علم و جامعه

رئیس پرحاشیه سازمان هوافضای آمریکا

انتخاب چالش‌برانگیز «جرد ایزاکمن» برای رهبری ناسا

پوریا ناظمی

دونالد ترامپ در نوشته‌ای در شبکه اجتماعی خود اعلام کرد جرد ایزاکمن (Jared Isaacman) را به عنوان نامزد رهبری ناسا انتخاب کرده است. ایزاکمن ۴۱ساله بنیان‌گذار شرکت Shift4Payment و نیروی هوایی نظامی خصوصی Draken International است و سابقه حضوری هفت‌روزه در فضا را دارد، اما فضانوردی ذوقی‌کار به شمار می‌رود.

او با همکاری و شراکت ایلان ماسک در اسپیس ایکس پروژه‌ای به نام Inspiration4 را به انجام رساند و در طی آن با استفاده از کپسول دراگون به مدار زمین سفر کرد. همین‌طور در ادامه همکاری با اسپیس ایکس پروژه‌ای به نام Polaris Dawn را برنامه‌ریزی و اجرا کرده است که در سفر اخیر این مأموریت با استفاده از لباس‌های فضایی اسپیس ایکس دریچه کپسول دراگون را باز کرده و نگاهی به بیرون انداختند. اگرچه این اولین راهپیمایی فضایی بخش خصوصی نامیده شده است، اما شاید این نشان از اشتباه ترجمه باشد. درواقع او فعالیت EVA یا بیرون از سفینه داشته است که در فارسی به طور عمومی به آن راهپیمایی فضایی می‌گوییم.

ایزاکمن یکی از چهره‌های متحد ایلان ماسک (مدیر اسپیس ایکس و مدیر مشترک نهاد تازه‌ای به نام دپارتمان بهینه‌سازی دولت در دولت آینده ترامپ) سابقه حضور در ناسا و سازمان‌های فضایی دولتی را ندارد.

البته این نخستین باری نیست که فردی بدون سابقه عضویت در ناسا یا تخصص حرفه‌ای در حوزه علم مدیریت این نهاد را برعهده گرفته باشد، اگرچه احتمالا نخستین باری است که فرد انتخاب‌شده سابقه حضور در فضای سیاسی را نیز نداشته باشد.

حالا ایزاکمن، این میلیاردر کارآفرین، قرار است رهبری مهم‌ترین نهاد کاوش‌های فضایی دولتی را در اختیار بگیرد.

ما امکان پیش‌بینی نحوه مدیریت او در صورت تأیید در ناسا را نداریم، اما می‌توان حدس‌هایی را مطرح کرد. یکی از این دلایل، نبود شفافیت آینده در این موضوع است که بدنه ناسا از سازوکار و ساختاری قدیمی و قدرتمند برخوردار است و شاید تغییرات سریع در آن ممکن نباشد.

اما واقعیت این است که ناسا سازمانی با بوروکراسی پیچیده است که قطعا می‌تواند از چابکی فردی آشنا به دنیای استارتاپ‌ها بهره بگیرد و بخش بزرگی از مسیرهای دست‌وپاگیر موجود را اصلاح کند، اما این مسیری است که باید به‌آرامی طی شود. بخشی از این قوانین دست‌وپاگیر شاید زاید و قدیمی باشند اما برخی از آنها اتفاق همان مواردی است که باعث افزایش اطمینان در مأموریت‌های این سازمان می‌شود.

یکی دیگر از امیدها برای حضور چنین فردی در ناسا می‌تواند به ارتباطات مدرن و مؤثر میان اجزای نهاد غول‌آسای ناساست؛ نهادی که با بودجه بیش از ۲۵ میلیارد دلاری در سال -که از دید بخش تحقیقاتی شاید بودجه کمی باشد- باید به انتظارات جامعه علمی جهان پاسخ دهد.

البته ایزاکمن شاید چندان نتواند به تجربه کسب سرمایه خود در سمت تازه‌اش اتکا کند. راضی‌کردن سیاست‌مداران برای دریافت بودجه دنیای متفاوتی از راضی‌کردن سرمایه‌گذاران خطرپذیر و همین‌طور سهام‌داران شرکت‌های تجاری است.

ناسا برخلاف بخش خصوصی، هدفی فراتر از تجاری‌کردن فضا را برعهده دارد و به طور معمول برنامه‌های خود را با چشم‌اندازی چنددهه‌ای طراحی و اجرا می‌کند و همین‌طور زیربنای فناوری‌هایی را می‌سازد که در آینده به دانش عمومی و قابل استفاده برای بخش تجاری تبدیل خواهد شد.

اگر ایزاکمن بخواهد رویکرد استارتاپی خود را بدون توجه به نقش و سابقه ناسا در آن اعمال کند، می‌توان انتظار چالش‌های زیادی را داشت، به‌ویژه آنکه بخش عمده‌ای از آنچه ناسا برای توسعه دانش انجام می‌دهد، سرمایه‌گذاری روی مأموریت‌هایی مانند جیمز وب، یوروپا کلیپر، کاوشگرهای منظومه شمسی و فراسوی آن مواردی است که توجیه اقتصادی ندارند. اینها مأموریت‌هایی به‌ظاهر پرهزینه برای توسعه دانش بشر از عالم است.

احتمال اینکه تفکر رایج استارتاپی، برای تعریف و انجام پروژه‌های زودبازده در دستور کار قرار بگیرد، شاید بسیاری از طرح‌های بنیادین ناسا دست‌کم برای مدتی با خطر روبه‌رو شوند.

نگرانی دیگر دراین‌باره شاید به تلاش او برای تغییر وزن مأموریت‌های سرنشین‌دار و افزایش آن در مقایسه با مأموریت‌های رباتیک اکتشافی باشد.

اما نگرانی اصلی شاید فراتر از این موارد به محوشدن مرز بخش تجاری و دولتی و همچنین تضاد منافع او بازگردد.

او شریک و همکار ایلان ماسک است؛ مردی که سودای مستعمره‌سازی -نارَس- مریخ را بر سر دارد و از سوی دیگر تحقق اهدافش باید به همراه موفقیت‌های تجاری اسپیس ایکس باشد. اسپیس ایکس یکی از شرکای تجاری بخش خصوصی ناساست و درحالی‌که ناسا قرارداد بسیاری از رفت‌وآمدهای مداری خود را به او واگذار کرده است، این شرکت در رقابتی با ناسا در حال توسعه پرتابگر فوق سنگین خود است. ابزاری که آن را رقیب اس‌ال‌اس ناسا ارزیابی می‌کنند که برای مأموریت آرتمیس (بازگشت به ماه) آماده شده است.

از سوی دیگر، اسپیس ایکس در رقابتی دائمی با دیگر رقبای بخش خصوصی (نظیر بلواوریجن) برای دریافت قراردادهای بیشتر تجاری با ناساست و هم‌زمان برای دریافت برخی از این قراردادها باید با استانداردهای سطح بالاتر ناسا دست‌وپنجه نرم کند که بارها ماسک آنها را دست‌وپاگیر خوانده است.

آیا ایزاکمن در سِمت رئیس ناسا که هم‌زمان شریک ماسک است، می‌تواند بین این دو جایگاه تفکیک قائل شود؟ آیا سایه این تضاد منافع بر فعالیت‌های ناسا به‌ویژه در بخش‌هایی که فضای مشترکی با فعالیت‌های اسپیس ایکس دارد، مشکل ایجاد نخواهد کرد؟

آیا در بدترین شرایط ممکن است او ناسا را به ابزاری برای تحقق اهداف ماسک بدل کند؟

همین‌طور او با چالش دیگری نیز دست‌وپنجه نرم می‌کند. از دید بدنه دانشمندان و مهندسان ناسا، بخش بزرگی از فعالیت‌های توریست‌های فضایی غیرجدی است و به چشم فعالیت‌های تبلیغاتی نگاه می‌شود. او با بدبینی بخش بزرگی از ناسا روبه‌رو خواهد بود و باید بر آن غلبه کند.

مورد دیگری که فارغ از ایزاکمن بر دوش رئیس آینده ناسا خواهد بود، ایجاد تعادل میان همکاری‌های بین‌المللی و سیاست اولویت همیشگی ایالات متحده در برنامه‌های دولت ترامپ است. آن‌هم در دورانی که متحد قدیمی کاوش‌های فضایی ایالات متحده (روسیه) از عرصه همکاری‌ها کنار رفته و ایالات متحده به ظهور قدرت‌های تازه‌ای همچون چین و هندوستان روبه‌رو است.

ایزاکمن یکی از افرادی است که با استفاده از بستری که ماسک طراحی کرده است، توانسته نقشی درخور توجه در توسعه بخش خصوصی و تجاری فضایی بازی کند. اما همان‌طور که دخالت نهادی دولتی در بخش تجاری می‌تواند منجر به فاجعه شود، در حوزه‌ای مانند اکتشافات فضایی تسلیم‌شدن سازمانی مانند ناسا به اراده بخش تجاری می‌تواند اثرات سنگین کوتاه‌مدت و بلندمدت داشته باشد.

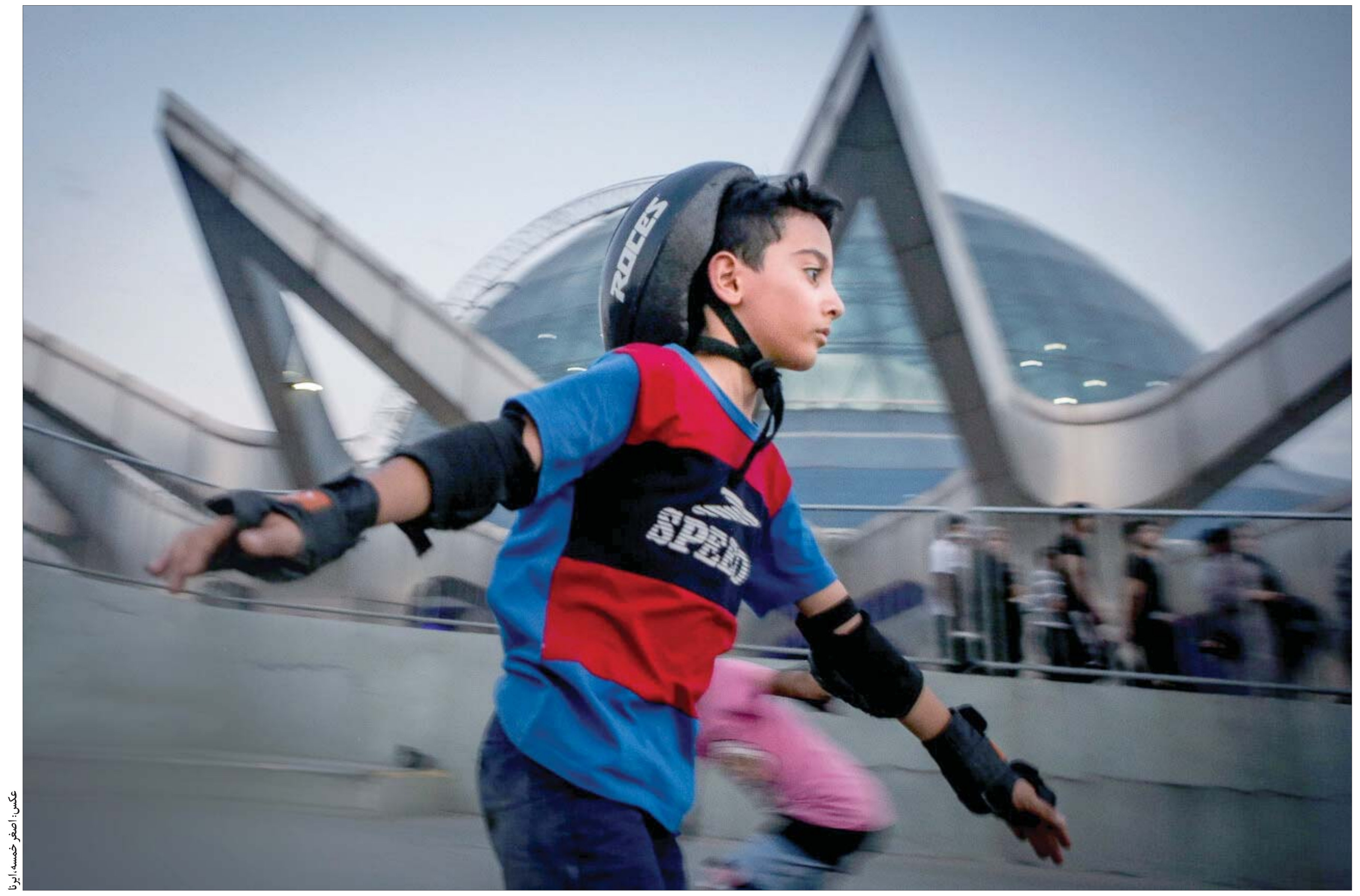
به نظر می‌رسد در دولت تازه ایالات متحده حتی نهادهایی که پیش‌تر به نظر می‌آمد کم‌توجه‌تر به سیاست مسیر خود را ادامه می‌دهند، نیز به طور جدی شاهد چالش‌هایی هستند که آینده آن بخش را تعیین خواهد کرد.

جریان‌های نسل‌ساز قرن ۲۱

چرا نسل Z از دیگر نسل‌ها متمایز است؟

مریم مرامی
کارشناس ارشد علوم شناختی

نسل Z در محیطی بیش‌ازحد متصل و همیشه آنلاین رشد کرده است؛ جایی که گوشی‌های هوشمند و رسانه‌های اجتماعی در همه جا حضور دارند. این نه‌تنها رفتارهای مصرف‌کننده، بلکه نحوه تعامل آنها با دنیای اطراف را نیز تغییر داده است. این نسل برای سبک زندگی سالم ارزش قائل است و نمی‌تواند زندگی را بدون یک گوشی هوشمند تصور کند. آنها انتظارات بالایی دارند که محصولات و خدمات باید سریع، شهودی، سرگرم‌کننده و پایدار باشند. برخلاف نسل‌های قبلی، شفافیت و اصالت را در روابط خود، چه با برندها و چه در حلقه اجتماعی، در اولویت قرار می‌دهند. در محل کار، چشم‌اندازی جدید به ارمغان می‌آورند. آنها به دنبال تعادل بین زندگی حرفه‌ای و شخصی هستند و لذت و رضایت را در قلب نگرانی‌های خود قرار می‌دهند. به‌جای تعهد به مشاغل خطی، مأموریت‌های متنوعی را ترجیح می‌دهند که به آنها امکان می‌دهد مهارت‌های خود را توسعه دهند و از یکنواختی اجتناب کنند. این میل به کار معنادار و محیطی انعطاف‌پذیر نشان‌دهنده تمایل به ایجاد مجدد دنیای حرفه‌ای، الهام‌گرفتن از اشتباهات و چالش‌هایی است که نسل‌های قبل با آن مواجه شده‌اند. از آنجایی که این نسل به‌تدریج وارد بازار کار می‌شود، درک ارزش‌ها، انتظارات و آرزوهای منحصربه‌فرد آنها بسیار مهم است. ازاین‌رو هدف این یادداشت، بررسی جزئیات بیشتر ویژگی‌های نسل Z با تحلیل روابط و آرمان‌های حرفه‌ای آنهاست. به این ترتیب قادر خواهیم بود چالش‌ها و تحولاتی را که این نسل برای جامعه ما به ارمغان می‌آورد، بهتر درک کنیم.



عکس: اصغر خمسه، ایرنا

لزوم آشنایی با نسل‌ها

نسل B، X، Y، Z و آلفا، هر نسل نام خاص خود و ایده‌های خاص خود را درباره زندگی دارد؛ چه به صورت حرفه‌ای و چه شخصی. جای تعجب نیست که هر نسلی، به واسطه رویدادهای بسیار متفاوت در جهان، شکل می‌گیرد. به بیان دیگر، نسل‌ها همیشه محصول شرایطی هستند که در زمان خود حاکم است. بیبی‌بومرها پس از جنگ جهانی دوم به دنیا آمدند. نسل Y (هزاره‌ها) در زمان اتوماسیون متولد شد. این با تجدیدنظر در جهان و شرکت در بازاریابی و دیجیتال، خود را از نسل X متمایز کرد. نسل Z در عصر دیجیتالی چشم به جهان گشود که دیگر نمی‌تواند بدون اتصال به اینترنت و دستگاه‌های مختلف زنده بماند. اینکه چرا از اصطلاح نسل استفاده کرده‌اند، شاید به این دلیل که افرادی که در دوره زمانی یکسانی زندگی می‌کنند، به نظر می‌رسد انتظارات و عملکرد مشترک دارند. درواقع رویدادهای گذشته و محیط، افرادی را می‌سازند که ما هستیم. با این حال باید با احتیاط به توصیف نسل‌ها بپردازیم. به گمانم ترسیم یکنواختی عملکرد بین افراد، فقط براساس معیار دوره تولد، تقلیل‌دهنده است. دو عضو یک گروه سنی، با وجود همه چیز، می‌توانند ارزش‌ها و نظرات بسیار متفاوتی داشته باشند؛ بنابراین نسبت‌دادن ویژگی‌های کلی به گروه‌های سنی مختلف نسبتا دشوار است. با وجود این، مطالعات، میانگین‌ها و الگوهای اساسی خاصی را نشان می‌دهند که در آنها می‌توان تفاوت‌های بین نسل‌ها را شناسایی کرد. چندی پیش دبیر شورای‌عالی انقلاب فرهنگی اظهار کردند: «معتقد به دسته‌بندی‌هایی مانند نسل Z، آلفا یا بتا نیستم. این دسته‌بندی‌ها بیشتر شبیه به یک بازی است که ما را وارد آن کرده‌اند. تنها تفاوت آنها در این است که ابزارهای رسانه‌ای امروز بسیار قوی‌تر شده‌اند». برخلاف نظر ایشان، بر این گمانم که دلیل این دسته‌بندی‌های رایج جهانی، وجود ویژگی‌های مختلف بین نسل‌هاست. آشنایی با نسل‌ها و تفاوت‌های بین‌نسلی یک ضرورت است. به طور کلی توانایی شناخت و درک افراد، توان برقراری ارتباط مؤثر در انسان را افزایش می‌دهد. باید بپذیریم که در عصر حاضر با نسلی بسیار متفاوت روبه‌رو هستیم و شکاف عمیق نسلی را نباید صرف دسترسی بیشتر به امکانات رسانه‌ای تقلیل داد. محیطی که ما در آن زندگی می‌کنیم، پیچیده، ناپایدار و پیش‌بینی‌ناپذیر است. بحران‌های اقتصادی و دوره مرتبط با همه‌گیری کووید۱۹ به‌شدت توسعه روندهای جدید بازاریابی را نشان داده و تأثیر درخور توجهی در برقراری ارتباط بین مشاغل و مصرف‌کنندگان داشته است. بیشتر مصرف‌کنندگان شروع به استفاده از رویکردهای کاملا جدید کرده‌اند. نسل‌های جدید دارند به سنی می‌رسند که تسلط بر فناوری و اینترنت، در عادات رسانه‌ای آنها منعکس شده است. وقتی به ارتباطات روزانه بین نسل‌های مختلف نگاه می‌کنیم، گاهی به نظر می‌رسد که دیگر یکدیگر را درک نمی‌کنیم. نسل‌های مختلف، شیوه‌های ارتباطی متفاوتی دارند. استفاده از واژه‌های عامیانه و ابزارهای ارتباطی مختلف و سبک‌های ارتباطی منجر به عدم درک روزافزون بین نسل‌ها می‌شود. دانستن ویژگی‌های مرتبط با هر نسل، برای درک وسایل و ابزارهای ارتباطی که از آنها استفاده می‌شود، مهم است. برای مؤثرتربودن باید ارتباطات با هر نسل سازگار شود. قبل از اینکه بتوانیم با آنها ارتباط برقرار کنیم، ابتدا باید نسل‌های مختلف را بشناسیم و درک کنیم که چگونه هر نسل در یک محیط فرهنگی منحصربه‌فرد بالغ می‌شود که عمدتا با زمینه تکنولوژیکی دوران آنها شکل گرفته است. برخی از خصوصیات مشترک و کلی قابل شناسایی است که به آن می‌پردازیم.

● **نسل B (بیبی‌بومرها)**

افرادی که به نسل بیبی‌بومرها تعلق دارند، بین سال‌های (۱۹۴۶ تا ۱۹۶۴) به دنیا آمدند. این نسل پس از پایان جنگ جهانی دوم هنگامی که میزان تولد در سراسر جهان افزایش یافت، پدید آمد. آنها در یک دوره ثبات اقتصادی و استانداردهای بالا رشد کردند و بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون، رادیو، مجلات و روزنامه‌ها هستند. این گروه نسلی ترجیح می‌دهند برای انجام کارهای بانکی وارد شعبه شوند و مایل‌اند از پول نقد استفاده کنند. در این دوره اعتقاد فزاینده‌ای برای گذراندن وقت با خانواده و دوستان وجود داشت. این عقیده تا حدودی به دلیل رشد اقتصادی و اصلاح قوانین کار بود که منجر به وقت آزاد بیشتر شد. آنها در دورانی بزرگ شدند که نظم و انضباط حاکم بود. احتمالا بسیاری از ما بارها این جمله را شنیده‌ایم: «قبل از شام همه تکالیف خود را انجام بده»؛ این شعار روزانه بود. تماشای تلویزیون فعالیتی بود که پیر و جوان را در شب برای یک دورهمی خانوادگی گرد هم می‌آورد. این گروه نسلی به خود و توانایی‌های‌شان اطمینان دارند. آنها تا حد زیادی بر فرهنگ ملت تأثیر گذاشتند و معتقدند کار سخت باعث تغییر می‌شود. در طول زندگی خود، شاهد برخی از بزرگ‌ترین پیشرفت‌های فناوری در تاریخ بوده‌اند و اغلب یاد گرفته‌اند از منابع موجود استفاده کنند. آنها از نسل جوان پیروی می‌کنند، اغلب در اینترنت گشت‌وگذار می‌کنند و آنلاین خرید می‌کنند. آنها در مقایسه با نسل‌های جوان از فناوری به شکلی متفاوت (بیشتر برای برقراری ارتباط) استفاده می‌کنند. همچنین زمان بیشتری را صرف خواندن یا مرور محتوای مختلفی در مقایسه با نسل‌های دیگر می‌کنند. این تصور غلط است که بیبی‌بومرها قدیمی هستند و از فناوری بی‌بهره‌اند. بازاریابی دیجیتال می‌تواند به آنها نیز برسد. فیس‌بوک، تبلیغات هدفمند و محتوای جالب، توجه آنها را به خود جلب می‌کند. از ارتباطات ایمیلی و از محتوای ویدئویی آموزنده نیز استقبال می‌کنند. بیبی‌بومرها در مقایسه با دیگر نسل‌ها بیشتر به اشکال سنتی تبلیغات پاسخ می‌دهند. بسیاری از اعضای این نسل در محیط‌هایی رشد کرده‌اند که اقتصاد آن مهم بود. بنابراین ارائه کوپن با تخفیف یا مزایای مختلف روشی مؤثر برای بازاریابی هدفمند است.

● **نسل X**

متولدان بین سال‌های (۱۹۶۵ تا ۱۹۷۹)، دوره‌ای که اعضای این نسل رشد کردند، با بی‌ثباتی اقتصادی و تغییرات اساسی در حوزه‌های اجتماعی و سیاسی مشخص شد. آنها تحصیل‌کرده و به اهمیت آموزش اعتقاد دارند و از اصل یادگیری مادام‌العمر پیروی می‌کنند. بیشتر اعضای این نسل به سطح مشخصی از ثبات مالی رسیده‌اند و تا حد زیادی پس‌انداز می‌کنند. آنها به دنبال این هستند که ضمن ایجاد یک برنامه پس‌انداز پایدار برای آینده، بدهی خود را کاهش دهند. همچنین از خریداران با نیاز و قدرت خرید بالا هستند؛ یعنی محرک‌های فعلی توسعه‌اند. آنها هنوز روزنامه و مجله می‌خوانند، به رادیو گوش می‌دهند، تلویزیون تماشا می‌کنند و مانند نسل قبلی به روش‌های سنتی به بازاریابی پاسخ می‌دهند؛ با این تفاوت که آشنایی بیشتری به استفاده از فناوری دارند و برخی از کارهای مالی را به صورت آنلاین انجام می‌دهد، اما هنوز هم انجام معاملات حضوری را ترجیح می‌دهند. آنها معتقدند بانکداری یک تجارت شخصی است و وفاداری به برند را نشان می‌دهد. بسیاری از آنها از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و استفاده از گوشی‌های هوشمند در بین آنها گسترده است. آنها آغاز عصر دیجیتال را از نزدیک با رونق بازی‌های ویدئویی، رایانه‌های شخصی و کانال‌های تلویزیونی تجربه کردند. والدین آنها مجبور بودند خود را با جایگاهی که اکنون صفحه نمایش در زندگی فرزندان‌شان گرفته، وفق دهند. نسل X دوران کودکی آزادتری از بزرگ‌ترهای خود داشت، بدون انضباط و اقتدار. نسلی که به اوقات فراغت اهمیت بیشتری می‌دهد، بیشتر فردگراست، اما همچنان وظیفه را بر همه چیز مقدم می‌دارد.

● **نسل Y (هزاره‌ها)**

هزاره‌ها بین سال‌های (۱۹۸۰ تا ۱۹۹۵) به دنیا آمدند. این نسل که دوران جوانی آنان مصادف با آغاز هزاره است، نسل Y نیز نامیده می‌شود و اولین نسل فناوری پیشرفته است. هزاره‌ها در زمانی بزرگ شدند که استفاده از فناوری (رایانه‌ها، تلفن‌های همراه، اینترنت، انجمن‌ها، وبلاگ‌ها و اسکایپ) امری عادی بود. وجود فناوری پیشرفته همواره امکان دستیابی و دسترسی به اطلاعات جدید را فراهم آورده و آنها را به آگاه‌ترین نسل تبدیل کرده است. هزاره‌ها به عنوان اولین نسلِ «همیشه متصل» شناخته می‌شوند. استفاده از ابزارهای ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی بخش ضروری از زندگی روزمره آنهاست و نسلی شدیدا درگیر هستند. هزاره‌ها با یک چالش کاملا جدید روبه‌رو هستند: تربیت کودکان در دنیایی کاملا متصل. اینترنت همه‌جا حاضر است، رسانه‌های اجتماعی یک همراه همیشگی هستند و چسبیدن به صفحه نمایش گوشی هوشمند وسوسه‌انگیز است. به همین دلیل است که بسیاری از والدین قوانین روشنی را برای دورکردن فرزندان‌شان از صفحه نمایش وضع کرده‌اند. به عنوان مثال، تلفن همراه سر میز غذا نباشد، فعالیت‌های دیجیتال فقط در زمان‌های معین انجام شود، همچنین مهم است که زمانی برای سپری‌کردن کنار خانواده اختصاص داده شود و کارهای دیگری مانند انجام یک فعالیت خلاقانه، فعالیت‌هایی دور از صفحه نمایش و شبکه‌های اجتماعی که به آنها امکان می‌دهد دوباره با دیگران و خانواده خود ارتباط برقرار کنند.

● **نسل Z (زومرها)**

جوانانی که بین سال‌های (۱۹۹۵ تا ۲۰۱۲) متولد شده‌اند، بخشی از نسل Z هستند. آنها نوجوانان و جوانان امروزی هستند که هنوز در حال تحصیل‌اند یا تازه وارد دنیای حرفه‌ای شده‌اند. این نسل با فناوری دیجیتال متولد شد و بخشی از فرهنگ جهانی است که از مسائل زیست‌محیطی بسیار آگاه است. نسل Z به فناوری‌های جدید تسلط کامل دارد. آنها به شبکه‌های اجتماعی معتاد هستند، حتی قبل از سن قانونی، کدنویسی را یاد می‌گیرند. اگر این اتصال فوق‌العاده به صفحه نمایش می‌تواند مشکل‌ساز باشد، فناوری‌های جدید نیز فرصت‌های عظیمی را به این جوانان ارائه می‌دهد. البته ما به عنوان والدین، اغلب احساس می‌کنیم تحت تأثیر قرار گرفته و نگران تأثیر نمایشگرها بر زندگی فرزندان‌مان هستیم. مهم است بدون شیطان‌سازی از فناوری دیجیتال، به فرزندان خود بیاموزیم زمانی را که در صفحه نمایش خود می‌گذرانند، مدیریت کنند و آنها را از استفاده مسئولانه از شبکه‌های اجتماعی آگاه کنیم. آنها را تشویق کنیم کتاب بخوانند، یک فعالیت خلاقانه یا ورزشی انجام دهند، از نمایشگرها فاصله بگیرند تا دوباره با زندگی واقعی ارتباط برقرار کنند.

● **نسل آلفا**

متولدین بین سال‌های (۲۰۱۳ تا ۲۰۲۵)، «دهه نودی‌ها»یی که این روزها در سن تحصیل هستند و هنوز وارد محیط کار نشده‌اند. با توجه به آنچه گفته شد، هر نسل با صفاتی مشخص می‌شود که از نظر ماهیت عمومی هستند و شرایط اجتماعی را که هر نسل در آن رشد کرده منعکس می‌کنند. با این حال، آنها کاملا یکنواخت و همگن نیستند، به طوری که همه ویژگی‌های یک نسل را نمی‌توان به همه اعضای یک نسل معین نسبت داد. به عبارتی دسته‌بندی نسل‌ها فقط می‌تواند یک چشم‌انداز کلی درباره نسل‌های مختلف را مطرح کند، اما همیشه در هر موردی استثنا و اقلیت وجود دارد، افراد زیادی در اطرافمان وجود دارند که فعالیت‌هایشان نسبت به زمان زندگی‌شان بسیار پیش‌روتر است. اما اجازه دهید روی یکی از خاص‌ترین نسل‌ها یعنی نسل Z تمرکز کنیم که جمعیت‌شناسان آنها را «زومرها» معرفی می‌کنند. آنها واقعا چه کسانی هستند؟ این گروه سنی مصرف را چگونه می‌بینند؟ چگونه خرید می‌کنند؟ برای چه چیزی ارزش قائل هستند؟ آنها از محصولات و خدمات چه انتظاری دارند و چه روندهایی از این امر پدید می‌آید؟ چقدر با نسل‌های قبلی متفاوت است؟ چگونه می‌توان به ورود این نسل جدید به بازار کار نزدیک شد؟ بازار کار در چند سال آینده به طرز چشمگیری تغییر خواهد کرد. بیبی‌بومرها کم‌کم شروع به بازنشستگی می‌کنند و سازمان‌ها در تلاش هستند روندهای جدید محل کار را که ناشی از تغییر و تحول بزرگ است، در آغوش بگیرند. در این زمینه، درک اینکه نسل Z به چه چیزی شناخته شده، بسیار مهم است.

> **نسل Z اولین نسلی است که از سنین پایین با فناوری‌های دیجیتال بزرگ شده است و تمایل زیادی به دستگاه‌های تلفن همراه دارد. برخلاف نسل‌های قبلی، دنیای دیجیتال فقط بخشی از زندگی نیست، بلکه جوانان در آن زندگی می‌کنند. برای آنها دیگر تمایز روشنی بین دنیای واقعی و مجازی وجود ندارد؛ زیرا نسل Z به صورت ۲۴ساعته آنلاین است و از امکانات به طور کامل استفاده می‌کند.**

ویژگی‌های تعیین‌کننده نسل Z

نسل Z اولین نسلی است که از سنین پایین با فناوری‌های دیجیتال بزرگ شده است و تمایل زیادی به دستگاه‌های تلفن همراه دارد. برخلاف نسل‌های قبلی، دنیای دیجیتال فقط بخشی از زندگی نیست، بلکه جوانان در آن زندگی می‌کنند. برای آنها دیگر تمایز روشنی بین دنیای واقعی و مجازی وجود ندارد؛ زیرا نسل Z به صورت ۲۴ساعته آنلاین است و از امکانات به طور کامل استفاده می‌کند. جوانان دیگر به‌سختی از رسانه‌های سنتی مانند روزنامه‌ها و مجلات استفاده می‌کنند؛ چراکه همه اطلاعات از طریق لپ‌تاپ، تبلت یا گوشی هوشمند قابل دسترسی است. پردازش سیل اخبارِ دیجیتال و استفاده شخصی از آن، یکی دیگر از ویژگی‌های نسل Z است. به عنوان مثال، اعضای نسل X دانش را به کمک کتاب‌ها به دست می‌آورد، درحالی‌که نسل Z آن را در ابر ذخیره می‌کند و در صورت نیاز به آن دسترسی پیدا می‌کند. دیجیتالی‌شدن همچنین به این واقعیت کمک کرده است که جوانان ترجیح می‌دهند از طریق شبکه‌های اجتماعی، واتس‌اپ، وبلاگ‌ها و انجمن‌ها با مردم از تمام قاره‌ها ارتباط برقرار کنند. نسل Z زندگی خود را در فیس‌بوک، اینستاگرام و اسنپ‌چت ارائه می‌کند: تصاویر، پیام‌ها و ویدئوهای می‌سازند و در دسترس عموم قرار می‌دهند. برخی از افراد خود را از طریق تعداد فالوورهای کانال شناسایی می‌کنند و همیشه می‌کوشند به‌اشتراک‌گذاری، لایک و توییت بیشتری تولید کنند. با این حال، تمرکز اصلی همیشه بر نیاز به آزادی توسعه و توانایی تحقق ایده‌ها و چشم‌اندازهای زندگی است. همچنان که شبکه‌های اجتماعی، عصر جدیدی از ارتباطات فوری را رقم زده، این پیشرفت تأثیر قابل توجهی بر رشد مغز نسل Z داشته است. به عبارتی استفاده فشرده از صفحه نمایش و شبکه‌های اجتماعی ساختار مغز جوانان را تغییر داده است. قرارگرفتن مکرر در معرض بازی‌های ویدئویی و گوشی‌های هوشمند، ناحیه خاصی از قشر جلوی مغز را تقویت کرد و توانایی آنها را برای تصمیم‌گیری سریع، بهبود بخشید. با این حال، این پیشرفت به قیمت آسیب‌رساندن به ناحیه دیگری از قشر جلوی مغز است که مسئول رفلکس آرام و تنظیم عاطفی است. در نتیجه، این نسل واکنشی فوری از خود نشان می‌دهد که با لذت نوروبیولوژیکی تحریک می‌شود. به بیان دیگر، نسل Z به پاسخ‌گویی فوری دچار است؛ زیرا برای او پاداش بیولوژیکی به ارمغان می‌آورد و به همین دلیل به نسل «آنی» معروف‌اند. همان‌طور که گفته شد، نسل Z از بدو تولد با دیجیتال زندگی کرده‌اند اما فراتر از سهولت دسترسی تکنولوژیکی، با دیجیتال پرورش یافته‌اند. به این معنی که اینترنت دنیای جدیدی را باز کرده است. ما محصولات را در وب می‌خریم، اطلاعات دریافت می‌کنیم، ارتباط برقرار می‌کنیم و به صورت آنلاین کار می‌کنیم. دنیا دیگر صرفا فیزیکی نیست و نسل Z این را به‌خوبی درک کرده است. به بیان دیگر، نسل Z در دنیای ترکیبی زندگی می‌کند که در آن دنیای دیجیتال در خدمت دنیای فیزیکی است. اینترنت نه‌تنها دنیای جدیدی را باز کرد، بلکه منجر به انقلابی در دسترسی به اطلاعات شد. برای نسل بسیار متصل، دانش با یک کلیک قابل دسترسی است. چه تعداد از کودکانی که با تایپ‌کردن در گوگل برای تأیید پاسخی که به آنها داده‌اند، اقتدار والدین خود را زیر سؤال برده‌اند. با این حال ممکن است تعجب کنیم آیا واقعا نسل Z بین صلاحیت و دانش تفاوت قائل می‌شود؟ به نظر می‌رسد دنیای آنها بسیار متفاوت است. نسل Z، نسلی است که نه دورانی را تصور می‌کند که گوشی‌های هوشمند و رسانه‌های اجتماعی که از کودکی در معرض آن بوده‌اند وجود نداشته‌اند و نه دورانی را که برای یک سرچ ساده باید به دنبال مکانی برای پیداکردن کامپیوتر باشند. نسل Z دوران کودکی خود را در محیطی گذراند که در آن اینترنت در هر زمان و هر مکان در دسترس بود. این عاملی است که آنها را از نسل هزاره متمایز می‌کند که فقط در مکان‌های خاصی از اینترنت استفاده می‌کردند تا وقتی که به سطح خاصی از بلوغ رسیدند. اینترنت پرسرعت اولیه از سنین جوانی برای نسل اولیه هزاره قابل دسترسی بود، اما تفاوت در گوشی هوشمند است. قبل از اینکه گوشی‌های هوشمند رایج شوند، در عصر تلفن‌های کشویی/بوشه‌ای، هزینه‌های استفاده از اینترنت موبایل بسیار گران بود و حتی اگر اینترنت در دسترس بود، فقط روی رایانه‌ها قابل استفاده بود، بنابراین سیستم متنوع نبود. و به جز تعداد بسیار کمی از افراد خاص، مانند افراد نسبتا ثروتمند و پذیرندگان اولیه که ثابت‌قدم از اینترنت استفاده می‌کردند، عموم مردم حتی نمی‌توانستند تصور کنند از اینترنت در تلفن همراه خود استفاده کنند یا حتی علاقه‌ای به آن نداشتند، چه رسد به اینکه از وجود آن اطلاع داشته باشند. اما با گسترش گوشی‌های هوشمند و وای‌فای، استفاده از اینترنت در تلفن‌های همراه رایج شد. از آن زمان به بعد، استفاده از اینترنت به‌راحتی و به‌سرعت در هر مکانی از جمله در خیابان، در حمل‌ونقل عمومی، در کافه‌ها و... امکان‌پذیر شده است. نسل Z از نظر فرهنگی بسیار بازتر از نسل‌های قبلی است و در عین حال دوست دارند فردیت خود را ابراز کنند و تمایل دارند علایق، فعالیت‌های مصرفی، ارزش‌ها و سایر گرایش‌های خود را با مردم به اشتراک بگذارند. آنها زندگی روزمره خود را با فیلم‌برداری در وبلاگ‌ها به اشتراک می‌گذارند و افراد یا کانال‌هایی را که دوست دارند در یوتیوب، ایکس (توییتر سابق)، اینستاگرام و فیس‌بوک دنبال و مشترک می‌شوند تا سرگرمی‌های خود را توسعه دهند. بسیاری از اعضای نسل Z در این شبکه‌های اجتماعی تعامل دارند و از طریق تعامل، مانند دوستان واقعی به رسمیت شناخته می‌شوند. به‌ویژه که این نسل از شبکه‌های اجتماعی متفاوت از نسل‌های دیگر استفاده می‌کند. نسل Z ترجیح می‌دهد اطلاعات را از طریق ویدئوهای کوتاه دریافت کند. شاید به همین دلیل است که یوتیوب، اینستاگرام و تیک‌تاک در بین نسل جوان بسیار محبوب شده‌اند. همین‌طور استفاده از کتاب‌های صوتی توسط «Z»ها مورد توجه قرار گرفته که دلگرم‌کننده است، از این رو که میل جدیدی به مطالعه در بین نسل جوان ایجاد کرده که قبلا کتاب را نادیده گرفته بودند. برای نسل Z، تنوع هر فرد بیش از گذشته مورد احترام است. از نظر شغلی و فعالیت‌های بیرونی، آنها بیشتر بر سرگرمی‌ها، مهارت‌ها و علایق خاص خود تمرکز می‌کنند و اهمیت بیشتری قائل می‌شوند. این نسل، مانند نسل X و هزاره‌ها، فردگرایی را بیشتر از نسل‌های قدیمی‌تر ترجیح می‌دهند. بنابراین این نسل نیز از نظر عاطفی علیه نظم اجتماعی و روابط گذشته عصیان می‌کند. آنها عقل‌گرایی و فردگرایی را در اولویت قرار می‌دهند و به عملکرد بر ارشدیت اهمیت می‌دهند. آنها با تمام اقتدارهایی که در گذشته ایجاد شده است مخالف‌اند، بنابراین حتی دخالت خانواده را بسیار منفی می‌بینند. با این حال، آنها نتوانسته‌اند جمع‌گرایی را کنار بگذارند و از طریق گفتمان بین همسالان یا در اینترنت کم‌وبیش درگیرند. دلیل گرایش فردگرایانه این است که با ظهور رسانه‌هایی که می‌توانند حجم عظیمی از اطلاعات مانند یوتیوب و فیس‌بوک را جذب کنند، سیستم‌های پیشنهاددهنده باعث می‌شوند مردم فقط آنچه را که می‌خواهند ببینند، ببینند. به عبارت دیگر، در یک کلام، شخصی‌سازی رسانه و تکه‌تکه‌شدن همدلی است. درحالی‌که روابط انسانی موجود، امتدادی از نظام پدرسالارانه‌ای بود که در فضای سنتی ایجاد شده است، روابط انسانی که «Z»ها فکر می‌کنند بیشتر قراردادی است و براساس فرضیه منافع متقابل شکل می‌گیرد. با این حال نسل قدیمی‌تر که این گرایش فردگرایانه را دوست ندارند، گاهی از آن به عنوان خودخواهی یاد می‌کنند. نسل Z درباره تشکیل خانواده نگاهی متفاوت با عرف جامعه دارد. اکثریت فکر می‌کنند ازدواج و فرزندآوری یک انتخاب شخصی است، بنابراین تمایلی به ازدواج ندارند یا ازدواج می‌کنند اما تمایلی به بچه‌دارشدن ندارند. البته این افراد ازدواج و فرزندآوری را مثبت می‌بینند، اما واقع‌بینانه تصور می‌کنند که نمی‌توانند تا این حد پیش بروند. این دیدگاه تا حدودی تحت تأثیر وضعیت سخت اقتصادی است. نسل Z شاهد بودند چگونه والدینشان با مشکلات مالی دست‌وپنجه نرم می‌کردند. آنها تحت فشار افزایش قیمت‌ها و بی‌کاری مرگ‌بار ناشی از بحران‌های مختلف اقتصادی بزرگ شدند. این بی‌ثباتی اقتصادی و عدم اطمینان نسبت به آینده باعث ترجیح فردگرایی و پرهیز از ازدواج و فرزندآوری شده است. حتی برخی از آنها می‌گویند یکی از دلایل بچه‌دارنشدن این است که نمی‌خواهند فقر یا زندگی سخت خود را به فرزندانشان منتقل کنند. در نمای ملی، نسل Z، دولت را به عنوان یک موجود برابر می‌بیند که با آنها قرارداد منعقد کرده است. از دیدگاه نسل Z، دولت چیزی نیست که من بخواهم با آن متولد شوم، فضایی است که به طور اتفاقی در آن متولد شده‌اند. بنابراین آنها از دولت که تعهدات اجباری و غیرمنطقی را بر افراد تحمیل، یا چنین اقداماتی را انجام می‌دهند، تبعیت نمی‌کنند. نسل Z جمعیتی است که بسیار متعهد به حفاظت از محیط زیست است؛ چراکه معتقدند حفاظت از محیط زیست اولویت اصلی است. آنها از مسائل زیست‌محیطی آگاه هستند و سعی می‌کنند اثرات زیست‌محیطی را به حداقل برسانند، ازاین‌رو آماده تغییر عادات خود برای کاهش ردپای کربن هستند. آنها حاضرند برای محصولات سازگار با محیط زیست هزینه بیشتری بپردازند و مایل به حمایت از برندهایی هستند که این تعهد را دارند. امروزه نسل Z احساس امنیت را با احساس آزادی مرتبط می‌داند. برای آنها، جهان خانه آنهاست و قلب آنها جایی است که لپ‌تاپ خود را شارژ می‌کنند. این یک نسل کوچ‌نشین است که نه می‌خواهد به یک مکان زندگی محدود شود و نه به یک تجربه حرفه‌ای واحد. آنها فرزندان انقلاب دیجیتال و پست‌مدرنیته هستند. هرگز جهان را بدون اینترنت نشناختند و بین بی‌کاری گسترده و بحران‌های پی‌درپی (اقتصادی، مالی، زیست‌محیطی) بزرگ شدند. بنابراین آنها حامل یک فرهنگ بسیار عمل‌گرایانه و رابطه‌ای با کار هستند که وجه تمایزشان از نسل پیشین است که هنوز هم بر مدارک تحصیلی، دستمزد و برنامه‌های شغلی متمرکز هستند. نسل Z خواهان تعادل خوبی بین زندگی حرفه‌ای و شخصی خود است، به طور مشخص سازماندهی بهتر زمان کار با ساعات کاری انعطاف‌پذیر و امکان دورکاری. به عبارتی، انعطاف‌پذیری همراه با رفاه در کار است که اولویت دارد. آنها نمی‌خواهند مانند نسل پیشین در کارهای بیهوده و بی‌معنی خود را هلاک کنند. به جرئت می‌توان گفت نسل Z زندگی نمی‌کند تا کار کند، بلکه کار می‌کند تا زندگی کند. آنها سرنوشتی را انتخاب کرده‌اند که مطابق با انتظارات و جست‌وجوی آنها برای رسیدن به معنا باشد. در کسب‌وکار، کانال‌های ارتباط مستقیم مانند پیام‌رسانی فوری را ترجیح می‌دهد. اگر کارها و نتایج بیش‌ازحد طول بکشد، دلسرد خواهند شد. به همین دلیل است که نسبت به تقسیم وظایف و بازخورد سریع اما منظم مدیر حساس هستند. درواقع رابطه مدیر با نسل Z کاملا تغییر کرده است و این شاید مهم‌ترین نکته به سود شرکت باشد. از آنجایی که برای نسل Z دانش با یک کلیک قابل دسترسی است، مدیر دیگر برای تجربه‌اش مشروعیت ندارد، بلکه بیشتر به دلیل توانایی‌اش برای به چالش کشیدن، الگوبودن و ترویج ارتقای مهارت‌های تیمش است. اشتباه نکنید، تحمیل اقتدار چیزی را حل نمی‌کند. نسل Z می‌خواهد در همه چیز حرفی برای گفتن داشته باشد. اگر قوانین توضیح داده نشود، در دورزدن آنها تردید نخواهند کرد. فناوری مدرن، یک متحد کاری قدرتمند برای نسل Z است. اگر چیزی نمی‌دانند یا می‌خواهند مهارت جدیدی یاد بگیرند، گوگل و یوتیوب بهترین دوستانشان هستند. آنها عادت دارند همه چیز را گوگل کنند، مهارت‌های جدید را به‌تنهایی به صورت آنلاین یاد بگیرند و فناوری را به عنوان متحدی در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود ببینند. این نسل نسبت به نسل‌های قبلی رقابتی‌تر است و چالش‌ها را دوست دارد. رقابتی‌بودن، اغلب این نسل را برای کشف ایده‌های جدید و راه‌اندازی مشاغل جانبی الهام می‌بخشد. بنابراین کاملا طبیعی است که امروزه آنها طرفدار مشاغل خودکارآفرینی هستند یا برای پیوستن به شرکت‌هایی که به ارزش‌های آنها نزدیک است تلاش می‌کنند. نسل Z خلاقیت را به عنوان یک مهارت نرم می‌بیند و برای آن ارزش زیادی قائل است و تمایل بیشتری به دنبال‌کردن مشاغلی دارند که با این ارزش هماهنگ باشد. آنها انتظار دستورالعمل‌های روشن، اصالت و شفافیت را دارند. علاوه‌براین، از آنجایی که عادت دارند همه چیز را در زندگی خود نظارت کنند، مانند اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی، نسبت به نسل‌های قبلی به بازخورد بیشتری نیاز دارند. از این طریق، آنها می‌توانند عملکرد خود را در حرفه خود نیز پیگیری کنند. نسل Z به دلیل عمل‌گرایی معروف‌اند. آنها بسیار کاربردی هستند و هنگامی که اطلاعات واضحی به آنها داده می‌شود و در معرض ارتباطات شفاف قرار می‌گیرند، به‌سرعت همه چیز را عملی می‌کنند. این نه‌تنها در نحوه کار آنها، بلکه در نحوه درک آنها از نقش خود در محل کار نیز دیده می‌شود. پس از شناخت اهداف، تمام تلاش خود را برای یافتن راه‌حل‌های واقع‌بینانه و دستیابی به آنها به شیوه‌ای منطقی و ایمن انجام می‌دهند.

نسل Z پیشگام دنیای کار

نسل Z به عنوان یک گروه قدرتمند و تأثیرگذار در دنیای کار ظاهر شده است که دیدگاه‌ها و مهارت‌های تازه‌ای را به روی میز آورده است. این نسل به دلیل راحتی خود با فناوری دیجیتال متمایز هستند؛ ویژگی‌ای که از رشد در دنیایی ناشی می‌شود که فناوری بخشی منظم از زندگی روزمره است. استعدادشان در دانش دیجیتال واقعا آنها را از نسل‌های پیشین متمایز می‌کند و به آنها برتری منحصربه‌فردی در سازگاری سریع با آخرین روندهای فناوری می‌دهد. نسل Z بیش از متخصصان فناوری، به انعطاف‌پذیری در محل کار نیز اهمیت زیادی می‌دهد. آنها بیش از هر نسلی بر اهمیت تعادل کار و زندگی تأکید می‌کنند. این اولویت نشان‌دهنده حرکت به سمت محیط‌های کاری انعطاف‌پذیرتر و پویاتر است که با تغییر روبه‌رشد به سمت مدل‌های کار از راه دور و ترکیبی همسو می‌شود؛ روندی که پس از تحولات اخیر جهانی جذابیت بیشتری پیدا کرده است و با تمایل نسل Z برای تعادل کار و زندگی و محیط کاری متناسب با سبک زندگی دیجیتال‌محور آنها هماهنگ است. جدا از پیشینیان هزاره خود، انگیزه‌های مالی و پیشرفت شغلی برای نسل Z تأثیرگذارتر است. مهم‌تر از آن، دیدگاه نسل Z در محل کار به‌شدت تحت تأثیر تعهد قوی آنها به تنوع و شمول است. این نسل به دنبال کارفرمایانی است که نه‌تنها در مورد این ارزش‌ها صحبت کنند، بلکه فعالانه آنها را در فرهنگ و سیاست‌های شرکت خود بگنجانند. به احتمال زیاد آنها مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی را در انتخاب‌های شغلی خود در اولویت قرار می‌دهند و به دنبال سازمان‌هایی هستند که با ارزش‌های شخصی آنها همسو باشند. رویکرد این نسل به مشاغل و بازار کار، با تمایل آنها به کار معنی‌دار و فرصت‌هایی برای رشد شخصی و حرفه‌ای مشخص شده است. آنها فقط مشتاق کار نیستند، آنها خواستار مکانی هستند که بتوانند در آن تفاوت ایجاد کنند و رشد کنند. این طرز فکر مستلزم تغییر در نحوه رویکرد سازمان‌ها به استخدام نسل Z است که نه‌تنها بر نقش شغلی، بلکه بر تجربه بیشتر و فرصت‌های توسعه ارائه شده تمرکز می‌کند. نسل Z ترکیبی منحصربه‌فرد از ویژگی‌ها، ارزش‌ها و انتظاراتی است که به طور فعال در حال تغییر شکل نیروی کار مدرن هستند. آنان در عصر دیجیتال -عصر سرعت و شتاب- متولد و بزرگ شده‌اند، لذا رویکردشان هم به زندگی و هم به کار، به طور مشخصی پیشرفته و مدرن است. نسلی که کاملا در یک محیط دیجیتال غوطه‌ور شده‌اند و به آنها درک شهودی از فناوری می‌دهد که فراتر از مهارت صرف است. این تسلط دیجیتالی، جهان‌بینی و رویکرد آنها به کار را شکل می‌دهد و آنها را در جهت‌یابی و انطباق با روندهای جدید فناوری ماهر می‌کند. راحتی آنها با ابزارها و پلتفرم‌های دیجیتال فقط یک دارایی حرفه‌ای نیست؛ این یک بخش اساسی از نحوه تعامل با جهان است که به آنها را به یادگیرندگانی فوق‌العاده همه‌کاره و سریع تبدیل می‌کند. اما نفوذ نسل Z فراتر از ماهیت فناوری آنهاست. ارزش‌های آنها عمیقا در اصالت، تنوع و مسئولیت اجتماعی ریشه دوانده است. این نسل به تعهدات سطحی به این آرمان‌ها راضی نیست، آنها به دنبال کارفرمایانی می‌گردند که اقداماتشان منعکس‌کننده این ارزش‌ها به روش‌های ملموس باشد. مکان‌های کاری که اصیل فراگیری را پرورش می‌دهند، دیدگاه‌های متنوع را جشن می‌گیرند و تعهد به مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی را نشان می‌دهند که به‌شدت در آنها طنین‌انداز است. وقتی صحبت از آنچه نسل Z در حرفه خود به دنبال آن است به میان می‌آید، واضح است که آنها چیزی بیش از پاداش مالی می‌خواهند؛ کار معنی‌داری که با ارزش‌های شخصی آنها هماهنگ و حس هدفمندی را ارائه می‌کند برایشان جذابیت بیشتری دارد. آنها جاه‌طلب هستند و به دنبال فرصت‌هایی هستند که پیشرفت شغلی و رشد شخصی واضحی را ارائه دهد. این نسل برای بازخورد سازنده و ارتباطات باز ارزش قائل است و مکان‌های کاری را ترجیح می‌دهد که گفت‌وگوی منظم و شفاف را با رهبران و همتایان خود فراهم می‌کند. ترجیح آنها برای این سطح از ارتباطات و بازخورد، ناشی از تمایل به بهبود مستمر و کشف نقش متناسب خود در سازمان می‌باشد.

اثر دیجیتال بر آرزوهای شغلی

عصر دیجیتال نه‌تنها سبک زندگی نسل Z را شکل داده است، بلکه بر مسیرهای شغلی آنها نیز تأثیر عمیقی گذاشته است. این نسل که در توفانی از نوآوری‌های تکنولوژیکی و رسانه‌های اجتماعی بزرگ شده‌اند، لنز منحصربه‌فردی ایجاد کرده‌اند که از طریق آن به زندگی حرفه‌ای خود می‌نگرند. تمایل ذاتی آنها در برابر صنایعی که با پیشرفت‌های فناوری و نوآوری اجتماعی پرروصدا هستند تصادفی نیست، بلکه نتیجه مستقیم تربیت دیجیتالی آنهاست. این قرارگرفتن در معرض دیجیتال، ترجیح آنها را برای مشاغلی که فقط شغل نیستند، بلکه بسترهایی برای تغییر و نوآوری هستند اصلاح کرده است. در این عصر اشباع از اطلاعات، نسل Z کارایی و سرعت را در اولویت قرار داده است. این فقط به سبک ارتباطی آنها محدود نمی‌شود، بلکه در فرایندهای تصمیم‌گیری آنها از جمله انتخاب شغل آنها نفوذ می‌کند. آنها در جذب سریع اطلاعات و تصمیم‌گیری آگاهانه مهارت دارند؛ ویژگی‌ای که امروزه بسیار ارزشمند است. رشد در جهانی متصل، به نسل Z یک چشم‌انداز بین‌المللی متمایز داده است. از این رو آنها فقط به دنبال درآمدزایی نیستند، به دنبال تجربیاتی هستند که از مرزهای جغرافیایی و فرهنگی فراتر رود. این دیدگاه جهانی آنها را کاندیدای ایدئالی برای نقش‌ها در محیط‌های مختلف می‌کند؛ خواه استارتاپ‌های نوآور، سازمان‌های غیرانتفاعی هدف‌محور یا شرکت‌های چندملیتی. آنها در محیط‌هایی رشد می‌کنند که ترکیبی از تبادل فرهنگی و تأثیر جهانی را ارائه می‌دهد که منعکس‌کننده تمایل به بخشی از روایت بزرگ‌تری است که جهان را شکل می‌دهد. به همین دلیل است که انتخاب‌های شغلی نسل Z ترکیبی از ریشه‌های دیجیتال و جاه‌طلبی آنها برای ایجاد تغییر معنی‌دار است. این نسل فقط برای امرارمعاش کار نمی‌کند؛ آنها در تلاش برای بازتعریف معنای زندگی در دنیای بیش‌ازحد متصل هستند.

> **در یک دنیای حرفه‌ای که به طور مداوم در حال تغییر است، کلید موفقیت در توانایی جذب و حفظ نسل جدید استعدادهاست. نسل Z با ویژگی‌های منحصربه‌فرد، نیاز به معنا و رویکرد متفاوت آن به زندگی حرفه‌ای یک چالش بی‌نظیر را برای سازمان‌ها ایجاد می‌کند. آنها به دنبال سازمان‌هایی هستند که نه‌تنها اهداف حرفه‌ای‌شان را برآورده کند، بلکه در سطح عمیق‌تری آنها را به چالش بکشد.**

توسعه سازمان‌های آینده‌نگر با همکاری نسل Z

در یک دنیای حرفه‌ای که به طور مداوم در حال تغییر است، کلید موفقیت در توانایی جذب و حفظ نسل جدید استعدادهاست. نسل Z با ویژگی‌های منحصربه‌فرد، نیاز به معنا و رویکرد متفاوت آن به زندگی حرفه‌ای یک چالش بی‌نظیر را برای سازمان‌ها ایجاد می‌کند. آنها به دنبال سازمان‌هایی هستند که نه‌تنها اهداف حرفه‌ای‌شان را برآورده کند، بلکه در سطح عمیق‌تری آنها را به چالش بکشد. در اینجا ایده‌های عملی پیشنهاد می‌کنیم براساس ویژگی‌های منحصربه‌فرد نسل Z، که می‌توانند به‌راحتی در هر سازمانی پیاده‌سازی شوند:

● **ایجاد یک محیط کار خلاق:** تمایل قوی نسل Z به سمت خلاقیت را بشناسید و تقویت کنید. با ایجاد فضاها و فرصت‌هایی در محل کار، زمینه لازم را برای نوآوری، توفان فکری و حل مشکلات مشترک فراهم آورید. تفکر خلاق را در فرهنگ و پروژه‌های شرکت ادغام کنید تا به طور کامل از پتانسیل نوآورانه آنها استفاده کنید. برای تسهیل کار آنها، از ابزارهای فناوری استفاده کنید و به آنها اجازه دهید مؤثر باشند. پلتفرم‌های ارتباط داخلی، ابزارهای مدیریت پروژه و اپلیکیشن‌های موبایل را با نیازهای آنها تطبیق دهید. این امر به آنها امکان می‌دهد کاربردی‌تر باشند و به‌راحتی با روش‌های جدید کار سازگار شوند. همچنین با استفاده از ابزارهای فناوری نشان می‌دهید که در صدر نوآوری قرار دارید که برای نسل Z جذاب است.

● **تشویق ابتکارات هدفمند هدایت‌شده توسط نسل Z:** اهداف شرکت را با تمایل نسل Z برای کار هدفمند و انگیزه‌های اجتماعی و هرآنچه با ارزش‌های آنها همسو باشد، تراز کنید. این نسل به دنبال کار برای شرکت‌هایی با یک مأموریت روشن و تعهد اجتماعی قوی هستند. ارزش‌ها و اقدامات خود را برجسته کنید، کارکنان نسل Z را در برنامه‌ریزی و اجرا مشارکت دهید و نشان دهید که کار آنها به تأثیر معنی‌دار و به یک هدف بزرگ‌تر کمک می‌کند.

● **استفاده از سواد دیجیتال:** با مشارکت‌دادن آنها در پروژه‌های مبتنی‌بر فناوری و تلاش‌های بازاریابی دیجیتال مانند مدیریت رسانه‌های اجتماعی، از ماهیت دانش فنی نسل Z استفاده کنید (آنها در حال حاضر بهترین مهارت‌های رسانه‌های اجتماعی را دارند). اشتراک‌گذاری دانش بین کارکنان نسل Z و سایر نسل‌ها را ترغیب کنید. فرصت‌هایی را برای نسل Z ایجاد کنید تا در ابتکارات تحول دیجیتال پیشرو باشند و از تخصص آنها استفاده کنید.

● **و در نهایت:** برای حفظ نسل Z در کسب‌وکار، سازگاری با نیازها و ارزش‌های این نسل جدید ضرورت دارد. با وجود این، نسل Z بسیار بی‌ثبات است و دائما به دنبال تازگی و تجربه است. بنابراین حفظ آنها بسیار دشوار بوده؛ چراکه به‌تنهایی برای آینده خود تصمیم می‌گیرند. ازآنجایی که نسل Z به دنبال معنای عمیق در کار خود و تأثیر مثبت در جامعه است، با پاسخ به این اهداف ممکن است فرصتی ایجاد کنید که آنها یک رابطه محکم و پایدار با آنها داشته باشید. با ایجاد محیطی که انعطاف‌پذیری، رشد شخصی و توسعه حرفه‌ای را در اولویت قرار می‌دهد، کارفرمایان می‌توانند استعدادهای نسل Z را جذب کنند و وفاداری و تعهد آنها را برانگیزند. این رویکرد با دیدگاه پویای نسل Z در مورد کار و زندگی هماهنگ است و زمینه را برای یک محل کار متقابل سودمند و آینده‌نگر فراهم می‌کند.

ایران و توسعه

زیرساخت چیست-۱

ستون فقرات جوامع نوین از چه چیزی ساخته شده است؟

حسن فتاحی

این روزها که کشور با تعطیلی‌های پی‌درپی مواجه است، یک جمله را از دهان مردم و گاهی مسئولان زیاد می‌شنویم: اینکه کشور زیرساخت ندارد یا زیرساخت کافی و لازم ندارد. یا وقتی تنش میان ایران و اسرائیل بالاگرفته بود، این جمله دهان‌به‌دهان می‌گشت که طرفین قصد دارند زیرساخت‌های یکدیگر را هدف قرار دهند. اما به‌راستی زیرساخت چیست؟ در این یادداشت خیلی کوتاه قصد دارم به این پرسش پاسخ دهم.

تعریف زیرساخت

زیرساخت ستون فقرات جامعه مدرن است. ممکن است با شنیدن واژه زیرساخت یاد پل‌ها و جاده‌ها و خطوط برق بیفتیم، اما درواقع زیرساخت بسیار فراتر از این چیزهاست. زیرساخت چارچوب نامرئی است که جهان ما را به شکل پویا نگه می‌دارد. از آبی که می‌نوشیم و از اینترنتی که استفاده می‌کنیم جملگی زیرساخت‌هایی هستند که زندگی روزمره ما را شکل می‌دهند. اصطلاح زیرساخت که در انگلیسی به آن اینفرااستراکچر می‌گویند، از دو بخش اینفرا به معنای زیر و استراکچر (با ریشه لاتین استراکچورا) به معنای ساختار تشکیل‌شده است. به زبان ساده، به سامانه‌های فیزیکی و نهادهای اساسی اشاره دارد که از جوامع، اقتصادشان و سازمان‌های اجرایی‌شان پشتیبانی می‌کند. زیرساخت، اسکلت کشور است و بدون آن همه چیز فرومی‌پاشد. زیرساخت به دو دسته کلی بخش می‌شود: زیرساخت سخت و زیرساخت نرم. زیرساخت سخت شامل ساختارهای فیزیکی است که ما می‌توانیم ببینیم و لمس کنیم؛ مانند جاده‌ها، راه‌آهن، فرودگاه و نیروگاه، تأسیسات آب، گاز و برق و شبکه‌های مخابراتی و نظامی و جزء آن. زیرساخت نرم، به سامانه‌های نادیدنی به لحاظ فیزیکی اشاره دارد که عملکرد جامعه را حفظ می‌کند. مانند آموزش‌وپرورش، مراقبت‌های بهداشتی، سامانه‌های حقوقی و قضائی و مؤسسه‌های مالی.

چرا زیرساخت مهم است؟

زیرساخت‌ها زیربنای رشد اقتصادی، پیشرفت اجتماعی و کیفیت زندگی انسان هستند. بدون زیرساخت کسب‌وکارها نمی‌توانند فعالیت کنند. دولت‌ها نمی‌توانند کاری از پیش ببرند و مردم به نیازهای ابتدایی همچون آب تمیز، برق پایدار، حمل‌ونقل و چیزهای دیگر دسترسی نخواهند داشت. اجازه دهید کمی باریک‌تر شوم و بگویم چرا زیرساخت در هر حوزه‌ای مهم است. برای «رشد اقتصادی» مهم است چون زیرساخت تجارت، بازرگانی و صنعت با ارائه سامانه‌های فیزیکی و سازمانی مورد نیاز برای تولید و توزیع کالا و خدمات ممکن می‌شود. برای «توسعه اجتماعی» مهم است چون زیرساخت‌ها کیفیت زندگی را با فراهم‌کردن دسترسی به آموزش، مراقبت‌های بهداشتی و دیگر خدمات ضروری بهبود می‌بخشند. برای «انعطاف‌پذیری و پایداری» مهم است چون زیرساخت‌های استاندارد و درست طراحی‌شده می‌تواند به جوامع کمک کند در برابر بلایای طبیعی مقاومت کنند، با تغییرات اقلیم سازگار شود و اثرات ویرانگر زیست‌محیطی را بکاهد.

زیرساخت در دانش

در جهان، دانش زیرساخت به امکانات و ابزارها و سامانه‌های گفته می‌شود که امکان پژوهش و نوآوری را فراهم می‌آورد. این زیرساخت‌ها عبارت‌اند از "آزمایشگاه‌ها و امکانات پژوهشی" که برای انجام آزمایش و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها ضروری است. «زیرساخت داده» سامانه‌های محاسباتی با کارایی بالا و توان ذخیره‌سازی داده را دارد؛ شبکه‌هایی که از جمع‌آوری و پردازش و به اشتراک گذاشتن داده‌های دانشی پشتیبانی می‌کند. «رصدخانه‌ها و ایستگاه‌های میدانی» زیرساخت‌های مهم دانشی هستند؛ زیرا از این دو مکان می‌توان فراوردهای مهم پایش دانشی را و داده‌گیری درستی انجام داد. اینها سه مفهوم مهم زیرساخت در جهان دانش است.

زیرساخت در صنعت

در بخش صنعت، زیرساخت به دارایی‌های فیزیکی و سازمانی گفته می‌شود که از تولید و توزیع پشتیبانی می‌کند. این فراورده شامل این موارد است: یکی «شبکه‌های حمل‌ونقل جاده‌ها» که شامل راه‌ها و جاده‌ها و بندرها و راه‌آهن و فرودگاه‌هاست که جابه‌جایی کالا و مواد خام را آسان و تند می‌کند. دیگری «زیرساخت انرژی» است که شامل نیروگاه‌ها و خط لوله‌ها و تأسیسات انرژی از هر نوعی و انرژی مورد نیاز برای عملیات صنعتی را در بر می‌گیرد. عامل مهم بعدی «سامانه زنجیره تأمین» است که شامل انبارها، شبکه‌های لجستیک و سامانه‌های مدیریت موجودی-کسری در جریان تأمین و مصرف محصولات است. زیرساخت‌های صنعتی برای رقابت و پایداری اقتصادی ضروری است. برای نمونه، توسعه شبکه‌های هوشمند و زیرساخت‌های انرژی تجدیدپذیر، بخش انرژی را ارتقا داده و بستگی به سوخت‌های فسیلی را کاهش می‌دهد و در پی آن اثرات زیست‌محیطی را هم می‌کاهد و کیفیت زندگی انسان را بالا می‌برد.

زیرساخت در فناوری

در فضای فناوری، زیرساخت پایه‌ای است که از توسعه، استقرار و بهره‌برداری از سامانه‌های فناوری پشتیبانی می‌کند. مثال‌های کلیدی آن عبارت‌اند از «زیرساخت دیجیتال» که سخت‌افزار و نرم‌افزار و شبکه‌هایی که زیربنای اینترنت، رایانش ابری و سامانه‌های ارتباطی هستند. این زیرساخت شامل مراکز داده کابل فیبر نوری و شبکه‌های 5G است. «زیرساخت امنیت سایبری» برای زیرساخت فناوری مهم است چون سامانه‌ها و پروتکل‌های طراحی‌شده برای محافظت از دارایی‌های دیجیتال است و ضمانت سامان‌مندی فعالیت‌های آنلاین در بستر اینترنت. «مراکز نوآوری» هم امکاناتی مانند پارک‌های فناوری و انکوباتورها که همکاری و نوآوری را بین استارتاپ‌ها و کسب‌وکارها تقویت می‌کنند و از زیرساخت‌های مهم است.

زیرساخت در سیاست‌ورزی و حکمرانی

در سیاست‌ورزی و حکمرانی زیرساخت یعنی یک حوزه متمرکز کلیدی برای سرمایه‌گذاری عمومی و تدوین مقررات و قانون‌ها. دولت نقش محوری در برنامه‌ریزی، تأمین مالی و حفظ زیرساخت‌ها برای تضمین رفاه اجتماعی و رشد اقتصادی ایفا می‌کند. جنبه‌های کلیدی زیرساخت در سیاست‌ورزی و حکمرانی عبارت‌اند از: «زیرساخت‌های عمومی» که کارشان ارائه خدمات به عموم مردم است. سازه‌هایی همچون جاده‌ها، پل‌ها، مدارس، بیمارستان و سامانه‌های آب شهری و بسیاری مثال دیگر. «چارچوب‌های سیاست‌ورزی» از دیگر شاخص‌هاست که وظیفه سامان‌دهی مقررات و استانداردهایی است که بر توسعه، بهره‌وری و بهره‌برداری و نگهداری زیرساخت‌ها حاکم است. از دیگر زیرساخت‌های مهم اما ناپیدای این حوزه، «مشارکت‌های دولتی و خصوصی» است. این بخش که زیرساخت نوینی هم است، وظیفه‌اش تأمین مالی و مدیریت پروژه‌های کلان و زیربنایی است. شاخص‌های زیرساخت در حوزه سیاست‌ورزی و حکمرانی بازتابی از اولویت‌های یک دولت را نشان می‌دهد. برای نمونه ممکن است دولتی اولویت‌اش خارج از مرزهایش باشد و سرمایه‌ها را صرف سیاست‌های خارج از مرزی بکند و دولت دیگری اولویت زیرساختی‌اش در این حوزه انرژی‌های نو باشد و جز آن.

زیرساخت در زندگی روزمره

از یاد نبریم که زیرساخت‌ها اگرچه با پروژه‌های کلان یک کشور درگیر است، در زندگی روزمره هم نقشی پررنگ دارد و اثرگذار است. برای نمونه اینکه زیرساخت یک شهر حمل‌ونقل دوچرخه باشد و دولت برای این کار تدبیری اندیشیده باشد با شهری که زیرساخت تاکسی‌رانی دارد تفاوت زیادی دارد؛ هم به لحاظ اقتصاد خانواده و هم سلامت جسمی و هم آلودگی هوا. یا مثال ملموس آن مختل‌شدن زندگی روزمره در اثر قطع برق است که به دلیل خرابی وسایل برق و دارویی و غذایی سبب خسارت می‌شود. این یادداشت ادامه دارد.