌برداری کنیم؟» تکیه کنند. مدل کسبوکار در حال تغییر است و صحبت بر سر چابک بودن، تکامل یافتن و بروز ماندن است. باید فضا را تغییر داد و این سوالات را پاسخ گفت که: مردم چطور وارد فضای فروشگاه خواهند شد؟ چه احساسی خواهند داشت؟ چه کششی برای آنها وجود دارد؟ به جز کالاهایی که در قفسه‌ها هست، چه چیز دیگری آنها را جذب می‌کند؟

تکنولوژی‌ها وجود دارند و سوالی که مطرح است این است که «چطور از آنها استفاده کنیم؟» خرده‌فروش‌های بزرگ در آینده کاری می‌کنند که بطور خاص برای شما طراحی شده است. بنابراین حاضرید زمان بگذارید تا از خانه بیرون بروید و وارد آن فضایی شوید که به شما حس خاص می‌دهد.

مترجم: مریم رضایی

بریده جراید

عاقبت تلخ واژه‌ی طنز

اعتماد: فاروق مظلومی– در سال ۲۰۰۱ سوزان سانتاگ هنگام دریافت یکی از جوایز ادبی، سخنرانی مهمی داشت که با نام وجدان کلمات -The Conscience of Words معروف است و یکی از بخش‌های مهم کتاب «رمان‌نویس و استدلال اخلاقی» را شامل می‌شود. این کتاب که با ترجمه رضا فرنام توسط نشر ثالث منتشر شده است با یک مقدمه، ده مقاله، یک گفت‌وگو و پنج سخنرانی که اغلب آنها درباره ادبیات هستند شکل گرفته و در کنار ادبیات دیدگاههایی از ساتاگ در مورد عکاسی، سینما، آزادی بیان و سیاست دیده می‌شود. نظر ساتاگ درباره پلسترناک، داستایوفسکی، آلبر کامو و سخنرانی زیبایش با عنوان «ادبیات آزادی است» هم از قسمت‌های خواندنی این کتاب مهم است. امکان ندارد اسم باریس پاسترناک ۱۹۶۰- ۱۸۹۰ شاعر و رمان‌نویس صاحبنام روسی را بخوانیم و یاد فیلم دکتر ژیواگو که به نظر میلان کوندرا یک فیلم کیچ از یک رمان باشکوه است نیفتیم باز به قول کوندرا «بیچاره پاسترناک».

از این حاشیه‌های جذاب و سرگرم‌کننده که بگذریم در بخش‌هایی از سخنرانی وجدان کلمات می‌خوانیم.

«هم نویسندگان اضطراب واژگان داریم. واژه‌ها معنا دارند. واژه‌ها اشاره می‌کنند. آنها پیکاند. واژه‌ها می‌توانند گسترش یابند یا فرو بریزند. می‌توانند از بوی بد اشباعشه شوند.» «مثلا ما از واژه صلح مفاهیم مختلفی مانند نبود نزاع و درگیری، فراموش کردن، بخشایش، خستگی، فرسودگی، بغض، کینه و... مراد می‌کنیم»

قطعا صلح می‌تواند حاصل فرسودگی یا بخشیدن باشد و حتی بغض و کینه عمیقی می‌تواند با صلح پنهان شود. با اینکه واژه صلح مجموعه‌ای از مفاهیم متناظر یا متضاد را به همراه دارد اما مفاهیم غالب به کلمه صلح، شکست و پیروزی است. شکی نیست واژه‌های طیف هر واژه به نسبت روح و آنمسفر جامعه تغییر می‌کند.

ما از واژه طنز چه چیزهایی را دریافت می‌کنیم از واژه تلویزیون به کجا رسیدیم؟ از واژه پلنترم و اینترنت به کجاها خواهیم رسید؟

استاد منشی‌زاده شاعر، نظریه‌پرداز و مترنویس فقید در یکی از ضیافت‌های علمی معروفش در تبیین طنز نویسی این گونه می‌گوید:

«هیچ‌دیشین مشکل است و خوب. قدیشین مشکل‌تر و مشکل‌تر از آن طنز اندیشین است. درحالی که مشکل‌تر از آن بر زبان آوردن طنز و از آن مشکل‌تر یک چیز است و آن نوشتن طنز است»

ایشان در گفت‌وگو با شهرام پارسا مطلق در شماره ۸۳۵ روزنامه «پیام ما» طنز را بیشتر معرفی می‌کنند:

طنز و شعر دو روی یک سکه‌اند. بهترین شعر آن است که طنز داشته باشد و بهترین طنز آن است که شاعرانه باشد. هجو و هزل مربوط به نظام است نه شعر؛ چون شعر خوبی است که در بیداری می‌بینیم و مطلقا منطقی نیست و مربوط به حس است نه عقل، در حالی که نظم مربوط به عقل و منطق است. در همه جای جهان، بهترین شاعران بهترین طنزپردازان هستند. مثلا در ایران شیخ سعدی بهترین طنزپرداز است؛ همچنان که حافظ هم در شعرش طنز فراوان دارد. شعر فی‌الواقع آدم را گول می‌زند و مربوط به حقیقت است نه واقعیت. در حالی که نظم به واقعیت مربوط می‌شود. هزل یک مقوله منظوم است.

کسانی که خواسته‌اند مقولات معقول را بیان کنند آن را در قالب وزنی ریخته‌اند تا در ذهن بماند. من اخیرا متوجه شدم که مردم در طنز، اشتباه رفته‌اند یا ما در طنز اشتباه رفته‌ایم. چرا که طنز فی‌الواقع همان شعر است و همان شعر، طنز. ولی امروز حرف‌های عجیب و غریبی می‌شنویم مثلا اینکه این فیلم طنز است یا این تئاتر طنز است. بعضی‌ها هم پا را فراتر می‌گذارند و می‌گویند این نمایشنامه طنز است و ما دوست داریم به ایشان بگوییم شما به جای عسل، زنبور عسل می‌خورید چراکه نمایشنامه خود طنز نیست بلکه به وسیله بازیگران به طنز تبدیل می‌شود. اگر نمایشنامه را از نظر بلینسکی- وسایرین گریگوریویچ بلینسکی- منتقد ادبی، فیلسوف و زبان‌شناس شهیر روس (۱۸۴۸-۱۸۱۱) -نگاه کنیم یک اثر می‌تواند طنز باشد ولی از نظر استانیسلاوسکی به جای طنز باید گفت یا کمدی است یا تراژدی. کمدی مربوط به هنرهای نمایشی و طنز مربوط به هنر نوشتار است. نکته غم‌انگیز اینجاست که هر چیز خوب، را این روزها طنز می‌خوانند. در حالی که مگر آثار داستایوفسکی یا تالستوی طنز دارد؟ چخوف، طنز دارد. قبل‌ها می‌گفتند در یک اثر باید اقتصاد مطرح باشد. البته به تقلید از بازاک نویسنده مورد توجه کارل مارکس طنز خوب است ولی لزوما هر اثر موفقی هم حلوی طنز نیست مثلا رمان «هر جستجوی زمان گمشده» که بزرگ‌ترین رمان قرن بیستم است اما طنز ندارد.»

تعریف دانگشتار از تعریف فوق در مورد مسئله‌ای عبید زاکانی عبید زاکانی وجود دارد و تعاریف متعدد علمی دیگر را می‌توان در مراجع مختلف یافت. حالا که شکوه واژه طنز را بیشتر دریافتیم، ببینیم آنها که فکر می‌کنند موفق به ساخت سریال طنز یا به عبارت صحیح‌تر سریال کمدی شده‌اند چه بلایی بر سر این واژه آورده‌اند. کمی زود بود تا شخصیت پلنترم‌ها و سریال‌های طنز اینترنتی تبیین شود اما شد. این پلنترم‌ها ثابت کردند در ساخت کمدی هم دنباله‌رو تلویزیون هستند. آنها با ساخت به اصطلاح سریال‌های طنز شکوه این واژه را به خطر انداخته‌اند. دراکولا یک نمونه از این سریال‌هاست که با تفاخر طنز سازگار نیست و در حوزه هجو و هزل هم نمی‌گنجد. چراکه هجو و هزل هم گونه‌هایی از نوشتار با فرم‌های متقن و موثر هستند. سریال‌هایی مثل هیولا، دراکولا یا برنامه‌های خنده‌وانه با دورهمی نوعی فرصت‌طلبی از بعضی فضاهای گروتسک- فضای معلق بین طنز و اندوه و وحشت- موجود در جامعه است. درست است ما وقتی می‌شنویم آقازاده‌ای در یک آتلیه نقاشی عکس سهراب را به عنوان همسر خانم نقاش شناسایی می‌کند خندهمان می‌گیرد ولی از طرفی این اتفاق وحشتناک و اندوهناک هم هست. سریال‌های موجود در بازارهای اینترنتی با خنثی‌سازی یا تقلیل وحشت و اندوه و رویدادهای مشابه، آنها را در حد یک بسته خنداننده روانه خانه‌ها می‌کنند. یا همان ترفه است در بخشی از برنامه خنده‌وانه به نام «بنیرو» پدرهای عزیز در یک مسابقه ناخرو و عجیب اقدام به درآوردن لباس نوزادان خود می‌نمودند و بعد تن نوزاد خود را با لباس تهیه‌شده از طرف اسپانسر می‌پوشاندند اما آنچه هنوز عریان است و کسی نمی‌تواند آن را پوشش دهد این است که کجای این ماجرا جذاب است که به خاطر برنده شدن در یک مسابقه با فشار و خشونت لباس نوزاد خود را دربیاوری و دوباره با همین وضعیت و رفتار جنگی لبلبی را که پوستر برنامه است تن نوزادی دفاع بکنی؟ بینندگان این برنامه احتمالا شاهد گریه بعضی از این کودکان بودهاند که وسط هیاهو و جیغ و داد حضار و رفتار وبرینی مجری، نوزاد عزیز شاز تعویض لباس را تجربه می‌کرد. این گونه بود که واژه خشونت هم به طیف واژگانی طنز اضافه شد. حتما پوستر بسته اینترنتی دراکولا را در بزرگراه‌های تهران دیده‌اید. پوستر دراکولا با آن تصاویر متظاهر به قدرت و پول نوعی خدن کجی به مردمی است که تحت فشار اقتصادی شدید هستند. در این سریال‌ها فرا است ما به درهای مان بخندیم و به قول طرفداران این سریال‌ها در ایام فرنطینه سرگرم شویم.

این گونه است که واژه طنز طیفی از واژه‌های سخیف را دور خودش جمع می‌کند و بو می‌گیرد. واژه‌هایی مانند: دم‌جنبی، سرپایی، آبکی، بزن در رو، فرصت‌طلبی، وحشت، اندوه و...

لطفا تا اطلاع ثانوی به قول خودتان سریال طنز نساز