چرا اپل می تواند، بقیه نمی توانند؟

همه آدم ها به لحاظ زمان، استعداد و امکانات شرایط نسبتاً یکسانی دارند اما نتیجه کارشان یکی نیست، رمز و راز موفقیت آدم ها و سازمان های الهام بخش چیست؟

TED مخفف سه کلمه Technology و Design، Entertainment است (تکنولوژی، سرگرمی و طراحی)؛ سخنرانی های انگیزشی که بر پایه واقعیات و تحلیل سازمان ها و افراد بسیار موفق و مطرح برگزار می شود و در زندگی روزمره آدم های زیادی در سراسر دنیا هم تاثیر گذار است. در یکی از جلسات «تد تاک»، «سایمون سینک» سخنران انگیزشی به تحلیل موفقیت شرکت اپل، مارتین لوتر کینگ رهبر آزادی خواه سیاه پوستان آمریکا و برادران رایت پرداخته که چگونه اراده و باورشان به هدف، بر مشکلات پیش رو برتری یافته و آن ها را به انسان های موفقی در تاریخ تبدیل کرده است. سایمون سینک معتقد است:

چه توضیحی می دهید وقتی بقیه می توانند چیزهایی را به دست بیاورند که بر خلاف همه پیش بینی هاست؟

برای نمونه، چرا شرکت اپل این قدر نوآور است؟ سال به سال آن ها نوآورتر از همه رقبایشان هستند در حالی که آن ها فقط یک شرکت رایانه ای هستند درست مثل بقیه، آن ها دسترسی مشابهی دارند به همان استعدادها، به همان بنگاه ها، به همان مشاوران، به همان رسانه، پس چگونه است که آن ها به نظر می رسد چیز متفاوتی دارند؟ یا چرا مارتین لوتر کینگ رهبر جنبش حقوق مدنی شد؟ او تنها کسی نبود که در دوران قبل از حقوق مدنی آمریکا رنج برده بود و او قطعا تنها سخنران بزرگ روزگارش نبود. چرا او؟ و چرا برادران رایت توانستند هواپیمای موتوری تحت کنترل انسان بسازند وقتی که مطمئنا تیم های دیگری هم بودند که شایسته تر بودند با سرمایه بیشتر...

حدود سه سال و نیم پیش من کشفی کردم {این سخنرانی مربوط به سال ۲۰۰۹ است} الگویی وجود دارد، تمام رهبران بزرگ و الهام بخش و همه سازمان ها در جهان، مارتین لوتر کینگ یا برادران رایت یا شرکت اپل، همه آن ها درست در یک مسیر فکر می کنند، عمل می کنند و ارتباط برقرار می کنند و این کاملا در جهت مخالف بقیه است، تنها کاری که کردم مدون کردن روش آن ها بود و این احتمالا در دنیا ساده ترین نظریه است و من آن را «دایره طلایی» می نامم. «چرا؟ چگونه؟ چه چیز؟» این نظریه مختصر توضیح می دهد چرا بعضی سازمان ها و رهبران می توانند الهام بخش باشند جایی که دیگران نمی توانند. تک تک افراد و سازمان ها در این سیاره می دانند که چه می کنند، صد در صد. بعضی می دانند چگونه آن را انجام می دهند، آن چه به آن ارزش آفرینی متفاوت می گویند. اما خیلی خیلی کم هستند افرادیا سازمان هایی که می دانند چرا کاری را انجام می دهند و «چرا» منظورم «سودآوری» نیست. منظورم از چرا این است که هدفتان چیست؟ انگیزه تان چیست؟ باورتان چیست؟ سازمان شما به چه دلیل وجود دارد؟ چرا صبح از تخت خواب برخاستید؟ روش تفکر ما، روش کار ما، روش ارتباط برقرار کردن ما از بیرون به درون است. بدیهی است ما از روشن ترین مسائل به طرف مبهم ترین می رویم. اما رهبران و سازمان های الهام بخش، صرف نظر از اندازه شان، صرف نظر از صنعت شان، همه می اندیشند، عمل می کنند و ارتباط برقرار می کنند. از درون به بیرون.

برای نمونه همزمان با برادران رایت، ساموئل پیوپان لنگلی هم روی پروژه پرواز انسان کار می کرد و از دپارتمان جنگ ۵۰ هزار دلار بودجه گرفته و بهترین ها را هم استخدام کرده بود اما ما هیچ گاه نام او را نشنیدیم. تفاوت او با برادران رایت این بود که او دنبال شهرت و ثروت بود و کسانی هم که با او کار می کردند به چک حقوقشان فکر می کردند، برادران رایت اما رویا و هدف خود را دنبال می کردند و کسانی را در کنار خود جمع کرده بودند که به هدف آن ها باور داشتند، در رویای آن ها سهیم بودند و برای آن می جنگیدند، آن ها تعریف می کردند که هر بار با برادران رایت بیرون می رفتند، پنج سری وسایل می بردند چون تا تاریکی هوا این تعداد دفعاتی بود که آن ها می توانستند سقوط کنند. برادران رایت تمام هزینه خود را از یک مغازه دوچرخه سازی تامین می کردند و هیچ کدام تحصیلات دانشگاهی هم نداشتند.

نیویورک تایمز و هیچ کدام از نشریات دنبالشان نبودند. اما آن ها به راه و هدفشان کاملا باور داشتند و سرانجام در هفدهم دسامبر ۱۹۰۳ برادران رایت پرواز کردند و هیچ کس آن جا نبود که حتی ببیند و مردم چند روز بعد متوجه این واقعه شدند. گواه دیگری که لنگلی، انگیزه اشتباهی داشت این است که روزی که دید برادران رایت پرواز کردند او از کار دست کشید. او می توانست بگوید: «این یک دستاورد شگفت انگیز است دوستان. اما من بر پایه فناوری شما آن را پیشرفته تر می کنم.» او «اولین» نفر نبود. «پولدار» نشد. «معروف» نشد و به آن چه می خواست هم نرسید. اما برادران رایت با تمام کمبود امکاناتی که داشتند به هر آن چه می خواستند رسیدند زیرا باور داشتند به کاری که می کردند و افرادی هم که در کنارشان بودند یک رویا را دنبال می کردند پس آن ها مانند تمام کسانی که با یقین به سمت رویای خود رفتند، موفق شدند. مخاطب و مشتری کاری را که کرده اید نمی خرند؛ مردم دلیل کارتان را می خرند. هدف تجارت کردن با افرادی است که به آن چه شما باور دارید؛ باور دارند.

عکس هفته

گردهمایی قایق‌ها

مسابقه قایق سواری بارکولانا در ۵۰ سال گذشته، هر سال در ایتالیا برگزار شده است. در بزرگ ترین گردهمایی قایق های جهان، امسال بیش از ۱۵ هزار قایقران آماتور و حرفه ای از سراسر جهان شرکت و صحنه هایی شگفت انگیز خلق کرده اند.
منبع: فرارو

ببخشید شما؟

اولین قدم برای وارد شدن به دایره دور هر آدم، دانستن اسم اوست

داستان

قدیمی ها می گفتند هر آدم دور خودش یک دایره دارد؛ دایره ای نامرئی که او را از باقی آدم ها سوا می کند. خلق و خو، شکل و شمایل، رازها و باورها. می گفتند اولین قدم برای وارد شدن به دایره دور هر آدم، دانستن اسم اوست، انگار که اسم یک کلید باشد. وقتی کسی را به اسمی می نامی، این کلید دروازه را باز می کند و تو را راه می دهد توی حریم رفاقت و دشمنی ها، ناآرامی و آسودگی هایش. قصه باشد یا واقعیت، اسم ها دنیای ما را بزرگ می کنند. شاید برای همین وقتی مشغول قد کشیدن هستیم، همه آشنایی های کودکانه مان را با این سوال شروع می کنیم که «اسمت چیه؟»

ضاد

فائضه غفارحدادی

صدا به صدا نمی رسد. پشت سرم چند نفر آرزو دارند زودتر رسید بگیرم و رفع زحمت کنم تا خودشان فرم تکمیل کرده شان را از نیم دایره خالی روی شیشه مرزی بین ما و اپراتورها سر بدهند داخل. اپراتور پشت شیشه به جای رسید، فرمم را پس می دهد و با پوزخند می گوید: «خانوم، اسم تون رو غلط نوشتید.»

می خواهم بگویم آخر کدام آدم بی سوادی بعد از ۲۷ سال که از کلاس اول ابتدایی اش می گذرد هنوز اسم خودش را هم غلط می نویسد؟ ولی فضا مساعد نیست. داد می زنم: «نه، فائضه من این جوریه» و او هم داد می زند: «مگه می شه آخه؟ توی شناسنامه تونم این جوریه؟» با نگاهی به نگاه کلافه پشت سری هایم می گویم: «خب توی شناسنامه ام این جوریه دیگه وگرنه که تو صدا زدن، «ز» با «ض» چه فرقی می کنه؟» مطلب آن قدر سنگین است که نمی فهمد. ادامه می دهد: «آخه معنی اش چیه؟» و من در پس زمینه صدای نچ نچ اطرافیانم توضیح می دهم که «این فائضه از فیض میاد. به معنای فیض دهنده و اون یکی از فوز به معنای رستگار.» این توضیح را از هفت سالگی میانگین یک روز در میان به عالم و آدم داده ام. سوم ابتدایی به جز من که فائضه بودم یک فائزه هم در کلاس مان بود. قانون کلاس هم این بود که همدیگر را به فامیلی صدا نزنیم. اول سال اسمم شد «فائضه با صاد ضاد» و اسم او شد «فائزه با رز». وسط سال «صاد ضاد» بودم و او «رز» و آخر سال دیگر همه مرا «ضاد» صدا می کردند و یادم نیست به آن بینوایی که اسمش به خاطر من مضمحل شده بود چه می گفتند. بارها توی کارت های مهم و فرم های سرنوشت ساز، اسمم را اشتباه نوشته اند. یعنی مثلا خواسته اند درستش کنند. حالا دم آن هایی که فائضه را فائزه می کنند گرم. خیلی شده که فاطمه شده ام. مدت ها توی دفترچه بیمه ام فائقه بودم. گاهی هم شده که نوشته اند فائظه که این آخری دیگر اوج خلاقیت است. روزی که بابای خوشحال من گواهی تولد اولین فرزندش را گذاشته روی پیشخان ثبت احوال و اسمش را گفته، مامور ثبت احوال گفته که خیلی وقت است چنین اسمی ننوشته و از املایش مطمئن نیست. باید دفتر اسم ها را بیاورد. هر چه بابا گفته که ما این اسم را از توی قرآن انتخاب کرده ایم و آن جا با «ز» است توکتش نرفته. یک دفتر ضخیم و بزرگ آورده و در برابر چشم های بهت زده بابا نشانش داده که اصلا فائزه نداریم و فائضه درست است. بابا هم بی آن که چاره دیگری داشته باشد پذیرفته که من تا آخر عمرم بابت اسمم توضیحات چند خطی قانع نکننده بدهم. بارها دلم خواسته بروم اسم توی شناسنامه ام را عوض کنم اما هر بار تصور کرده ام که دوباره مامور ثبت احوال که دیگر لابد سنی ازش گذشته دفتر ضخیم و بزرگش را می آورد و نشان می دهد که اصلا فائزه نداریم و فائضه داریم. آن وقت شانه بالا می اندازم و می گویم: «اصلا چرا همه فائزه ها نروند اسم شان را فائضه کنند؟»

فراخوان داستان: شما هم می توانید از «اسم» تان برای مان بگویید؛ چه کسی و چطور اسم شما را انتخاب کرده است؟ دوستش دارید یا نه؟ تا حالا با هم به مشکل خورده اید؟ اسم تان را می گویم.

والدین هلی کوپتری و فرزندان پر توقع

فرزندان ما باید قانع شوند قبولی در کنکور، نه خدمت به والدین؛ بلکه خدمت به خودشان است

فردین علیخواه | جامعه‌شناس

می گوید: «وقتی کنکور قبول شدم پدرم برام یه پراید هاچ بک ۱۱۱ خرید. اونو دوس نداشتم. من ۲۰۶ می خواستم». به او می گویم: «چرا انتظار داشتی پدرت به خاطر قبولی برات یه ۲۰۶ بخره؟» با خونسردی پاسخ می دهد: «می دونم که اون می تونست بخره، پول شو داشت».

اواخر شهریور هر سال؛ نتایج نهایی کنکور منتشر می شود. طبیعی است که فرزندان عده ای قبول می شوند و فرزندان عده ای دیگر خیر. ابراز خوشحالی خانوادگی، مهمانی گرفتن و خرید هدیه، از جمله اقداماتی است که معمولاً والدین برای قبولی فرزندشان در کنکور انجام می دهند. البته هستند والدین اندکی که هیچ واکنشی از خودنشان نمی دهند چون اساساً نمی دانند برای موفقیت های حتی کوچکِ فرزندشان باید خوشحالی شان را در مقابل او ابراز کنند تا او خوشحال شود. دهه شصتی ها از این نوع واکنش ها خاطرات بسیاری دارند. ولی رویهٔ غلطی که طی سال های اخیر از طرف برخی والدینِ خوشحال رو به گسترش است، خرید جایزه های آن چنانی برای آن هاست مثل خرید ماشین صفر، آپارتمان و در مواردی هم می توان به خرید تجهیزات تفریحی و سرگرمی با مبالغ بالا اشاره کرد. نکته قابل تأمل این که چنین انتظاری به تدریج در برخی از نوجوانان هم ایجاد شده است که در صورت قبولی در کنکور، والدین باید با خرید جایزه های گران قیمت، آنان را «سورپرایز» کنند. اما پرسش آن است: آیا فرزندان ما نباید توجیه شوند که قبولی در کنکور یا هر موفقیت شخصی دیگری، چیدمان پازلی به نام آینده خودشان است که آنان با دست خودشان در حال تکمیل آن هستند؟ آیا آنان نباید قانع شوند که قبولی در کنکور، نه خدمت به والدین؛ بلکه خدمت به خودشان و نگارش دفتر آینده با دست خودشان است؟ آن چه بیان شد نشانه ای از تغییر اجتماعی وسیع تری است که مدت هاست در ایران شروع شده است. متأسفانه با نوع جدیدی از «والدین هلی کوپتری» مواجه هستیم که مدام بالای سر فرزندان شان پرواز می کنند و مراقب آنان هستند تا اگر احیاناً به چیزی نیاز داشتند فوری در اختیار آنان قرار دهند تا مبادا اندکی دچار سختی شوند. این والدین تقریباً هیچ مسئولیتی را به فرزندان شان نمی سپارند. البته ناگفته نماند که بسیاری از این والدین، نوجوانی یا جوانی خود را در دهه ۶۰ و شرایط تنگدستی و احساس محرومیت عمیق گذرانده اند. بنابراین معتقدند که «دیگه من به اندازه کافی محرومیت کشیدم. نمی خوام بچه هام هم محرومیت بکشن». نتیجه آن که این روزها با جوانانی مواجه هستیم که در مواجهه با هر مشکل کوچک و بزرگی؛ در بالای سرشان به دنبال هلی کوپتر امدادی والدین می گردند. این روزها فرزندان ما استقلال، خوداتکایی و مسئولیت پذیری را به خوبی یاد نمی گیرند.

سایت مشهور «بیزینس اینسایدر» در سال ۲۰۱۷ نام ثروتمندان و کارآفرینانی را منتشر کرد که از ثروت افسانه ای خود چیزی برای فرزندان شان در نظر نگرفته یا درصد بسیار ناچیزی از آن را برای آن ها به ارث گذاشته اند. در بین این ۱۲ نفر دو نام بسیار مشهور هم وجود دارد: بیل گیتس و مارک زاکربرگ. بیل گیتس در مصاحبه ای گفت که مطمئن است چنین کاری به نفع فرزندانش خواهد بود. آنان باید با نبوغ و استعداد خودشان ثروت اندوزی کنند.