



ماهنامه اجتماعی اقتصادی
سال دوم | تیر ۱۴۰۰ | شماره ۷



صاحب امتیاز و مدیر مسؤل: دکترا احمد رضا قنبری

سر دبیر: فاطمه قنبری

طراح و صفحہ آرا: مرضیہ پهلوانی نژاد

روابط عمومی: زینب یزدی پور

آدرس: خیابان بزرگمهر، روبروی بیمارستان

، صدوقی، جنب ساختمان میرداماد

کوچہ طاووسی (۳۵)، مجتمع پزشکی طاووس، طبقہ

اول، واحد ۲

ارتباط با مدیر مسؤل: ۹۱۳۱۱۸۱۲۸۹

تلفن پذیرش آگهی: ۰۳۱۳۲۶۵۸۹۱۵

فهرست مطالب

کلیدواژه‌های اقتصاد

تعیین چشم‌انداز

حکایت‌های مدیریتی

تأثیر شبکه‌های مجازی بر ارتباطات

انسانی

شادی واقعی چیست؟

سخن مدیر مسئول



هر کسی می‌کوشد تا برای خود بهترین الگوها را انتخاب کند. برخی بر این باورند که انسان اگر سبک زندگی را به درستی بیاموزد، به درستی خواهد آموخت که چگونه سبک مرگ خویش را بیاموزد. انتخاب درست سبک زندگی به معنای انتخاب درست سبک مردن نیز می‌باشد؛ چرا که اگر کسی همه عمر در اندیشه دنیا و تکاثر ثروت و قدرت باشد، می‌کوشد تا با روش‌های گوناگون از مرگ بگریزد و با دست کاری در زن، یا یافتن اکسیر جوانی، عمر خویش را طولانی کند. دغدغه‌ی بقای در دنیا برای او، دغدغه‌ای دائمی است و از زندگی خویش لذتی نمی‌برد، زیرا همواره مرگ را حاضر می‌بیند و زندگی‌اش را در آستانه نابودی می‌یابد. پس آرزو می‌کند عمر بلند داشته باشد که حداقل آن هزار سال باشد.

واقعاً بشریت خوشبخت شد که عمرها کوتاه است، وگرنه با نگاهی به همین زندگی کوتاه که بیش از صد سال طول نمی‌کشد، انسان چگونه دغدغه دریدن دیگران را دارد و مستکبران و ستمگران بر گرده‌ی انسان‌ها چگونه سوار می‌شوند و هزاران نفر را برای ارضای خواهش‌های نفسانی خویش می‌کشند و میلیون‌ها نفر بی‌گناه از زن و کودک و پیر و جوان را در جهان به مسلخ می‌برند و نیست و نابود می‌کنند. اگر عمر هزار ساله برای این گران انسان‌ها بود، ملت‌ها هرگز نمی‌آرامش و آسایش نداشتند. کوتاهی عمر و فرصت اندک موجب می‌شود تا گران مستکبر و ستمگر نتوانند به آرزوی خویش دست یابند و ملت‌ها را برای همیشه در بند کشند.

هر انسانی می‌بایست با توجه به عقل الهی خود بهترین‌ها را برگزیند؛ زیرا در دنیایی که فرصت بقا و زندگی در آن کوتاه است، خوب‌ها و نیک‌ها بسیار است. پس می‌بایست بهترین و نیکوترین‌ها را برگزیند که انتخاب و بهره‌مندی از همین بهترین‌ها نیز سخت و دشوار است؛ چرا که عمر بسیار کوتاه است.

قرآن به انسان می‌آموزد که به حکم عقل بهترین و نیکوترین‌ها را برگزیند؛ سبکی که سرمشق‌های زندگی آن را، انتخاب کردند. خداوند بارها در قرآن از مؤمنان می‌خواهد تا حتی در میان آموزه‌های اسلامی و وحیانی بکوشند تا بهترین و نیکوترین‌ها را برگزینند و عمل کنند. بنابراین هم در نیکی کردن باید شتاب ورزند و هم در مسابقه شتاب، نفر نخست باشند. این گرایش به برترین‌ها و نیکوترین‌ها می‌بایست در همه ابعاد زندگی صورت گیرد که از سلام کردن گرفته تا دیگر اعمال و رفتارهای عبادی و اجتماعی که می‌بایست نیکوترین و بهترین‌ها را انتخاب کند.

۱. آنان را از مردم دیگر، حتی مشرکان به زندگی این جهانی حریص‌تر، خواهی یافت و بعضی از کافران دوست دارند که هزار سال در این دنیا زیست کنند و این عمر دراز، عذاب خدا را از آنان دور نخواهد ساخت که خدا به اعمال‌شان بیناست. (بقره، آیه ۹۶)

ریسک و عدم قطعیت

زندگی اقتصادی سرشار از ریسک است. سهام یک تاجر می‌تواند افت کند، یا سر به آسمان بزند؛ ممکن است کارگر اخراج شود یا ترفیع بگیرد. ریسک شامل موقعیت‌هایی می‌شود که در آن مجموعه‌ای اتفاقات مشخص با احتمالات قابل اندازه‌گیری رخ می‌دهد؛ مثلاً نتایج متفاوتی از ریختن تاس ممکن است به دست آید. خیلی از تحلیل‌های اقتصادی از این مفهوم استفاده می‌کنند؛ شرکت‌ها و افراد نتایج اجتماعی تصمیمات مختلف را بررسی و بعد موردی را انتخاب می‌کنند که بیشترین نفع را به دنبال آورد. مثلاً شرکتی فکر می‌کند که سال بعد به احتمال فراوان تقاضا افزایش پیدا می‌کند، در نتیجه تصمیم می‌گیرد تا محصول جدیدی را به بازار بفرستد. عدم قطعیت مربوط به موقعیت‌هایی می‌شود که وقایع آنی دارای احتمالات نامشخص هستند و نمی‌توان نتایج آنها را محاسبه کرد.

عدم قطعیت در تمامی اقتصادها دیده می‌شود؛ مثلاً نمی‌توان فهمید چه تکنولوژی‌هایی یک دهه بعد از الان به وجود خواهد آمد. یعنی در دنیای واقعی، بخش عمده‌ی تصمیم‌گیری‌های اقتصادی در مورد آینده بیشتر بر اساس حدس و گمان است تا محاسبات دقیق.

در هر جامعه، ممکن است بعضی افراد بخواهند منابع بیشتری صرف مدرسه‌سازی شود و بعضی دیگر ممکن است ترجیح دهند منابع صرف جاده‌های بهتر شوند. در زمان تصمیم‌گیری‌های جمعی، جوامع باید با مسائلی مثل تضاد منافع روبه‌رو شوند. قضیه عدم امکان ارو نشان می‌دهد از نظر منطقی، رویکردی برای تصمیم‌گیری وجود ندارد که همزمان بتواند تعداد محدودی از معیارهای منطقی عدالت را برآورده کند. یکی از دلایل این مسئله این است که «دیکتاتور» وجود ندارد؛ کسی نیست که به تنهایی تصمیمات جامعه را مشخص کند. یکی دیگر این است که اگر هر فردی مدرسه‌سازی را به جاده ترجیح می‌داد، در نتیجه جامعه به طور کلی باید مدرسه‌سازی را به جاده ترجیح دهد. این قضیه نشان می‌دهد که چنین معیارهایی برای عدالت، ذاتاً ناسازگار و متضاد هستند. یک نظام رأی‌گیری را در نظر بگیرید که با شرط دوم ما جور است: بنابراین، یک دیکتاتور به وجود می‌آید؛ یعنی رأی همیشه یک نتیجه ثابت را به دنبال می‌آورد. این قضیه بسیار قدرتمند اما آزاردهنده است. حتی شفاف‌ترین نظام‌های رأی‌گیری هم به دلیل ناسازگاری و تضاد به بیراهه کشیده می‌شوند.

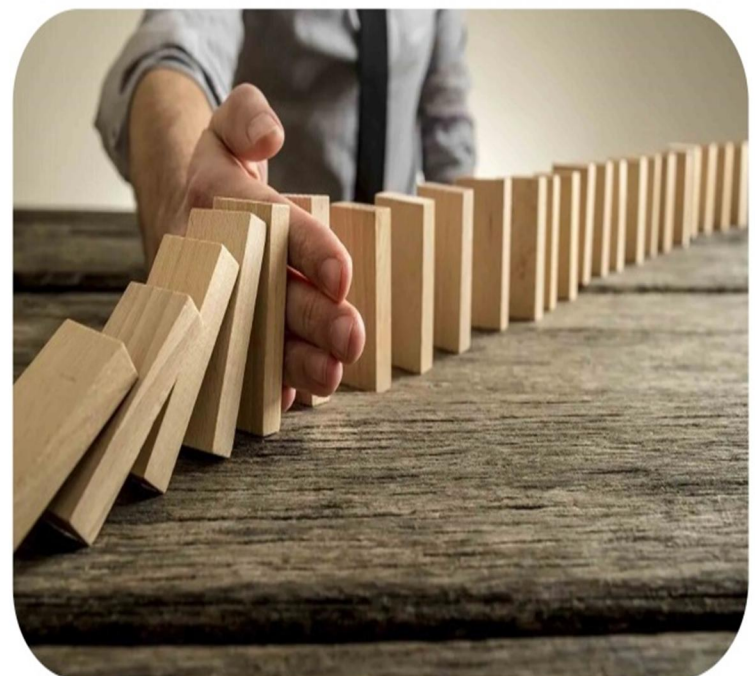




بیمه

فرض کنید سکه بیندازیم و اگر شیر آمد، من ۱۰۰۰ دلار به شما بدهم. اگر خط آمد، پولی به شما نخواهم داد. از آنجایی که احتمال وقوع شیر یا خط یک به دو است، می‌توانیم بگوییم که ارزش مورد انتظار از پرتاب سکه ۵۰۰ دلار است. با دانستن این نکته، فرض کنید من گزینه دیگری به شما بدهم: یا با همین شرایط سکه بیندازیم یا همین الان به شما ۴۹۰ دلار نقد بدهم.

طبق نظر اقتصاددان‌ها، اگر شما ۴۹۰ دلار را انتخاب کنید، پس ریسک‌گریز هستید؛ یعنی حاضرید دستاورد کمتر را بپذیرید تا فقط از یک شرط‌بندی سرشار از ریسک که ممکن است نفعی برایتان نداشته باشد، شانه خالی کنید. دلیل مسئله این است که رنج شکست خیلی بیشتر از لذت پیروزی است. اگر بازی این بود که با آمدن شیر من به شما ۱۰۰ دلار بدهم و با آمدن خط شما به من ۱۰۰ دلار بدهید، احتمال ریسک‌گریزی شما بالاتر هم می‌رفت. همین ریسک‌گریزی دلیل وجود بازار بیمه است؛ افراد ریسک‌گریز حاضرند مبلغی را سالانه به شرکت‌های بیمه بدهند تا از احتمال روبه‌رو شدن با یک ضرر بزرگ‌تر پیشگیری کنند.



سوفی خانه‌اش را بیمه می‌کند، در حالی که تا به حال از خانه‌اش سرقت نشده است. پس چرا همچنان حق بیمه می‌پردازد؟ او در اصل این کار را می‌کند تا از ریسک پرهیز کرده باشد. با وجود بیمه، اگر سرقتی صورت نگیرد از ثروت او کم می‌شود؛ اما اگر سرقت انجام شود، شرکت بیمه خسارت او را جبران می‌کند. بیمه ثروت را از حالتی (رخدادی) که در آن از او سرقت نشده است، به حالتی منتقل می‌کند که از او سرقت شده است. بدون بیمه، سوفی بازگشت سرمایه‌ی بالاتری در حالت نخست خواهد داشت، اما در حالت دوم بازگشت سرمایه کمتر خواهد بود. بازگشت سرمایه‌ی مورد انتظار ثروت در هر حالت ضربدر احتمال وقوع آن رخداد با یا بدون بیمه یکسان هستند؛ اما از آنجایی که سوفی از ریسک‌گریزان است، ترجیح می‌دهد خودش را بیمه کند. در این بین، شرکت بیمه با پوشش افراد زیادی می‌تواند سوفی را تأمین کند؛ پیش‌بینی این‌که از خود سوفی سرقتی صورت می‌گیرد یا نه سخت است، اما می‌توان با هر حدس منطقی مشخص کرد که از هر ۱۰۰۰ نفر، این اتفاق برای چند درصد می‌افتد. در نتیجه، شرکت می‌تواند اطمینان دهد که کل حق بیمه‌های دریافتی، کل مبلغ پرداختی را پوشش خواهد داد.

کژمنشی

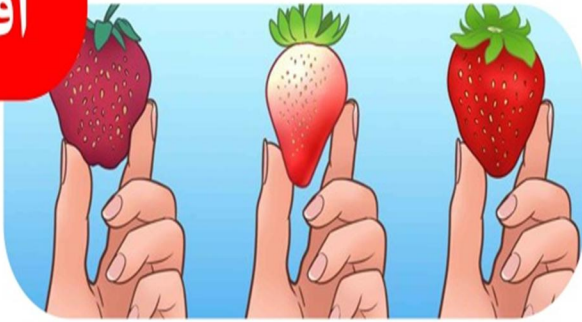


مسئله کارفرما - کارگزار

وقتی بعضی افراد اطلاعات بیشتری از بقیه دارند، ممکن است بازار به خوبی عمل نکند. مثلاً مالک این شرکت ساختمانی می‌خواهد سود خود را بیشتر کند، ولی این مسئله به تلاش کارمندان او بستگی دارد. به این موضوع، مسئله کارفرما - کارگزار می‌گویند: وقتی یک دستاورد مهم برای مالک (کارفرما) به عملکرد کارگزاران (کارگزار) بستگی دارد. با این حال، کارگزاران معمولاً اطلاعات بیشتری در مورد عملکرد خود نسبت به کارفرما دارند. صاحب شرکت نمی‌تواند کار تمامی اسنادکاران و شاگردانشان را که در نقاط مختلف مشغول کار هستند، زیر نظر قرار دهد.

بخش زیادی از نظریه اقتصاد به این پرسش می‌پردازد که کارفرما چگونه می‌تواند به کارگزار انگیزه دهد تا به دلخواه او عمل کند؛ وقتی این کار برای کارگزار هزینه به دنبال دارد. مثال دیگری از مسئله کارفرما - کارگزار در بازار بهداشت و درمان رخ می‌دهد؛ ممکن است کارفرما (بیمار) نگران این باشد که پزشک یک برنامه درمانی را به خاطر نفع او پیشنهاد داده است، یا فقط برای این

دیو تلفن همراه خود را بیمه می‌کند و حالا که می‌داند تمامی خسارات وارده از سوی شرکت بیمه پوشش داده می‌شود، نسبت به تلفن همراه خود بی‌دقتی به خرج می‌دهد و به دفعات ادعای خسارت می‌کند. در این موقعیت، وقتی دیو می‌تواند بر احتمال وقوع یک اتفاق (صدمه به تلفن همراه) تأثیر بگذارد تا شرکت بیمه مجبور به پرداخت خسارت شود، با نمونه‌ای از «کژمنشی» (خطر اخلاقی) روبه‌رو هستیم. مشکل این مثال این است که شرکت بیمه نمی‌تواند تک‌تک مشتریان خود را تحت نظر بگیرد و شاید مجبور شود بیشتر از حد پیش‌بینی شده خسارت پردازد. اگر این‌طور باشد، شرکت بیمه باید حق بیمه بیشتری را از افراد بی‌دقتی مثل دیو دریافت کند. ولی از آنجایی که چنین چیزی ممکن نیست، شرکت حق بیمه بالایی را از همه می‌گیرد. شاید حتی شرکت نوع خاصی از بیمه را دیگر ارائه ندهد. فقدان اطلاعات شرکت باعث ایجاد مانع در بازار می‌شود. بسیاری از اقتصاد دان‌ها ادعا کرده‌اند که کژمنشی یکی از دلایل بروز بحران مالی سال ۲۰۰۷ بوده است؛ اگر بانک‌ها آن قدر بزرگ در نظر گرفته می‌شوند که ورشکستگی آنها بعید به نظر می‌رسد، پس ممکن است آنها دست به سرمایه‌گذاری‌های پرریسک بزنند، آن هم با این اطمینان که بعداً دولت آنها را ضمانت خواهد کرد.



کژگزینی

یک دستفروش دوره گرد را در نظر بگیرید که عطر های ارزان قیمتی را می فروشد. تمایل او به فروش با قیمت کم باعث می شود مشتری شک کند که شاید عطر قلابی باشد. مسئله از اینجا ناشی می شود که برخلاف فروشنده، خریدار اطلاعی از کیفیت عطر ندارد. در این وضعیت که کژگزینی (انتخاب نامطلوب) نامیده می شود، بازار معمولاً محصولات با کیفیت را کنار زده و به سراغ نمونه های بی کیفیت تر می رود. به عنوان یک نمونه دیگر، ممکن است خریدار از شرایط یک خودروی دست دوم بی خبر باشد، اما فروشنده یک اتومبیل خراب انگیزه بیشتری برای فروش آن به نسبت مالک یک خودروی سالم دارد و بنابراین خریداران انتظار دارند میانگین کیفیت خودروهایی از این دست کلاً پایین باشد. در نتیجه، خریدار تنها حاضر است قیمت پایین برای آنها پردازد و از آنجایی که مالک خودروی سالم نمی تواند قیمت بالایی برای دارایی خود تعیین کند، خودروهای سالم کمتری عرضه خواهد شد تا جایی که فقط خودروهای معیوب باقی می ماندند. کژگزینی در صنعت بیمه درمانی هم دیده می شود؛ جایی که وضعیت سلامتی افراد برای شرکت بیمه مشخص نیست. شاید آنهایی که بیشتر مایل به بیمه کردن خود هستند، از وضعیت سلامتی نامناسبی برخوردار باشند و برای همین شرکت بیمه نسبت به پذیرش آنها بی میل می شود.

وقتی برخی افراد اطلاعات کمتری نسبت به بقیه دارند، بازار خوب عمل نمی کند؛ اما یک نظریه ادعا می کند بازیکنان مطلع گاهی «علامتی» می دهند که اطلاعاتی را برای حل مسئله به دنبال می آورد. برای مثال، شرکتها مایلند کارمندان کارآمد را استخدام کنند، اما مشاهده این خصوصیت میان افراد برای شرکت سخت است. کارمندان از قابلیت های خود آگاهند و می توانند اینها را با کسب مدرک علامت دهند. فرض کنید یک شرکت حسابرسی قرارداد کارآموزی خود را به جای یک متقاضی بدون مدرک، به یک دارنده مدرک تاریخ پیشنهاد دهد. تحصیلات این فرد هیچ ربطی به حسابرسی ندارد و شرکت باید از صفر به او آموزش دهد، اما این مدرک علامت خصوصیات مورد علاقه شرکت است؛ پشتکار و توانایی. اگر شرکت می توانست مستقیماً میزان توانایی فرد را ببیند، لزومی به بررسی مدرک دانشگاهی نبود. طرفین بی اطلاع می توانند خود دست به کار شوند و به اصطلاح غربالگری کنند. به این طریق، آنها دیگران را وادار می کنند اطلاعاتی در مورد خود به دست دهند. شرکت های بیمه و وام دهندگان از مشتریان احتمالی خود سوالاتی را می پرسند که باید مشخص کند آنها چقدر دارای ریسک هستند.

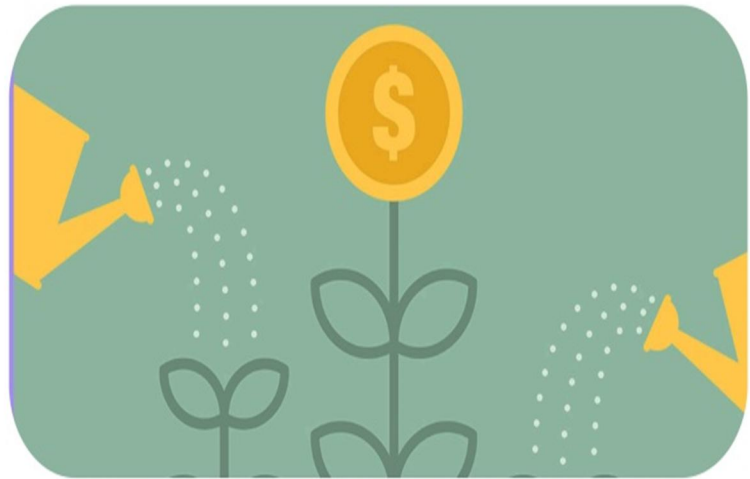


در مدل استاندارد بازار، قیمت چیزی است که تقاضا را با عرضه هماهنگ می‌کند. در بازار نیروی کار، تعداد افرادی که با دستمزد استاندارد طالب کار هستند باید با تعداد کارفرمایانی که دنبال کارمند می‌گردند، برابر باشد. اما در واقعیت کارگران همه چیز را در مورد مشاغل و دستمزدهای موجود نمی‌دانند. کسب اطلاعات در مورد فرصت‌های شغلی از لحاظ زمان و جستجو هزینه‌بر است و به همین دلیل، کارگران آن قدر به دنبال کار می‌گردند تا یک گزینه مناسب را پیدا کنند؛ شغلی با دستمزد معقول که با ترجیحات آنها سازگار باشد. اما از آنجایی که جستجو هزینه‌بر است، دستمزد «مکفی» را بپذیرند؛ حتی اگر شغل‌های بهتری هم وجود داشته باشد. این هزینه‌ها به این معنی است که بازه دستمزد یک شغل ثابت واحد نیست و می‌تواند بسیار گسترده باشد. به این صورت موضوع «بیکاری حاشیه‌ای» هم توضیح داده می‌شود؛ نوعی بیکاری که حتی در اقتصادهای پررونق هم دیده می‌شود و دلیل آن هم مدت زمانی است که کارگر برای پیدا کردن یک شغل تازه صرف می‌کند.

در یک حراجی، جین موفق می‌شود پیشنهاد خوبی برای یک ساعت عتیقه بدهد و آن را به مبلغ ۵۰ دلار به دست آورد. او برنده می‌شود، چون پیشنهاد او بالاتر از بقیه است؛ اما این به معنای آن است که از یک جهت دیگر، او قیمت خیلی بالایی برای ساعت پرداخته است؛ پدیده‌ای که به آن نفرین برندگان هم می‌گویند. اگر دومین پیشنهاد بالا ۴۹ دلار بود، جین با ۰۱/۴۹ دلار هم می‌توانست ساعت را به دست آورد و بنابراین حالا ۹۹ سنت بیشتر خرج کرده است. تحلیل استراتژی حراجی به مبحث مهمی در اقتصاد تبدیل شده است. یکی از پرسش‌های مهم مربوط به بهترین استراتژی پیشنهاد می‌شود؛ آیا با پیشنهاد کمتر، احتمال پرداخت بیش از حد جین کاهش می‌یافت یا ممکن بود کلا در حراجی شکست بخورد. پرسش دیگر به این مسئله برمی‌گردد که فروشنده چطور جنس خود را وارد حراجی کند تا بیشترین سود را ببرد. این مسئله در دهه ۱۹۹۰

بسیار اهمیت یافت، زمانی که دولت‌ها حق بهره برداری فرکانس‌های رادیویی را با مزایده به اپراتورهای تلفن همراه واگذار می‌کردند. نظریه حراجی برای طراحی مزایده‌هایی استفاده شد که سود فروش را به بیشترین حد می‌رساند.





نظریه بازی و معمای زندانی‌ها

شاخه‌ای از اقتصاد که به تصمیم‌گیری‌های استراتژیک توجه نشان می‌دهد، نظریه بازی نام دارد و شاید معمای زندانی‌ها بهترین مثال آن باشد. دو دزد دستگیر می‌شوند و هر کدام جداگانه مورد بازجویی قرار می‌گیرد. آنها تشویق می‌شوند تا شواهدی را علیه دیگری ارائه دهند. آنها می‌دانند که اگر هر دو ساکت بمانند، حکم سبکی به اندازه یک سال برای آنها در نظر گرفته می‌شود. در مقابل، اگر یکی از آنها به دیگری خیانت کند و دیگری ساکت بماند، نفر اول آزاد و نفر دوم به ۲۰ سال حبس محکوم می‌شود. اما اگر هر دو خیانت کنند، هر کدام به ۱۰ سال حبس محکوم خواهند شد. از آنجایی که بدترین شرایط مشخصا خیانت دوطرفه است، هر دو به هم خیانت می‌کنند و هر کدام به ۱۰ سال زندان محکوم می‌شود. اما با این عملکرد منطقی، دزدان بهترین نتیجه را از دست دادند؛ این که هر دو ساکت بمانند. یک نمونه اقتصادی از معمای زندانی‌ها، «کارتل» است؛ گروهی از شرکت‌ها که توافق می‌کنند خروجی خود را محدود کنند تا قیمت بالا بماند. با وجود قیمت بالا، منطقی است که شرکت‌ها بیشتر تولید کنند تا سود بیشتری به دست بیاورند. اما اگر تمام شرکت‌ها این کار را انجام بدهند، خروجی سر به آسمان می‌زند و قیمت سقوط می‌کند و در نهایت رویای اولیه کارتل را نقش بر آب می‌کند.

در بسیاری از بازارها، تعداد اندکی از شرکت‌ها با هم رقابت می‌کنند و خروجی هر کدام از آنها بر قیمت‌ها تأثیر می‌گذارد. بنابراین در زمان تصمیم‌گیری، شرکت‌ها باید عملکرد رقبای خود را در نظر بگیرند. شاید آنها بخواهند با تهدید دیگران را تحت فشار بگذارند، اما این تهدیدها تنها وقتی عمل خواهند کرد که باورپذیر باشند. مثلاً شرکت «سیمان قدیم» را در نظر بگیرید که یک فروشنده انحصاری سیمان است و سود زیادی را از طریق قیمت‌های بالای ناشی از عرضه کم به دست می‌آورد. در مقابل شرکت «سیمان جدید» تصمیم به ورود به بازار می‌گیرد و سیمان قدیم می‌داند که این به معنای پایین آمدن قیمت‌هاست. بنابراین تهدید می‌کند در صورت ورود سیمان جدید تولید را بالا خواهد برد و سود هر دو شرکت را به خطر خواهد انداخت. سیمان قدیم امیدوار است با این کار بتواند جلوی ورود تازه‌وارد را بگیرد؛ اما اگر سیمان جدید واقعا وارد بازار شود، عملی کردن این تهدید منطقی نخواهد بود. بنابراین این تهدید باورپذیر نیست. تهدید زمانی باورپذیر می‌شود که به آن تعهد نشان داده شود؛ سیمان قدیم می‌تواند در یک کارخانه جدید سرمایه‌گذاری کند و با انجام این کار، باید در کارخانه جدید هم سیمان تولید کند. به این صورت اگر سیمان جدید وارد بازار شود، بالا بردن تولید به نفع شرکت قدیمی تمام خواهد شد.

منبع

اقتصاد در چند دقیقه

نیل کیشتینی

ترجمه محمود حاج زمان

که اگر مقصد نهایی خود را ندانیم، سردرگم خواهیم شد و برای یافتن مسیر، وقت خود را هدر می‌دهیم؛ در حالی که با دانستن مقصد، بلافاصله و بدون تردید مسیر صحیح را انتخاب خواهیم کرد.



اکنون که چشم‌انداز مشخص شد، برای رسیدن به آن باید برنامه‌ریزی کرد و قدم‌به‌قدم طول مسیر رسیدن به مقصد را مانند نقشه راه مشخص کرد که به آن اشاره خواهیم کرد. اکنون نقشه راه در دست شماست. هم مقصد را می‌دانید هم مسیر رسیدن به آن را مهیا کرده‌اید، درست مثل ساختن ساختمان. معمولاً افراد در ابتدای ساختن ساختمان سراغ مهندسی صاحب‌نظر می‌روند تا او با تخصصی که دارد، نقشه‌ای مناسب با زمین و سلیقه صاحب آن تهیه کند. هیچ انسان عاقلی کار ساختمان‌سازی را بدون نقشه آغاز نمی‌کند. جای تعجب است که برخی، بنای ساختمان زندگی خود را بدون نقشه آغاز می‌کنند و تا پایان عمر، اهمیتی برای این موضوع قائل نیستند.

در کتاب هفت عادت مردمان موثر دومین ویژگی افراد موفق این است که آنان در ذهن، از پایان آغاز می‌کنند؛ به این معنی که با قوه‌ی خیال خود هدف نهایی را دقیقاً مشخص می‌کنند و سپس در زمان حال برای رسیدن به آن گام برمی‌دارند.

در علم مدیریت به این هدف نهایی «چشم‌انداز» گفته می‌شود. چشم‌انداز عکسی است که شما در یک لحظه از جزئیات وضعیت زمانی مشخص در آینده تهیه می‌کنید؛ به نحوی که به طور دقیق بتوان آن را بیان کرد. برای مثال فرض کنید در حال حاضر شما رزومه‌ی کاری خود را آماده دارد. یکی از راه‌های تهیه و تدوین چشم‌انداز شخصی، نوشتن رزومه خود برای زمانی معین در آینده. مثلاً پنج سال دیگر است. برای این کار در خیال خود تصور کنید دقیقاً در پنج سال آینده به سر می‌برید و از شما درخواست می‌شود که رزومه خود را ارائه دهید. دوست دارید در آن رزومه چه چیزهایی بنویسید؟ دوست دارید تحصیلات، مهارت‌ها، تألیفات، شغل و... که در آن می‌نویسید در چه سطحی باشد؟ با نوشتن این رزومه شما چشم‌انداز پنج ساله‌ی خود را تعیین کرده‌اید.

در هر خانواده علاوه بر اینکه همه افراد برای پنج سال آینده خود چشم‌اندازی تهیه می‌کنند، می‌توانند با توافق همه اعضا چشم‌اندازی نیز برای خانواده تدوین کنند. نکته مهم این است که با تعیین این چشم‌انداز و آگاهی دقیق از جزئیات آن و متعهد بودن اعضای خانواده به آن، کمتر کسی گرفتار اتلاف وقت می‌شود؛ علت بسیاری از عوامل اتلاف وقت «غفلت» است. کسانی که نمی‌دانند به کجا می‌خواهند بروند، وقت خود را به بیهودگی تلف می‌کنند. به بیان دیگر، در مسیر زندگی بارها مقابل دوراهی‌ها یا چندراهی‌هایی قرار می‌گیریم

پس باید نگرشی به افق‌های دور دست داشته باشید؛ زیرا زندگی سفری طولانی است. هنر استفاده موثر از فرصت‌هایتان را برای ایجاد فرداهای بهتر در خود پرورش دهید. دوی ماراتن ۴۲ کیلومتر و ۱۹۵ متر است. دوندۀ ماراتن با در نظر گرفتن خط پایان بایستی سرعت دویدن خود را در سرتاسر این مسیر تنظیم کند. به همین ترتیب، شما باید به خاطر فردا های بهتر امروز فداکاری کنید. کوه نظری را کنار بگذارید و از روی نادانی و غفلت منافع درازمدت را به خاطر فواید آنی از دست ندهید. زندگی در یک روز خلاصه نمی‌شود. همیشه در تخیلات و رویاهای خود بیندیشید که رهبران و قهرمانان فردا خواهید بود؛ زیرا اگر چنین نکنید، در صحنۀ زندگی به جای بازی نقش اول، سیاهی لشکر خواهید بود.

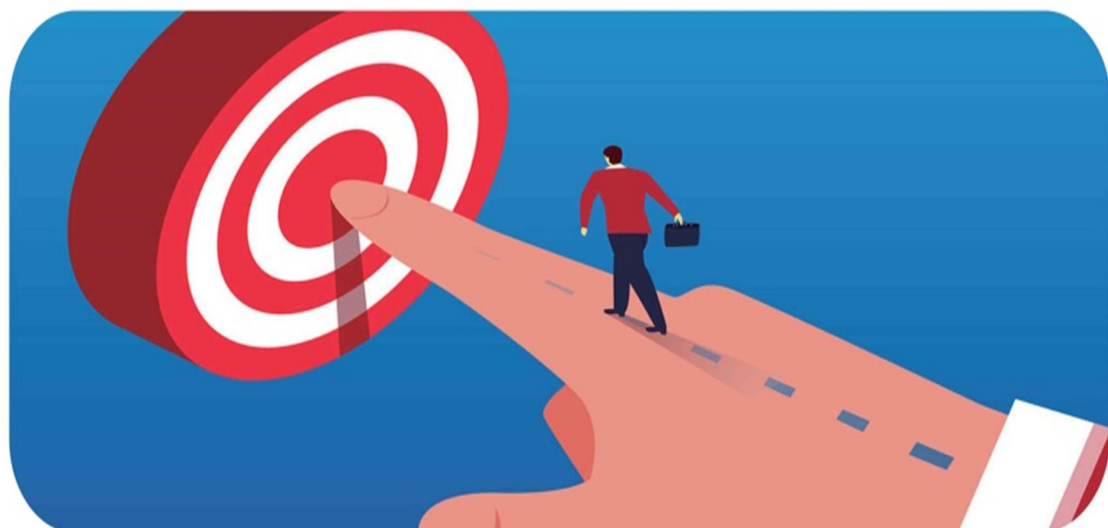
کیم وو چونگ - سنگفرش هر خیابان از طلاست.

کوه نظری را کنار بگذاریم و از روی نادانی و غفلت، منافع دراز مدت را فدای فایده‌های آنی نکنیم.

حاصل کلام اینکه، همواره باید به زندگی امید داشت و برای رسیدن به آینده مطلوب تلاش کرد.

در نظر بگیرید که برای ساخت فیلمی سینمایی، هر چند کوتاه، چه اقداماتی انجام می‌شود: ابتدا فیلم‌نامه آن با نهایت دقت و تمرکز و پس از مطالعات تخصصی در زمینه موضوع فیلم نوشته شده و گاهی چند بار با مشورت دیگران بازنویسی می‌شود. تهیه‌کننده و کارگردان فیلم، قبل از انتخاب بازیگر، فیلم‌نامه را می‌خوانند و شاید دوباره درخواست بازنویسی کنند. پس از نهایی شدن، آن را در اختیار بازیگران منتخب قرار می‌دهند و پس از توافق با بازیگران، ساخت فیلم آغاز می‌شود. نوشتن فیلم‌نامه برای نقش‌آفرینی در زندگی، هنر کسانی است که می‌خواهند زمان زندگی خویش را در دست گیرند و نگذارند دیگران یا رویدادها برای آن‌ها تصمیم‌گیری کنند. آن‌ها نمی‌خواهند سرنوشت خود را به دست حوادث بسپارند و در جهت امواج حرکت کنند.

ممکن است بعضی بگویند معلوم نیست که ما تا چند سال دیگر زنده خواهیم ماند؛ پس چگونه برای ده سال آینده برنامه‌ریزی کنیم؟ در جواب این افراد باید گفت: اول اینکه بر چه اساسی مطمئنید که زنده نخواهید بود؟ اگر زنده باشید، چنانچه برنامه‌های برای آن زمان نداشته باشید، بدون شک ضرر خواهید کرد؛ دوم اینکه امام حسن مجتبی (ع) فرمودند: «برای دنیای خود به گونه‌ای عمل کن که گویی همیشه زنده هستی و برای آخرت چنان عمل کن که گویی فردا از دنیا خواهی رفت.»



منبع
تیک‌تاک زندگی
حمید دوازده امامی

احضار به لندن

اسپارتاکوس، این برده رومی توانست با سپاه بزرگی از بردگان دو بار سپاه روم را شکست دهد و در نهایت در جنگ با سردار بزرگ روم، کراسوس، شکست خورد. در انتهای جنگ، کراسوس (فرمانده لشکر رومی‌ها) از بردگان اسیر سؤال کرد: "اسپارتاکوس کدام یک از شماست؟"

در این هنگام فردی از میان جمعیت برخاست و گفت: "من اسپارتاکوس هستم."

سپس فرد کناری او برخاست و گفت: "من اسپارتاکوس هستم."

کم‌کم همه اسیران از جای بلند شدند و فریاد زدند: "من اسپارتاکوس هستم."

شهرزاد مدیر: چنین وفاداری و تعهدی حتی در یک گروه یا تیم کوچک هم نادر است چه برسد به یک سپاه. پس می‌توان گفت این واکنش بیانگر وجود نیرویی عظیم در دل گروه است. همه بردگان دارای آرمان انسان آزاد بودند و نیروی شگفت‌انگیز آن‌ها به علت برخورداری از این آرمان گروهی بود.



یکی از مدیران شرکت شل که فارغ‌التحصیل رشته زمین‌شناسی بود و هفت سال اول مسیر شغلی‌اش را در تلاش برای کشف نفت گذرانده بود، به دفتر مرکزی در لندن احضار شد. از او خواستند مسئولیت مدیریت یک بخش در دسرساز شرکت در گوشه‌ی دیگری از دنیا را به‌عهده گیرد. در این شرکت مهندسان تأسیسات و نگهداری فعالیت می‌کردند. از نظر نظام ارزش‌گذاری آموزشی، زمین‌شناسی در مقایسه با مهندسی از جایگاه بالاتری برخوردار است.

مهندس شغل جدید را دوست نداشت و به مدیران شرکت گفت که هیچ چیز درباره مهندسی تعمیرات و تأسیسات نمی‌داند.

مدیران شرکت در جواب به او گفتند: ما شما را آن‌جا نمی‌فرستیم که چیزی درباره مهندسی یاد بگیرید ما شما را آن‌جا می‌فرستیم تا چیزی درباره مدیریت یاد بگیرید.

شهرزاد مدیر: در حالی که مدیران باید به استعداد پایه و زمینه تحصیلات افراد توجه نمایند، باید توجه داشته باشند آموزش مهارت‌های چندگانه در تربیت کارکنان حائز اهمیت است. از سوی دیگر، جابجایی کلید آموزش بیشتر کارکنان به ویژه در سازمان‌هایی است که با فرهنگ‌ها و وظایف متنوع سروکار دارد.



علی رباطی گوید: "با عبدالله رازی همراه شدم در بادیه.

او گفت: امیر من باشم در راه یا تو؟
گفتم: تو.

گفت: باید که به هرچه بگویم طاعت داری.
گفتم: سمعا و طاعتا.

گفت: آن توبره بیاور.

بیاوردم و زاد و توشه هرچه هر دو داشتیم در آن جا
نهاد و بر پشت خود نهاد و می‌برد.

هر چند که گفتمی: مرا ده، مانده شوی!

گفتا: نه، با تو بگفتم که امیر منم، تو فرمانبردار
باش! دیگر شب باران آمد. تا روز بر پای ایستاد و
گلیمی زیر من می‌داشت تا باران بر من نیاید.

و چون حدیث می‌کردم، گفتمی: امیر منم! تو طاعت
دار باش!

گفتم: کاشکی هرگز او را امیر نکردمی!

شهرزاد مدیر: الگوسازی گذرگاه فضیلت است. اگر
کسی در این جهان فضیلتی را کسب کرده که
مطلوب دیگری است، او نیز می‌تواند همان فضیلت
را به دست آورد. در صورتی که مایل به پرداخت
هزینه‌ی زمان و تلاش لازم برای آن باشد. به دیگر
سخن، اگر کسی خواهان موفقیت است، تنها باید
راهی برای الگو قرار دادن کسانی که موفقیت کسب
کرده‌اند به دست آورد. او باید دریابد که افراد موفق
چه اقداماتی کرده‌اند و به ویژه چگونه مغز و بدن
خود را به کار گرفته و نتایجی به بار آورده‌اند که
اغلب در الگوگیری مطلوب است.

زمانی که آرت فرای در گروه گر کلیسا دعا می‌خواند،
متوجه شد کاغذهایی را که برای مشخص کردن دعای
موردنظر داخل کتاب قرار داده بود، همگی از لای کتاب
افتاده‌اند. او تصمیم گرفت تا نشانگری را ابداع کند که به
صفحه بچسبد و بدون صدمه به آن، به راحتی جدا شود. او
از نوعی چسب استفاده کرد که چهار سال پیش اسپنسر
سیلور در آزمایشگاه تحقیقات مرکزی آن را ابداع کرده و
چندین نمونه از این نوع ورق را برای مصرف شخصی خود
ساخته بود.

فرای با سنجش وضعیت بازار از طریق نشانگر کتاب، اجازه
یافت تا از کارگاه آزمایشگاه شرکت تری‌ام استفاده نماید. او
شب‌ها روی پروژه‌های به منظور ابداع پوششی برای چسب
کاغذ کار می‌کرد. وقتی که به او گفتند ساخت دستگاهی
که طراحی کرده، شش ماه زمان لازم دارد و شانس
موفقیت اندکی هم دارد، تنها الگوی اولیه‌ای از آن را تهیه
کرده و سپس بعد از یک شب کار در زیرزمین خانه خود
توانست هنگام صبح آن را راه‌اندازی کند. ایده با موفقیت
کار کرد. فرای نمونه‌هایی را در داخل شرکت توزیع کرد و
از کارمندان خواست تا این کالا را مورد آزمایش قرار دهند.
نتیجه خلاقیت آرت فرای و اصرار مداوم او و هم‌چنین
تعهد او در قبال شرکت، تولید انبوه جایادداشت‌های موسوم
به «پست ایت» را در پی داشت.

شهرزاد مدیر: هر یک از این خلاقیت‌ها دارای یک قهرمان و
یک شاهکار بوده و یک نکته اخلاقی مهم دارد، اما همه آن
ها دارای آرمان‌های مشترک هستند. آن‌ها آرمان‌های خود
را با استقلال کامل، علی‌رغم مخالفت‌ها و دخالت‌های
مدیران ارشد دنبال می‌نمایند. صرف‌نظر از زمان لازم برای
تحقق ایده‌های موجود در بازار، باید سعی کرد تا به هر نحو
ممکن حتی با استفاده از مجاری غیر رسمی آن را به
مرحله اجرا درآورد.

"پسر تو اینجایی؟ می‌بینی چقدر زیباست! رنگ‌آمیزی شعله‌ها را می‌بینی! حیرت‌آور است! من فکر می‌کنم که آن شعله‌های

بنفش به علت سوختن گوگرد در کنار فسفر به وجود آمده است. وای! خدای من، خیلی زیباست! نظر تو چیست پسرم؟

پسر حیران و گیج جواب داد: پدر تمام زندگیت در آتش می‌سوزد و تو از زیبایی رنگ شعله‌ها صحبت می‌کنی؟ چطور می‌توانی؟ من تمام بدنم می‌لرزد و تو خونسرد نشسته‌ای!

پدر گفت: پسرم از دست من و تو که کاری بر نمی‌آید. در این لحظه بهترین کار لذت بردن از منظره‌ایست که دیگر تکرار نخواهد شد. در مورد آزمایشگاه و بازسازی یا نوسازی آن فردا فکر می‌کنیم. الان موقع این کار نیست. به شعله‌های زیبا نگاه کن که دیگر چنین امکانی را نخواهی داشت.

شهرزاد مدیر: توماس آلوآ ادیسون سال بعداً مجدداً در آزمایشگاه جدیدش مشغول کار بود و همان سال یکی از بزرگ‌ترین اختراعات بشریت یعنی ضبط صدا را تقدیم جهانیان نمود.

نیمه‌های شب از اداره آتش‌نشانی به پسر ادیسون اطلاع دادند که آزمایشگاه پدرش در آتش می‌سوزد و حقیقتاً کاری از دست کسی بر نمی‌آید. آن‌ها تقاضا داشتند که موضوع به شکل مناسبی به اطلاع پیرمرد رسانده شود. پسر با خود اندیشید که احتمالاً پیرمرد با شنیدن این خبر سگته می‌کند و لذا از بیدار کردن او منصرف شد و خودش را به محل حادثه رساند و با کمال تعجب دید که پیرمرد در مقابل ساختمان آزمایشگاه روی یک صندلی نشسته است و سوختن حاصل تمام عمرش را نظاره می‌کند. پسر تصمیم گرفت جلو نرود و پدر را آزار ندهد. او می‌اندیشید که پدر در بدترین شرایط عمرش به سر می‌برد. ناگهان پدر سرش را برگرداند و پسر را دید و با صدای بلند و سرشار از شادی گفت:



در مهدکودک‌های ایران نه صندلی می‌گذارند و به ده بچه می‌گویند هر کس نتواند سریع برای خودش یک جا بگیرد باخته و بعد نه بچه و هشت صندلی و ادامه بازی تا یک بچه باقی بماند. بچه‌ها هم همدیگر رو هل می‌دهند تا خودشون بتوانند روی صندلی بنشینند. در مهدکودک‌های ژاپن نه صندلی می‌گذارند و به ده بچه می‌گویند اگر یکی روی صندلی جا نشود همه باخته‌اید. لذا بچه‌ها نهایت سعی خود را می‌کنند و همدیگر را طوری بغل می‌کنند که کل تیم ده نفره روی نه تا صندلی جا بشوند و کسی بی صندلی نماند. بعد ده نفر روی هشت صندلی، بعد ده نفر روی هفت صندلی و همین‌طور تا آخر.

شهرزاد مدیر: به امید تغییر در سیستم آموزش و سرلوحه قرار دادن کار تیمی در انجام کارهای بزرگ.

پدر روزنامه می‌خواند اما پسر کوچکش مدام مزاحمش می‌شد. حوصله پدر سر رفت و صفحه‌ای از روزنامه را که نقشه جهان را نمایش می‌داد جدا و قطعه قطعه کرد و به پسرش داد.

پایا! کاری برایت دارم. یک نقشه دنیا به تو می‌دهم، ببینم می‌توانی آن را دقیقاً همان‌طور که هست بچینی؟

و دوباره سراغ روزنامه‌اش رفت. می‌دانست پسرش تمام روز گرفتار این کار است. اما یک ربع ساعت بعد، پسرک با نقشه کامل برگشت. پدر با تعجب پرسید: مادرت به تو جغرافی یاد داده؟

پسر جواب داد: جغرافی دیگر چیست؟ پشت این صفحه تصویری از یک آدم بود. وقتی توانستم آن آدم را دوباره بسازم، دنیا را هم دوباره ساختم.

شهرزاد مدیر: دیر باید که سر آدمی آشکار گردد از بیش و کمی. این ایوان «نه تو» و این «نقاش جادو» بس پیچیده و کاری است کارستان.



علم هستند. او همچنان طی این سال‌ها به‌طور پنهانی و ناشناخته به خانواده‌های محروم کمک می‌کند.

شهرزاد مدیر: در مدیریت رفتار سازمانی، نظریه‌پردازان اجتماعی، معرفت‌پذیری را ناشی از الگو قرار دادن رفتارهای دیگران می‌دانند. الگوگیران ابتدا به مشاهده دیگران می‌پردازند و تصویری ذهنی از رفتار و نتایج آن‌ها به دست می‌آورند، آنگاه رفتار را آزمایش می‌کنند و اگر نتایج مثبتی به بار آورد آن را تکرار خواهند کرد، ولی اگر نتایج منفی حاصل شود تکرار نخواهد شد.



اردبیل سرزمین مردان بزرگ تاریخ ایران است. سرزمینی که کوه‌های سبلان بر آن احاطه دارند، سرزمین عسل، عسل شیرین مانند شیرینی زندگی مردمان مستعد و یک‌رنگ که از مشخصه آذری زبانان است. به کوچه پس کوچه‌های محل زندگی او خیرآباد اردبیل که بروی، بچه‌های زیادی را می‌بینی که با یک توپ پلاستیکی قرمز و سفید، فوتبال بازی می‌کنند و با خود می‌گویند: شاید من هم روزی علی دایی شوم. مگر دایی با همین توپ پلاستیکی بازی نکرد، مگر او به همین توپ‌ها شوت نزد، چه شد که علی اسطوره فوتبال ایران شد؟ همه مردمان اردبیل داستان زندگی او را از حفظ هستند و آن را الگویی برای خود قرار داده‌اند.

زمانی که به اردبیل می‌رود، خبر رفتنش محله به محله می‌پیچد و ناخودآگاه هزاران نفر او را احاطه می‌کنند.

سلمانی محله‌شان که از کودکی سر علی دایی را اصلاح کرده و گاهی اوقات هم می‌تراشید، می‌گوید: هر وقت علی به اردبیل می‌آید، به من سر می‌زند و از من می‌پرسد اگر چیزی لازم دارم بگویم، خداوند به او و کارش توفیق بدهد.

با غم او یک شهر در سکوت فرو می‌رود و با خوشحالی او اردبیل را شادی فرا می‌گیرد. زمانی که پدرش فوت کرد، علی دایی خانه پدری را به یک درمانگاه هدیه داد، اما مسئولان شهری نپذیرفتند و گفتند این خانه باید جزء آثار ملی باقی بماند. دایی هم در یک منطقه محروم شهر، مدرسه‌ای دو طبقه با هزینه شخصی احداث کرد که در حال حاضر صدها دانش‌آموز در آنجا مشغول فراگیری

کونوسوکی ماتسوشیتا، بنیانگذار صنایع الکترونیک ماتسوشیتا، سازنده محصولات ناسیونال و پاناسونیک اعتقاد داشت که آرمان‌ها و فلسفه‌های جهانیش باید به وسیله برنامه‌ریزی از حرف به عمل درآید. او تنها به اعلام مأموریت خود بسنده نکرد، بلکه دویست و پنجاه سال آینده را برای اجرای کامل آن پیش‌بینی کرد. دویست و پنجاه سالی که باید به ده بخش بیست و پنج ساله تقسیم شود. او ده سال اول هر دوره را روزگار ساختن، ده سال دوم را دوران به‌کار بستن و پنج سال پایانی را زمان به کمال رسیدن نامید. او اعتقاد داشت که آینده از آن ماست، ما باید پیشروی ب سوی آینده را از هم اکنون آغاز کنیم. تا زمانی که از رهبران توانا برخورداریم، آینده‌ای درخشان را در پیش خواهیم داشت و در همین راستا دانشکده حکومت و مدیریت ماتسوشیتا را در سال ۱۹۷۸ بنیان گذاری کرد.

شهرزاد مدیر: تا همین اواخر برنامه‌ریزی برای شرکت‌ها معنا و مفهومی نداشت. اما با رقابت و تنگناهای محیط اقتصادی و غیره شرکت‌ها متوجه شده‌اند که با روش‌های قبلی قادر به فعالیت نیستند. لذا فرآیند برنامه‌ریزی جدیدی به صورت برنامه‌ریزی استراتژیک و عملیاتی برای رفع مشکلات ارائه شده است.



یکی از کشاورزان منطقه‌ای، همیشه در مسابقه‌ها جایزه بهترین غله را به دست می‌آورد و به عنوان کشاورز نمونه شناخته شده بود. رقبا و همکارانش علاقه‌مند شدند راز موفقیتش را بدانند؛ به همین دلیل، او را زیر نظر گرفتند و مراقب کارهایش بودند. پس از مدتی جستجو، سرانجام با نکته عجیب و جالبی روبرو شدند. این کشاورز پس از هر نوبت کشت، بهترین بذرهایش را به همسایگانش می‌داد و آنان را از این نظر تأمین می‌کرد. بنابراین، همسایگان او می‌بایست برنده مسابقه‌ها می‌شدند نه خود او!

کنجکاویشان بیشتر شد و کوشش علاقه‌مندان به کشف این موضوع که با تعجب و تحیر نیز آمیخته شده بود، به جایی نرسید. سرانجام تصمیم گرفتند ماجرا را از خود او بپرسند و پرده از این راز عجیب بردارند.

کشاورز هوشیار و دانا، در پاسخ به پرسش همکارانش گفت: چون جریان باد، ذرات بارورکننده غلات را از یک مزرعه به مزرعه دیگر می‌برد، من بهترین بذرهایم را به همسایگان می‌دادم تا باد، ذرات بارورکننده نامرغوب را از مزرعه‌های آنان به زمین من بیاورد و کیفیت محصول‌های من را خراب نکند.

همین تشخیص درست و صحیح کشاورز، توفیق کامیابی در مسابقه‌های بهترین غله را برایش به ارمغان می‌آورد.

شهرزاد مدیر: گاهی اوقات لازم است با کمک به رقبا و ارتقاء کیفیت و سطح آن‌ها، کاری کنیم که از تأثیرات منفی آن‌ها در امان باشیم.

با توسعه‌ی دسترسی به اینترنت و شبکه‌های مجازی، گرایش نوجوانان و جوانان به اتاق‌های گفتگو، عشق‌های مجازی، کلاهبرداری و سوءاستفاده از دختران و پسران با ارائه‌ی شخصیت‌های دروغین، ازدواج‌های اینترنتی، سرقت اطلاعات و اخاذی بیشتر شده است. افراد همیشه به دنبال راه‌های کوتاه و سریع برای رفع نیازهای خود هستند و توجه چندانی به درست بودن راهکار ندارند؛ به همین علت وقتی اغلب افراد در اینترنت، جواب سوالات خود را در کمترین زمان ممکن به دست می‌آورند، به صورت ناخودآگاه و حتی افراطی به استفاده از این ابزار ارتباطی روی می‌آورند.

فضای مجازی می‌تواند امنیت اجتماعی را مورد تهدید قرار دهد، زیرا اینترنت با وجود این که می‌تواند به عنوان ابزاری قدرتمند در عرصه‌ی اطلاع‌رسانی به کار گرفته شود، ولی این فن‌آوری مدرن با تمام فوایدی که دارد، تهدیدها و خطرهایی نیز برای جامعه و بشر داشته است، به طوری که امروزه، بخش عمده‌ای از جرائم مربوط به حوزه‌ی کامپیوتر، اینترنت و فضای مجازی، امنیت اجتماعی را هدف قرار داده اند.



یکی از آثار مثبت اینترنت استفاده از مطالب علمی و به روز کردن اطلاعات و دسترسی به فناوری‌های روز برای توسعه‌ی علمی، دانش و نوآفرینی است. فضای رایانه‌ای محیطی مناسب برای خیال‌پردازی ذهن افراد است. این فضا منبع دانش و محل تکامل ایده‌های تازه است که دنیایی از سرگرمی‌های شگفت‌انگیز در یک جهان مجازی ایجاد کرده است. کیفیت آزادی‌بخشی اینترنت، کاربران اینترنتی را دعوت می‌کند تا به تفکر، تجربه، بازی، فعالیت‌های گروهی و ارتباط بپردازند. اینترنت همواره محیطی را خلق کرده است که همگان می‌توانند با تکیه بر توانایی‌ها و استعدادهای خود دست به ابداع و خلاقیت بزنند. از میان رفتن محدودیت مکان و زمان، نبود کنترل و انتقاد، ناشناس ماندن، امکان خیال‌پردازی و تنوع محیط‌های اینترنتی، فرصت مناسبی را برای بروز خلاقیت فراهم می‌کند.

آسیب‌های نوپدید فضای مجازی

در عین این‌که رسانه‌های جمعی و دیجیتالی کارکردهای مثبت دارند، آسیب‌هایی از سوی آن‌ها متصور است که «آسیب‌های اجتماعی نوپدید فضای مجازی» نامیده می‌شوند. منظور از آسیب‌های نوپدید فضای مجازی، آن دسته از آسیب‌های اجتماعی است که با استفاده از اینترنت در ارتباط هستند. بعضی از این آسیب‌ها عبارتند از: انزوای الکترونیک (انزوا و دور ماندن از محیط‌های واقعی اجتماع)، بمباران اطلاعات الکترونیک، خشونت الکترونیک، اعتیاد الکترونیک، شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب، تبلیغات ضددینی و القای شبهات، نقض حریم خصوصی افراد، تأثیرات منفی رفتاری، بحران هویت جوانان.

یکی دیگر از کاربردهای بسیار مؤثر از رسانه‌ها و ابزارهای هوشمند اینترنت و ارتباطی، در مراقبت و درمان بیماران مزمن و معلولی است که در خانه بستری هستند. فقدان توانایی‌های حرکتی، ضعف در حمایت‌های اجتماعی حاصل از روابط ضعیف اجتماعی، دسترسی ضعیف به اطلاعات در مورد بیماری‌ها و نقص‌ها از موانعی است که این بیماران با آن مواجه هستند. با استفاده از برنامه‌های خودمراقبتی که بر پایه‌ی استفاده از شبکه‌های مجازی با کامپیوتر و گوشی‌های هوشمند طرح‌ریزی شده است، می‌توان برنامه‌های مراقبتی و درمانی برای این بیماران و مراقبان آنان طراحی کرد. با این برنامه‌ها آن‌ها از انزوای اجتماعی بیرون می‌آیند و دسترسی آنلاین به پزشکان و سازمان‌های بهداشتی مراقبتی از خود دارند. دیگر این که با این برنامه‌ها می‌توانند با افراد دیگری که از بیماری یا نقص مشابه رنج می‌برند ارتباط برقرار کنند و از تجارب درمانی و اطلاعات آن‌ها در مورد بیماری خود استفاده کنند، که این در واقع یک عامل درمانی مهم برای این کاربران است.



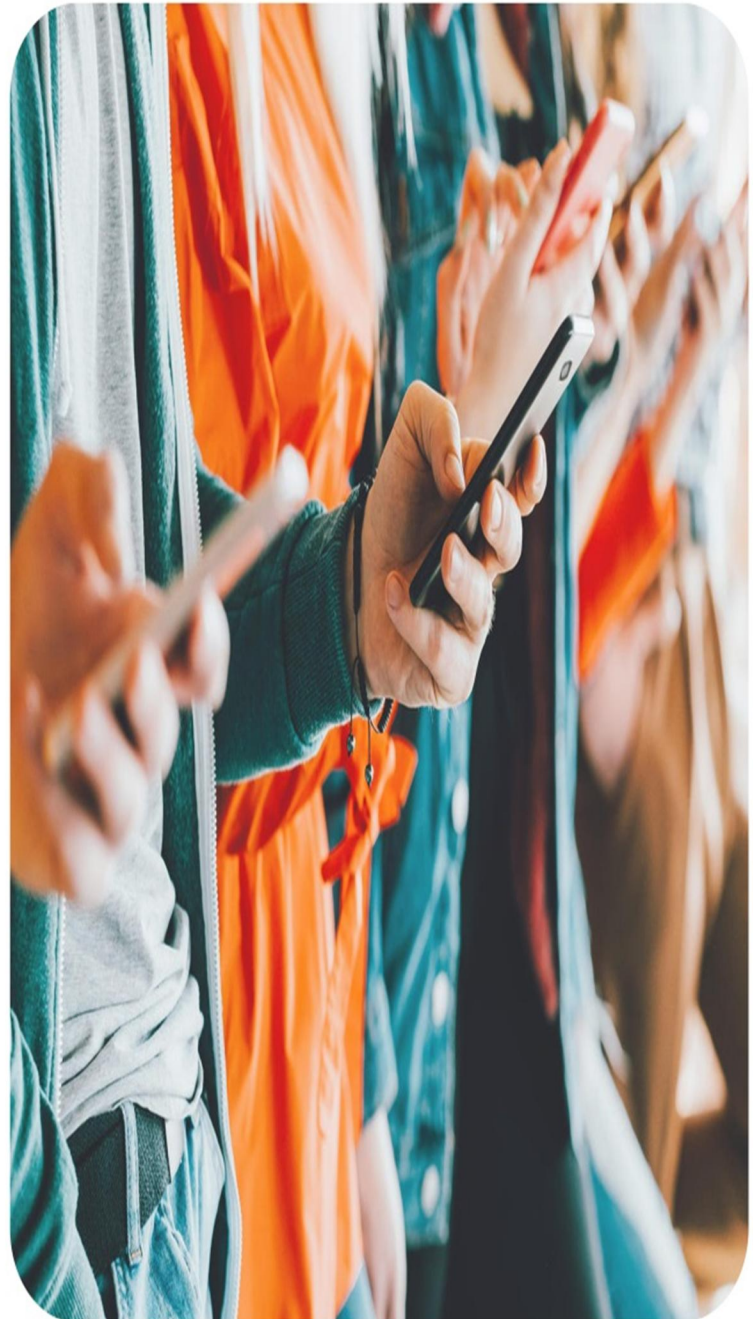
ارتباطات مجازی در مقایسه با ارتباطات چهره به چهره

اینترنت ویژگی‌هایی دارد که آن را پرکاربرد مثل مفید بودن، دسترسی آسان، ارزان بودن و نامشخص بودن هویت کاربر. مخصوصاً کاربران در استفاده از آن ممکن است از لحاظ هیجانی و عاطفی تقویت بشوند. برای آن‌هایی که از اینترنت به قصد ارتباطات اجتماعی، استفاده‌ی مفرط می‌کنند، احساس‌ها و هیجان‌هایشان که از لحاظ اجتماعی پذیرفته و تأیید می‌شوند، پاداش دهنده است. در ترکیب با قابلیت دسترسی بالای اینترنت، این ویژگی باعث تداوم رفتار کاربران در استفاده از آن می‌شود.

اسکلینگر نیز از ویژگی‌های دسترسی مداوم، نامشخص بودن هویت کاربر، حمایت‌های عاطفی و هیجانی در ارتباط با گروه و منبع درمان، به عنوان فایده‌های ارتباطات مجازی نام می‌برد. او می‌گوید گروه‌های حمایتی اینترنتی برای کسانی که به دنبال اشکال سنتی درمان‌های پزشکی و روان‌پزشکی نیستند، کاربرد مؤثری دارد. وی همچنین به تحقیقاتی اشاره می‌کند که افراد مبتلا به اختلالات خلقی در شبکه‌های حمایتی اینترنتی، خدمات تخصصی سلامت روان را با هم به اشتراک می‌گذارند. او حتی به گروه‌هایی اشاره می‌کند که برای غلبه بر بیماری‌های دهان و دندان، افسردگی و اختلالات در خوردن با هم به اشتراک نظر می‌پردازند و در جستجوی مراقبت درمانی تخصصی هستند. همچنین به برنامه‌های مراقبت سلامت اشاره می‌کنند که از طریق نرم‌افزارهای گوشی‌های هوشمند قابل دسترس است که در توسعه‌ی دانش سلامت و بهداشتی ما کمک می‌کنند.

اینترنت و شبکه‌های مجازی امکان دارد جانشینی با سایر انواع فعالیت‌های اجتماعی محسوب شود و حتی ممکن است جایگزینی برای روابط قدرتمند اجتماعی و خانوادگی نیز به حساب آید. امروزه با گسترش وسایل ارتباطی از جمله تلویزیون و اینترنت و سایر وسایل مربوط به آن، خانواده‌ها، دوستان و اقوام زحمت کمتری به خود می‌دهند تا به ملاقات یکدیگر بروند و اگر هم بخواهند احوالی از همدیگر بپرسند، با گرفتن شماره تلفن، آدرس ایمیل و یا شبکه‌های مجازی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. در نتیجه امروزه ارتباط‌های چهره به چهره و رودررو بسیار کاهش یافته است. در حالی که تحقیق هامیک و لی مشخص کرد که ارتباط‌های چهره به چهره در تأثیرگذاری بر نیت افراد برای تغییر رفتارشان نسبت به دنیای مجازی مؤثرتر است و دیگر این که عدم حضور نشانه‌های شنیداری - بصری در ارتباط مجازی عامل اساسی است که بر نتایج یک ارتباط تأثیر می‌گذارد.

اگرچه فایده‌های مؤثری برای مشارکت‌کنندگان در گروه‌های حمایتی اجتماعی وجود دارد، اما این افراد ممکن است با موقعیت‌های مضر و خطرناک هم مواجه شوند. یک فرد بیشترین دوران عمر خود را در داخل خانواده و در ارتباط با اعضای خانواده می‌گذراند. در این ارتباطات، تعاملات کلامی و عاطفی بین اعضا شکل می‌گیرد و سبک زندگی و هنجارهای تربیتی زندگی خانوادگی به فرزندان آموخته می‌شود. با ورود رسانه‌های ارتباط جمعی و اخیراً اینترنت و موبایل‌های هوشمند، ارتباط رودررو با اعضای خانواده‌ها به کمترین حد خود رسیده است. نتیجه‌ی چنین وضعی سست شدن روابط در خانواده و اختلال در کارکردهای خانواده است.



منبع
شبکه‌های مجازی و خانواده
تألیف دکتر کیومرث فرحبخش

همه‌ی ما از بودن کنار خانواده و دوستانمان احساس شادی می‌کنیم و می‌خواهیم زمان‌هایی را با آن‌ها بگذرانیم، به مسافرت برویم، از دیدن شهرها و کشورهای مختلف لذت ببریم و زیبایی آن را با دوربینمان ثبت کنیم.

شادی چیست؟ تعریفش کنید. چه کارهایی انجام می‌دهید تا شاد باشید؟ آیا واقعا شاد هستید؟

شادی چیزی است که همه ما در زندگی می‌خواهیم.

اما آیا فکر نمی‌کنید که اینگونه، شادی شما به مادیات، مکان‌ها یا افراد دیگر وابسته است؟ وقتی به کلمه‌ی «شادی» فکر می‌کنیم، به تجربه یا احساسی فکر می‌کنیم که لذت‌بخش و هیجان‌انگیز است. این احساس غالباً از منبع خارجی ناشی می‌شود.

وقتی به خوشبختی واقعی فکر می‌کنیم، به تجربه‌ای فکر می‌کنیم که از جایی عمیق‌تر به دست می‌آید. احساسی که از درون ناشی می‌شود.

واقعیت این است که ما شادی را در جهان بیرون جستجو می‌کنیم. ما متوجه معنای واقعی شادی و خوشبختی نیستیم.

شادی و خوشبختی واقعی، در درون شماست. خوشبختی واقعی به معنای لذت بردن از همراهی خودت، زندگی در آرامش و هماهنگی با روح و ذهن و بدن شماست. خوشبختی واقعی عبارت است از اینکه همواره عاشق خود باشید.



جواب‌های متفاوتی به سوال‌های بالا وجود دارد. ممکن است یک نفر بگوید: «من وقتی شاد می‌شوم که یک ماشین جدید بخرم، یا یک خانه‌ی جدید، یا وقتی شاد می‌شوم که دور دنیا سفر کنم. وقتی شاد هستم که با خانواده و دوستانم وقت بگذرانم، ازدواج کنم، بچه‌دار شوم، با دوستانم به مهمانی بروم، و غیره.» ما در فرهنگ‌ی زندگی می‌کنیم که «بیشتر داشتن» به معنای شادی بیشتر است، چیزهای بیشتر، پول بیشتر، خانه‌ی بزرگتر.

اغلب مردم اعتقاد دارند وقتی می‌توانند خوشحال باشند که به هدفشان رسیده باشند. ولی خوشحالی واقعی، در مسیر رسیدن به هدف است. ما فکر می‌کنیم: «اگر من این را داشته باشم... اگر من این کار را بکنم... اگر من به این چیز برسیم، آنوقت خوشحال خواهم بود.» اما خوشحالی در مسیر رسیدن به این اهداف است.

بیشتر این لحظات برای چند دقیقه یا چند روز در زندگی شما می‌آیند و به سرعت می‌روند. مثلاً خریدن یک ماشین، خریدن یک خانه یا سفر به دور دنیا. این‌ها شادی‌های لحظه‌ای هستند و برای زمان طولانی شما را شاد نگه نمی‌دارند. این نوع خوشحالی لحظه‌ای بیشتر طول نمی‌کشد، گاهی پانزده ثانیه، گاهی یک روز و اگر خوش‌شانس باشید، یک هفته.

بعضی‌ها ازدواج می‌کنند تا شادی را در همراهی با همسر جستجو کنند، اما به محض اختلاف و دعوای کوچکی، احساس می‌کنند که آن شادی از بین رفته است.

۲- از افراد منفی دور بمانید. افرادی که منبع بی پایان انرژی منفی و ناامیدی هستند نباید روی زندگی شما تأثیری بگذارند.

۳- از احساسات منفی مانند حسادت، ترس، خشم و نفرت دور بمانید.

۴- بدن و روح خود را با وعده‌های غذایی مقوی و مدیتیشن تقویت کنید. با استراحت در فضایی از سکون و آگاهی، با مدیتیشن، با استراحت یا گذراندن وقت در آغوش طبیعت، می‌توانید خود را با واقعی‌ترین منبع شادی و خوشبختی آشنا کنید.

۵- زمانی را برای خود اختصاص دهید، کتاب بخوانید یا بنویسید، فیلم تماشا کنید، به موسیقی گوش دهید.

۶- با خود عهد کنید که با خودتان بهترین رفتار را داشته باشید، اگر خودتان با خودتان خوب رفتار نکنید، چه انتظاری می‌توانید از دیگران داشته باشید؟

۷- کارهای کوچکی انجام دهید که حالتان را بهتر می‌کند، مثل لبخند زدن به غریبه‌ها، دادن جای خود به دیگران در اتوبوس یا مترو و غیره.

۸- با خود مهربان باشید، در اینصورت می‌توانید با دیگران هم اینگونه رفتار کنید. وقتی شادی شما به دیگران یا مادیات وابسته نباشد، وقتی عمیقاً از درون خوشحال باشید، خوشحالی و شادی خود را به دیگران نیز ساطع می‌کنید.



برای اینکه عمیقاً خوشحال باشید، به مادیات یا افراد دیگر نیازی ندارید.

خوشبختی واقعی نتیجه‌ی تلاش شخصی است. باید برای آن بجنگید، برای آن تلاش کنید، روی آن اصرار کنید و حتی گاهی اوقات به دنبال شادی، جهان را جستجو کنید. هنگامی که به شادی دست یافتید نباید آن را راحت از کف بدهید، در حفظ و نگهداری آن سستی نکنید.

حال، چطور می‌توانید به این خوشبختی واقعی دست پیدا کنید؟ موارد زیر در دستیابی به این هدف به شما کمک می‌کند:

۱- اولین و مهمترین نکته این است که عاشق واقعی خود باشید! با خود مانند یک شاهزاده رفتار کنید.

برای تجربه‌ی شادی واقعی، سعی کنید در لحظه زندگی کنید. فکر کردن به روزهای گذشته باعث افسردگی و ناراحتی می‌شود، و فکر

کردن به آینده‌ای که هنوز نیامده، باعث استرس و نگرانی می‌شود، پس در لحظه زندگی کنید. هرچه امروز خوشحال‌تر باشید، فردای شادتری نیز خواهید داشت.

به جای موارد منفی، بر موارد مثبت تمرکز کنید و به خاطر آنها قدردان و شکرگزار باشید.

خوشحالی واقعی یک دستاورد درونی است، به درون خود بنگرید، ارزش خود را بدانید و ببینید که چه چیزی دارید که می‌توانید به دنیا ارائه کنید.

یک زندگی لذت‌بخش به این معناست که زندگی را در آغوش بگیرید، هر صبح با لبخند از خواب بیدار شوید، از تخت بیرون بپرید، به دنبال پیشرفت‌ها و چالش‌های جدید در شغل‌تان باشید و رابطه‌ی سالم و خوبی با خانواده، دوستان و همکاران داشته باشید.

موضوع این است که بیشتر مردم نمی‌دانند که اگر به دقت به اطرافشان نگاه کنند، شادی را در کوچک‌ترین چیزها نیز پیدا می‌کنند.

خوشبختی واقعی در قدردان بودن است. به خاطر کوچکترین داشته‌هایتان قدردان و سپاسگزار باشید و کارهایی را انجام دهید که به شما حس خوبی می‌دهند. قدردانی به ما کمک می‌کند تمرکز خود را روی چیزهایی بگذاریم که داریم، که در نهایت شادی و خوشبختی بیشتری برایمان به ارمغان می‌آورد.

یکی از بهترین تمرین‌ها برای افزایش احساس قدردانی و سپاسگزاری در زندگی، تهیه‌ی یک لیست از داشته‌ها و نعمت‌هایتان و تأمل در آنهاست. یک لیست از نعمت‌هایی که در زندگی نصیب‌تان شده تهیه کنید، از دستاوردهای خود، هرچند کوچک، و هر صبح و شب آن را مرور کنید. این تمرین به شما کمک می‌کند لحظاتی از زندگی را که احساس خوبی داشته‌اید به خاطر بسپارید.

انتظار این را نداشته باشید که یک شبه احساس خوبی را به وجود آورید، اما اگر قدردانی را به یک عادت تبدیل کنید، زندگی شما تغییر خواهد کرد.

قدردانی باعث می‌شود شروع به دیدن لحظات روزمره‌ای کنید که به شما شادی می‌بخشد، و خواهید دید که شادی واقعی را تجربه خواهید کرد.

