

الجزء الخامس

أنت

- التنافسية هي أيضا طريقة تفكير.
78. كم تحتاج من الأصدقاء؟
79. هل يمكن خداع الناس بسهولة؟
80. ما مقدار الشهرة التي حققتها على الإنترنت؟
81. هل أنت شخصية حركية؟
82. هل علينا الاستيقاظ في الخامسة صباحاً؟
83. هل أنت شخص لا يستغنى عنه؟
84. كيف يمكن للإنسان تجديد نفسه؟
85. هل لديك قيمة سوقية؟
86. هل تحتاج إلى مكتب بالفعل؟
87. ماذا عليك أن ترتدي من أجل العمل؟
88. هل ستلقي خطاباً أم ستحدث إلى الناس؟
89. هل هناك قواعد خاصة بالنجاح؟
90. هل يمكن للمرء أن يكون متعلماً أكثر من المطلوب؟
91. هل نحن شرفاء؟
92. هل أنت سعيد؟
93. هل ولدت في الزمان الخطأ؟
94. ما مقدار تعلقك بالعالم الرقمي؟
95. هل ستعاني الوحدة حين تهرم؟
96. هل الطلاق صفقة رابحة؟
97. ألا يزال هناك مستقبل للكتابة اليدوية؟
98. هل انتهى عصر الورق؟
99. هل الفن استثمار ناجح؟
100. لم لا؟



78

كم تحتاج من الأصدقاء؟

واحد يكفي شرط أن يكون صديقاً حقيقياً. الدراسة التي أجراها كل من روبن دونبار، وهو عالم أنثروبولوجيا في أكسفورد، وزميله راسل هيل؛ تلقي الضوء على هذا الموضوع. هل العقل البشري (مبرمج) للتواصل مع عدد محدد من الأشخاص؟ الكائنات الذكية (التي هي نحن) لديها القدرة على بناء العلاقات الاجتماعية وإدارتها عبر قنوات اللغة، والعمل، والتجارة، وتبادل المعارف. كم ينبغي - يا ترى - أن يكون حجم (القبيلة) الرقمية التي ينتمي إليها المرء من خلال فيس بوك وتويتر، حتى يحسب ناجحاً؟

انطلق دونبار وهيل في بحثهما من فكرة لمحة وبسيطة: كم كان عدد بطاقات التهنئة التي ترسلها الأسرة البريطانية النموذجية في أعياد الميلاد سنوياً، قبل عشرين عاماً؟ يقتضي إرسال البطاقات في نهاية العام كثيراً من الوقت والجهد: شراء البطاقات، وكتابة عبارات التهنئة، والبحث عن العناوين، وغيرها. لذلك اقتصر الأمر على الأشخاص الأساسيين: تذهب (25%) من البطاقات للأقارب، و(60%) للأصدقاء، والباقي

للمزلاء. والمفاجأة كانت أن العدد الإجمالي، حتى في بلد يراعي هذا التقليد بصرامة، مثل بريطانيا (153) بطاقة.

يبدو أن رقم (150) منقوش بعمق في الوعي البشري، فبحسب علماء الأنثروبولوجيا كانت القرى الأولى في التاريخ مؤلفة من (150) شخصًا، وفي معظم الجيوش تتألف أصغر وحدة (السرية) من (150) جنديًا. أما الشركات فقد اعتادت تجزئة أقسامها عندما يتجاوز عدد الموظفين في القسم (150) فردًا، إذ إنه بتخطي هذا الرقم يصبح من الصعب تذكر أسماء الموظفين ووجوههم، ولأنه موجود فعلاً - بشكل عفوي - في معظم ما يحيط بنا من بُنى وأنشطة. لذلك، أصبح الـ (150) رقم دونبار.

لكن ما تأثير الإنترنت؟ بحسب مركز بيو للأبحاث، يستخدم (65%) من الأمريكيين البالغين المواقع الاجتماعية، ولدى كل مرهق في الولايات المتحدة ما متوسطه (79) جهة اتصال على تويتر، و(300) صديق على فيسبوك. مع ذلك فإن متوسط عدد أصدقاء المستخدم العادي للفيسبوك (145) شخصًا، وهذا ما يعود بنا من جديد إلى (رقم دونبار) الشهير. إن مضاعفة عدد جهات الاتصال أسهل بكثير من إدارتها، فالشخصيات السياسية ومشاهير الفن لديهم آلاف

(الأصدقاء) على مواقع التواصل الاجتماعي. لكن ما القيمة الحقيقية لهذه الأرقام؟ ألا تعكس الجهود المبذولة في شراء بطاقات الأعياد التقليدية وكتابتها وإرسالها اهتمام مرسلها الصادق؟ وهؤلاء الذين يرسلون آلاف البطاقات الإلكترونية بنقرة ماوس، أو الذين يطبعونها وإرسالها بالجملة، موفرين بذلك الجهد والمال؛ ألا تبدو مبادراتهم (العصرية) قليلة القيمة في نظر متلقيها فتذهب مباشرة إلى سلة المهملات؟

نحن بالتأكيد في حاجة إلى التواصل مع الأصدقاء وجهات الاتصال الأخرى؛ لتطوير حياتنا الخاصة والنجاح في حياتنا المهنية. أدمغتنا التي سبقت (برمجتها) من أجل التعامل مع الرقم (150) تجد صعوبة في التعامل مع عدد أكبر من الأشخاص. كم عدد لقاءات العمل أو حفلات العشاء التي يمكنك تنظيمها كل سنة بشكل لائق يستحوذ على اهتمام ضيوفك؟ (بشكل لائق) هي العبارة المفتاح هنا؛ فزيادة عدد هذه الأنشطة لا تكفي وحدها للتعبير عن نجاحك في مسعاك.

بالنسبة إلى أولئك الذين اختبروا حقبة ما قبل الفيسبوك يبدو مفهوم تحديد عدد جهات الاتصال طبيعياً نسبياً. أما بالنسبة إلى الأجيال الشابة فسيكون هذا أكثر صعوبة؛ لأن كثرة جهات الاتصال أصبحت نوعاً من القاعدة.

بالنسبة إلى الكثيرين، يتحول عدد الأصدقاء في حد ذاته إلى حالة رمزية. أنا ناجح لأن عدد معارفي كبير، حتى لو لم أكن أعرف حقاً من يكونون. بالنسبة إلى آخرين ليس لكثرة العدد قيمة، فجهات الاتصال أصدقاء حقيقيون يجب أن يُعاملوا بحرص واهتمام، أما ندرتهم فليست مؤشراً سلبياً، بل تعطيهم قيمة مضافة خاصة، وهذا هو الخيار الصحيح برأيي.



79

هل يمكن خداع الناس بسهولة؟

يبين البروفيسور جيرالد برونر، من جامعة ديرو بباريس، في كتابه ديمقراطية السذج قوة تأثير الإنترنت في ترسيخ الأفكار الغرائبية في أذهاننا. فبالرغم من أهمية الإنترنت بعدّها مصدرًا هائلًا ومجانيًا للمعلومات، لا تزال محركات البحث تعمل وفق نماذج معدة سلفًا كمخازن للبيانات تتيح للمستخدم الوصول إلى (ما يبحث عنه). فإذا كنت تعتقد أن الـ Cia مسؤولة عن هجوم (11 سبتمبر)، فستجد العديد من الآراء التي تدعم نظريتك في النتائج الستين الأولى (وهي النتائج الأكثر قراءة) على محرك البحث، وإذا كنت تؤمن بنظرية المؤامرة في ما يتعلق بالموضوع نفسه؛ سوف تجد أكثر من مئة حجة مختلفة - من نظرية الفالق الزلزالي إلى دور الكائنات الفضائية في انهيار برجي التجارة - جميعها ستعزز قناعاتك المسبقة.

لا يفتقر الجميع إلى العقل النقدي. يكمن التأثير غير المتوقع لمحركات البحث في تقديمها حججًا تعزز أكثر الأفكار

جنوناً. الخوف يقود إلى سرعة التصديق، وتلك تغذي ما يعده الناس على الإنترنت (حقائق). يمكن لأي كان هذه الأيام أن يشوه سمعة شركة أو حكومة أو فرد عن طريق التظاهر بالحكمة وسعة المعرفة المستقاة من الإنترنت، ومهما كانت آراؤك غريبة سوف تجد دومًا أحدًا ما على الشبكة العالمية يدعمها ويبرهن صحتها. لقد جاء عصر المواطن الخبير الذي يسهل خداعه.

في قلب السذاجة يكمن الخوف؛ الخوف من العالم المحيط بنا، من الأزمات الاقتصادية، ومن الاعتقاد بأن الحكومة تخفي عنا المعلومات والأخبار جميعها المتعلقة بحياتنا ومصائرنا. وبسبب هذه الشكوك يلجأ العديد من الناس إلى الإنترنت للبحث عن أجوبة عن أسئلتهم، وأيضًا للشعور بالاطمئنان بمعرفة أن هناك من يشاطرهم معاناتهم ومخاوفهم.

ولعل انتخاب البابا فرانسيس يلقي الضوء على مدى التشوش الذي يعانيه الناس في عصرنا. تتعرض الكنيسة الكاثوليكية لكثير من الانتقاد بسبب محافظتها الشديدة وإنكارها العديد من الفضائح، مع ذلك، عندما يحين موعد إعلان اسم البابا المنتخب الجديد، يجلس الناس أنفاسهم وتأتي وسائل الإعلام من أنحاء العالم كافة لتحتل مواقعها في ساحة القديس بطرس. لماذا؟ في أثناء انتظار إعلان اسم

البابا الجديد، تذكرت الخطبة الأولى التي ألقاها سلفه جون- بول الثاني في (22، أكتوبر 1978م)، والتي بدأت بقوله: «لاتخافوا...»، وهكذا، بينما ينبش الاقتصاد الخوف من المستقبل الذي قد يكون أسوأ من الحاضر، فإن الدين، ولا يقتصر الأمر هنا على الكنيسة الكاثوليكية، يعود إلى خطابه الأصيل في نشر الأمل. لقد بدأ انحدار الكنيسة الكاثوليكية عندما حل خطاب السلطة والإرهاب مكان مكافحة الخوف وخطاب الأمل التي كان سمة الحقبة المسيحية الأولى. وهذا ما أدى في نهاية المطاف إلى ظهور (محاكم التفتيش).

هل يتبع الاقتصاد الحديث المسار نفسه؟ وهل استبدل الخوف من فقدان الوظيفة وضغوط العمل بال (التقدم والهدوء والقوة والبراءة) مثلما أعلن فكتور هوجو؟ وهل تلاشت الثقة في مستقبل أفضل ليحل مكانها الخوف من الغد؟

إذا لم يكن الاقتصاد المعاصر قادرًا على إدارة الأمل، فسوف يفقد شرعيته، وسيستمر الناس باللجوء إلى الإنترنت بحثًا عن نظريات غير واقعية يتعلقون بها، في محاولة الوصول إلى الاطمئنان وإيجاد شركاء يقاسمونهم المعاناة.

عندما يكون الناس خائفين يميلون إلى تصديق أي شخص والتعلق بأية فكرة. النقاشات الدائرة على مواقع التواصل

الاجتماعي تشبه - إلى حد بعيد - سيكودراما (*) جمعية، وفي كثير من الأحيان يدور نقاش لا نهائي في حلقات مفرغة مراراً وتكراراً من دون نتيجة، فينتهي بالمتابع إلى الإحباط واليأس. يجب على القادة في حقل الاقتصاد والسياسة مساعدة الناس على السيطرة على مخاوفهم من المستقبل ومواجهة تحدياته بهدوء وثقة.

قال نابليون مرة: «يمكنك أن تقود الناس فقط إذا كنت قادراً على إرشادهم إلى مستقبل أفضل».



(*) سيكودراما (Psychodrama) نوع من أنواع العلاج النفسي يجمع بين الدراما وعلم النفس. هدفها مساعدة الشخص على تفرغ مشاعره وانفعالاته عن طريق أداء أدوار تمثيلية ذات صلة بمواقف الحياة التي يعيشها، أو سبق له أن عاشها في الماضي أو قد يختبرها في المستقبل. جلسات علاج السايكودراما تمتد من ساعة ونصف إلى ساعتين، وهي تساعد - بشكل رئيس - على تحقيق التنفيس الجماعي. تستخدم لعلاج الصدمات العاطفية، ومساعدة الأطفال الذين تعرضوا للعنف، والمدمنين على الكحول. (المترجم).

80

ما مقدار الشهرة التي حققتها على الإنترنت؟

«تحتاج إلى الكثير من الوقت لبناء سمعة جيدة، وإلى القليل منه كي تفقدها». وردت هذه الكلمات على لسان توماس واطسون ج.ر. مؤسس شركة Ibm. في الواقع لا شيء أصعب من بناء صورة إيجابية للشركة أو للشخص. مع ذلك يمكن أن يتلاشى كل شيء بين ليلة وضحاها. في الماضي كانت تؤسس السمعة الجيدة في حلقة ضيقة، ثم جاء عصر الصحف التي وسعت الدائرة، فأصبح من الممكن مع التلفاز بناء سمعة على المستوى الوطني، وفي بعض الأحيان العالمي. ومع ذلك، فإن أعظم ثورة في هذا المجال قد أبصرت النور من خلال الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، التي مكنت من بناء صورة عالمية حقيقية.

قال آندي وارول ذات مرة: «في المستقبل سيكون باستطاعة كل منا أن يكون نجمًا عالميًا لمدة خمس عشرة دقيقة»، وهذا ما يحصل تمامًا في أيامنا على المواقع الاجتماعية واليوتيوب. الجميع يتوق إلى الشهرة ومستعد لفعل أي شيء - تقريبًا - للوصول إليها، وقد تكون عواقب ذلك على المدى

الطويل الإضرار بسمعة المتلفهين إلى الشهرة، من دون أن تكون هناك - عملياً - أي فرصة لمحو آثار ذلك الضرر من الإنترنت (بالرغم من أن مفهوم (حقك في نسيان سلوكك لاحقاً) قد بدأ يأخذ مكانه في بروتوكولات الأخلاق المعاصرة).

أصبح من الشائع اليوم أن يقوم موظفو الموارد البشرية في الشركات بإجراء (بحث) حول أحد الأشخاص عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي لتقييم صفاته الشخصية وكفاءته. ويكفي أحياناً أن تكون في المكان والزمان غير الصحيحين حتى تعطي صورة سلبية لأولئك الذين يتابعون (بروفائلك) على الشبكة العنكبوتية، وبغض النظر عن الأسباب، قد ترافقك هذه الصورة السلبية إلى آخر يوم في حياتك.

الأمر نفسه ينطبق على الشركات التي تعاني صعوبات متزايدة في بناء سمعتها عبر الإنترنت. منذ مدة قريبة، أقامت شركة كبرى لصناعة العصير مهرجاناً فلوكلورياً في منغوليا، وبعد انتهاء الاحتفال، لم تُرجع الملصقات الإعلانية مباشرة، بل بقيت - بأمر من مديري الشركة - في مكان المهرجان، لسوء الحظ، في اليوم التالي أقيم حفل مصارعة محلي لقتال الكلاب حتى الموت في الموقع نفسه، وقد سجل أحدهم بعض الفيديوهات بهاتفه النقال ونشرها على الإنترنت، ولما كان شعار شركة صناعة العصير موجوداً في خلفية المشهد؛ سرت إشاعات

مفادها أنها ترعى مباريات قتال الكلاب السيئة الذكر، واقتضى الأمر شهوراً بأكملها قبل أن تستعيد الشركة سمعتها.

يجري بناء سمعة الشركة أو الفرد كل يوم من دون توقف، ومثلما قال مارك توين: «لا تقم بأي عمل غير صحيح، خاصة إذا كان هناك من يراقب»، وفي هذه الأيام، مع وجود الإنترنت، الجميع يراقبون. في الحقيقة هنا خياران لا ثالث لهما: فإما أن تكون غائباً عن الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، مفترضاً أن (السعادة تكمن في الحياة الخفية)، أو أن تكون مفرط النشاط؛ فتتولى المبادرة وتخصص ما يلزم من وقت لذلك.

في كلتا الحالتين، تغدو إدارة السمعة نشاطاً يستهلك الوقت، سواء بالنسبة إلى الشركة أو الأفراد. على أي حال، في نهاية المطاف من شبه المستحيل أن تتجنب السقوط ضحية للتشهير، لذلك فإن إدارة سمعة أحد ما تعني بشكل أو آخر إدارة سمعته غير الجيدة^(*). اختبر السياسيون ذلك زمناً طويلاً، واكتشفته الشركات أيضاً. أما الأفراد فهم أقل استعداداً بكثير لمواجهته.

تعد الملحوظات الهجومية نوعاً من الإهانة، وهذا ثمن ينبغي أن يدفعه كل من يرغب -ولو للحظة - في الشهرة؛

(*) التستر على عيوب المشاهير أو تبريرها هو جوهر حملات العلاقات العامة بأشكالها المختلفة. وهو الجزء الأصعب والأكثر دقة وتكلفة (المترجم)

نجوم السينما يعلمون بالطبع أن ضريبة الشهرة هي - غالباً -
- التشهير.

بالطبع، لو شئت هناك فرصة لتجنب ذلك بالابتعاد
عن الأضواء، متبعاً نصيحة مارك توين بأن السعادة يمكن
اختصارها إلى (كتاب جيد ووجدان صاف).



81

هل أنت شخصية حركية؟

تتعطل حركة المرور في المدن في أوقات محددة من اليوم، كما في أمستردام، ودبي، ودبلن، وجنيف، ولندن، ونيويورك، وشنغهاي، ويعلق السائقون في زحام مروري خانق. تمتلئ محطات القطارات، وتشغل سيارات الأجرة جميعها. أما حركة التنقل الجوية فتعمل بطاقتها القصوى، وتتضخم أكوام البشر المتأخرين عن وظائفهم، وتزداد صفوف الانتظار طولاً. يحدث ذلك كله في الوقت الذي أصبحت فيه الحركية العالية (*) بمثابة الفضيلة الأولى في الاقتصادات الحديثة. ومن المثير للسخرية أنه كلما توسعت المدن ضعفت قدرة سكانها على التنقل.

ستظل هذه المشكلة قائمة ما بقيت المدن مهيمنة في بيئاتنا، فخلال المئة عام المنصرمة ارتفع عدد سكان المدن من (150) مليون نسمة إلى ثلاثة مليارات! وظهرت تجمعات سكانية هائلة: في طوكيو- يوكوهاما (37) مليون شخص، وفي كل من دلهي ومانيلا وسيؤول (24) مليوناً، وفي كل من بكين ومكسيكو ونيويورك (21) مليون نسمة.

(*) mobility: القدرة على التنقل بحرية وسرعة، والقدرة على الانسجام والتكيف. (المترجم).

قدرت الأمم المتحدة أن (60%) من سكان العالم سيكونون من قاطني المدن بحلول عام (2030م)، وفي الدول الصغيرة مثل سويسرا تشكل هذه النسبة منذ الآن ثلثي عدد السكان.

ظهرت نزعة جديدة اليوم، فقد تطورت كتل التجمعات السكانية العملاقة التي يطلق عليها لقب (مناطق الميجا) (*) كما هي الحال في أوساكا، وكوبي، وناغويا وكيوتو؛ إذ يتركز في (40) من هذه المناطق الموزعة حول العالم ثلثا الناتج الإجمالي العالمي، ويجري فيها إنتاج (85%) من التكنولوجيا.

غدت هذه المدن مراكز تلوث ضخمة مع ارتفاع درجات الحرارة وازدياد الازدحام، وأصبح من الصعب تطوير البنى التحتية لتتناسب مع العدد الهائل للسكان، ويهدر جزء كبير من الإنتاجية بسبب ازدحام حركة المرور. علاوة على ذلك، لم تتمكن سوى بضعة مدن من تحديث تخطيطها العمراني لمدّ شرايين مرور جديدة (مثلما فعل بارون هوسمان في باريس خلال القرن التاسع عشر).

يمكن في بعض الدول الناشئة إحداث تغيير جذري في المناطق الحضرية، وهذا ما فعلته الصين خلال دورة بكين

(*) mega-region: شبكة كبيرة من المناطق الحضرية التي تتشارك النظم البيئية، والطوبوغرافيا، وأنظمة البنية التحتية، والروابط الاقتصادية، وأنماط الاستيطان واستخدام الأراضي. (المترجم).

للألعاب الأولمبية (2008). أما في بلدان أخرى فيمكن أن يؤدي مثل هذا الإجراء إلى أعمال شغب؛ لذا لجأت بعض المدن، مثل لندن، إلى فرض ضرائب على مرور المركبات في الشوارع المزدحمة، أو تقليص عددها بقصر سيرها على أيام محددة من الأسبوع. ومع ذلك فهذه ليست سوى تدابير مؤقتة لا تحل المشكلة. الازدحام في شوارعنا عرض لمعضلة أعمق، وهي عدم قدرتنا على التوصل إلى طريقة صحيحة في إدارة مدننا الكبرى.

إذا لم نجد حلاً سريعاً، سيتعذر إدارة المدن الكبرى حتى في الدول المتقدمة، وسوف تصبح شبيهة بالتجمعات السكانية الضخمة في الدول النامية، حيث تعجز حتى الإحصاءات نفسها عن تقديم صورة حقيقية للواقع.

وقد وضعت قلة من البلديات مخططات للتكيف مع الاحتياجات المتزايدة للمدن الكبرى. والحقيقة المحزنة هي أن الحلول التي نعتمدها لا تزال غير قادرة على إدارة الزحف العمراني، وإلى أن يتم ذلك سيظل الناس يعانون زيادة الخسائر في الإنتاجية.

لقد ظهرت فلسفة الانتظار إلى الوجود، وهي تمتد ببطء وثبات إلى نواحي حياتنا جميعها، فقد اعتدنا في أثناء وقوفنا في طوابير الانتظار أو في الزحام المروري، أن نتصفح رسائل بريدنا الإلكتروني، أو نقرأ، أو نستمع إلى الموسيقى على

مشغلات الصوت. باختصار، نحن نهرب من المشكلة من دون أن نواجهها، وهي طريقة غير جيدة في عالم تتوقف فيه القدرة على التنقل، ويخفقنا الازدحام.



82

هل علينا الاستيقاظ فيه الخامسة صباحاً؟

أنا دائم الانبهار من عادات العمل لدى قادتنا العظام. يستيقظ معظمهم بين (2:30) و(5:00) صباحاً، وبعد الركض عدة أميال في المدينة وعبر الغابات، يبدأ يوماً من العمل الشاق في المكتب. من ناحيتي أعترف بكل تواضع أنني في الخامسة صباحاً أكون نائماً بعمق، وهذا طبيعي، فأنا لست قائداً.

يعمل الأمريكيون اليوم بزيادة قدرها ثماني ساعات ونصف الساعة في الأسبوع عن معدل العمل الأسبوعي الذي كان سائداً قبل ثلاثين عاماً. معظم البالغين ينامون ساعات أقل ويختبرون ضغوطاً أكثر شدة. فمن المسؤول عن ذلك؟

تلاحقنا التكنولوجيا في كل مكان. بحسب (جود تكنولوجي)، وهي شركة أمريكية متخصصة في بيانات الهواتف المتحركة، يواصل (80%) من الناس العمل بعد مغادرة المكتب، ويفتقد (69%) منهم بريده الإلكتروني قبل الذهاب للنوم. كم منا يمكنه أن يظل يوماً واحداً من دون تفقد رسائل بريده والرد عليها نصياً أو عبر أشكال أخرى؟ الملح يتحكم بالمهم. إضافة

إلى أن شكلاً جديداً من عبادة العمل قد ظهر للوجود، وكأنما مجرد العمل (أكثر) يعني العمل بشكل أفضل.

إذاً، كانت القضية من يصل إلى المكتب أولاً ومن يكون آخر من يغادره. علي الاعتراف بأنني مذنب مثل أي شخص آخر؛ كثيراً ما كنت في الماضي أنهض من فراشي في الثانية والنصف صباحاً لأتمكن من العمل وتناول الفطور مع عائلتي الصغيرة، ولو أنني بعد ذلك كنت أمضي باقي نهاري نصف نائم.

ما الخيار الصحيح هنا؟ الناس مختلفون في هذا الشأن: نابليون ومارجريت تاتشر كانا ينامان ساعات قليلة في اليوم، في حين أن ونستون تشرشل كان يستمتع بالبقاء في حمامه حتى وقت متأخر من الصباح (برفقة زجاجة خمر مثلما يقول بعضهم). يرتبط الأمر أيضاً بطبيعة العمل، فالقائد الذي عليه اتخاذ عدد كبير من القرارات كل يوم لا يمكنه الاستغناء عن النوم ساعات طويلة.

(العامل الخلاق) الذي وصفه بيتر دركر ليس شخصاً محظوظاً، فالأفكار المبدعة لا تأتي دوماً خلال ساعات العمل، فقد تلمع الفكرة في ذهنك في أي وقت؛ ويجب أن تكون دوماً على استعداد لاستقبالها. المشكلة هي أن لدى العديد من القادة جدول أعمال مزدحمًا في كل دقيقة، الأمر الذي لا يمنحهم الوقت الكافي للتوقف بين حين وآخر لرؤية المشهد العام.

جاك ويلش، الرئيس السابق لجنرال إلكترىك، كان يخطط وقته بطريقة يستطيع بين حين وآخر (إلقاء نظرة عبر النافذة)، وهناك قادة آخرون يحددون مواعيد وهمية خلال النهار؛ للحصول على بعض الوقت للتفكير.

غالبًا ما تؤدي سياسة العمل في الشركات إلى غياب أي فسحة لالتقاط الأنفاس، فالموظفون دائمو الانشغال بإدارة بريدهم الإلكتروني، ومؤتمرات الفيديو، والبريد الصوتي، والاجتماعات التي لا تنتهي (القتل بالبوربونيت)، كل ذلك يؤدي إلى نشوء ثقافة (إدمان العمل) سواء في المكتب أو في أثناء السفر أو في المنزل (وهذا هو الأسوأ).

العمل كثيرًا لا يعني بالضرورة الإنجاز الجيد. من الفطنة أن تعمل وقتًا أقل بشكل أفضل من أن تعمل طويلًا دونما تفكير، وربما يجب التوقف هنا قليلًا للتأمل في حكمة سويتونيوس^(*): «تسارع ببطء».



(*) غايوس سويتونيوس ترانكويلوس: مؤرخ، وكاتب روماني، (ولد عام 69 م)، من أهم كتبه (سير القياصرة الاثنا عشر). (المترجم).

83

هل أنت شخص لا يستغنى عنه؟

«أنتم ثروة هذه الشركة»: لا يملُّ الرؤساء التنفيذيون في معظم الشركات من ترداد هذه المقولة في كل اجتماع مع الموظفين، ويخفي من في القاعة جميعهم رغبتهم في الضحك؛ لأنهم يعلمون جيداً أن هذا غير صحيح، ففي الأوقات الحرجة ليس لدى الموظفين أي وهم بأنهم أول من سيتحمل وطأة الأزمة القادمة، وأول ما سيُضحى به.

منذ عام (2008م) ارتفعت مستويات البطالة في كل مكان تقريباً حتى وصلت في أوروبا إلى (12%)، وتقدر منظمة العمل الدولية أن هناك ما يقرب من (200) مليون عاطل عن العمل حول العالم. بالإضافة إلى أن نسبة البطالة بين الشباب الذين تتراوح أعمارهم من (16) إلى (24) عاماً مرتفعة للغاية؛ إذ تصل إلى (50%) في كل من إسبانيا واليونان، لكن ذلك لا يشمل - طبعاً - الذين يفترض أنه لا يمكن الاستغناء عنهم.

بالرغم من سوء الفهم، فإن الموظفين في الواقع أثنى مكونات الشركة. بعد الحرب العالمية الثانية، استغنت الحكومة

الأمريكية عن خدمات آلاف المهندسين الذين تعاقدت معهم في أثناء الحرب، فاستفادت من ذلك بعض الشركات مثل هيوليت-باكارد، وسارعت إلى توظيفهم بالجملة، ووفق رأي كل من بيل هيوليت وديف باكارد فقد كان توظيف هؤلاء المهندسين أعظم فرصة في حياتهما المهنية. اليوم تفخر جوجل بامتلاكها واحداً من أضخم رؤوس الأموال السوقية في العالم. لكن، ماذا تساوي جوجل - يا ترى - من دون مهندسيها وموظفيها المؤهلين؟

المشكلة أننا لا نعرف بالتحديد كيف تحسب قيمة القوى العاملة في أنظمة المحاسبة في الشركات، وهل يعد الإنسان هناك نوعاً من الرأسمال أم الأصول؟ من جهة أخرى يجري التعامل مع الموظفين في بعض الحالات بحسبانهم (تكلفة)، مثلما عندما تمول الشركة برامج تدريب لعمالها، فيظهر ذلك في السجلات المالية على أنه نفقات بدلاً من إدراجها بوصفه استثماراً يرفع قيمة الإنسان العامل؛ فيزيد قيمة الشركة نفسها. عندما تطرد الشركة أحد موظفيها يبدو ذلك وكأنه توفير للمال، في حين أنه في الواقع نوع من (تصفية الأصول)؛ أي اقتطاع في القوى العاملة ينظر إليه - غالباً - بمعايير البورصة وارتفاع قيمة الأسهم بحسبانه إجراءً إيجابياً، وهذا منافع للعقل؛ إذ إنه يهبط بمستوى قيمة الشركة.

كثيراً ما تساءلت: ما الذي سيكون عليه الأمر لو سجلت الموارد البشرية في الجهة الأخرى من جداول الميزانية، أي

كأصول؟ في هذه الحالة سيكون رحيل موظف مدرب ذي خبرة عشرين عاماً في إتقان العمل والتكنولوجيا وامتلاك ثقافة الشركة وفي التعامل مع العملاء، بمثابة خسارة في القيمة. إذا لم تجري الأمور على هذا النحو؟

أولاً، لأن الموظفين لا ينتمون إلى الشركة (على عكس ما يرى بعض الرؤساء التنفيذيون)، وعلاوة على ذلك، فهذه الثروة رحالة؛ تغادر الشركة كل مساء وفي أثناء الليل، فيما يأمل الرئيس التنفيذي أن تعود في اليوم التالي في تمام الثامنة. كيف ستعطي قيمة محاسبية لـ (أصول الشركة الأكثر قيمة) فيما تهيم هذه الأصول على وجوهها ليلاً في شوارع المدينة المظلمة؟ تاريخياً، ولأجل هذا السبب بالتحديد، كانت أجور الموظفين تدفع أسبوعياً في البداية، ثم في نهاية كل شهر عمل؛ للتأكد من أنهم سيعودون إلى عملهم من جديد.

حتى لو لم يُحتسب الناس بإنصاف في الميزانية العمومية، فهم في الواقع الجزء الأكثر قيمة في المؤسسة، وبهذا المعنى، نحن جميعاً أشخاص من النوع الذي لا يمكن الاستغناء عنه. الشركات التي تدرك القيمة الحقيقية لموظفيها تتمتع بالنجاح الدائم على المدى الطويل، والقادة الذين يولون موظفيهم القدر الكافي من الاهتمام يجتذبون أفضل الكفاءات.



84

كيف يمكن للإنسان تجديد نفسه؟

يتغير عالم الأعمال بسرعة، ولكن ماذا عنا نحن؟ هل نستطيع مواكبة هذا التغيير؟ مثلما رأينا في فصل سابق (انظر السؤال (49): لماذا تختفي الشركات الكبرى؟) فإن متوسط العمر المتوقع للشركات بالكاد يتجاوز الأربعين عاماً. في عام (1955م)، نشرت مجلة فورتشن قائمة بالشركات الكبرى في أمريكا، وقد استمر منها أقل من (15%)، وخلال السنوات العشرين الماضية اختفى (50%) منها من قائمة الشركات الكبرى؛ فقد قُلِّص حجم بعضها وبيع بعضها الآخر، أو دُمجت، أو أُفُلست. لأول مرة تتجاوز أعمارنا المهنية العمر المتوقع للعديد من الشركات، ويمكننا وفق هذا المعيار أن نتوقع العديد من فرص العمل خلال حياتنا المهنية؛ ولذا ينبغي لنا أن نعيد تشكيل أنفسنا بانتظام.

يقول ليو تولستوي: «الجميع يفكر في تغيير العالم، لكن لا أحد يفكر في تغيير نفسه». ولكن كيف يمكن القيام بذلك عملياً؟ في الحقيقة، من الأسهل فعل ذلك عندما تسوء الأمور، فأنت لا تحتاج إلى جهود كبيرة لإقناع الموظف بالتغيير في مثل هذه الحالة.

لكن الأمر يصبح أكثر تعقيداً عندما يكون الأداء متوسطاً وما من خطر واضح يلوح في الأفق، ما الحاجة إلى تغيير نموذج يعمل بالفعل أكثر أو أقل قليلاً؟ الناس يفضلون الانتظار - عادة - إلى أن تحدث الأزمة، وقد لخص بيتر دراكر الوضع في قوله: «هناك العديد من المديرين الذين تقاعدوا بالفعل مع أنهم لا يزالون على رأس عملهم»، وبشكل عام فإن تغيير الناس قبل وقوع الأزمات مهمة صعبة بالفعل.

ليس هناك ما هو أصعب من أن يعيد الإنسان تشكيل نفسه من جديد عندما يكون ناجحاً، فالنجاح يحمل في أعماقه مخاطر لا يستهان بها. يلخص بيكاسو ذلك على النحو الآتي: «النجاح خطير، فهو يولد لدينا دوماً ميلاً لاستساخ أنفسنا، وهذا أسوأ بكثير من أن نصبح نسخاً عن آخرين؛ فهو يقود مباشرة إلى العقم الروحي». كثيراً ما تقع الشركات والأفراد رهائن تاريخهم الخاص، وقبل كل شيء رهائن نجاحاتهم الماضية، فعندما ينجح أسلوب ما، نميل دوماً إلى تكراره إلى ما لانهاية. هو يعمل، فلا داعي لتغييره! وهكذا، إلى أن يفوت أوان التغيير.

في الثمانينيات، أخبرني مدير تنفيذي في شركة صناعة سيارات أن الأمريكيين: «لن يشتروا أبداً سيارة يابانية صغيرة»، فأنا أعمل في هذا المجال منذ ثلاثين عاماً وأعرف كل أسرار سوق السيارات. في العام (1997م) أصبحت سيارة تويوتا

كامري أكثر السيارات مبيعاً في الولايات المتحدة، واستمر
الوضع على هذه الحال أحد عشر عاماً!

هذا ما أدعوه (متلازمة الهَرَم)، فمع تحقيق النجاح
ندخل بالتدرج بوتقة العزلة. مثلما يحدث بالضبط عندما
تصل إلى قمة هرم؛ إذ لا مجال للحركة إلى الأمام بعد ذلك، أو
الخلف، أو الأعلى، أو الجانب، هناك خياران لا ثالث لهما: فإما
أن تبقى في مكانك متربّعاً على قمة ستزيد كل يوم من عزلتك،
أو تتحرك نزولاً إلى الأسفل ثم تتسلق هرمًا آخر. بهبوطك إلى
أسفل أنت تجدد نفسك أيضاً، وهذا صعب في بعض الأحيان،
لكنه شرط لا غنى عنه من أجل تحقيق نجاحات أخرى.

لا يدرك معظم الناس أنه إذا كانوا ذوي قيمة عالية في
الشركة التي يعملون فيها؛ فهذا لا يعني بالضرورة أن ينالوا
التقدير نفسه في شركات أخرى. هذا ما يحدث عادة في
الشركات الكبيرة؛ حين يفضل الناس التركيز على الأعمال ذات
التخصص الضيق التي غالباً ما يكون لها قيمة أقل في أي مكان
آخر. لذلك من الضروري التفكير دائماً بقيمتك الفعلية خارج
الشركة، وينبغي أن يبقى التركيز على قيمتك السوقية وفرصك
المستقبلية في العمل في مركز مخططاتك المهنية، حتى لو لم تكن
تنوي تغيير عملك في المدى المنظور (انظر السؤال (85): هل
لديك قيمة سوقية؟).

تجديد الذات قضية شجاعة، ومخيلة، وجلاء في التفكير. إنها تتعلق أولاً وقبل كل شيء ببناء صورتك المستقبلية، فإذا كان المستقبل سيغدو مختلفاً عن الحاضر فعليك (أنت) أن تغدو مختلفاً أيضاً.



85

هل لديك قيمة سوقية؟

للهولة الأولى، قد يبدو من غير المناسب مناقشة القيمة السوقية للناس كما لو كانوا عبيدًا معروضين للبيع في الساحات العامة، لكن هذا المفهوم قائم موجود بالفعل في الاقتصاد المعاصر، ولعل أبسط مثال على ذلك الرواتب التي نتقاضاها والتي تعكس - بشكل أو بآخر - القيمة التي يحملها كل منا في عالم الأعمال.

إحدى أهم المشكلات في هذا الموضوع هي أن العديد من الناس يخلطون بين قيمتهم داخل الشركة وبين نظيرتها في سوق العمل، وإذا لم يقيم الناس بمتابعة منتظمة لتطور قيمتهم السوقية، فسوف يخاطرون بفقدان فرصة العثور على موقع وظيفي مماثل، فيما لو أعيدت هيكلية الشركة التي يعملون بها، فيفقدون عملهم.

خطرت لي فكرة قد تكون حلاً لهذه المشكلة، وإن كان لا يمكن القول إنها نجحت تمامًا عند تطبيقها. كان الهدف من التجربة أن يصبح الموظفون أكثر إدراكًا لقيمتهم السوقية في الخارج، بعيدًا عن عملهم ومسؤولياتهم الحالية في الشركة.

تعزل العديد من الشركات الكبيرة موظفيها عن الواقع الاقتصادي وبيئة العمل الخارجية، فرواتبهم جيدة؛ ومكاتبهم أنيقة، ولديهم كل ما يحتاجون إليه من الخدمات ووسائل الدعم في حياتهم اليومية، مثل التنقل، وتعليم الأولاد وتوصيلهم إلى مدارسهم، ونتيجة لذلك فهم يعيشون داخل ما يشبه شرنقة نسجتها الشركة خصيصاً لضمان ولائهم.

ولما كان الموظف المعزول عن العالم الخارجي أقل قدرة على الصمود والتكيف في أوقات التغيير، يمكن من الناحية النظرية القول إنه في مثل هذه الأوقات (إعادة هيكلة الشركة، والاستغناء عن خدمات الموظف لتوفير النفقات) لن يواجه فقط النتائج الاقتصادية لخسارة عمله؛ بل سيتعرض - على الأغلب - إلى صدمة نفسية قاسية، فالشركة بالنسبة إلى معظم الموظفين ليست مكاناً لكسب الرزق فقط، بل هي بمثابة عائلة ثانية ينتمون إليها، ولها تأثير كبير في أحاسيسهم وهوياتهم الشخصية. أكثر من ذلك، فقد لاحظنا بعد أن مضينا قدماً في هذه التجربة، أن الموظفين الذين أدركوا عدم قدرتهم على مواجهة التغيير أصبحوا أكثر تحفظاً، بل وعدوانية تجاه أي نوع من المغامرة، فقد كانوا يعرفون تماماً حجم الامتيازات التي سيخسرونها، ويخافون من عدم قدرتهم على تعويضها. بالمقابل، كان الموظفون المدركون قيمتهم السوقية بشكل ما أكثر

قدرة على مواجهة المخاطرة؛ لأنهم يعلمون أن هناك بدائل أخرى متاحة في مكان آخر.

كانت الفكرة تتلخص في عمل استقصاء: الطلب إلى الموظفين تقديم تقرير دوري ليس فقط عن حجم مساهمتهم في الشركة، بل حول قيمتهم السوقية الفعلية أيضاً فيما لو أرادوا تغيير عملهم، وفي سياق ذلك عليهم التأكيد مما إذا كانت مهاراتهم الداخلية معترف بها في الخارج، وما إذا كان لخبراتهم المهنية وكفاءاتهم قيمة حقيقية بنظر شركة أخرى. وكي يتم ذلك كما يجب تعاقدنا مع وكالة متخصصة ووفرنا لهم مستشارين للمساعدة. بالطبع، كان هذا المنهج نظرياً بحتاً ولم ينجح عند محاولة تطبيقه.

«هيا، قل لنا الحقيقة؛ أنتم تفكرون في التخلص منا، أليس كذلك؟»، ومثلما يحدث عادة في عالم الاقتصاد، كان قانون النتائج غير المتوقعة يعمل جيداً، فبدلاً من مساعدة الناس على الوصول إلى الإحساس بالأمان في عملهم من خلال تعريفهم بقيمتهم السوقية، أدى ذلك إلى جعلهم أكثر قلقاً وأقل إحساساً بالاستقرار.

بالرغم من هذا الفشل، لا شك أن الموظف ذا القيمة السوقية الحقيقية أكثر مرونة وقدرة على ركوب المخاطرة من آخر تعود أن ينظر دوماً باتجاه الداخل، وعندما تحتاج شركة

إلى إعادة هيكلة نفسها، فمن الأسهل إعادة توظيف من لديهم قيمة سوقية حقيقية، أكثر من أولئك الذين يواجهون خطر العيش على مساعدات الضمان الاجتماعي.

مع أن هذه الفكرة الرائعة لم تنجح لدى تطبيقها عملياً، وطواها النسيان إلا إنه لا يمكنني منع نفسي من الإحساس بأن ذلك الجهد لم يذهب هباءً في النهاية.



86

هل تحتاج إله مكتب بالفعل؟

في كتابه عصر اللامعقول الذي صدر عام (1991م)، كتب تشارلز هاندي، أحد أكثر المؤلفين غزارة في التأليف حول تطور أشكال العمل: «خلال عشر سنوات، أكثر من نصف الأعمال المعروفة حالياً لن تغدو أعمالاً بالمعنى التقليدي للكلمة، وسوف يتحول الموظفون الذين يعملون بدوام كامل داخل شركة إلى أقلية». مع ذلك فإن توقعاته لم تتحقق بشكل كامل؛ ربما لأنها جاءت في وقت أبكر من اللازم قليلاً.

يعمل الناس بشكل متزايد لصالح الشركات من دون أن (يكونوا جزءاً منها)، وبحسب توقعات مجموعة أبيردين فإن نحو (26%) من موظفي الشركات سيصبحون نوعاً من (العمالة المشروطة). ماذا يعني ذلك؟

الازدياد المضطرد في عقود عمل الدوام الجزئي وعقود العمل الحر (Freelance)، وحتى العمل عن بعد، ذلك كله أدى إلى توسع دائرة العمالة من المتعاونين الذين يعملون (مع) الشركة، وليس من داخلها. لهذه المرونة في أساليب العمل الجديدة فائدة هائلة بالنسبة إلى الشركة، لكن ماذا عن

تأثيرها النفسي على الموظفين؟ وهل يمكن بناء مشاعر الانتماء والتفاني وتطويرها لديهم من دون تخصيص مكاتب لهم داخل مبنى الشركة؟

علاقة الفرد بمكتبه معقدة بشكل خاص؛ لأن تأثيرها لا يقتصر على بيئة العمل فحسب، بل يمتد أيضاً إلى طريقة تفكيره. كان المكتب في ما مضى بمثابة (القلعة) التي تحفظ خصوصية الموظف وتصون أسرارها، لكن من أجل تحقيق المزيد من التواصل، اعتُمد تصميم المكاتب المفتوحة التي انتشرت بسرعة هائلة لتصبح النمط السائد في الشركات الكبيرة، فالأفراد كلهم الآن ينتمون إلى فسحة مكشوفة مشتركة، تفصل بينهم حواجز منخفضة بالكاد تستطيع ضمان الحدود الدنيا من الخصوصية، أما نموذج الغرفة المغلقة فلا نصادفه إلا في قاعات الاجتماعات.

مايكل بلومبرغ، الذي وضع مفهوم (شركة الخدمات المالية) وأصبح عمدة نيويورك لاحقاً، وضع طاولة مكتبه وسط فسحة محاطة من كل الجهات بمجموعة من المكاتب، وقيل إنه لم يكن يشجع موظفيه على استخدام المصاعد؛ بهدف زيادة فرص اللقاء وتبادل الأحاديث في ما بينهم خلال صعود السلالم.

أوتيكون، وهي شركة تنتج مساعدات السمع في الدانمارك، خطت خطوة أبعد من ذلك، وكانت رائدة في ما أطلق عليه منهج

(فندقة المكاتب)، فبعد أن لاحظت أن معظم المكاتب تظل فارغة خلال الأسبوع بسبب سفر الموظفين، ابتكرت الشركة نظام حجز المكاتب (ومن هنا جاء اسم المنهج)، فيمكن لكل موظف حجز مساحة عمل مع المعدات الضرورية اللازمة واستخدامها مدة محددة، والجهد الإضافي الذي عليه القيام به هو إحضار عربة من مكتب الاستقبال، تضم أدواته المكتبية ومتعلقاته الشخصية، ثم يمكنه أن يبدأ يوم عمله كالمعتاد.

في الولايات المتحدة، أصرَّ سام والتون، مؤسس (وول مارت) أضخم سلسلة متاجر في العالم، على أن تكون مكاتب مديره على الطراز الإسبارطي^(*) قدر الإمكان، والهدف من ذلك التأكد من أن المديرين يمضون معظم وقتهم (خارج) مكاتبهم في زيارة العملاء أوصالات العرض. أما صحيفة لوموند الفرنسية فقد توصلت إلى طريقة مبتكرة نجحت في اختصار وقت نقاشات هيئة التحرير بشكل جذري، وتتلخص - ببساطة - في عقد الاجتماعات وقوفاً في قاعة خالية من الكراسي!

بالرغم من هذه الابتكارات جميعها لا تزال مفاهيم العمل القديمة صامدة؛ فالعمل (الحقيقي) لا يزال مرتبطاً

(*) Spartan في النص الأصلي، إشارة إلى الطريقة التي كان رجال إسباطة القديمة يمارسون وقفها أنشطتهم، ويتناولون طعامهم بشكل جماعي في مكان مفتوح في الساحات العامة، والهدف من ذلك تعزيز روح التضامن، وإعلاء قيمة الجماعة على الفرد. (المترجم).

في أذهاننا بوجود شركة يعمل فيها المرء، ومبنى يدخله يومياً
ليمضي مدة دوامه، ولا تزال النساء حتى الآن يتبادلن مقولة:
«ألا يزال زوجك يعمل من المنزل؟ هممم! لعله لم يجد عملاً
حقيقياً».



87

ماذا عليك أن ترتدي من أجل العمل؟

مع أنه لا يجب الحكم على الناس من مظهرهم، يختلف الأمر بعض الشيء في عالم الشركات، ففوة الإيحاء في الملابس أشد تعقيداً وأكثر أهمية مما تراه العين للوهلة الأولى. يرى خبراء التوظيف ضرورة أن ترتدي ما يناسب المنصب الذي تسعى إليه في مقابلات العمل؛ إذ توحى طريقة لباس المرشح بأماله المتعلقة بالشركة، وبالصورة المهنية التي يود تقديمها لمتحنيه، ويمكن القول إن الملابس تشكل جزءاً من العلامة التجارية للشركات والأشخاص.

كانت البذلة وربطة العنق لباس العمل في ما مضى، وقد مضت بعض الشركات أبعد من ذلك بانتقاء ألوان نموذجية صارمة: قميص أبيض، بذلة زرقاء داكنة، ربطة عنق حمراء، حذاء أسود... كانت هذه وجهة نظر توماس ج. واتسون، مؤسس Ibm الذي عرف عنه أنه لم يخلع سترته قط حتى في أشد الأيام حرارة، والفكرة هي تعزيز الإحساس بالانتماء، وتقديم صورة متناسقة للعملاء، ومثلما قال فولتير مرة: «الملابس تغير السلوك».

في آسيا، تمضي الشركات أحياناً أكثر من ذلك؛ فاللباس الرسمي إلزامي. أتذكر أنه منذ بضع سنوات في أثناء زيارتي مقر شركة سوني في طوكيو، كان الموظفون جميعهم يرتدون بذلات متطابقة، والعلامة الوحيدة التي تمكنك من تمييز الرئيس (وكان في ذلك الوقت أكيو موريتا) عن زملائه شارة مثبتة على سترته (أنا أبالغ هنا قليلاً...).

اليوم اختلفت الأمور. كان أوسكار وايلد^(*) يرى أن المرء لا يمكنه المبالغة في طريقة لبسه، مع ذلك نصادف في كاليفورنيا وجهة نظر أخرى، فهناك تعد البذلة وربطة العنق موضة قديمة، فقد حل منهج جديد في ما يتعلق بملابس العمل: قميص باهت اللون، وبنطال جينز ممزق وصندل. الهدف من ذلك الظهور بمظهر مريح وجذاب (Cool) على طريقة أساتذة التكنولوجيا الكبار الذين حققوا نجاحاً مالياً باهراً في سيليكون فالي^(**). ويمكن حساب ذلك

(*) كاتب دراما إيرلندي، وشاعر، وروائي، ومؤلف قصص قصيرة. عاش في القرن التاسع عشر، ويعد من أهم كتاب الدراما في العصر الفكتوري. (المترجم).

(**) تعد منطقة وادي السليكون في كاليفورنيا العاصمة التقنية للكرة الأرضية بفضل العديد من الشركات العاملة في مجال التقنيات المتقدمة التي تتخذ من هذه البقعة الجغرافية مركزاً لمقراتها الرئيسية. ومنها على سبيل المثال لا الحصر: Cisco، HP، Google، Yahoo، IBM، Sun، Apple، Adobe، AMD، Intel، ATI، nVidia، Oracle... وغيرها. حتى مايكروسوفت التي لا يقع مقرها في وادي السليكون، اختارت أن تنشئ هناك مجمعاً ضخماً. ويضم وادي السيليكون أيضاً مراكز أبحاث مهمة، مثل ستانفورد Stan Ford وناسا Nasa ولورنس بيرلشي Lawrence Brkeley. (المترجم).

المنهج في اللباس رسالة من رجال الأعمال إلى الأجيال الشابة التي كانت أول من تبنت هذه الابتكارات، مفادها: نحن مثلكم.

من الذي أطلق هذه الموضة؟ هل هو ستيف جوبز؟ على أي حال، أصبحت هذه النزعة الجديدة في اللباس هي القاعدة، ولم يقتصر ذلك على كاليفورنيا وحدها. أحياناً، يحاول مديرو بعض الشركات التقليدية اختبار هذا الطراز الجديد، فينتهي بهم الأمر-نوفاً ما- إلى الظهور بمظهر غريب الأطوار.

يتربع على قمة الموضة اليوم (الهودي) الذي حقق شهرته بسبب مارك زوكربيرغ، مؤسس فيس بوك، وغدت هذه السترة ذات القبة رمزاً للنجاح، بالنسبة إلى جيل كامل يميل إلى مناهضة روح المؤسسات التقليدية ويتلهم إلى تحقيق التميز.

ولما كان هذا الجيل الجديد يمثل العملاء المحتملين والناخبين، هرع الجميع إلى تبني هذا المظهر الجديد المريح، من المديرين إلى السياسيين الذين كانوا مهتمين جداً بإظهار أنهم (Cool) أيضاً، مع مراعاة بعض الحدود بالطبع. لدى زيارته شركة فيس بوك، تفاخر باراك أوباما بأنه الشخص الوحيد الذي دفع مارك زوكربيرغ إلى ارتداء ربطة عنق. داخل الشركات (التقليدية) تصبح المسألة أكثر تعقيداً.

حتى في أكثر الشركات تمسكاً (بالطراز الصحيح) لملابس العمل، يحدث أن تُحضر المؤتمرات والاجتماعات خارج

الشركة دون ربطة عنق، وحاولت بعض الشركات تحويل يوم الجمعة إلى يوم عمل غير رسمي، حيث يسمح للموظفين ارتداء ملابس مريحة يختارها الموظفون حسب رغبتهم (جينز، ملابس رياضية...) ما لم يكن هناك اجتماعات مع العملاء. ومما يثير الدهشة إشارة الدراسات إلى وجود تأثير مهم للأوضاع الاقتصادية في الملابس التي يختار الموظفون ارتداؤها؛ إذ تعاود الملابس الرسمية الظهور في أوقات الأزمات الاقتصادية.

يعكس طراز ملابس العمل تغير القيم المجتمعية. ففي الشركات يرتدي الجيل القديم بذلة وربطة عنق، يليه الجيل المتوسط الذي يأتي إلى العمل بستره وقميص بقبة مفتوحة من دون ربطة عنق، ثم يأتي الجيل الجديد الذي يتجول أبنائه في كل مكان مرتدين الهودي الشهير. حتى النساء أصبح لديهن فسحة أكبر في حرية اختيار ملابس المكتب؛ فالطراز الرسمي التقليدي أخذ بالاختفاء.

إذًا، طراز الملابس الذي تختاره في العمل أو في حالة أخرى محددة وجهة نظر في النهاية، وقد يكون من المفيد هنا تذكر حكمة من القرن السابع عشر، قالها القس الإنجليزي توماس فوللر^(*): «الملابس الجيدة تفتح الأبواب المغلقة جميعها».



(*) قس ومؤرخ إنجليزي (1608-1661). من مؤلفاته مستحقات إنجلترا وتاريخ مشاهير الرجال في إنجلترا. (الترجم).

88

هل ستلقي خطاباً أم ستتحدث إلى الناس؟

إلقاء خطبة جيدة أمر في غاية السهولة. كنت أستمع بعناية إلى رئيس الوزراء البريطاني السابق إدوارد هيث، الرجل الذي جعل بريطانيا العظمى عضواً في المجموعة الأوروبية في عام (1973م)، وهو - مثلما أظن - ألمع متحدث عرفته على الإطلاق؛ كان بإمكانه أن يستحوذ على اهتمام الجمهور من دون أي ملاحظات مكتوبة، ويمكن عدّه ثمرة (جمعيات الحوار) (*) البريطانية التي أكسبت الطلبة فنون الجدل ومخاطبة الجمهور. سألته مرة عن سر مهاراته الخطابية فقال: «الأمر بسيط، لا تلق خطاباً بل تحدث إلى الناس»، هذا كل شيء، بسيط وحقيقي.

في مسرحية شكسبير (هنري الرابع) ينصح فولستاف الملك أن يتبسط في التعامل مع رعاياه وأن (يدخل عالمهم)، وإذا كان صحيحاً أنه ينبغي (للفصاحة أن تتجاهل البلاغة)، مثلما كتب بليز باسكال، فإن الخطبة تصبح فصيحة حقاً حين يشعر

(*) Debating societies: تقليد نشأ في لندن في بداية القرن الثامن عشر ثم امتد إلى الولايات المتحدة، وأصبح في ما بعد تقليداً ثابتاً في المدارس والجامعات، حيث تعقد لقاءات الحوار بانتظام؛ بهدف تشجيع الطلبة على النقاش وإكسابهم مهارات الخطابة. (المترجم).

المستمعون بروابط فعلية تشدهم إلى المتحدث، وتمكنهم من فهم عوالمه. يدعى ذلك بالتعاطف، الذي من دونه تتحول أكثر الخطب تشويقاً إلى أداء فارغ يتراوح بين الحذلقة والادعاء.

من الضروري كذلك أن يأخذ المرء وقته في أثناء التحدث إلى الجمهور. في أحد الأيام، خلال مؤتمر صحافي، كان ريموند بار، وهو رئيس وزراء فرنسي سابق، يهيئ نفسه لإلقاء خطبته عندما همس في أذني: «جاريللي، ماذا يجب أن أقول؟»، فقامت بخربشة سريعة جواباً عن سؤاله، حمل ريموند بار الورقة، وقبل أن يشرع في القراءة راح يعدل النص الفرنسي بهدوء مضيئاً إليه ما لم يتح لي الوقت كتابته، في أثناء ذلك كان من في القاعة جميعهم ينتظرون، كان انشغاله وتمهله نوعاً من ضبط إيقاع خطابه القادم، أما لو اندفع مباشرة في الكلام فسيفترض المستمعون أن الخطاب سينتهي بسرعة؛ وقد يصابون بالملل إذا طال قليلاً.

ينبغي للكلمات أن تكون بسيطة، فلا فائدة من جعلها معقدة. أول مرة ظهرت فيها على محطة سي.ن.ن فاجاني مقدم البرنامج قبل الظهور على الهواء بعدة دقائق بقوله: «تذكر أنك ستتحدث إلى أناس بعمر اثني عشر عاماً!»، أصابني ذلك بالصدمة، ومع ذلك جرت الأمور بشكل جيد، فمن الممكن أن تتكلم عن موضوعات مهمة بلغة بسيطة.

من الطبيعي أن تشعر بالتوتر عند مخاطبة الجمهور.

هانز سيلبي، وهو أستاذ جامعة هونغاري وأحد الرواد في هذا المجال، وصف ذلك بقوله: «التوتر يشبه إلى حد بعيد تأثير الملح في الحساء، إذا لم نضع ملحاً سيغدو الطعم غير مستساغ؛ وإذا أضفنا الكثير منه سيغدو الحساء غير قابل للأكل». وكان سيلبي يميز بين التوتر الإيجابي (Eu-Stress) والتوتر السلبي (Dis-Stress). المهم في هذه الحالة، تحويل التوتر إلى عامل تحفيز، لا إحباط. عند مواجهة الناس، قد يرتكب المرء أخطاء عديدة يمكن أن يغفروها له ببساطة إذا أحسوا أنه (يتحدث إليهم) حقاً.

كان هلموت شميت، وهو قنصل ألماني سابق، متحدثاً بارعاً في موضوعات مثل السياسة والاقتصاد، ولديه في الوقت نفسه شغف كبير بالموسيقا والفنون المعاصرة، أصبحت المستشارية في بون متحفاً في أثناء عهده، وقد سجل كونشرتو البيانو لـ ج.س. باخ. كان يعرف كيف ينتقل في حديثه من موضوع إلى آخر بسهولة بالغة. المتحدث الجيد يكون - عادة - قارئاً جيداً واسع الأفق.

الكلمة الأخيرة يجب أن يكون لها تأثير قوي وطويل الأمد في مشاعر الجمهور. كم مرة سمعنا الناس يمتدحون هذا الخطيب أو ذاك، لكن حين تسألهم: «ما الذي تحدث عنه؟»، سيكون الجواب: «لا أتذكر بالضبط، لكنه كان رائعاً»، وهذا -

قطْعاً - ليس شيئاً مفيداً.

كانت الكاتبة الفرنسية ساشا جيتري تحب القول:
«الصمت بعد كونشرتو موزارت هو قطعة سكون من تأليف
موزارت أيضاً». الخطب الجيدة كالموسيقا الجيدة، ينبغي أن
تدفع الناس إلى التفكير، وأن يدوم تأثيرها طويلاً، وهذه
الخطب نادرة جداً.



89

هل هناك قواعد خاصة بالنجاح؟

كم هو سهل أن تؤلف كتاباً يتضمن (وصفات) النجاح جميعها، وبهذه المناسبة فقد أصبح المؤلفون الأمريكيون خبراء بامتياز في هذا المجال. يمكن لنظرية التنافسية تقديم إجابات عن الأسئلة التي اعتاد طلبتي طرحها حول قواعد النجاح. وهاكم بعضاً منها:

اكتشف تضردك: فليس كافياً أن نكون جيدين؛ علينا أيضاً أن نكون مختلفين. لدى كل منا موهبة يتميز بها عن الآخرين، ومن المهم جداً اكتشافها. قد تكون هذه الموهبة نوعاً من ذكاء المخيلة عند بعض الناس، ومهارات يدوية لدى آخرين، للبعض موهبة الفعل ولآخرين موهبة التفكير. ويمكن القول إن الإستراتيجية في أحد وجوهها هي خطة لتحقيق التمايز، وينطبق ذلك على الشركات والأفراد.

قارن نفسك بالآخرين: إذا كنا نستطيع الجري مئة متر خلال (15) ثانية، ثم استطعنا تقليص المدة الزمنية إلى (13) ثانية، فسوف نكون راضين عن أنفسنا تماماً، مع ذلك فإن مثل هذا الأداء سوف يضعنا في المرتبة الأخيرة في مباريات الألعاب

الأولمبية. فليس المهم قياس ارتقاء أداء الشخص فقط، بل يجب مقارنته أيضاً بالنتائج التي حققها الآخرون. يمكن أن يكون ذلك محبطاً للغاية، حين يجاهد المرء لتحسين أدائه لكنه يبقى مع ذلك دون المستوى الذي حققه الآخرون؛ فيفقد قدرته التنافسية.

انتق خياراتك بعناية: جميعنا يرغب في فعل شيء متميز بالطبع، لكنّ هناك مبدأً أساسياً في علم الاقتصاد: إذا كان هناك عدد كبير من الناس الذين يملكون الكفاءات ذاتها مع قليل من الاختلاف، فإنهم لن ينجحوا في الوصول إلى رواتب مرتفعة. يتعلق نجاحك الاقتصادي بقدرتك على تمييز نفسك عن الآخرين، والأمر نفسه ينطبق على الشركات. فالشركات التي تعمل في قطاعات تزدهم فيها المنافسة، مثل توزيع الطعام، لن يكون في وسعها تحقيق هوامش أرباح ضخمة. على العكس من ذلك، بإمكان الشركة الفريدة في مجال تخصصها الوصول إلى مستويات عالية من الربحية؛ مثلما هو الأمر في جوجل ومايكروسوفت.

نضد بأفضل ما يمكن: القدرة على تحويل الفكرة إلى نتائج أمر أساسي في التنافسية الناجحة. من الجيد أن يكون لدينا أحلام، لكن يجب أن يكون هناك مواعيد لتنفيذها. معظم الشركات التي أخفقت لم تفشل بسبب إستراتيجيتها غير الجيدة؛ بل بسبب ضعفها في التنفيذ.

كن مثابراً: مثلما قال توماس أديسون مرة: «العبقريّة هي مزيج من (1%) من الإلهام و(99%) من العرق». قد يكون الوصول إلى النجاح اليوم أسرع من الماضي، مع ذلك، فالمليارديرات بعمر الثلاثين عامّاً هم الاستثناء، أما القاعدة فهي المثابرة والعمل الشاق.

حافظ على حسك الإيجابي: عملياً، لا أحد ينجح من المرة الأولى، والقدرة على الاستجابة والحفاظ على روح إيجابية عامل أساسي في النجاح والتنافسية، ولدى السياسيين الكثير مما يمكن أن يخبرونا به في هذا المجال. كان الرئيس رونالد ريغان يحب أن يطلق على نفسه اسم (الرئيس التيفال) (*)، أما ونستون تشرشل فقد لخص الفكرة بطريقة رائعة في قوله: «النجاح هو أن تمضي من فشل إلى آخر من دون أن تفقد حماسك».



(* في النص الأصلي: Teflon President. (المترجم).

90

هل يمكن للمرء أن يكون متعلماً أكثر من المطلوب؟

يقول أوسكار وايلد: «لا يمكنك أبداً أن تكون متعلماً أكثر من الحاجة، ولا أنيقاً أكثر من اللزوم». قول جميل، لكن هل لا يزال صحيحاً اليوم؟ لا يزال نبالغ في العناية بمظهرنا مقارنة بأولادنا، لكن المدهش أنه يوجد فعلاً (إفراط في التعليم) (*).

وفقاً لتقارير برنامج التقييم الدولي للطلاب، بيسا (Oecd Pisa)، تعد كوريا الجنوبية من أفضل دول العالم من حيث جودة النظام التعليمي؛ إذ تحولت العملية التعليمية فيها إلى هاجس وطني. مع ذلك، هناك كل عام (50) ألف من خريجي الجامعات الجدد لا يعثرون على عمل. من جهة أخرى هناك (30) ألف وظيفة شاغرة مخصصة لحملة الشهادة الثانوية تعاني نقصاً كبيراً في عدد المرشحين، ويرى معهد سامسونج للدراسات الاقتصادية أن عدد حملة الشهادات العليا غير الضرورية في سوق العمل يعادل (40%) من عدد خريجي الجامعات.

(* overeducated: حملة الشهادات العليا غير الضرورية في سوق العمل). (المترجم).

في أوروبا، تتربع فنلندا على عرش أفضل مستوى تعليمي، وتستقبل سنوياً عدداً كبيراً من الوفود التي تأتي خصيصاً للاطلاع على (المعجزة التعليمية) الفنلندية. النظام التعليمي ممتاز لا شك في ذلك، لكن نسبة البطالة بين الشباب الذين تتراوح أعمارهم من (16) إلى (24) سنة تتجاوز الـ (20%)، وهي نسبة أعلى بثلاثة أضعاف من نظيرتها في سويسرا. في فنلندا مثلما في كوريا الجنوبية، هناك إفراط في تعليم الأجيال الشابة التي لن تكون قادرة على العثور على عمل يناسب مستواها التعليمي، وربما لا ترغب في ذلك. لم يحصل هذا؟

سبب ذلك الهوس بالتعليم الجامعي، وبحسب منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي^(*) Oced، فإن (56%) من الشباب بعمر (18) عاماً فما فوق من حملة الشهادة الثانوية يلتحقون بالجامعات. أما في كوريا الجنوبية وفنلندا فتتعدى هذه النسبة (90%). هذا النوع من الطموح مفهوم بالطبع، فمن الذي لا يرغب في حصول أبنائه على شهادات جامعية؟ ثم هناك الحافز المالي؛ في بريطانيا العظمى مثلاً، يزيد دخل أصحاب الشهادة الجامعية بمقدار (66%) عن دخل حملة شهادة البكالوريا (أو الشهادة الثانوية).

(*) Organisation for Economic Cooperation and Development: منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي. (المترجم).

تتخفف البطالة بين الشباب في البلدان التي تهتم بتطوير المدارس والكليات المهنية، مثلما هي الحال في سويسرا بنسبة (6.1%)، وفي ألمانيا (8.1%). يكتسب المرء في الجامعة المعرفة؛ أما في نظام التعليم المهني فيتعلم أصول الحرفة. بالنسبة إلى الجامعيين الشباب من الواضح أن دراسة إستراتيجيات ستيف جوبز أو منهج وارن بيفت المالي أكثر إثارة للاهتمام بكثير من تعلم تقنيات (سوبرماريو) في السمكرة. لكن بعد تخرجهم، لن يشارك أي منهم في بناء الإستراتيجيات إلا بعد سنوات. أضف بعض الرياضيات المتقدمة وسيظن نخبة شبابنا أنهم بلغوا ذروة المعرفة، لكن السقوط عندها سيكون صعباً للغاية؛ لأنهم لم يتمكنوا بعد من إتقان معرفة (طريقة عمل الأشياء).

لا يمكن تناسي حقيقة أن نسبة مهمة من السكان، حتى في البلدان الصناعية، يعانون الأمية الوظيفية (عدم القدرة على القراءة الصحيحة، والكتابة، وفهم معنى نص بسيط). التعليم الجيد يتطلب منهجاً ذا شقين، فالإلى جانب النظام الأكاديمي الذي يعلم البعض إتقان (العلوم) ينبغي أن يكون هناك نظام مهني يعلم الآخرين إتقان (الحرف).

كلتا الطريقتين ينبغي أن تؤديا إلى المستوى نفسه من التقدير والنجاح في المجتمع، وإلا فإن الأكاديميين الشباب سيستمررون بالتوافد إلى نوادي (البطالة المقنعة)، وسيظل

الشباب من أصحاب التعليم المهني في مرتبة (أقل تقديرًا)،
وهذه من دون شك خسارة كبرى للجميع.



91

هل نحن شرفاء؟

الإحساس بالأمن، أو بالإحري الشعور بانعدام الأمن، له تأثير كبير في الطريقة التي تتعامل بها الشركات مع عملائها. هل نعد الزبائن محتالين محتملين؟ أم أن الغالبية العظمى منهم شرفاء؟ سؤال صعب، فخيانة الأمانة ينظر إليها بشكل مختلف تبعاً للمكان الذي نعيش فيه.

بحسب تقرير المعهد الدولي للتنمية الإدارية Imd حول التنافسية العالمية، فإن البلدان التي تحقق لمواطنيها أكبر قدر من الأمان الشخصي وحماية الملكية الخاصة هي فنلندا، والدانمارك، والنرويج، وكندا وسويسرا. وفي هذه البلدان أيضاً - أكثر أو أقل قليلاً - الحد الأدنى من نسبة الفساد. أما بلدان أمريكا اللاتينية وأوكرانيا ورومانيا فتحتل أسفل القائمة.

تبدو هذه الإحصاءات متوافقة مع نتائج اختبار (المحفظة المفقودة): إذا وجدت محفظة نقود في الطريق وبدخلها بعض الأوراق النقدية، وكنت بمفردك ولا أحد يراك، ووجدت في داخل المحفظة ما يدل على عنوان سكن صاحبها؛ كيف تتصرف حينها؟ في الدول الإسكندنافية، أكثر من (90%)

من المحافظ النقدية تعود إلى أصحابها أو إلى الشرطة، وفي سويسرا يعاد (75%) منها، وفي بعض دول أمريكا اللاتينية أقل من (30%).

يجب على الشركات في مواجهة هذا الوضع تحديد الهوية الأخلاقية لعملائها. على سبيل المثال، تعرض العديد منا إلى بعض عمليات الاحتيال في استخدام بطاقات الائتمان؛ أكثر الدول تضرراً من مثل هذا النوع من الاحتيال هي المكسيك، والولايات المتحدة، والهند. مع ذلك، ووفقاً للبنك المركزي الأوروبي، لا تتجاوز نسبة العمليات غير المشروعة في أوروبا (0.03%) من مجمل العمليات التجارية، وعلى المستوى العالمي لا تتعدى عمليات الاحتيال في بطاقات الائتمان (0.1%).

على مستوى المتاجر، تتراوح قيمة المسروقات من (1% - 1.5%) من مبيعات السوبرماركت، وتكون - عادة - أعلى في المتاجر الصغيرة التي ليس فيها أنظمة أمنية جيدة. هذه الأرقام تؤكد أن الغالبية العظمى من الزبائن يتعاملون بنزاهة بنسبة (98%). مع ذلك، هل يتم التعامل معهم على هذا الأساس؟ تستمر العديد من المتاجر في النظر بعين الشك إلى الزبائن الذين يتجولون في ممراتها من دون أن يكون لديهم فكرة عما يودون شراءه.

تعيق العديد من المتاجر تبديل المنتجات ذات العيوب؛ لأنها تشك في أن العميل أحدث التلف وأنه يسعى إلى الحصول على بديل مجاني، وقد أدت هذه الطريقة في التعامل إلى الإضرار بسمعة شركات عديدة وتسببت في نفور الزبائن، لدرجة أن بعض الشركات قررت تغيير سياستها تجاه موضوع الأمانة.

أعلنت متاجر (دارتي) في فرنسا أنها تضمن بيع منتجاتها للعملاء بأقل سعر في السوق، وبأنها ستدفع للعميل الفرق إذا تمكن من الحصول على المنتج نفسه بسعر أقل في أي مكان آخر. في الولايات المتحدة، خطت وول مارت إلى أبعد من ذلك، فقد كانت إحدى أولى الشركات التي اعتمدت في تعاملها مع العملاء سياسة (إذا لم تكونوا راضين تستطيعون استعادة نقودكم)، حتى إذا اشترت عن طريق الخطأ ستستعيد مالك، والهدف من كل هذه التسهيلات نيل رضا العملاء وثقتهم.

يبدو في النهاية أننا نزيهون فعلاً، وبالرغم من ذلك، فمن الصعب أحياناً إقناع بعض الشركات بهذا، ما يقتضي تدريباً أفضل للموظفين، ويتطلب أيضاً تغييراً في العقلية التي تخطط وتدير التعامل مع الزبائن.



92

هل أنتِ سعيدة؟

في عام (1972م) وضعت بوتان مؤشرًا لتقويم سعادة مواطنيها، وأطلقت عليه اسم (مؤشر السعادة الوطني العام). وتتجلى أهمية هذه المبادرة في أن هدف سياسة أي دولة الارتقاء بازدهارها، وبالتالي العمل على تحقيق الرفاه والسعادة لمواطنيها. كانت الفكرة ناجحة فأصبحت هذه المؤشرات شائعة في العديد من الدول.

نشرت إيكونوميست إنتليجانس يونيت في عام (2013م) قائمة بأفضل الدول التي يمكن أن يحلم المرء بأن يولد فيها، جاء في رأس القائمة سويسرا تلتها أستراليا، والنرويج، والسويد، والدانمارك. وفي محاولة لمعرفة أي البلدان أكثر ملاءمة لسعادة الأجيال الشابة؛ أجرت ثلاث منظمات (المؤسسة الدولية للشباب، ومركز الدراسات الإستراتيجية والدولية، وشركة هيلتون) مؤخرًا أبحاثًا واستقصاءات، أشارت نتائجها إلى أستراليا ثم السويد فكوريا الجنوبية، تليها المملكة المتحدة وألمانيا.

لكن الازدهار يظل مفهوماً قابلاً للتطبيق على المجتمعات البشرية، مثل الأمة، في حين أن السعادة شعور فردي شديد الخصوصية. أما الحديث عن (السعي إلى السعادة) (*) على مستوى الأمة الذي ورد في وثيقة إعلان استقلال الولايات المتحدة، فيظل حدثاً فريداً نسبياً، واستثناء يؤكد القاعدة.

الرفاهية أو السعادة شعور شخصي من الصعب تحليله من وجهة نظر اقتصادية. علاوة على ذلك، يبدو أن بعض الناس لديهم ميل طبيعي إلى السعادة. يرى أرسطو في كتابه الأخلاق إلى نيقوماخس (***) أن السعادة هي الهدف (Telos) من الحياة، ويؤكد أن بعض الناس ولدوا مع ميل طبيعي إلى السعادة، وأن ممارسة الفلسفة والفضيلة وحدها التي يمكن أن تزيدها. وقد عزز علم الوراثة وجهة النظر هذه بعد مرور ألفي عام عندما أسند إلى كل من هرمون الأوكسيتوسين والناقل العصبي المسمى سيروتونين - وكلاهما من العناصر الوراثية في جيناتنا - دور حاسم في إثارة السعادة وعلاج الاكتئاب، ويبدو

(*) Life, Liberty and the pursuit of Happiness: (الحياة، الحرية والسعي من أجل السعادة) العبارة الشهيرة في وثيقة إعلان الاستقلال الأمريكية. (المترجم).
 (***) Nicomachean Ethics من أشهر مؤلفات أرسطو. وهو كتاب في علم الأخلاق (Ethics) أهداه المؤلف إلى ابنه نيقوماخس. نقل إلى العربية في العصر العباسي الأول على يد إسحق بن حنين، لكن هذه النسخة المترجمة عن اليونانية مباشرة ضاع معظمها. وفي عام (1919م) أعيد نقله إلى العربية عن النسخة الفرنسية على يد أحمد لطفي السيد. (المترجم).

أن بعض الممارسات، مثل التأمل واتخاذ مواقف إيجابية من الحياة، يمكن أن تزيد من إفراز هذين المركبين في أجسامنا.

ماذا عن النجاح المادي؟ يرى أنجوس ديتون، الفائز بجائزة نوبل في الاقتصاد لعام (2015م) أن السعادة مرتبطة بالدخل، لكن هذه العلاقة تبقى قائمة حتى مستوى محدد (75 ألف دولار في السنة)، وعند تخطي هذه العتبة يبرز الدور المهيمن للجوانب النوعية في الحياة. وقد أشار لي كوان يو، رئيس وزراء سنغافورة السابق، مرة إلى أن الناس يجب أن يختبروا فوائد النجاح الاقتصادي للبلاد في حياتهم اليومية؛ إذ ينبغي أن يلمس السكان تحسينات واضحة في الخدمات الطبية، والمدارس، والطرق، ووسائل النقل العام، والإسكان؛ لأن النمو الاقتصادي ينبغي أن يترجم إلى رفاه يشمل الجميع.

ينطبق الأمر نفسه على الشركات. يقول بيل هيوليت، أحد مؤسسي شركة هيوليت باكارد: «إذا أتحت لموظفيك بيئة عمل جيدة، فإنهم سيعملون أفضل ما في وسعهم تلقائياً». الشركات التي يكون الموظفون فيها (سعداء) هي تلك التي تكون فيها مستويات التحفيز والابتكار أعلى ما يمكن. تصنف فورتشن بشكل دوري ترتيب الشركات العالمية الأكثر جاذبية للعمل فيها؛ ومن غير المستغرب أن جوجل تتصدر هذه القائمة باستمرار.

يعود التأثير المحدود للمعايير والسياسات الوطنية إلى كونها تركز على العوامل الخارجية للسعادة، كوريا الجنوبية تعادل اليونان في الناتج المحلي الإجمالي للفرد، لكن نسبة الانتحار السنوية فيها تصل إلى (28.9 لكل 100 ألف شخص)؛ أي أعلى من اليونان بتسعة أضعاف تقريباً. وتحتل اليابان، وهي ثالث أكبر اقتصاد في العالم، المرتبة الأولى في نسبة الانتحار بين الأمم المتقدمة (18.5 لكل 100 ألف شخص). الازدهار والرخاء عاملان مهمان لتحقيق السعادة، لكنهما ليسا العاملين الوحيديين، فليس بإمكان النقود وحدها إسعاد الناس، وإن كان نقصها يمكن أن يؤدي إلى تعاستهم.

السعادة إذاً مفهوم صعب المنال، إنها نتيجة السياسات التي تقود الناس إلى الازدهار، والرؤى التي تعزز الأمل لديهم، وكلما أحاق الخطر بالازدهار ازداد دور الأمل في تحقيق السعادة. أخبرني إدوارد هيث، رئيس الوزراء البريطاني السابق، مرة: «حين نعجز عن منح الناس الأمل بشكل مستمر، نكون قد أخفقنا في مهمتنا». لسوء الحظ، يميل معظم الرؤساء إلى نسيان هذه الفكرة في وقت الأزمات الاقتصادية.



93

هل ولدت في الزمان الخطأ؟

إذا كان عمرك اليوم بين (40 و50) عاماً فقد تظن أن العصر الذهبي كان قبل الآن ببضعة عقود، وبالعودة إلى تلك الأيام، ونحن لا نزال في عمرنا هذا، سنستمتع برؤية أطفالنا يكبرون، ثم يغادرون المنزل، وأبويننا الشابين بما يكفي للعناية بنفسيهما، ولديهما وفرة من الوقت للتنزه في السيارات ذات السقف المتحرك، أو الإبحار باليخت والسفر حول العالم.

من الجلي للعيان في عصرنا هذا أن جيل الأربعينيات يفقد أشياء عديدة، فلأول مرة يتعايش الذين تتراوح أعمارهم بين أربعين وخمسين عاماً مع أربعة أجيال اقتصادية، ويختبرون التعامل مع أجدادهم، وأهلهم، وأبنائهم الذين يرفضون أن يكبروا، مثلما مع حياتهم الخاصة.

في بريطانيا العظمى هناك أكثر من ثلاثة ملايين شاب وشابة تتراوح أعمارهم بين (20 و30) سنة لا يزالون يعيشون مع أهلهم، وقد زادت الأزمة الاقتصادية التي ضربت جنوب أوروبا من اعتماد الشباب على الأهل، فحتى أولئك الذين سبق أن غادروا منزل الأسرة انتهى بهم الأمر إلى العودة. إنه جيل

الـ (بمرنغ)^(*) الذي غدا ظاهرة واسعة الانتشار شبه معترف بها، ولم يعد عيش البالغين مع أسرة الأهل وصمة عار مثلما كانت الحال منذ وقت قريب.

ربما يعود السبب إلى تغير الخصائص السكانية للمجتمعات. أظهرت دراسات معهد ماكس بلانك الألماني أن متوسط عمر الإنسان في عام (1800م) كان أقرب إلى عمر رجل الكهف قبل (20) ألف سنة؛ أي من (32) إلى (35) سنة. لكن الوضع تغير منذ ذلك الحين، فقد أدى تقدم الطب إلى زيادة متوسط العمر المتوقع إلى ما يزيد عن (82) عاماً في معظم بلدان الاقتصادات المتقدمة. واليوم، يزداد متوسط العمر المتوقع نحو خمس ساعات يومياً، ما يزيد من ارتفاع تكاليف التقاعد والرعاية الصحية.

يتميز كل جيل بمنظومة قيم خاصة به. الفرق اليوم هو أن قيم الجيل الجديد لا تحل محل سابقتها بل تضيف إليها، والنتيجة هي حالة من التشوش والفوضى. وبالنسبة إلى الشركات، لم يعد السؤال حول كيفية التكيف مع قيم الأجيال الجديدة، بل بالأحرى كيفية التأكد من إمكان توافق هذه القيم الجديدة مع نظيراتها التي تنتمي إلى جيل مضى أو جيلين،

(*) بمرنغ (boomerang): قطعة خشبية ملوية كان الأستراليون الأصليون يستخدمونها في الصيد. تمتاز بأنها تعود في مسار منحني لتستقر في يد الرامي بعد إطلاقها. (المترجم).

وكيفية التأكد من أن الذين يأتون إلى المكتب مرتدين بذلة وربطة عنق يمكن أن يعملوا، جنباً إلى جنب، مع أولئك الذين يرتدون الجينز (انظر السؤال (87): ماذا عليك أن ترتدي من أجل العمل؟).

يزيد العمل من الضغوط، فالجيل (الأوسط) يشعر بأنه يحتاج إلى النجاح السريع أكثر من أي وقت مضى. ووفقاً لشركة إيفون زهندر (شركة توظيف) فقد ارتفع عدد المديرين التنفيذيين الذين في الأربعينات من عمرهم إلى (40%) خلال خمسة عشر عاماً، وظاهرة الشباب - المليونيرات (في الثلاثينات من العمر) أصبحت أكثر شيوعاً. أضف إلى ذلك أن المديرين التنفيذيين الشباب يرغبون بشدة في الحياة الأسرية وإنجاب الأطفال، ففي الوقت الحاضر، ينجب الآباء الأثرياء أطفالهم بعد الثلاثين حين تكون حياتهم المهنية في طور الإقلاع، الأمر الذي يقتضي مستوى عالياً من العمل وتنظيم الأسرة، وجدولة المهمات اليومية المكثفة. وفي الواقع، لا يتمتع الجميع بقدرات ماريسا ماير التي أصبحت رئيس ياهو في السابعة والثلاثين من عمرها، وكانت حاملاً آنذاك. لقد أصبحت مجتمعاتنا مثل شركاتنا متعددة الأجيال والثقافات؛ إذ لا يزال هناك أدوار رئيسة لأولئك الذين تتراوح أعمارهم بين (40 و50) عاماً.

إنها الرابطة بين الماضي والمستقبل التي تتفهم تطلعات كل من
الزملاء الشباب والكهول.

لقد أصبحت بيئة العمل نقطة تلاقي الناس ذوي
الخلفيات والأهداف والمنظومات القيمية المختلفة، والتحدي
الجديد أمام ثقافة الشركة هو تحقيق شروط تعايش أطراف
هذا التنوع جميعهم بانسجام وسعادة.



94

هل أنت مدمن رقمي؟

قبل الإجابة عن هذا السؤال عليك إجراء الاختبار الآتي:
أغلق هاتفك المحمول، وتوقف عن متابعة حاسوبك وتصفح الإنترنت ومطالعة بريدك الإلكتروني. كم من الوقت يمكنك الاستمرار في ذلك؟ إذا غدوت بعد بضع ساعات عصبياً وقلقاً فهذا يعني - من دون شك - أنك مرتبط بشدة بالعالم الرقمي. ليس هذا مرضاً في الواقع، بل هو نوع من الإدمان الذي يسيطر على شريحة عريضة من الناس.

يولد العيش داخل العالم الافتراضي (24 ساعة في اليوم ضغطاً نفسياً كبيراً، فالموظف الذي يغادر عمله في عطلة نهاية الأسبوع يظل منشغلاً بالتراكم المستمر للبريد الإلكتروني في حاسوبه، وبدلاً من الانتظار إلى حين عودته إلى المكتب، يأخذ بتصفح بريده في التاكسي أو على الشاطئ، حيث يفترض أن يعيش حالة راحة واسترخاء، فيعاوده توتره من جديد.

بالرغم من البرامج الإلكترونية التي تجنبنا رسائل الإعلان المزعجة^(*) نتلقى كل يوم مئات الرسائل التي يظن

.Anti-Spam (*)

مرسلوها أنها بالغة الأهمية. في عام (2011م) اعتمدت شركة فوكسفاجن سياسة خاصة لحماية موظفيها تتلخص في عدم إرسال البريد إلى هواتفهم خارج أوقات العمل، ويومًا بعد يوم يزداد ميل المديرين إلى تشجيع عدم إرسال البريد إلى زملائهم خلال العطل الأسبوعية والأعياد، ما يعفي الموظفين من عدم الرد مباشرة عليها، وأصبح من المألوف أن تترك ملاحظة بريدية تقول إنك غير متاح حاليًا. مع ذلك، يخشى الموظفون أن يظهروا بمظهر الكسل أو اللامبالاة تجاه عملهم إذا لم يستجيبوا بسرعة. من الناحية العملية نحن نتوقع عادة الحصول على رد على رسالتنا من أحدهم خلال (24) ساعة، حتى إذا كان مسافرًا أو مريضًا أو غائبًا في عطلة؛ لذا اعتمدت ديملر، وهي شركة ألمانية أخرى، نظام (بريد عطل) جديدًا للرد على الرسائل، حيث ترد المرسل ملاحظة تفيد أن رسالته لم تصل إلى العنوان المطلوب لأن المرسل إليه في عطلة، وتقترح عنوان شخص آخر بديل للمراسلة.

يمكن للأفراد ضبط التعامل مع البريد من خلال تحديد مدد ثابتة لتصفحه والالتزام بها بشكل دقيق؛ لتجنب الإلهاء والتشوش خلال العمل. وينصح أيضًا بالابتعاد عن قراءة البريد في وقت متأخر من المساء؛ لتجنب التوتر والأرق. أما رسائل البريد الصوتي ورسائل الفيديو فلا يمكن اختصار مدتها؛

أو تجنب مقدمات التعريف المطولة التي لا مفر منها، ويقدر عدد رسائل الشبكات الاجتماعية بما فيها الواتس أب ورسائل الـ SMS بخمسين مليار رسالة كل يوم.

الفضاء الرقمي عالم رائع بالتأكيد، لكنه ذو طبيعة متطفلة تنتهك خصوصية مستخدميه، خاصة في منازلهم. يشاهد الأمريكيون التلفاز (34) ساعة أسبوعياً، ثلاث ساعات ونصف الساعة كل يوم للأطفال الذين تتراوح أعمارهم من (2 إلى 11) سنة. أضف إلى ذلك خمس ساعات في الأسبوع لتصفح الإنترنت على أجهزة الحاسوب والهواتف. يتصفح الأمريكيون هواتفهم الذكية (8) مليارات مرة كل يوم، وبشكل متوسط ينظر الناس إلى شاشات هواتفهم (46) مرة في اليوم! وقد زادت الشبكات الاجتماعية من الضغط؛ ففي الصين ينفق المشتركون بتطبيق Wechat عشرين ساعة في الشهر على رسائلهم.

هل يمكننا حقاً الإفلات من ضغوط الفضاء الرقمي؟ خطت كاليفورنيا خطوة لافتة في هذا المجال، وأطلقت فكرة (مخيم الاستشفاء من السموم الرقمية)؛ إذ ينبغي للمشاركين ترك هواتفهم الذكية في حجرة الاستقبال قبل الدخول، ولا يسمح لهم بأي شكل من الأشكال تصفح رسائلهم، فيتعلمون من جديد العيش مثلما في الماضي حيث لم يكن أحد يعلم بمكانهم،

ولا بما يمكنهم فعله أو بحالهم أمس في الساعة العاشرة وأربع وعشرين دقيقة قبل الظهر. وقد اقترح البعض الاحتفال بيوم (فك الارتباط الرقمي) الوطني بهدف إعادة (الارتباط) بالحياة، وهي فكرة ليست سيئة.



95

هل ستعانيه الوحدة حين تهرم؟

مع ازدياد معدل العمر المتوقع، يظل تأثيره في مستوى حياتنا غير مؤكد. في البلدان المتقدمة يعيش الناس ما يزيد متوسطه عن (82) عامًا، ومن الجيد بالتأكد أن يطول معدل عمر الإنسان. في أوروبا، ارتفع الرقم الخاص بمنتصف العمر من (29) سنة عام (1950م) إلى (40) سنة في وقتنا الحاضر، وفي أمريكا الشمالية، ارتفع من (30 إلى 37) عامًا، وفي دول آسيا المتقدمة من (22 إلى 29) عامًا. أصبح من المؤلف أن يتخطى عمر بعض المعمرين حاجز المئة عام، فحاليًا تبلغ نسبة هؤلاء في اليابان (34 من كل 100 ألف)، تليها إيطاليا وفرنسا بـ (27)، ثم تايلاند وإسبانيا بـ (26)، وأخيرًا في كل من كندا وألمانيا والمملكة المتحدة بـ (22) معمرًا.

لكن بلوغ هذه المرحلة من العمر لا يزال يُنظر إليه على أنه حدث استثنائي في العديد من البلدان. في المملكة المتحدة ترسل الملكة رسالة تهنئة إلى من يتخطى المئة عام، وفي الولايات المتحدة يفعل الرئيس الشيء نفسه، وفي اليابان يتلقى هؤلاء شهادة من رئيس الوزراء، أما في السويد فتصل

التهنئة عبر برقية من الملك والملكة، فيما تحتفي إيرلندا بهذا الحدث بتخصيص مكافأة رمزية قدرها (2500) باوند. لكل بلد طريقتة وأسلوبه. من يدري، ربما يصبح تكريم المعمرين في المستقبل عملاً بدوام كامل لرؤساء الدول!

يؤثر ارتفاع عدد السكان المتقدمين في العمر بسبب تقدم العناية الطبية سلباً في معدلات الخصوبة والإنجاب. اليوم تبلغ نسبة التعويض السكاني (الحد الأدنى للولادات الضرورية لبقاء عدد سكان دولة ما ثابتاً دونما نقصان) (2.1) مولوداً لكل أسرة، وهو رقم لا يُحقق في معظم دول أوروبا وأمريكا الشمالية. أما في آسيا فهناك قدر أكبر من التباين؛ فمعدل الولادات في كل من الصين واليابان وكوريا الجنوبية وتايلند أقل من (2.1) للأسرة، في حين أن عدد السكان في ارتفاع مستمر في الهند وإندونيسيا والفلبين، وبحلول عام (2050م) سيكون عدد الذين تخطوا الستين على المستوى العالمي أكثر من عدد الأطفال بعمر (15) عاماً.

عواقب ارتفاع عدد المواطنين المسنين عديدة، ومنها: ازدياد عدد سنين العمل، وعدم استقرار استحقاقات التقاعد، وارتفاع تكلفة الرعاية الطبية. لكن ليست الأخبار جميعها سيئة؛ فمن المتوقع أن هؤلاء الذين تخطوا الخامسة والخمسين من أعمارهم سيكونون مسؤولين عن (55%) من الإنفاق

الاستهلاكي في البلدان المتقدمة، ومع اتساع شريحة (الأجيال الفضية) سيعزز شعار (الثروة والصحة أولاً).

ثمة جانب آخر مثير للقلق في هذه الثورة العمرية، وهو أن المزيد من الناس سيعانون الوحدة حين يتقدم بهم السن. في أوروبا مثلما في الولايات المتحدة يعيش (75%) من الناس تقريباً فوق سن الستين وحيدين، من دون أي بيئة داعمة تحميهم وترعاهم، فهم لا يعيشون مع أبنائهم ولا في مؤسسة رعاية. ينخفض هذا الرقم إلى (30%) في آسيا، فوق الثقافة الآسيوية التقليدية المتأثرة بالأخلاق الكونفوشيوسية، يجب أن يعيش الجد والجددة في المنزل ويتلقيا العناية من أبنائهم، وبالمقابل يقومون برعاية الأحفاد. هذا النهج لا يحقق أهدافه الثقافية والأخلاقية فحسب، بل يستجيب أيضاً إلى ضرورة اقتصادية. إنها الطريقة العملية الوحيدة للعناية بكبار السن حين يكون نظام راتب التقاعد مفتقراً إلى التمويل المناسب، مثلما هو الحال في العديد من الاقتصادات الناشئة.

في أوروبا والولايات المتحدة، يتلهف الأبناء لمغادرة منزل الأهل في وقت باكر لبدءوا حياتهم الأسرية الخاصة، وبهذا يمكن للجد والجددة البقاء في المنزل حتى يحين الوقت الذي يحتاجان فيه إلى الإقامة في دار رعاية أو مركز طبي. لقد مكن التقدم التقني كبار السن من البقاء في المنزل مدة أطول؛

وتراقب المراكز الطبية والمشايخ أوضاعهم الصحية عن بعد. لكن، بالرغم من أهمية هذا التقدم فهو يزيد من عزلة كبار السن في المجتمع؛ فالمراقبة الصحية عن بعد بواسطة تقنيات الاتصال الحديثة والأجهزة الطبية المتطورة تحد من التفاعل الاجتماعي بين المسنين ومحيطهم المجتمعي؛ فتزداد مشاعر العزلة القاسية واليأس لديهم، وكأنما لسان حالهم يقول: «لم أرغب في العيش أكثر إذا كان الثمن الذي سأدفعه مقابل العلاج عن بعد المزيد من الوحدة والعزلة؟».

من المؤكد أن تقدم التكنولوجيا والعلوم مفيد جداً، وضروري من أجل أجيال المستقبل من المسنين، ومع ذلك يجب إيلاء العناية اللازمة للجانب العاطفي والنتائج المترتبة عليه لدى هؤلاء، فلا يمكن أن يعمل أحد النهجين جيداً بمعزل عن الآخر.



96

هل الطلاق صفقة رابحة؟

هذا يرتبط بالشخص الذي اقترنتِ به؛ فإذا كنتِ قد ارتبطتِ بروسي من النخبة الحاكمة، يمكنه نثر أوراق المال على من حوله وكأنها قطع حلوى، أو تزوجتِ وريثة ثرية من كاليفورنيا، فالطلاق يمكن أن يتحول إلى صفقة رابحة. لكن هذا استثناء بالطبع، فالطلاق بالنسبة إلى الغالبية العظمى من الناس يؤدي إلى تراجع حالتهم الاقتصادية أو انهيارها.

يبلغ معدل حالات الطلاق في الولايات المتحدة اليوم (54%)، وفي أوروبا (44%). وهناك تباين واضح بين الدول في هذا المجال، ففي حين يصل إلى (71%) في بلجيكا، فإنه لا يتعدى الـ (15%) في إيرلندا، وذلك بحكم تأثير القوانين الكنسية الكاثوليكية الصارمة. لكن العوامل الدينية وحدها لا تفسر كل شيء، ففي البرتغال مثلاً تبلغ نسبة الطلاق (68%)، و(65%) في إسبانيا (وكلتا الدولتين على المذهب الكاثوليكي)، ويصل هذا المعدل إلى (25%) في إيطاليا نفسها. في هذه الأيام، الفلبينيون الكاثوليك وحدهم لا يزالون يحرمون الطلاق. في حالة الزواج الثاني ترتفع نسبة الطلاق بحسب الإحصاءات

الأمريكية إلى (67%) وإلى (73%) في حالات الزواج الثالث. بمعنى آخر كلما حاولت الزواج عددًا أكبر من المرات قلت فرصك في النجاح، وهذه النتيجة غير مشجعة بالتأكيد.

بالنسبة إلى العديدين، يعود سبب تدني الحالة الاقتصادية الناجمة عن الطلاق - ببساطة - إلى تطبيق المبدأ الأساسي في الأعمال (مبدأ وفورات الحجم)^(*) الذي يمكن تلخيصه في أنه تخفيض التكلفة عن طريق زيادة عدد مصادر الدخل وحجمها، ومعنى ذلك أن الأسرة حين تعيش في الشقة نفسها، وتطهو طعامها في المطبخ نفسه، وتستخدم التلفاز نفسه وآلة غسيل الملابس، فهذا سيضغط نفقات المعيشة بمقدار كبير مقارنة بالحالة التي يعيش فيها كل فرد في العائلة منفصلاً. بعد الطلاق، تتحول الأسرة المفككة إلى مجموعتين اثنتين أصغر، وبالنتيجة، فإن تكلفة (وحدة نفقات الأسرة) ستزداد بالتأكيد حتى يمكن المحافظة على مستوى المعيشة الذي اعتادت عليه قبل الطلاق.

بالإضافة إلى ذلك، تغدو قنوات توزيع الدخل (مثل نظام النفقة) بعد الطلاق أقل كفاءة وأكثر تعقيداً، ويجب هنا أيضاً إضافة تكاليف لم تكن واردة من قبل في ميزانية الأسرة، مثل النفقات القانونية بما في ذلك أتعاب المحامين الذين يمكنهم

(*) وفورات الحجم: (economies of scale) مبدأ انخفاض متوسط التكلفة الكلية كلما ارتفع حجم إنتاج الشركة؛ إذ يفترض أن تؤدي الزيادات المطردة في الإنتاج إلى انخفاض وحدة التكلفة على المدى الطويل. (الترجم).

جعل المسألة باهظة التكلفة حقاً. والدليل على ذلك توافر (1.2) مليون محام متخصص حصرياً في قضايا الطلاق في الولايات المتحدة وحدها!

ثمة طرفة يحب الأمريكيون تناولها تقول إن المحامي حين يعيش في بلدة صغيرة فهو يتنقل عادة بسيارته رخيصة الثمن، أما حين يصل إلى البلدة محام آخر فسرعان ما سيقود كل منهما سيارة فاخرة.

من وجهة نظر اقتصادية، لا يحمل الطلاق وجهاً سلبياً فحسب، ففي العديد من الدول يساهم الطلاق في تطوير القطاع العقاري، بمضاعفته الطلب على البيوت الضرورية للسكن. وفي البلدان ذات معدلات الطلاق المرتفعة تدخل نسبة كبيرة من النساء سوق العمل بسبب الطلاق، ويتم ذلك غالباً بسبب الحاجة إلى مصدر للعيش أكثر من كونه خياراً أو موقفاً من الحياة. مع ذلك تعاني الإحصاءات صعوبات في تقدير حجم تأثير الأزواج المنفصلين سرّاً، أو الأسر التي أعادت لم شملها دونما إعلان قانوني.

إذاً لم يلجأ الناس إلى الطلاق؟ الإجابات يمكن أن تكون متنوعة للغاية، فالبعض يقول بسبب موقف طارئ أو غير متوقع من الشريك، وهذا ليس مقنعاً؛ لأن مواقف الأُمس لا تقل غموضاً والتبأساً عن نظيراتها اليوم، عدا عن أن الطلاق

ليس خياراً لا فكاك منه لانفصال الأزواج بعضهم عن بعض (يحافظ البورجوازيون على زواجهم، لكن بالمقابل لدى كل منهم صديقة). هناك من يرى أن فصل قوانين الزواج عن سلطة كل من الدولة والكنيسة أدى إلى عدم تجريم الطلاق من الناحيتين: الدينية والأخلاقية؛ ما جعل الطلاق أسهل.

أخيراً، هناك تفسير أنثروبولوجي، فنحن بنو (الإنسان العاقل) حين كان معدل حياتنا في الماضي يتراوح بين (30 و 35) عاماً، لم نكن نمضي أكثر من (20) سنة منها مع نفس الشريك، فكيف بالأحرى في أيامنا هذه حيث تخطى معدل العمر المتوقع الثمانين عاماً؟ أرى أنه من الصعب أن نبقى مع نفس الزوج حقبة أطول. هل يفسر هذا (أزمة منتصف العمر)؟



97

ألا يزال هناك مستقبل للكتابة اليدوية؟

من نتائج الحضور القوي للحاسوب والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية في حياتنا أن الكتابة اليدوية بدأت بالاختفاء، وقد تأثرت حركة البريد التقليدي بهذا التغيير؛ إذ يتراجع معدل عدد الرسائل التي توزع بهذه الطريقة - بانتظام - بنسبة تتراوح من (2% - 5%) كل عام، فقد بدأ البريد الإلكتروني والرسائل النصية ورسائل الوسائط تحل مكانها على نطاق واسع. ما الذي سيحدث إذاً للرسائل التقليدية الجميلة المكتوبة بخط اليد؟

تؤدي الكتابة اليدوية ثلاث وظائف: التواصل، والأرشفة، وإضفاء الشرعية على النصوص. وقد كان فولتير مشهوراً بحجم مراسلاته المكتوبة بخط يده والتي تجاوز عددها (20) ألف رسالة. قديماً، اخترعت الكتابة المسمارية في منطقة الهلال الخصيب لتؤدي بشكل أساسي دورها في تدوين سجلات المخزون الغذائي الحيوي لحياة الناس، وتدوين المعاملات والعقود التجارية، وحفظها، ولا تزال معظم العقود توقع بخط اليد إلى

يومنا هذا، لكن قريباً ستتم العقود جميعها إلكترونياً، وستحفظ بالطريقة نفسها باستخدام تقنية الفضاءات السحابية^(*).

بالرغم من هذا التطور لا تزال الكتابة اليدوية صامدة، واستمر إنتاج (أدوات) الكتابة في العديد من الشركات؛ على المستوى العالمي هناك أكثر من (40) شركة متخصصة بصناعة الأقلام، وأكثر من (170) علامة تجارية مختلفة من أقلام الرصاص من أشهرها شركة فيبر كاسل الألمانية التي يعود تأسيسها إلى عام (1761م)، وشركة كاران آرثشي السويسرية التي بدأت عملها عام (1915م). هناك إذاً سوق حقيقية لأدوات الكتابة اليدوية. كيف يمكن تفسير ذلك؟

لقد أصبحت الكتابة بخط اليد نوعاً من الرفاه؛ لهذا تحولت الأقلام وأقلام الرصاص نفسها إلى سلع فاخرة، وغدت الكتابة اليدوية إحدى عناصر التواصل عبر الفضاءات الحميمة؛ فرسالة التهنئة، أو الحب، أو العزاء تكتب بخط اليد، وبطاقات أعياد الميلاد ورأس السنة أيضاً تكتب (أو ينبغي أن تكتب) وتوقع يدوياً. هذا النوع من الكتابة يؤكد على مشاعر الانتماء إلى الدائرة الحميمة لمعارفنا المقربين المئة والخمسين بحسب عالم الإنترنت روجيا روبن دونبار (انظر السؤال (78): كم تحتاج من

(*) cloud technology تقنية السحاب الافتراضي التي تتيح تخزين البيانات عن طريق الإنترنت بدلاً من تخزينها على الحواسيب ووسائط التخزين التقليدية لضمان عدم فقدانها. (المترجم).

الأصدقاء؟). هذا في ما يتعلق ببلاد الغرب، أما في الشرق فهناك وجه آخر جمالي للكتابة اليدوية وهو فن الخط (Calligraphy). عام (353)، أقام الخطاط الصيني الشهير (وانغ تشي (هي) حفلاً دعا إليه اثنين وأربعين شخصاً من النخبة الأدبية احتفاءً بقدوم الربيع، جلس الضيوف على ضفاف ينبوع تحمل مياهه أكواب العصير الطافية إلى الضيوف، وكان على كل ضيف أن يتناول كوباً يحسسه بمتعة قبل أن يشرع في كتابة قصيدة. في الفجر دُعي وانغ تشي هي لكتابة مقدمة قصائد (سرادق الأوركيد) (*) بخط يده كذكرى، جاء خط المقدمة رائعاً بطريقة لا تصدق، فتداول الناس بعد ذلك قصة مفادها أن وانغ حاول بعد ذلك أكثر من مئة مرة إعادة كتابة النص بالروعة نفسها، لكنه لم يفلح أبداً في مقارنة النسخة الأولى.

بعد قرنين أعلن الإمبراطور لي شي مين، مؤسس سلالة تانغ الشهيرة، عن رغبته في أن يدفن مع المخطوط رائع الجمال، وقد أرسل بالفعل من يسرقه!

قد يصبح فن الخط، الذي قورن في ما مضى بالمخطوطات المزخرفة (***) في العصور الوسطى، مستقبلاً الكتابة اليدوية،

(*) The Orchid Pavilion تحول هذا الاحتفال في ما بعد إلى مهرجان شعري سنوي استمر خلال حقبة السلالات الصينية الست. (المترجم).

(**) Illuminated Manuscripts تعود أولى هذه المخطوطات إلى ما بين القرنين الخامس والسادس الميلاديين، وهي أعمال تدوين فنية فائقة الجمال مزودة بالرسوم والزخارف والألوان. (المترجم).

وربما يصبح التعبير الأقوى للمشاعر الشخصية، والتقدير
الأسمي الذي يمكن أن نمنحه لأي شخص، أو فكرة، أو إلى
أنفسنا نحن. ما الذي سيخلد من أنواع الكتابة الأخرى من كل
ما نتداوله إلكترونياً على شكل نصوص وصور؟ قد يكون هناك
فراغ عظيم في الإرث الجمالي.



98

هل انتهت عصر الورق؟

تواجه المجلات والصحف وبائعو الكتب اليوم المعضلة نفسها: كيف يمكن مواجهة تراجع استخدام الورق؟ لقد غيرت الأجهزة اللوحية وأجهزة قراءة الكتب الإلكترونية والهواتف الذكية طرق الوصول إلى المعلومة. يُقدر حجم المحتوى الرقمي العالمي اليوم بتسعة زيتابايت^(*)، وهو ما يحتاج إلى (2200) مليار قرص ليزري (Dvd) لتخزينه. باختصار، هذه كمية مهولة من المعلومات. ما مصير الورق إذاً؟

الحديث عن اختفاء الورق ليس جديداً، فقد أدى ظهور أولى مكاتب (اللاورق) قبل عشرين عاماً خلت إلى تغيير الطريقة التي نعمل بها إلى الأبد. لكن بالرغم من أن الحاسوب والهاتف والماسح الضوئي قد غيرت طبيعة العمل المكتبي، ما زلنا مستمرين في إنتاج كميات ضخمة من الورق، فشركة هيوليت - باكارد، وهي إحدى الشركات الرائدة في صناعة الورق، تبيع منه وحدها ما قيمته (25) مليار دولار كل عام.

(*) Zettabyte: وحدة تخزين إلكترونية تعادل 10^{21} ، أو 1000000000000000000000 بايت. (المترجم).

ليس الورق مجرد وسيلة لحفظ المعلومات، فهو يمد قنوات نفسية ومشاعرية تربطه بمستخدميه. التقنيات الجديدة أوجدت منهجاً جديداً في ابتكار المعلومة، مع أن اسم (الهواتف الذكية) ليس مناسباً تماماً؛ لأن استخدامها كهواتف يتراجع يوماً بعد يوم، فيما يترسخ حضورها كحواسيب متقلة صغيرة. على سبيل المثال، الهاتف النقال (سامسونج جالاكسي 5) مزود بمعالج أقوى (2.5) مليون مرة تقريباً من حاسوب المركبة الفضائية أبولو (11)؛ بالإضافة إلى ذلك، اتسعت سوق الهواتف الذكية وازداد استخدام الناس لها بشكل كبير: (90%) في الإمارات العربية المتحدة، و(87%) في كل من سنغافورة والمملكة العربية السعودية، و(83%) في كوريا الجنوبية، و (79%) في النرويج خلال العام (2015م).

لكن فيم تستخدم قدرات هذه الحواسيب؟ في معظم الحالات في مشاهدة الأفلام أو ملفات الفيديو، ففي عام (2015م) استأثرت شبكة نيت فليكس وحدها بـ (37%) من البث عبر الإنترنت في الولايات المتحدة. مثلما تستخدم لتبادل الرسائل وأنشطة شبكات مواقع التواصل الاجتماعي؛ أي لأداء كل الأعمال التي لا يمكن للصحيفة أو الكتاب أن يقوموا بها. إذاً ما مصير الورق؟

في أثناء الجدل الكبير الذي دار حول مكاتب (اللاورق)، طرح العلماء السؤال الآتي: هل (الورق) مجرد مادة الورق فحسب أم أن فيه شيئاً آخر يحمل قيمة إضافية؟ بينت الدراسات النفسية أن الإنسان عندما يعد المعلومة مهمة ويرغب في (امتلاكها) فإنه يطبعها للاحتفاظ بها، ويبدو أن المعلومات الرقمية التي تعرض على الشاشة لا تولد الإحساس ذاته بالتملك الذي تقدمه نسختها الورقية، فالمعلومات الرقمية تعطي انطباعاً بكونها في متناول الجميع؛ في حين أن الوثيقة الورقية كائن ذو طبيعة شخصية وحتى حميمية في طريقة مشاركتها، أو كتابة التعليقات في حواشيها، أو حفظها بعناية فوق أحد الرفوف.

لم تلغ تقنيات المعلومات الجديدة دور الوسائط القديمة، ولم تحل محلها، بل أدت إلى توسيع قنوات تبادل المعلومات وتعدد أنواعها، فظهور المذياع لم ينه وجود الصحف؛ بل أضاف شيئاً جديداً إليها. وبشكل مشابه، لم يقض التلفاز على المذياع، ولم تحل الإنترنت مكان التلفاز، كل اختراع يكمل ما سبقه. مع ذلك، وبالرغم من أن الاهتمام بالحصول على المعلومات يبقى هو ذاته لدى المستهلكين، فإن كل تقنية جديدة تحتل حيزاً جديداً في السوق القائمة. وبالنتيجة، تتعرض التقنيات القديمة إلى هبوط في المبيعات.

سوف يحتفظ الورق بجاذبيته الخاصة وتفرده باحتضان الأفكار الثمينة، خاصة تلك المرتبطة بالمشاعر، مثل الروايات والشعر، ولأن هذه الأفكار تحتاج إلى تخصيص وقت لمطالعتها؛ سيستمر الورق من الناحيتين الفكرية والمادية الشكل الأفضل للقارئ، الذي ما زال يفضل وضعه بعناية فوق رف مكتبة ليعود إليه لاحقاً.

وعلى الأغلب سيظهر نموذج جديد في التعامل مع المعلومات في المستقبل؛ ففي أيام العمل يكون الشكل الرقمي هو القاعدة، لكن في أثناء عطلة نهاية الأسبوع، وفي العطل الطويلة، فإن الورق، بما في ذلك الكتب التقليدية، سيحتفظ بحقوقه وسيادته.



99

هل الفن استثمار ناجح؟

الفكرة النمطية المعتادة حول الفنان الوحيد أنه الذي لا تحقق أعماله العظيمة النجاح خلال حياته؛ فيمضي أيامه في بؤس وفقر مدقع حتى وفاته. هذه الصورة ليست بالضرورة القاعدة السائدة دوماً، فقد شهد تاريخ الفن العديد من الأعمال الشهيرة التي حظيت برعاية الدولة (مثلما في البارثيون)^(*)، أو بدعم رعاية الفنون (مثل عائلة ميديتشي في فلورنسا)، أو جامعي التحف الفنية (مثل الإمبراطور شيانغ لونغ)، أو بأسعار خرافية أصحاب المعارض الدهاء (مثل أمبرويز فولارد للفن الانطباعي)، أو دور المزادات الشهيرة. وهكذا، هناك دوماً رابطة قوية بين المال والفن؛ إذ تقدر الأموال التي صرفت في سوق الفنون العالمي عام (2014م) بـ (55) مليار دولار، وتجاوز عدد جامعي التحف الفنية (70) مليون شخص.

ويبدو أن الأسعار تزداد ارتفاعاً عاماً بعد عام. الرقم القياسي سجلته عام (2012م) لوحة بول سيزان (لاعب

(*) Parthenon: معبد إغريقي في مدينة أثينا، بُني على جبل الأكروبولس في المدة ما بين (447 و432 ق.م.)، ويعد من أفضل نماذج العمارة الإغريقية القديمة. يضم العديد من الأعمال الفنية النادرة. (المترجم).

الورق) التي بيعت في مزاد بقطر بـ (271) مليون دولار. بابلو بيكاسو كان له حضور قوي أيضاً بعد أن بيعت لوحته (الحلم) بـ (157) مليون دولار عام (2013م). وفي شهر مايو (2015م)، سجلت لوحته (نساء الجزائر) رقماً قياسياً كسر كل الأسعار السابقة في مزاد كريستي بنيويورك محققة (179) مليون دولار! قائمة المبيعات طويلة جداً، وهناك عدا اللوحات الفنية التشكيلية بعض الأعمال الأخرى الراححة، ففي بريطانيا العظمى بيعت مزهرية صينية من عهد تشيان لونغ (يعود تاريخها إلى نهاية القرن الثامن عشر) في مزاد بسعر مذهل وصل إلى (70) مليون دولار أمريكي، كان قد عثر عليها في سقيفة منزل إحدى العائلات المتواضعة في إحدى ضواحي لندن، ولا يعلم أحد كيف وصلت إلى هناك، ربما كانت تذكراً أحضره جندي بريطاني شارك في نهب القصر الصيفي في بكين عام (1860م)؛ جندي ولص ذو ذوق رفيع!

للفن دور اقتصادي مهم يساهم في تطوير البلاد وجذب السائحين لزيارتها. بينت دراسة في إيطاليا أن القطاع الثقافي الوطني يدر ما يعادل (9.3%) من الناتج المحلي الإجمالي، ويوفر ثلاثة ملايين فرصة عمل تقريباً. وتترجع فرنسا على قمة الدول التي تجتذب السائحين الذين وصل عددهم عام (2014م) إلى (83) مليون سائح، ينفقون ما متوسطه نحو (50) مليار

دولار كل عام. طبعاً فرنسا لديها العديد من المعالم الرائعة، لكن تراثها الثقافي يبقى عامل الجذب الرئيس بالنسبة إلى السائحين. وقد انتبعت العديد من دول العالم الناشئة إلى أهمية الفن بوصفه عاملاً يدعم الجاذبية الاقتصادية للبلد، وبدأ الاستثمار المكثف في المعارض الفنية والمهرجانات الثقافية في كل من: الصين، والهند، والبرازيل، ودول الخليج العربي.

وربما يكون (تدويل المتاحف) التطور الأكثر إثارة للاهتمام هنا، وقد كان متحف غوغنهايم بنيويورك رائداً في هذا المجال، فهناك اليوم فروع له في كل من فينيسيا (إيطاليا)، وبلباو (إسبانيا)، وأبو ظبي. وقد اتبع متحف اللوفر الفرنسي الطريق نفسها، فقد وقع حديثاً عقداً مع أبو ظبي لافتتاح فرع له في الإمارات العربية المتحدة. لقد أدركت الدول في الوقت الحاضر أن قدرتها على جذب الاستثمارات لا يمكن أن تقتصر ببساطة على العوامل الاقتصادية، فمن الضروري جداً الاهتمام بالبيئة الثقافية وتطويرها ليتمكن اجتذاب أفضل أصحاب المواهب وعائلاتهم.

تعكس الفنون بشكل قوي صورة البلد. وبشكل عام، بدأ (الأثرياء الجدد) في الدول الناشئة يهتمون بشراء الأعمال الفنية الخاصة بتراث بلدانهم أينما وجدت، وهذا يفسر كيف تسابق أبناء طبقة النخبة الروسية إلى شراء (بيوض

فايرجيه) (*) التي كانت موزعة في أنحاء العالم جميعها، ووصل سعر الواحدة منها عام (2007م) إلى (18) مليون دولاراً الأمر نفسه حدث في الصين؛ إذ وصل سعر لوحة مرسومة بريشة وانغ مينغ (عام 1350م) إلى (65) مليون دولار عام (2011م). لقد غدا بعض الفنانين من الأجيال الجديدة أعضاء في نادي (الأثرياء الجدد)، فقد باع تشانغ شياو كانغ (***) لوحات بمبلغ يتعدى (44) مليون دولار، أما يوي مين جين (وهو صيني أيضاً) فقد بلغت مبيعات أعماله (30) مليون دولار؛ بالرغم من أن الاثنين لا يزالان في العقد الخامس من عمرهما.

هل يمكن حسابان الفن استثماراً جيداً؟ ربما. على أي حال لا تشتري أبداً عملاً فنياً تحبه؛ لأنك إن فعلت سيزداد تعلقك به ولن تقدر على بيعه، وفي هذه الحال لن يكون ذلك استثماراً، بل شغفاً يرافقتك مدى الحياة.



(*) بيض فابرجيه: تحف فنية ثمينة على صورة بيضة فضح مطعمة بالذهب والأحجار الثمينة من صنع الصائغ الروسي بيتر كارل فابرجيه. كانت دار فابرجيه تصنعها لنخبة أثرياء المجتمع الروسي ومنهم القيصران: نيقولا الثاني، ونيقولا الثالث. وتحمل سمة وطنية عند الروس. (المترجم).

(**) تشانغ شياو كانغ رسام صيني، من مواليد عام (1958م). يمكن عدُّ أسلوبه مزيجاً من المدرسة الرمزية الصينية والسوريالية. (المترجم).

100

لم لا؟

كان جان بابتيست شاركوت مكتشفًا فرنسيًا استثنائيًا، قاد العديد من البعثات إلى القطب الشمالي وأنتاركتيكا، حيث تمتد منطقة تحمل اسمه بجدارة، وقد توفي عام (1936م) حين كان عائدًا من إحدى الحملات ففرقت سفينته مقابل ساحل آيسلاندا، وأقيمت له بعد ذلك جنازة رسمية في فرنسا. ويمكن تلمس طريقة تفكيره المميزة في الاسم الذي كان قد أطلقه على بعض سفنه: (لم لا؟)*.

هذه الـ (لم لا) هي طريقة التفكير التي نحتاج إليها اليوم على مستوى الشركات والأمم.

استشهد روبرت كينيدي مرة بقول جورج برنارد شو الذي لخص هذه الفكرة جيدًا في قوله: «بعض الناس يرون الأشياء مثلما هي ويتساءلون (لماذا؟)، أما أنا فأحلم بالأشياء التي لم توجد بعد وأقول: (لم لا؟)».

كثيرًا ما وقف (المتعلقون من الناس) عقبة حقيقية في وجه الابتكار؛ لأنهم ينظرون إلى كل شيء جديد نظرة شك،

(*) "Le Pourquoi Pas?". (المترجم)

وفي حقيقة الأمر يكمن في أعماق كل نجاح عظيم نقطة ضعف غير قادرة على الصمود أمام التحليل المنطقي، فمن كان يتوقع النجاح لمشروع الرحلات الجوية الرخيصة التي لا تتعدى قيمة التذكرة فيها مئة دولار؟ من كان يتوقع أن يتدافع الناس لشراء قطع أثاث يركبونها بأنفسهم في المنزل؟ من كان يراهن على نجاح مطاعم الخدمة الذاتية التي يتعين على الزبائن خدمة أنفسهم بأنفسهم وتناول طعامهم بأصابعهم؟ وأخيراً من كان ليصدق أن ملايين الناس سيرغبون في مشاركة تفاصيل حياتهم الشخصية وصور عائلاتهم مع ملايين الغرباء عبر الإنترنت؟ إيزي جت، وإيكيا، وماكدونالدز وفيس بوك نجحوا في هذا كله؛ لأنهم تجرؤوا على الإيمان بأفكار لم تكن معقولة في نظر الآخرين.

لا يمكن أن يتطور العالم بالتفكير المنطقي، بل بفضل الناس الذين تساءلوا (لم لا؟)، فالنجاح من نصيب ذوي العقلية الإيجابية والخيال الخصب الذين لا يتهيبون التفكير بطريقة:

هل علينا فعل ذلك؟ لم لا؟

متى يجب أن نفعله؟ لم ليس الآن؟

من يجب أن يقوم بذلك؟ ولم لا أقوم به أنا؟

لا شك أن الخوف من الفشل والإحباط الذي يليه من أقوى المشبطات التي تعيق عمل عقلية الـ (لم لا؟). اعتاد تشارلي

شابلن القول: «الفشل ليس مهمًا، ونحن نحتاج دومًا إلى الشجاعة الكافية لمواجهة احتمال أن نبدو بمظهر الحمقى». كم من الأفكار الرائعة لم تبصر النور لأن أصحابها خافوا من أن يصبحوا موضع سخرية؟

نحن نتفهم صعوبة تجاوز الخوف من الفشل بالطبع، لكن يمكن أن يكون النجاح مثبطًا في بعض الأحيان. يحجم كثير من الناس عن تبديل مسارهم القديم إلى آخر أكثر نجاحًا قبل أن يضطروا إلى مواجهة معضلة حقيقية: «لننتظر حتى تقع المشكلة؛ وعندها سوف نجد الحل»، لم علينا تبديل الجواد الرابع بآخر؟

في النهاية، تتضمن عقلية (لم لا؟) التركيز على المستقبل، فنحن جميعًا أسرى ماضينا، ورهائن عاداته وتقاليده. مع ذلك، من الضروري أحيانًا أن نترك لأنفسنا فسحة للراحة قبل البدء من جديد. يجب علينا عمل ذلك حين نخفق، أو عندما نشعر أن النموذج الناجح الذي بنيناه قد استُهلك ويجب تغييره، فمنهج الـ (لم لا؟) يجب اعتماده كذلك في الإفلات من قبضة الماضي.

ومثلما قال جون ماينارد كينز بحق: «لا تكمن الصعوبة الحقيقية في ابتكار أفكار جديدة، بل في تجاوز القديمة منها».

لم لا؟

