روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران • صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان • نشانی: میدان آرژانتین،خیابان الوند، کوچه آرشیا، پلاک ۶ • تلفن: ۹۲و۸۸۶۵۴۳۹۰ • نمابر: ۸۸۸۸۰۷۱۹ • تلفن آگهی‌ها: ۸۸۱۹۲۸۷۷ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۲۰۹۵۹۳ • توزیع: شرکت‌پیام‌رسان سبز تلفن: ۵- ۶۶۲۷۲۱۳۰ • چاپ: گلریز تلفن: ۶۶۷۹۵۴۴۲

روزنامه شرق

www.sharghdaily.ir

پنجشنبه • ۲۷ مهر ۱۳۹۶ • ۲۸ محرم ۱۴۳۹ • ۱۹ اکتبر ۲۰۱۷ • سال پانزدهم • شماره ۲۹۹۰ • ۲۰ صفحه

اذان ظهر تهران ۱۱:۴۹ • اذان مغرب ۱۷:۴۲ • اذان صبح‌فردا ۴:۵۱ • طلوع آفتاب ۶:۱۴

روزنامه فردا

fardashargh@gmail.com

حرف درشت

وقتی شعر مجابت می‌کند

پوریا عالمی

• دیروز تولد جواد مجابی بود و من به این بهانه می‌خواهم با ذکر چند مثال بگویم جواد مجابی‌بودن چقدر کار مشکلی است:

۱- الان طرف کتابش را ناشر رد کند، نوشتن را می‌بوسد و می‌گذارد کنار. درحالی‌که نویسنده ممکن است چیزی را ببوسد، اما کنار نمی‌گذارد.

۲- الان طرف کتابش را مجوز ندهند، ول می‌کند و می‌رود زانوی غم بغل می‌گیرد. درحالی‌که نویسنده اگر مجوز نگیرد، به مسئول مربوطه می‌گوید: بیا... بیا این پرینت‌ها مال خودت، من آخر سر کتابم را چاپ می‌کنم.

۳- الان طرف برای اینکه مطبوعات به کارش بپردازند، با روزنامه‌نگاران و منتقدان دوست می‌شود و شب دعوتشان می‌کند میهمانی و صبح که از خواب بیدار شد، می‌رود نان تازه می‌گیرد. درحالی‌که نویسنده کاری به منتقد ندارد و از نقد استقبال می‌کند.

۴- الان طرف کتاب نمی‌خواند و کتاب صادر می‌کند و بعد می‌گوید چرا کسی کتاب نمی‌خواند. درحالی‌که نویسنده باید این‌قدر کتاب بخواند که چشمش درآد و باقیش از قلمش درآد و بنویسد.

۵- الان نویسنده خودش را سلبریتی می‌داند و با بهرام رادان و مهناز افشار و محمدرضا گلزار خودش را مقایسه می‌کند. درحالی‌که قدیم نویسنده‌ها تیپ که می‌زدند، خودشان را نهایتا با پروین اعتصامی مقایسه می‌کردند.

۶- الان طرف نگاه می‌کند بازار چه کتابی خوب است و همان شکلی کتاب می‌نویسد. درحالی‌که نویسنده باید طوری باشد که بازار را به‌هم بریزد.

۷- الان طرف درباره آب‌حوض‌کشیدن هم نظر خاصی ندارد. درحالی‌که نویسنده قبلا برای همه حوزه‌ها تعیین‌تکلیف می‌کرد.

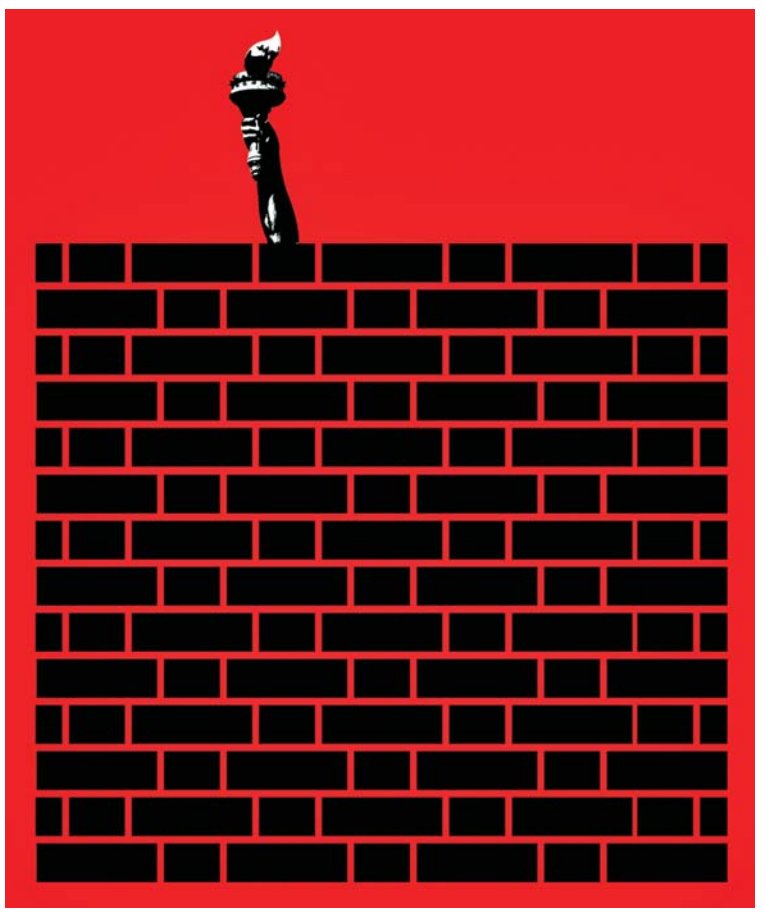
۸- الان نویسنده از دست همه سیگار می‌کشد. درحالی‌که نویسنده قبلا از دست جهان می‌کشید.

■■■

آقای دکتر مجابی، شما و آسیه‌خانوم جوادی - ناستین‌جان - و پوپک مجابی یک عمر «خانواده فرهنگی» را معنا بخشیدید و در هر شرایطی در همه سالیان دست از خواندن و نوشتن و بحث و تبادل‌نظر برنداشتید، بگویید ما چه کنیم که بیدی باشیم که با هر بادی نلرزیم.

کارتون خواب

علی رومانی
aliromani84@gmail.com



آکادمی

رابطه عجیب خجالت و خلاقیت!

وحید شامخی
مشاور مدیریت استراتژیک

سال ۱۹۳۹ بود. مدیر یک شرکت تبلیغاتی که از کم‌بودن ایده‌های خلاقانه تبلیغاتی میان کارمندانش به ستوه آمده بود، تصمیم جالبی گرفت: به‌جای اینکه هر یک از کارمندانش، به صورت جداگانه فکر کنند و تلاش کنند ایده‌ای خلاقانه به‌دست آورند، آنها را دور هم جمع کرد تا در کنار هم جلسه ایده‌پردازی خلاقانه برگزار کنند. نام آن فرد «الکس آزبورن» بود و روشی که ابداع کرد توفان فکری (Brainstorming)، توفان ذهنی یا بارش فکری نام گرفت! سال ۱۹۴۸ «آزبورن» روش ابداعی‌اش را در کتابی به نام «قدرت خلاقیت شما» معرفی کرد. این تکنیک که احتمالا با آن آشنا هستید، چند گام ساده داشت. افراد دور هم جمع می‌شوند، ایده‌هایی را که در ارتباط با موضوع مورد بحث، به ذهنشان می‌رسد، طرح می‌کنند. از ایده‌های دیگران هم برای طرح ایده‌های جدید استفاده می‌کنند، هیچ‌کس هم حق ندارد از ایده‌ای انتقاد کند یا آن را مسخره کند. بیش از ۶۵ سال از آن زمان می‌گذرد و ما همچنان از توفان فکری استفاده می‌کنیم. این تکنیک، جزء تکنیک‌هایی است که در کشور ما نیز خیلی مشهور شده و اغلب افراد با آن آشنا هستند، اما در چند سال اخیر، تحقیقاتی انجام شده و نکاتی برای بهبود استفاده از این تکنیک طرح می‌شود.

یکی از افرادی که روی بهبود این تکنیک کار کرده، استادی به نام «پل پاولوس» از دانشگاه تگزاس است. بر اساس نتایج تحقیقات و آزمایش‌های او، در توفان فکری نباید تنها یک ایده خشک‌وخالی را طرح کنیم، بلکه باید تلاش کنیم تا جایی که می‌شود ایده‌مان را شرح داده و توضیح دهیم. با همین نکته ساده ادعا می‌کند که تا چندده‌برابر، ایده‌های بهتر و متفاوت‌تری به دست می‌آید، اما آنچه از این هم جالب‌تر است، نتیجه آزمایش‌های استادی از دانشگاه نورث وسترن و همکارانش است که به‌تازگی (اکتبر ۲۰۱۷) منتشر شده. آنها می‌گویند اگر قبل از شروع جلسه توفان فکری، هر یک از افراد، یک خاطره از خودشان تعریف کنند که آن اتفاق یا موقعیت، موجب شرمندگی یا خجالتشان بوده است، تا ۲۶ درصد ایده‌های بیشتر و تا ۱۵ درصد ایده‌های متنوع‌تر به دست می‌آید! نتایج این‌گونه به دست آمد که افرادی را به آزمایش دعوت و آنها را به دو گروه تقسیم کردند و به گروه اول گفتند قبل از شروع جلسه توفان فکری، یک خاطره خجالت‌آور را که در شش ماه گذشته برایتان پیش آمده تعریف کنید و به گروه دوم گفتند که یک خاطره غرورآفرین را که در شش ماه گذشته برایتان پیش آمده تعریف کنید و بعد جلسه توفان فکری را برای کاربردهای جدید یک گیره کاغذ شروع کردند! آزمایش را برای گروه‌های دیگر و با موضوعات دیگر تکرار کردند. در آزمایش، دو شاخص تعداد ایده‌ها و تنوع ایده‌ها را سنجیدند. نتیجه جالبی که به دست آمد این بود که وقتی افراد قبل از شروع جلسه توفان فکری، به‌جای اینکه بادی در غبغب بیندازند و از افتخارات خود بگویند، از اشتباهات یا سوتی‌های خود بگویند، ایده‌های بسیار خلاقانه‌تر و بیشتری به ذهنشان می‌رسد!

ما هم در بسیاری از جلسات یا دورهمی‌های شخصی، سازمانی یا کشورداری‌مان از این تکنیک بهره می‌بریم. اگر هم تابه‌حال استفاده نکرده‌ایم، از امروز می‌توانیم آن را تجربه کنیم. می‌توانیم از تصمیم‌گیری‌های خانوادگی‌مان؛ مثل حل مشکلات زندگی‌مان، تغییرات در خانه‌مان، تحقق آرزوهایمان یا تصمیم ایجاد یک کسب‌وکار جدید شروع کنیم. خواه اینکه تابه‌حال بارها از این تکنیک استفاده کرده باشیم یا اینکه دوست داریم برای اولین‌بار امتحانش کنیم، بهتر است چند نکته را برای بهبود بیشتر این روش در نظر بگیریم و در حد امکان آنها را اجرا کنیم. مخصوصا این نکته آخر را حتما امتحان کنیم و ببینیم آنچه می‌گویند درست است یا خیر؟! آیا خجالت و خلاقیت، این رابطه عجیب و جالب را دارند یا نه؟!

زیر آسمان

موردِ یک نانوا

محمد معینی: علی بهرامی یک نانواست در خرمدره؛ شهری ۷۰ هزارنفری در ۹۰ کیلومتری زنجان. اگر اهل توییتر و تلگرام بوده باشید، لابد در این یکی، دو روز گذشته، عکسی از او را مقابل نانوایی‌اش دیده‌اید که زیر آن نوشته شده بود: «یک نانوا در شهر خرمدره (استان زنجان)، اگه نون رو داخل نایلون پلاستیکی نذاری، دوتا نون اضافه رایگان میده». خیلی از کاربران شبکه‌های اجتماعی «کامنت به ستایش» گذاشته بودند! دیروز تلفنی با او صحبت کردم. خوشحال بود از بازتاب ایده‌ای که به اجرا گذاشته و می‌خواست که حمایت شود. او در نانوایی خود حق انتخاب را از مشتری سلب نکرده، ولی این جایزه را از محل درآمد خود کنار گذاشته که در صورت استفاده‌نکردن مشتری از نایلون پلاستیکی، دو نان رایگان به مشتری بدهد؛ به‌این‌ترتیب او برای هربار استفاده‌نکردن از نایلون پلاستیکی، ۳۲۰ تومان جایزه می‌دهد! علی بهرامی یکی از موفق‌ترین نمونه‌های حضور داوطلبانه مردم در پاسداری از سلامت و محیط‌زیست است. خوشبختانه در سال‌های اخیر با سرعت بسیاری سطح نگرانی و دغدغه‌های زیست‌محیطی نزد جامعه افزایش یافته است، اما آنچه مورد «علی بهرامی» (و امثال آن) را شاخص می‌کند، فراترفتن از نگرانی صرف و صورت‌دادن اقدامی عملی و مستمر در حد بضاعت کسب‌وکار برای فرهنگ‌سازی است. فارغ از نقش مبنایی نهادهای حاکمیتی برای سامان‌دادن به این اوضاع، لااقل برای کاستن از سرعت تخریب محیط‌زیست، ضروری است از پتانسیل علاقه‌مندی داوطلبانه شهروندان به حفاظت از محیط‌زیست حمایت کرده و مجالی فراخ برای تشویق، معرفی، تربیت و راهنمایی این استعدادها و قابلیت‌های اجتماعی فراهم شود. یادآوری این نکته که علی بهرامی تا دوم ابتدایی بیشتر درس نخوانده، ولی ارتباط خود را با مطالعه حفظ کرده، احتمالا برای متولیان امر، بخشی از نقشه راه را واضح‌تر می‌کند. همچنان که از یاد نمی‌بریم «ما اغلب تصمیماتی می‌گیریم که بر مردمانی در آینده دور تأثیرگذار است، درحالی‌که این مردمان، امروز برای دفاع از خودشان حضور ندارند».