کسب و کار

چگونه بهترین روزها را برای دورکاری انتخاب کنیم

خیلی‌ها این روزها از مزایای دورکاری مثل افزایش بهره‌وری، صرفه‌جویی در هزینه و زمان رفت‌وآمد به سر کار و ارتقای ریتم کار-زندگی، بهره می‌برند. افراد از اینکه بیشتر در کنار خانواده خود هستند، لذت می‌برند و طبق مطالعه جدید FlexJobs، ۶۵ درصد کارمندان گفته‌اند می‌خواهند برای همیشه و به طور کامل دورکار بمانند و از مزایای دورکاری استفاده کنند. در حالی که فقط ۴ درصد گفته‌اند دوست دارند به صورت تمام‌وقت به محل کار فیزیکی برگردند.

حالا بسیاری از سازمان‌ها به این فکر افتاده‌اند که چگونه می‌توانند با ایجاد یک بستر مناسب و قوانین انعطاف‌پذیر کاری شرایط را برای یک ایجاد کار ترکیبی، به طوری که کارمندان بتوانند بخشی از کار خود را در محیط کار و بخشی را به صورت دورکاری انجام دهند، ایجاد کنند. این رویکرد جدید ممکن است به آینده کار مبدل شود، ولی سوال این است که این کار چگونه هماهنگ خواهد شد؟ آیا شرکت‌ها به کارمندان خود اجازه خواهند داد تا انتخاب کنند چه روزهایی سر کار حاضر شوند و چه روزهایی از خانه کار کنند؟ و اینکه ساعت‌های کاری به چه صورت خواهد بود؟ اگر کارمندان انتخابی داشته باشند، واضح است که به استراتژی نیاز دارد که بیشتر دیده شوند و در عین حال استرس خود را به حداقل برسانند. این مقاله به نکاتی که کارمندان باید در زمان انتخاب روزهای دورکاری‌شان در نظر داشته باشند، اشاره می‌کند.

اولین روز کاری هفته: خیلی واضح است: ممکن است بگویید من کل تعطیلات خود را مشغول خوردن و خوابیدن بودم و هنوز برای شروع روز کاری و رفتن سر کار بسیار گیج و منگ هستم. در قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی زمانی که مردم حقوق خود را در اولین روز تعطیلات آخر هفته دریافت می‌کردند، غیبت در اولین روز کاری بسیار مرسوم بود به طوری که به عنوان دوشنبه مقدس شناخته می‌شد. چرا که برای مردم در حکم روز بعدی تعطیلات بود. اگر از دید کاری به این روز نگاه کنید، اولین روز کاری معمولا روز تشکیل جلسه تیمی و مشخص کردن اولویت‌های بقیه روزهای هفته است. بنابراین به نظر می‌رسد بهتر است این روز را راهی محل کار شوید و دورکاری را به روزهای دیگر هفته بیندازید. از سوی دیگر نشان دادن اشتیاقتان به رئیس و حاضر شدن در سر کار در اولین روز کاری هفته نیز می‌تواند ایده خوبی باشد.

روز دوم کاری: برخی از مردم ممکن است الگویی را که طبق آن روز دوم کاری هفته را به سر کار می‌روند دوست نداشته باشند، چرا که این انتخاب هفته کاری را به دو قسمت نامساوی تقسیم می‌کند. با این حال در کنار تقسیم کردن هفته، کار کردن در روزهای دوم کاری هفته احتمالا روزی است که دیگران هم ممکن است آن را انتخاب کنند.

روز سوم کاری: دورکاری در این روز برای هرکول پوآرو، کارآگاه رمان‌های آگاتا کریستی که دوستدار نظاره و نظم و ترتیب است بسیار لذتبخش است؛ دو روز کار کردن در دفتر کار و سپس یک روز در خانه و باز دو روز رفتن به سر کار و سپس دو روز تعطیلی. اما این با برنامه آگونومیست جور نیست (سومین روز کاری روز ضرب‌الاجل است). با وجود این سومین روز کاری می‌تواند روز خوبی برای انتخاب دورکاری باشد. از طرفی با توجه به اینکه اولین و آخرین روز کاری محبوب‌ترین گزینه‌های کاری هستند، کارفرمایان هم احتمالا از اینکه کارمندان این روز را برای دورکاری انتخاب کنند راضی خواهند بود.

چهارمین روز کاری: گرچه این روز نیز هفته کاری را مانند دومین روز کاری تقسیم می‌کند ولی به نظر می‌رسد نسبت به روز دوم کاری هفته از رضایت‌بخشی کمتری برخوردار باشد. این مساله به این دلیل است که اگر این روز را برای دورکاری انتخاب کنید باید پرونده رفت و برگشت به محل کار را در روز آخر کاری هفته تکرار کنید. نکته دیگری که درباره این گزینه وجود دارد این است که می‌توانید چهارشنبه شب برای تعطیلات برنامه‌ریزی کنید.

روز آخر کاری: مانند روز اول کاری هفته این روز هم بیش از اندازه شگرف‌انگیز است؛ وقتی به همکارانتان می‌گویید روز آخر کاری را از خانه کار می‌کنید، با لبخندهای معنی‌دار به یکدیگر اشاره می‌کنند. مدیران هم در زمان‌های مختلف با شما تماس می‌گیرند تا نشانه‌هایی از دورهمی‌ها یا مسافرت‌های آخر هفته به گوشتان بخورد.

اصلا نیازی به خطر کردن و ایجاد چنین شک و شبهه مدیریتی نیست. تنبل هامدت‌هاست این موضوع را فهمیده‌اند که گذراندن روزهای آخر کاری در دفتر کار می‌تواند بسیار هم راحت باشد؛ همکاران ممکن است برای صرف ناهارهای طولانی ناپدید شوند و اگر بعد از ساعت ۳ پشت میزتان نباشید کسی پیگیر نمی‌شود. پس اگر می‌خواهید از زیر کار در بروید، روزهای آخر کاری را به سر کار بروید و روز دیگری برای استراحت پنهانی‌تان انتخاب کنید. و در صورتی که کارمند سخت‌کوشی هستید که می‌خواهد شهرت خود را حفظ کند، روزهای آخر کاری هفته را برای دورکاری انتخاب نکنید.

البته بسیاری از شرکت‌ها ممکن است به کارمندان اجازه دو روز دورکاری در هفته را بدهند که باعث می‌شود ۱۰ ترکیب مختلف از روزهای دورکاری داشته باشید. برای اجتناب از ایجاد شک و شبهه ترکیب روزهای اول و آخر کاری هفته یا دو روز آخر کاری را برای دورکاری انتخاب نکنید. روز دوم و چهارم کاری می‌تواند گزینه خوبی باشد چرا که به معنای آن است که شما روزهای دیگر در دفتر کار خواهید بود. از سوی دیگر احتمال دارد ساعات کاری شناور شوند. زود بیدار شدن این شانس را به شما می‌دهد که کار خود را ساعت ۸صبح شروع کرده و تا ۴ بعد از ظهر تمام کنید و بقیه روز را برای خودتان داشته باشید. ولی در بسیاری از شرکت‌ها روز اول صبح سر کار حاضر می‌شوند، ممکن است کارهای مشکل به شما واگذار شود. در صورتی که ظهر تا ساعت ۸ بعد از ظهر به سر کار بروید، بعد از ساعت ۶ دیگر کسی مزاحمتان نمی‌شود. می‌توانید به راحتی ناهار بخورید و سریال تماشا کنید. همان‌طور که قوانین در حال تغییر هستند پتانسیل سوءاستفاده از آنها نیز رشد کرده است. کارمندان برای شکوفایی در عصر دورکاری به حیله‌گری ماکیاولی و درخشش تاکتیکی نایلئون نیاز دارند.

مترجم: سارا بنی‌صدر

سرپرست سازمان حمل‌ونقل بار و مسافر شهرداری کرج:

۵۰ دستگاه اتوبوس به ناوگان عمومی کرج اضافه می‌شود

سرپرست سازمان حمل‌ونقل بار و مسافر شهرداری کرج از افزایش ۵۰ دستگاه اتوبوس جدید به ناوگان حمل‌ونقل عمومی این کلان‌شهر خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، منوچهر خسروزاده با اعلام این خبر، اظهار کرد: خوشبختانه با دستور شهردار به‌زودی قرارداد خرید ۵۰ دستگاه اتوبوس جدید منعقد شده و این اتوبوس‌ها به ناوگان حمل‌ونقل عمومی اضافه می‌شوند.

وی با اشاره به کسب رضایت شهروندان که از اولویت‌های مدیریت شهری کرج است، اعتبار ۵۰ دستگاه اتوبوس جدید را ۲۰۰ میلیارد تومان اعلام کرد و گفت: در سه سال گذشته تقریباً ناوگان اتوبوس‌رانی این کلان‌شهر نونوار شده است.

سرپرست سازمان حمل‌ونقل بار و مسافر شهرداری کرج همچنین به در نظر گرفتن حال معلولان در خدمت‌رسانی اشاره کرد و افزود: اتوبوس‌هایی که تاکنون به ناوگان حمل‌ونقل عمومی کرج افزوده شدند، برای تردد معلولین نیز مناسب هستند.

حمله ملاکان به دشت‌های تهران

ملاکان در حومه مناطق ییلاقی تهران مستقر شدند. بررسی‌ها نشان می‌دهد زمین‌های بدون آب و برق در حومه یکر پایتخت، به مقصد سوم سرمایه‌گذاران بازار ویلا و اقامتگاه‌های تفریحی تبدیل شده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از «دنیای اقتصاد»، پس از جنگل‌خواری و کوه‌خواری، موج سوم تخریب محیط‌زیست و هجوم به اراضی ملی و منابع طبیعی در حومه مناطق اطراف تهران و سایر شهرهای بزرگ شکل گرفت. طی سال‌های گذشته حومه مناطق تهران و شهرهای بزرگ به ویژه در شمال کشور، مقصد اصلی ساخت وسازهای غیرمجاز به واسطه تخریب جنگل‌ها و کوه‌ها بود. مناطقی همچون دماوند، لواسان، اوشان ششم، کردان و... مناطق شهری و روستایی بودند که طی دست کم ۱۰ سال گذشته، به واسطه گسترش سریع ساخت‌وسازهای ویلایی غیرمجاز به یک برند شناخته‌شده در میان مناطق ییلاقی کشور تبدیل شده بودند. مناطق ییلاقی خوش آب و هوایی که بخش زیادی از ویلاسازی صورت گرفته در آنها بدون آنکه از قواعد و ضوابط ساخت وساز شهری پیروی کند، شکل گرفته بود. تحقیقات و مشاهده‌های میدانی از وضعیت ساخت وسازهای جدید در این مناطق ییلاقی طی ماه‌های گذشته نشان می‌دهد: طی یک سال گذشته، موج جدیدی از تقاضا از سوی افرادی که به دنبال خانه‌ها و اقامتگاه‌های ویلایی و تفریحی هستند در حومه شهرها شکل گرفته است. جالب آنکه بخش عمده این تقاضای جدید به اطراف حومه مناطق ییلاقی سوق پیدا کرده‌اند. بررسی‌ها حاکی از وجود عامل اصلی از شکل‌گیری این موج جدید تقاضا برای ویلاسازی در این مناطق است. علت نخست به طولانی شدن دوره ممنوعیت سفر به ویژه سفرهای میان استانی طی دو سال اخیر برمی‌گردد. طی این مدت، روزهای زیادی به دلیل شیوع ویروس کرونا، ممنوعیت سفر برای شهروندان ایجاد شد و به همین دلیل تعداد زیادی از آنها برای رفع نیازهای تفریحی و گذران اوقات فراغت خود تصمیم به جابه‌جایی مقصد سفر به حومه شهرهای محل سکونت گرفتند. علت دوم گران شدن ملک و زمین درون محدوده اصلی شهرها بود. بخشی از تقاضای جدید ایجاد شده در حومه شهرها برای ساخت و خرید ویلا گروهی هستند که به دلیل جهش قیمتی رخ‌داده در بازار زمین و مسکن، امکان خرید در محدوده اصلی شهرها را پیدا کردند و به حومه شهرها مهاجرت کردند. هر دو این عوامل منجر به شکل‌گیری تقاضایی برای خرید ویلا در حومه مناطق ییلاقی پایتخت و سایر شهرهای بزرگ شده تا از این مسیر از یکسو نیاز تفریحی و از سوی دیگر اهداف سرمایه‌ای خریداران تحقق پیدا کند. به تعبیر دیگر جهش پی در پی قیمت مسکن طی دو سال گذشته، موج جدید خرید خانه دوم برای اقامت و تفریح را در حومه تهران ایجاد کرد. البته در این میان به دلیل آنکه هم ظرفیت ساخت وساز در این مناطق ییلاقی تکمیل شده و هم قواعد ساخت وساز تا حدودی در این مناطق حاکم شده به این معنی که تقریبا ساخت وسازهای غیرمجاز غیرممکن شده است و مهمتر آنکه به دلیل برند شدن، میانگین قیمتی قابل توجهی در بازار ویلاهای این مناطق ثبت شده، موج جدید تقاضای خرید خانه دوم به جای آنکه سراغ مناطق جنگلی و کوهستانی برود، به زمین‌های مسطح و دشت حومه شهرها پناه برده است. به این معنا که پس از جنگل‌خواری و کوه‌خواری پدیده جدید دشت‌خواری در این مناطق به وجود آمده است. نکته مهم آنکه این شکل از تقاضا در حومه این مناطق ییلاقی همچون حومه دماوند یا حومه کردان مستقر شده‌اند. محدوده‌هایی که دارای روستاهای بکر و دست‌نخورده هستند و به طور طبیعی ساخت و خرید ویلاها در آنها ارزان‌تر از محدوده اصلی مناطق ییلاقی تمام می‌شود. ویژگی بارز اراضی و دشت‌های این مناطق بکر که اکنون به مقصد اصلی سرمایه‌گذاران و متقاضیان مصرفی بازار ویلا تبدیل شده نبود خدمات زیربنایی همچون آب، برق و گاز است. آن‌طور که بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد، نحوه تامین آب برای قطعات زمین و ویلاهای این مناطق از چاه کشاورزی روستاهای اطراف، نحوه تامین برق از طریق صفحات خورشیدی و گاز از طریق خریداران کپسول‌های گاز است که به عنوان خدمات ویژه دشت‌خواری از سوی ملاکان حومه مناطق ییلاقی به خریداران این ویلاها ارائه می‌شود. این اراضی به دلیل آنکه خدمات زیربنایی رسمی از سوی دولت ندارند به دو گروه مصرف‌کننده و ملاکانی تقسیم می‌شوند که این قطعات زمین را از صاحبان اولیه خریده و به مصرف‌کننده‌ها می‌فروشند. موج جدید ورود این گروه از متقاضیان به حومه مناطق ییلاقی تهران و سایر شهرها می‌تواند نشانه اولیه تبدیل این محدوده به مناطق ییلاقی برند باشد که اگرچه در حال حاضر برخورد مشخصی برای جلوگیری از این گونه ساخت وسازهای غیرمجاز نمی‌شود اما در آینده به سرنوشت مناطقی همچون کردان، دماوند و... دچار می‌شوند. این در حالی است که نهادها و دستگاه‌های مسوول در این حوزه می‌توانند با الگوگیری از تجربه سایر کشورها در حوزه مدیریت اراضی ملی و طبیعی، یک بازار رسمی برای تبدیل این مناطق به شهرک‌ها و مناطق توریستی ایجاد کنند. بررسی الگوی تجربه شده در سایر کشورها حاکی از آن است که در کشورهایی همچون چین، آمریکا و... اراضی ملی و منابع طبیعی به متقاضیان فروخته نمی‌شود بلکه دولت از طریق واگذاری حق بهره‌برداری به بخش خصوصی، زمینه تامین خدمات زیربنایی را فراهم می‌کند و از این طریق بخشی از هزینه‌های توسعه شهرها فراهم می‌شود. این در حالی است که طی سال‌های گذشته، در ایران دولت‌ها در مرحله نخست با فروش اراضی به پیمانکاران بخش خصوصی زمینه تامین خدمات زیربنایی همچون آب و برق را در این محدوده‌ها فراهم می‌کنند. نکته مهم آنکه قیمت‌گذاری این اراضی در این مرحله به دلیل نداشتن خدمات زیربنایی بسیار پایین است و پیمانکاران پس از ارائه این خدمات در این اراضی می‌توانند با ارزش افزوده قابل توجه این اراضی را به فروش برسانند.

به تعبیری این گونه فروش اراضی ملی در یک بازار غیررسمی، نه تنها نمی‌تواند منافع عمومی را تامین کند بلکه در نبود قواعد رسمی ساخت‌وساز، خانه‌ها و ویلاهای ساخته شده پس از مدتی با قلع و قمع از سوی دستگاه‌های مربوطه مواجه می‌شوند. یعنی در مرحله‌ای دولت اقدام به ورود می‌کند که تقریبا بخش زیادی از منطقه ساخته شده و بخش مهمی از قواعد ساخت وساز و شهرسازی و معماری در آن رعایت نشده است. کارشناسان معتقدند در عامل مهم در ورود بعد از موعد اصلی دستگاه‌های مسوول برای مواجهه این نوع ساخت‌وسازها دخیل است. اولین عامل جزیره‌ای بودن دستگاه‌ها در حوزه نظارت ساختمانی حومه شهرها است. نظارت بر این حوزه در بخش‌های مختلف از سوی وزارت کشور، وزارت راه و شهرسازی و بنیاد مسکن انجام می‌شود. همین روند نیز به غفلت در حوزه نظارت از مرحله نخست منجر می‌شود. علاوه بر این بخش زیادی از ملاکان پس از اقدام به خرید این اراضی، برای ایجاد ارزش افزوده، اقدام به نگهداری چندین ساله آن می‌کنند. این در حالی است که اگر مالکان ناچار به پرداخت مالیات سالانه بودند چنین اقدامی از سوی آنها انجام نمی‌شد. کارشناسان پیشنهاد می‌کنند دولت می‌تواند با راه‌اندازی یک بازار رسمی و اقدام به ساخت شهرک‌های تفریحی، علاوه بر تامین بخشی از منابع بودجه ملی، از تخریب گسترده دشت و منابع محیط‌زیست جلوگیری کند.

به چه کسی می‌گویند یک رئیس بد

روسای بد همیشه برای سازمان‌ها و کارکنان، مشکل‌ساز بوده و هستند و به یکی از دغدغه‌های کسب‌وکارهای امروزی تبدیل شده‌اند چراکه بسیاری از آنها باعث می‌شوند تا کارکنان به سمت دیتامحوری سوق پیدا کنند. در واقع، یک رئیس بد باعث ایجاد ترس و اضطراب شده که در طولانی‌مدت موجب خواهد شد کارکنان خود را پشت دیتا و آمار و ارقام پنهان کند. حال سوال اینجاست که به چه رئیسی می‌توان عنوان «رئیس بد» داد و ویژگی‌های مشترک بین روسای بد و نامطلوب کدام است؟ در پاسخ به این سوال باید گفت که روسای بد براساس ویژگی‌های بارزی که دارند به چهار گروه عمده تقسیم می‌شوند که در ادامه به آنها اشاره خواهد شد. روسایی که ادعای دانای کل بودن دارند: این گروه از روسا مدعی هستند که فقط آنها جواب سوالات را می‌دانند و فقط آنها قادر به مدیریت و کنترل جلسات کاری خواهند بود و از همه بدتر اینکه معتقد هستند تمام اعتبار ناشی از اجرای موفق پروژه‌ها باید به حساب آنها نوشته شود. آنها خود را به عنوان دانای کل و ستون فقرات سازمان می‌پندارند و این تفکر را از طریق بخش روابط عمومی سازمان و رسانه‌های اجتماعی گسترش می‌دهند. افرادی که برای چنین روسایی کار می‌کنند باید در حد پرسش از آنها پیروی کرده و کسانی که به‌طور مستقیم به چنین مدیرانی گزارش می‌دهند، فردیت و شخصیت خود را از دست می‌دهند و در عمل مطیع محض اوامر آنها هستند و نمی‌توانند از مهارت‌ها و تجربیات خود برای حل مسائل بهره ببرند یا روی فرصت‌ها سرمایه‌گذاری کنند. روسای عاشق خرده‌کاری و پرداختن به جزئیات: این گروه از روسا دارای دانش خوبی برای انجام کارها هستند اما متاسفانه خود را بیش از حد درگیر جزئیات امور می‌کنند. آنها دوست دارند تمام جزئیات مربوط به انجام کار را به کارکنان دیکته کنند و پس از آن نیز دوست دارند تمام فعالیت‌ها را به همراه کوچک‌ترین جزئیات آن چک کنند. آنها به‌شدت احساس ناامنی می‌کنند و به همین دلیل هم بیش از حد بر دیتا، آمار و ارقام تمرکز دارند. آنها به‌دنبال افرادی هستند که چشم و گوش بسته از رویکردهای سیستماتیک پیروی کنند. افرادی که برای چنین روسایی کار می‌کنند و به آنها گزارش می‌دهند نیز دچار تفکر دیتامحور شده و چنان‌چه بخواهند با طرح ایده‌های جسورانه و ریسکی این قاعده را برهم بزنند با استرس و توبیخ و اخراج روبه‌رو خواهند شد.

روسای پرهیاهو و خودخواه: این گروه از روسا کسانی هستند که اهل هیاهو و جلب توجه دیگران به سمت خود و به‌شدت غیرقابل پیش‌بینی هستند. آنها می‌کوشند تا خبرهای بد را پنهان کرده و در مقابل خبرهای خوب را بوق و کرنا کرده و آنها را به اسم خود ثبت کنند. در واقع، شخصیت نمایشی چنین روسایی دارای صورت قوی است و هر آنچه انجام می‌دهند، حتی اگر مثبت و سازنده و الهام‌بخش باشد، با هدف مطرح کردن خود و جلب توجه ارکان بیرون سازمان انجام می‌شود. افرادی که برای چنین روسایی کار می‌کنند پس از مدتی به‌شدت کلافه و خسته می‌شوند، زیرا مجبور هستند به‌طور دائم از این روسا تعریف و تمجید کنند و خودشان حق تعریف دلسازن‌ها و ایده‌های خود را ندارند و تنها دلسازتی که در مجموعه تحت هدایت این نوع روسا وجود دارد، دلسازتی است که خود آنها تعریف می‌کنند و ناگفته پیداست در چنین شرایطی، هیچ مجالی برای عرض اندام کارکنان و طرح ایده‌ها و تجربیات آنها وجود نخواهد داشت، چراکه داستان رئیس بر همه چیز و همه‌کس برتری دارد.

رئیس‌های رباکار و دوشخصیتی: برخلاف سه گروه قبلی روسای بد که ویژگی‌های مدیریتی خود را به‌طور کامل و برای همه عیان می‌کردند، روسای رباکار و دوشخصیتی به هیچ عنوان چنین کاری نمی‌کنند و به همین دلیل به سختی قابل شناسایی هستند. این گروه از روسا بسیار خوب و زیبا سخن می‌گویند و با دیگران رفتار خوبی دارند و از خودکنترلی خوبی برخوردار هستند. با این همه، آنها پشت درهای بسته، شخصیت و افکار متفاوتی دارند به‌طوری که موفقیت عملکردی کارکنان را به خود نسبت می‌دهند، از کارکنان خود بدگویی می‌کنند و از هر فرصتی برای زیر پا گذاشتن زیردستان و تبدیل آنها به نردبان ترقی خود بهره می‌برند. افرادی که برای چنین روسایی کار می‌کنند به‌شدت از آنها می‌ترسند و حساب می‌برند، زیرا می‌دانند در صورت قرار گرفتن در نقطه مقابل چنین مدیران ظاهرفریبی به‌طور حتم محکوم خواهند شد. این کارکنان می‌کوشند تا از طریق طرح ایده‌های خلاقانه و نوآورانه، خود را بیش از حد برجسته نکنند چرا که در غیر با زود، سوژه حمله و تخریب هولناک رئیس خود قرار خواهند گرفت. همه این چهار نوع روسا به خوبی می‌دانند چنان‌چه آمار و ارقام خوبی از عملکرد خود ارائه دهند و اهداف مقرر را تحقق بخشند، خواهند توانست در سازمان خود به عنوان رئیس به کارشان ادامه دهند و از فرهنگ‌های سازمانی دچار تعارض و نتیجه‌خواه در آنها حاکم باشد. علاوه بر این، تمام کارکنانی که برای این چهار نوع رئیس کار می‌کنند، دچار احساس ترس و اضطراب دائمی بوده و خود را مطیع محض روسای خود می‌پندارند چراکه در غیر این صورت با خطر اخراج از کار یا رودررویی با رئیس مواجه خواهند شد. این کارکنان معمولا دغدغه بقا و کار آمدن با رئیس بد خود را دارند و در نتیجه از خلاقیت و نوآوری‌های فردی و تیمی باز مانده و به تدریج به روبات‌هایی تبدیل می‌شوند که کارکرد اصلی آنها واکنش نشان دادن به کنش‌ها و دستورات رئیس است و بس. اگر چه این کارکنان قادر هستند وظایف محوله خود را به‌خوبی انجام دهند، اما تمام این انجام وظیفه‌ها با هدف کمک به رئیس در دستیابی به اهداف و تحقق یکسری آمار و ارقام است. آن هم بدون کمترین نوآوری و خلاقیت که در روزگار پر رقابت و دگرگون امروز، از تان شب برای سازمان‌ها واجب‌تر است. یکی از علامت‌های وجود رئیس بد در یک مجموعه کاری این است که کارکنان همیشه در مورد رئیس خود و چگونگی برآورده‌شدن خواسته‌های او صحبت می‌کنند. حال آنکه کارکنان باید به بازار و مشتریان توجه داشته و فکر و ذکر اصلی آنها برآورده کردن خواسته‌ها و نیازهای مشتریان و عوامل بازار باشد. به‌طور کلی، در دنیای حتی اقتصادی آن شود، می‌گوید: در نظر داشته باشیم موزه انتشارات علمی‌فرهنگی در پهنه فرهنگی و گردشگری قرار گرفته است که کتابخانه ملی یا باغ کتاب تهران نیز در همین پهنه هستند و قادر است بین موزه‌ها و این مراکز فرهنگی دیگر نیز پیوند برقرار کند. حالا می‌توان امیدوار بود که نمونه‌های مختلفی از موزه‌های با موضوعات ادبی را شاهد باشیم که می‌توانند در همنشینی با هم شبکه‌ای برای گردشگری یا شهری خلاق در حوزه ادبیات ایجاد کنند. این پایان یک راه نیست بلکه آغازی برای پیوندها و هم‌افزایی‌ها است.

گردشگری

غفلت از گردشگری ادبی

خانه‌ای که از آن تحت عنوان موزه بنیاد داستایوفسکی یاد می‌شود محلی است که این نویسنده نامدار روس دو بار آن را اجاره کرد، یک‌بار مدت زمانی کوتاه در ۱۸۴۶ و بار دیگر سه سال پایانی عمر خود یعنی بین سال‌های ۱۸۷۸ تا ۱۸۸۱. این خانه اکنون به یکی از مراکز گردشگری در این کشور تبدیل شده و دوستداران ادبیات روسیه در برنامه‌های سفرشان آن را می‌گنجانند. در ایران شرایط متفاوت است و به این ظرفیت مغفول کمتر توجه می‌شود، همین موضوع باعث شده است که بارها در خبرها بخوانیم خانه‌ای که نویسنده یا شاعری نامدار در آن زیسته یا روزگار کودکی و جوانی‌اش در آن سپری شده در آستانه تخریب است و چند روز بعد هم تصویری از ساختمان فروریخته در رسانه‌ها منتشر شود.

افتتاح موزه و مرکز اسناد انتشارات علمی و فرهنگی در هفته‌های اخیر خبری خوش در این حوزه بود و همین امر باعث شد سراغ رضا دبیری‌نژاد کارشناس موزه رفته و در این باره نظر او را جویا شویم. دبیری‌نژاد در این گفت‌وگو با اشاره به اینکه در خرداد سال‌جاری موزه و مرکز اسناد انتشارات علمی و فرهنگی به دست احمد سمیعی گیلانی افتتاح شد، می‌گوید: موزه سه محور دارد که شامل مرکز اسناد، شامل اسناد مکتوب و داده‌های دیداری و شنیداری و دیجیتال، کتابخانه و آرشیو می‌شود و در مرکز اسناد آن به تنهایی ۳۰۰ هزار برگ سند و پنج هزار کتاب قرار دارد. او می‌افزاید: گشایش موزه انتشارات علمی و فرهنگی فرصتی تازه برای تهران و حتی فراتر از آن برای حوزه میراث کتاب و ادبیات است. انتشارات علمی و فرهنگی میراث‌دار موسسات مختلفی از بنگاه نشر و ترجمه نظیر «فرانکلین» و «نومرز» است که طی هفت دهه فعالیت این موسسه حوزه‌های مختلفی را در زمینه نشر پوشش داده است؛ از ایجاد آتلیه گرافیک گرفته تا ایجاد چاپخانه افست و کاغذ پارس، تولید کتاب‌های جیبی و موارد دیگر. با چنین پیشینه و فعالیت‌هایی است که موزه انتشارات علمی و فرهنگی به نمایش و ارائه بخشی از تجربیات فرهنگی معاصر جامعه ایران می‌پردازد که نامداران بسیاری در عرصه‌های نویسندگی، ویراستاری و... به آن پیوست شده‌اند.

با بازدید از موزه انتشارات علمی و فرهنگی می‌توان سابقه فعالیت‌های این نامداران را از نزدیک دید و دریافت که حوزه نشر در ایران در برهه‌هایی از تاریخ معاصر چه وضعیت‌ها و نوسانانی را تجربه کرده است. این کارشناس موزه با اشاره به اینکه در زمانه‌ای که کمتر به ثبت تاریخ فرهنگی معاصر رفته‌ایم و گاه در خوانش و تحلیل آن با نقاط مبهم بسیار و خطاهای حاصل از گمشده‌هایی در این حوزه روبه‌رو هستیم ایجاد چنین موزه‌ای می‌تواند قدمی برای جلوگیری از آلزایمر و فراموشی فرهنگی باشد، عنوان می‌کند: این فراموشی گاه حاصل قضاوت‌های بیرون از حوزه فرهنگ درباره ناهها و تجربیات است و باعث می‌شود برخی تاریخ‌ها ناگفته و پنهان بماند اما موزه‌هایی مشابه انتشارات علمی و فرهنگی این جرات را به ما می‌دهد که خارج از محدودیت‌ها، تا حدودی بتوانیم به ثبت و ضبط نشانه‌ها و اسنادی بپردازیم که رویانگر تاریخ معاصر این سرزمین هستند. توجه داشته باشیم که تاریخ فرهنگی بیش از هر زمانی نیاز به ثبت و ضبط و انتقال تجربیات دارد تا وقفه‌های نسلی پدید نیاید یا باعث تاوسوزی از گذشته نشود و بتوانیم با واقعیت به درستی روبه‌رو شویم. دبیری‌نژاد اضافه می‌کند: در کنار آنچه گفته شد موزه انتشارات علمی و فرهنگی بیش از هر چیز ایجاد یک حلقه تازه برای تکمیل زنجیره گردشگری ادبی در کشورمان است. در سال‌های اخیر شاهد شکل‌گیری موزه‌هایی نظیر خانه سیمین و جلال، خانه اخوان ثالث و موزه نادر ابراهیمی در فاصله کمی از همین مجموعه نویدید بودیم. اگر به این موارد خانه الف. بامداد(احمد شاملو) یا مجموعه‌های مرتبط به نسخ خطی ادبی گذشتگان در کتابخانه‌ها و موزه‌های دیگر را بیفزاییم ملاحظه می‌کنیم که همه اینها شبکه و حلقه‌ای را در کنار هم می‌سازند که با آن ادبیات را به یک سرمایه ملموس و مادی رویدادمحور تبدیل می‌کنند. او با بیان اینکه برای کشوری مانند ایران که در زمینه ادبیات شهره و دارای افتخارات بسیار است و می‌خواهد گذشته را به امروز متصل سازد ایجاد چنین مراکزی سبب تداوم این میراث‌ها و پیوند آنها با زیست امروز مردمان این سرزمین می‌شود. زیستی که می‌تواند با گردشگری یا قطب‌های فرهنگی پویا سبب پویایی اجتماعی و حتی اقتصادی آن شود، می‌گوید: در نظر داشته باشیم موزه انتشارات علمی‌فرهنگی در پهنه فرهنگی و گردشگری قرار گرفته است که کتابخانه ملی یا باغ کتاب تهران نیز در همین پهنه هستند و قادر است بین موزه‌ها و این مراکز فرهنگی دیگر نیز پیوند برقرار کند. حالا می‌توان امیدوار بود که نمونه‌های مختلفی از موزه‌های با موضوعات ادبی را شاهد باشیم که می‌توانند در همنشینی با هم شبکه‌ای برای گردشگری یا شهری خلاق در حوزه ادبیات ایجاد کنند. این پایان یک راه نیست بلکه آغازی برای پیوندها و هم‌افزایی‌ها است.

مترجم: سید حسین علوی لنگرودی