الگو

خصوصیات افراد خلاق

افراد خلاق خیال‌پرداز هستند، رویاهای خود را بهتر به خاطر می‌آورند و ساده‌تر از دیگران هیپنوتیزم می‌شوند. اسکیزوفرنی و خلاقیت به طرقی با هم ارتباط دارند. چون افراد بسیار خلاق در بین بستگان افراد اسکیزوفرن بسیار دیده شده، ممکن است پیوند ژنتیکی مستقیمی بین این دو خصوصیت وجود داشته باشد.

مندلسون عنوان کرد تفاوت در تمرکز توجه علت تفاوت در خلاقیت است. اگر کسی بتواند تنها به دو چیز در یک زمان توجه کند، فقط یک قیاس ممکن در آن زمان می‌تواند کشف شود و اگر به چهار چیز توجه کند ۶ مقایسه ممکن وجود خواهد داشت. افراد خلاق توجه نامتمرکز دارند که با سطوح پایین فعال‌سازی قشری همراه است. از سوی دیگر افراد غیرخلاق توجه خود را زیادتر متمرکز می‌کنند و این آنها را از فکرکردن در ایده‌های نوآورانه بازمی‌دارد. مارتیندل و ایزنک مطرح می‌کنند خلاقیت یک سندرم بازداری‌زدایی است. افراد خلاق روش‌های گوناگون اغلب نامأنوسی را به کار می‌برند که معتقدند در خلاقیت بیشتر به آنها کمک می‌کند. شاید رایج‌ترین روش، گوشه‌گیری باشد که نزدیک به محرومیت حسی است، یعنی شرایطی که انگیختگی قشری را کاهش می‌دهد که این موضوع به علت حساسیت بیش از حد آنهاست. این افراد از نظر فیزیولوژیایی بیش‌واکنشی دارند.

افراد خلاق شیفته تازگی و به دنبال تحریک ذهنی و نه محرک‌های قوی و مخاطره‌آمیز جهان واقعی هستند. با استفاده از پت، یافته جدید این است که هرس کردن نورونی که در میان سطح عادی و سطح سایکوپاتولوژی واقع شود، می‌تواند موجب خلاقیت شود. دلایل دیگری که برای ارتباط نیمکره راست با خلاقیت وجود دارد این است که افراد خلاق تنها طی این فرآیند و نه به‌طور کلی تکیه بیشتر بر نیمکره راست دارند.

افراد با خلاقیت بالا دچار ناکارایی در بازداری شناختی هستند که قطعه پیشانی مسئول آن است، بنابراین باید سطوح پایین‌تری از فعال‌سازی قطعه پیشانی را در افراد خلاق مشاهده کنیم که آزمایش‌ها و ارایه تکالیف این فرضیه را تأیید کرده است.

افراد خلاق عموما ویژگی‌هایی دارند که آنها را از سایر مردم متمایز می‌کند. این ویژگی‌ها که همان ظهور و بروز نیروهای تفکری و تخیلی انسان در منظر و دیدگاه دیگران و تحقق عملکردهای آنها در عالم خارج است، عبارتند از:

هوش

افراد خلاق، همواره به اندازه کافی از هوش برخوردارند. یعنی لزوما انسان‌های دارای هوش بالا، انسان‌های خلاقی نیستند، بلکه کسانی خلاق هستند که توانسته‌اند هوش خود را به نحو مطلوبی تربیت و سازماندهی کنند.

فکر سیال

از توانایی ایجاد سریع تعداد زیادی ایده برخوردار است.

انعطاف‌پذیری ادراکی

توانایی دست کشیدن از یک قاعده و قانون و چارچوب و یافتن چارچوب‌های جدید را دارند. به بیانی دیگر، ذهن آنها بهتر و سریع‌تر می‌تواند قالب‌شکنی کند و به الگوهای جدید دست یابد.

ابتکار

توانایی و تمایل به ایجاد جواب‌های غیرمعمول و مرسوم را در واکنش به محرک‌های محیطی دارند. تنوع‌طلبی و بیزاری از انجام کارها به صورت روتین از دیگر خاصیت‌های این ویژگی است.

استقلال رأی و داوری

به خود متکی بودن و سنجش افکار و ایده‌ها برمبنای منطق و استدلال به دور از وابستگی‌ها و غوغاسالاری‌ها و عدم تمایل به همرنگی با جماعت از دیگر ویژگی‌های این افراد است.

اعتمادبه‌نفس

به توانایی خود اعتماد و باور داشته و تصویری واقعی از امکانات و حدود توانمندی‌های خود دارند.

خطرپذیری

از انتقاد و شکست ترسی ندارند و اشتباهات را فرصت‌هایی برای یادگیری تلقی می‌کنند.

تمرکز ذهنی

به‌طور فعال و پرتلاش، هم از نظر ذهنی و هم از نظر عملی، به ایده می‌پردازند.

دانش

افراد خلاق، سال‌های زیادی را برای کسب دانش و تسلط بر موضوع موردعلاقه خود صرف می‌کنند و علاوه بر آن همواره در حال توسعه دایمی دانش و آگاهی خود هستند.

پیشینه تاریخی

افراد خلاق، عموما در زندگی دچار رخدادهای متنوعی بوده و بعضا فقدان‌های بزرگی نظیر والدین یا امکانات مالی داشته‌اند. این فقدان‌ها عموما موجب برانگیختن احساس نیاز شده و فرد را واداشته‌اند تا در جهت رفع نیاز خود به راه‌حل‌های خلاقانه بیندیشد.

نیاز به کسب موفقیت

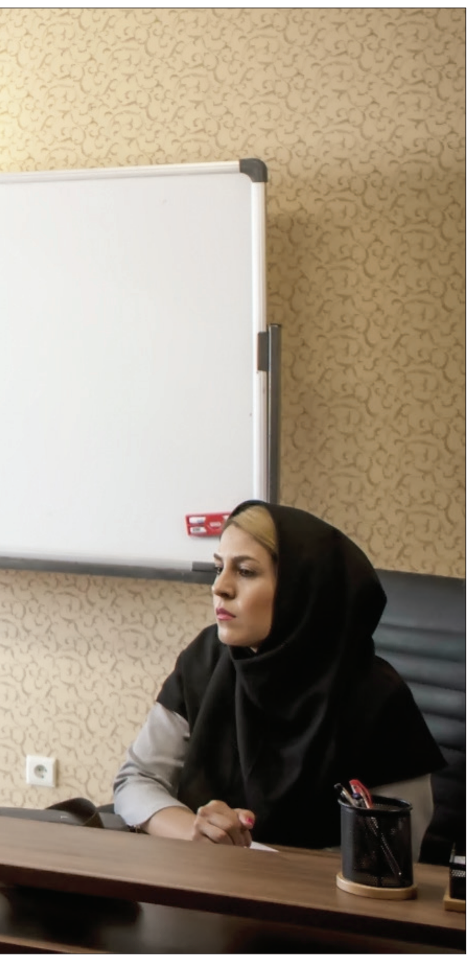
افراد خلاق نیاز دارند در کسب هدف‌های خود، به موفقیت‌هایی دست پیدا کنند. این نیاز منبعی قوی و دلگرم‌کننده برای تلاش مضاعف فرد در زمینه دستیابی به راه‌حل‌های تازه، ریسک‌پذیری بیشتر و تمرکز قوی‌تر روی موضوع است.

گفت‌وگو با احسان عمرانی

دردسرهای گلادیاتورهای مجازی

رضا مهریزی | در کشور ما برخی از ایده‌ای خلاق می‌گیرد و برخی نه! برخی همت و پشتکار دارند و برخی پول و برخی فقط ایده! این‌که چگونه می‌شود از صفر تا صد یک پروژه اجتماعی یا اقتصادی یا فرهنگی را شکل‌دهی کرد و بررسی نمونه‌های موفق در این زمینه را بشود چاشنی آن کرد، موضوعی بود که با آغاز پرونده بررسی میزگردهای جهانی تد به ذهن‌مان خطور کرد. امروز با ورود به دوره‌های جدید شبکه‌های اجتماعی و کارکردهای عظیم رسانه‌های اشتراکی، بسیاری از رسانه‌های مکتوب و حتی صداوسیما هم کارکرد خودشان را از دست داده‌اند. دیگر دوره مصلحت‌اندیشی متولیان رسانه‌ای برای مخاطبان تمام شده. دوره گزینش اطلاعات و اخبار و اشتراک‌گذاری آنها توسط خود مخاطب آغاز شده و برای همین هم شاید بررسی نمونه‌های وطنی این شبکه‌های اجتماعی، نحوه شکل گیری و تعامل آنان بتواند، افق جدیدی را در مقابل ذهن‌های خلاق و حتی صاحبان رسانه‌های سنتی که عادت به مدرن‌شدن ندارند، بگشاید.

آنچه در پی می‌آید حاصل گفت‌وگوی ما با احسان عمرانی (معاون بازاریابی مجموعه صبا ایده) است که توانسته یوتیوب ایرانی راه‌اندازی کند و...



– بحث ما در مورد ایده‌پردازی است و اینکه و چرا چنین فضایی در کشور ما کمتر به آن پرداخته شده و افراد و شرکت‌هایی که به آن می‌پردازند، بسیار محدود هستند. به‌عنوان مثال ما در خارج از کشور تد را داریم ولی این‌جا شکل نمی‌گیرد، نه آدم‌هایی را داریم که به آن بپردازند، نه مجموعه‌هایی که چنین دغدغه‌هایی داشته باشند. مثلا آپارات، چگونه چنین تفکری برای انجام یک کار جمعی شکل گرفته؟ آیا این تفکر یک تفکر ایرانی است؟ یا اقتباس شده است؟ آیا این نوع کار را می‌توانیم در حوزه‌های اجتماعی نهادینه‌کنیم؟

سال ۸۹ آپارات شروع به کار کرد. تیم ما و حتی اعضای هیات‌مدیره گروه جوانی هستند. سال ۸۹ همزمان بود با فیلترشدن سایت یوتیوب در ایران و وضع زیرساخت‌های اینترنتی هم مناسب نبود. تصور این که مردم از طریق اینترنت بتوانند فایل ویدیو ببینند که فایل سنگینی است و احتیاج به یک حداقل سرعت اینترنت را دارد، دور از ذهن بود. خوشبختانه الان از این لحاظ وضع خیلی بهتر شده است. در دو سه‌سال اخیر این بهبود شدت گرفته و وضع اینترنت خیلی بهتر شده است. این را به‌عنوان یک متخصص عرض می‌کنم و کاری به مسائل سیاسی ندارم. زمانی که ما تصمیم گرفتیم یک پلتفرم اینترنتی را ایجاد کنیم، خیلی از دوستانی که در این زمینه فعالیت داشتند و حوزه آی‌تی کشور را می‌شناختند، می‌گفتند سراغ کار اقتصادی‌ای نروید که نمی‌گیرد. تا این حد غیرقابل تصور بود. اما ما یک تیم تحقیق بررسی داریم که قبل از راه‌اندازی هر پروژه‌ای یا توسعه دادن پروژه‌های کنونی وضع بازار را به دقت بررسی می‌کند. آن زمان بررسی‌های ما نشان می‌داد که بازار جهانی به سمت برنامه‌های چند رسانه‌ای و به‌خصوص ویدیو گرایش دارد. از طرف دیگر بررسی‌های ما نشان می‌داد که وضع اینترنت و زیرساخت‌های آن رو به بهبودی است و اینترنت وضعیتش در آینده بهتر خواهد شد.

در دنیا یوتیوب وجود داشت، اما در ایران همان‌طور که گفتم در دسترس مردم نبود، به همین دلیل تصمیم به راه‌اندازی آپارات گرفتیم. در همان ابتدا ما رویکردهای مشخصی داشتیم و می‌خواستیم یک پلتفرم بومی «یوجی‌سی» (UGC) مخفف user generated content ویدیویی داشته باشیم، یعنی مردم خودشان محتوا را ایجاد کنند، محتوایی که یا خودشان تهیه کرده‌اند یا در جایی دیگر تولید شده و به اشتراک می‌گذارند. هدف ما علاوه بر این که نیاز جامعه برطرف شود این بود که پلتفرم ویدیویی ایجاد کنیم که سالم باشد، یعنی پلتفرمی که منطبق بر ارزش‌های جامعه ما باشد و یک خانواده ایرانی بدون دغدغه و نگرانی بتواند به راحتی به فرزندانش اجازه استفاده از آن را بدهد.

همان‌طور که مشخص است ایده اولیه شبیه به ایده یوتیوب بود، اما به اعتقاد ما استفاده از ایده‌هایی که در دنیا وجود دارد، منعی ندارد و ضعف محسوب نمی‌شود. وقتی چرخ اختراع شده؛ دیگر لازم نیست که بنشینیم و انرژی صرف کنیم و از اول اختراعش کنیم. می‌توان همان چرخ را بهینه کرد، توسعه داد و یک‌سری مزایا نیز به آن افزود تا روان‌تر کار کند. ایده اولیه ما همان بود اما چشم‌اندازهایی که در ابتدا مشخص کردیم و تا به امروز نیز به آن پایبند بوده‌ایم، متفاوت بود. سعی ما این بوده که محتوای غنی بومی به مردم ارایه دهیم. من به جرأت می‌توانم بگویم که اگر امروز منع دسترسی به یوتیوب برداشته شود، باز هم مردم گزینه داخلی را کنار نمی‌گذارند و همچنان از آن استفاده خواهند کرد. چون یک دریای غنی از محتوای بومی روی آپارات وجود دارد که شما جای دیگری به آن دسترسی ندارید. محتواهای اختصاصی که تولید و پخش می‌شود. درحال حاضر ما ۳۰ برنامه‌ساز فعال داریم که برنامه تولید می‌کنند و در طول هفته پخش می‌شود. این برنامه‌ها حوزه‌های مختلفی را هم دربرمی‌گیرد؛ حوزه موسیقی، سینما، مذهبی، اجتماعی، بانوان، ورزشی و... بعضی از محتواها را هم ما خودمان برای نخستین‌بار در ایران و جهان پایه‌ریزی کرده‌ایم. مثلا دوسال است که کمپینی تحت‌عنوان «اعجوبه‌های ایرانی» راه انداخته‌ایم. در این کمپین مجموعه‌ای از فعالیت‌ها دیده می‌شود که تبلیغات بسیاری هم برایش انجام دادیم. هدف ما از این کمپین شکوفایی استعداد افرادی بود که اکثرا توانایی مالی بالایی نداشتند و بیشتر در شهرستان‌ها ساکن بودند و دوست داشتند دیده شوند. در این دوسال هشت‌هزار ویدیو از تمام نقاط کشور حتی روستاهای دوردست به دست‌مان رسید. درنهایت هم عمده برندگان‌مان از شهرستان‌ها بودند، چون شور و علاقه بیشتری داشتند. این افراد هم از طرف هیأت داوران انتخاب می‌شدند، هم از طریق آرای مردمی. طی این دوسال که ما این کمپین را راه‌اندازی کرده‌ایم برای شرکت‌کنندگان اتفاقات بسیار خوبی رقم خورد. مثلا یکی از داوران ما از کارگردانان به نام کشور بود و ۱۰ نفر از این افراد را برای سریال‌شان انتخاب کردند. یا در یکی از برنامه‌های تلویزیونی این افراد دعوت شدند و به‌عنوان استعدادهای ایرانی از آنها نام برده شد. خلاصه این که ما سعی کرده‌ایم پلتفرم‌مان را برای مخاطب ایرانی و در چارچوب قوانین کشور طراحی کنیم و خدا را شکر با لطف خدا به جایگاه خوبی هم دست پیدا کرده‌ایم و در میان مردم جایگاه‌مان تثبیت شده‌است.

> **به نظر من افرادی که ایده کسب و کار نوین دارند، شتابزده به دنبال جذب سرمایه‌گذار نباشند. انتخاب سرمایه‌گذار خیلی اهمیت دارد. سرمایه‌گذاران تنها به فکر منفعت هستند و ممکن است ایده را از مسیرش منحرف کنند. به همین دلیل می‌گویم شتابزده به دنبال سرمایه‌گذار نباشند و تا جایی که می‌توانند خودشان ایده‌شان را توسعه دهند**

– یعنی الان می‌شود با رسانه‌ای مثل تلویزیون شما را مقایسه کرد یا وضع‌تان از رسانه ملی هم بهتر است؟

آپارات در روز ۷میلیون نمایش موفق ویدیو دارد، به این معنا که یک ویدیو توسط مخاطب اجرا و بعد از دیده‌شدن مقدار مشخصی از آن، جزو نمایش‌های موفق در نظر گرفته می‌شود، این آمار با میزان بازدید صفحه متفاوت است. ممکن است مخاطبی صفحه‌ای را باز کند اما ویدیویی تماشا نکند، در این صورت جزو آمار بازدید به حساب نمی‌آید. حدود ۱۰ درصد از کل ترافیک اینترنت کشور متعلق به آپارات است و درحال حاضر بزرگ‌ترین بازیگر عرصه پهنای باند داخل کشور هستیم. اپلیکیشن این سرویس هم بیش از ۵،۵میلیون بار نصب شده است. آمار بارگذاری ما نیز حدود ۷هزار ویدیو در روز است.

– در حوزه زیرساخت‌ها فعالیتی داشته‌اید، در حوزه‌های دیگر چه؟ رضایتمندی مخاطب‌تان برایتان مهم است یا خیر؟

بله. به‌عنوان مثال به همت شرکت زیرساخت و در راستای تسهیل ارتباطات اینترنتی و پایین آوردن هزینه اینترنت ما قدم‌هایی برداشته‌ایم. در این‌جا جا دارد از دولت به خاطر این همکاری تشکر کنم. این تشکر جدا از مسائل سیاسی است. من به‌عنوان یک متخصص صحبت می‌کنم. این اقدام دولت در راستای تخصص من است، به همین دلیل به آن اشاره می‌کنم و از دولت تقدیر می‌کنم. دولت مراکز تبادل ترافیک‌هایی در کشور تحت عنوان «آی ایکس پی» راه‌اندازی کرده است و به همین واسطه به‌زودی هزینه‌های اینترنت روی آپارات کاهش پیدا خواهد کرد. این کار روی پیشرفت مجموعه ما و سطح رضایتمندی مخاطبان بسیار تاثیرگذار خواهد بود. درحال حاضر مخاطبان ما می‌توانند با سرعت بالاتر ویدیوها را تماشا کنند. مجموعه این اقدامات و البته لطف خداوند باعث شده درحال حاضر آپارات به‌عنوان موفق‌ترین سرویس ایرانی شناخته شود.

– کمی به عقب‌تر برگردیم، ما در دنیا شرکت‌ها و آدم‌هایی را می‌بینیم که از صفر شروع کرده‌اند، یعنی ایده‌ای داشته‌اند اما سرمایه لازم را نداشته‌اند و به مرور شرایط مناسب ایجاد شده و موفق شده‌اند. آپارات هم جزو همین ایده‌ها بود؟

بله. البته باید کمی عقب‌تر از آپارات هم برویم. آپارات زیرمجموعه برند بزرگ‌تری به نام صبا ایده است. در صبا ایده، ایده‌هایی مثل کلوب، میهن بلاگ، لنزور و... اجرایی شده است. ایده آپارات زمانی مطرح شد که شرکت ما کلوب و میهن بلاگ را داشت، به همین دلیل ما ترافیک مشخصی داشتیم. در آن زمان کلوب محبوبیت زیادی داشت که درحال حاضر این محبوبیت را ندارد. خوب است قبل از وارد شدن به شکل گیری آپارات به دلیل این کاهش محبوبیت هم اشاره کنم. دلیل اصلی افت کلوب؛ فشارهای بسیاری بود که به این سرویس وارد شد. کلوب به نوعی یک شبکه اجتماعی ایرانی است. مخاطبان ما می‌آمدند و مطالبی را می‌نوشتند، این خاصیت یک شبکه اجتماعی است و چون ما ذیل قوانین جمهوری اسلامی فعالیت می‌کنیم، زمانی که گزارشی در مورد محتوای غیرقانونی دریافت می‌کردیم، آن مطالب را حذف می‌کردیم، شبیه کاری که در آپارات هم صورت می‌گیرد. اما بعضی از سختگیری‌های آن زمان بیش از حد و خارج از عرف بود، نکته قابل توجه این است که گاهی توانایی جلوگیری از یک سرویس خارجی وجود ندارد و به‌طور کامل حذف نمی‌شود اما به یک سرویس بومی فشار بیش از حد وارد می‌شود، به خاطر همین سختگیری‌ها، اعتماد مردم به کلوب کاهش پیدا کرد. زمانی که مردم می‌دیدند مطالب‌شان حذف می‌شود و به خوبی منتشر نمی‌شود، ترجیح دادند کمتر وارد این سرویس بشوند. به‌هرحال در آن زمان ما براساس محبوبیت این دو سرویس کلوب و میهن بلاگ و پشتوانه ترافیکی که داشتند، تصمیم گرفتیم آپارات را راه‌اندازی کنیم. باید به این نکته هم اشاره کنم که ما آن زمان پشتوانه مالی خوبی هم نداشتیم. بعدها هم در سرویس‌های بعدی‌مان نیز از پشتوانه ترافیکی استفاده کردیم، مثل سرویس فیلیمو که براساس به‌روزترین تکنولوژی‌های دنیا راه‌اندازی شده و سرویس پخش فیلم و سریال است. ما همیشه در شرکت از ارزش‌افزوده سرویس‌های گذشته‌مان که خلق کرده‌اند، استفاده می‌کنیم و سرویس بعدیمان را رشد می‌دهیم.

– دورنمای شما چیست؟ الان آپارات در حوزه رسانه رقیب چه چیزی است؟ و در آینده می‌خواهید به چه جایگاهی دست پیدا کنید؟

دریچه

من یک شهروند جهانی هستم

هیو اونز جنبشی را آغاز کرد که «شهروندان جهانی» را بسیج می‌کرد؛ افرادی که هویت خود را در درجه اول نه عضوی از یک ایالت، یک ملت یا یک قبیله، بلکه عضوی از نژاد انسان می‌دانند. در این سخنرانی پرشور و شخصی، بیشتر در این مورد خواهید آموخت که چگونه این درک جدید از جایگاه ما در جهان، مردم را تشویق می‌کند که در مبارزه با فقر شدید، تغییرات آب‌وهوایی، نابرابری جنسیتی و ... فعالیت کنند. اونز می‌گوید: «اینها درنهایت مشکلات جهانی هستند و تنها در صورتی حل خواهند شد که شهروندان جهانی خواستار راه‌حل‌های جهانی از رهبران‌شان باشند.»

...می‌خواهم شما را به یک زن شگفت‌انگیز معرفی کنم. نام او داوینیا است. داوینیا در جامائیکا متولد شد، در ۱۸ سالگی به ایالات متحده مهاجرت کرد و اکنون در حومه واشنگتن زندگی می‌کند. او یک کارمند سیاسی پرقدرت نیست، لابی‌گر هم نیست. احتمالا به شما می‌گوید که یک فرد کاملا عادی است. ولی او قابل توجه‌ترین تأثیر را دارد. چیزی که در مورد داوینیا باورکردنی نیست، این است که او حاضر است هر هفته زمانی را روی افرادی غیر از خودش تمرکز کند: افرادی که در همسایگی او، در ایالتش، حتی در کشورش نیستند. افرادی که احتمالا هیچ‌وقت نمی‌بیند

تاثیرگذاری داوینیا چندسال پیش شروع شد، زمانی که از همه دوستانش در فیس‌بوک درخواست کمک کرد و از آنها خواست که سکه‌های خود را اهدا کنند تا او بتواند هزینه آموزش دختران را تأمین کند. او انتظار جواب قابل‌ملاحظه‌ای را نداشت، ولی ۷۰۰هزار سکه جمع‌آوری شد. او اکنون بیش از ۱۲۰ دختر را به مدرسه فرستاده است. وقتی هفته گذشته صحبت کردیم، گفت در بانک محلی کمی بدنام شده است. او هر بار با یک سبد خرید پر از سکه به آن‌جا می‌رود.

حالا، داوینیا تنها نیست. اصلا تنها نیست. او عضوی از یک جنبش درحال رشد است و نامی برای افرادی مانند داوینیا وجود دارد: شهروندان جهانی، یک شهروند جهانی، کسی است که هویت خود را در درجه اول نه به‌عنوان عضوی از یک ایالت، یک قبیله یا یک ملت بلکه به‌عنوان عضوی از نژاد انسان معرفی می‌کند و کسی که آماده است براساس این باور عمل کند تا بر بزرگ‌ترین مشکلات جهان ما غلبه کند. تمرکز کار ما روی یافتن، حمایت کردن و فعال کردن شهروندان جهانی است. آنها در هر کشوری و در میان همه جمعیت‌ها وجود دارند.

امروز می‌خواهم برای شما توضیح دهم که چرا آینده جهان وابسته به شهروندان جهانی است. من متقاعد شده‌ام که اگر شهروندان جهانی بیشتری در جهان فعال باشند، تمام چالش‌های مهمی که با آنها روبه‌رو هستیم، مثل فقر، تغییرات آب‌وهوا، نابرابری جنسیتی و... قابل حل می‌شوند. اینها درنهایت مشکلات جهانی هستند و تنها درصورتی حل می‌شوند که شهروندان جهانی خواستار راه‌حل‌های جهانی از رهبران‌شان باشند. حالا، واکنش فوری برخی افراد به این ایده این است که کمی آرمان‌گرایانه یا حتی تهدیدآمیز است. بنابراین می‌خواهم بخشی از داستان خودم را برای شما بگویم، این که چگونه به این‌جا رسیدم، چگونه با داوینیا ارتباط برقرار کردم و امیدوارم با شما ارتباط برقرار کنم.

من در ملبورن استرالیا بزرگ شدم و از آن بچه‌های واقعا آزاردهنده بودم که هیچ وقت، هرگز از پرسیدن «چرا؟» دست‌برنمی‌دارند. ممکن است شما هم یکی از آنها بوده باشید. من از مادرم آزاردهنده‌ترین سوال‌ها را می‌پرسیدم. از او سوالاتی مثل «مامان، چرا من نمی‌توانم تمام روز این لباس را بپوشم و با عروسک‌ها بازی کنم؟» «چرا با اون سیب‌زمینی سرخ کرده می‌خواین؟» «میگو چیه؟ و چرا ما باید آنها را روی باربی (باربیکیو) بندازیم؟»

«و مامان، این مدل مو، چرا؟»

فکر کنم بدترین مدل مو بود. هنوز هم افتضاحه!

به‌عنوان بچه‌ای که می‌پرسید «چرا؟»، من فکر کردم که می‌توانستم جهان را عوض کنم و غیرممکن بود که خودم را جور دیگری متقاعد کنم. وقتی که ۱۲ ساله شدم و اولین سال دبیرستان بودم، شروع کردم به جمع‌آوری پول برای جوامعی در کشورهای درحال توسعه. ما یک گروه از بچه‌های واقعا مشتاق بودیم و بیشتر از هر مدرسه‌ای در استرالیا پول جمع می‌کردیم. همچنین من این شانس را داشتم که به فیلیپین بروم و بیشتر یاد بگیرم. سال ۱۹۹۸ بود. ما را به یک محله زاغه‌نشین در حومه مانیل بردند. آن‌جا بود که من با سانی بوی آشنا شدم. او به معنای واقعی کلمه در توده‌ای از زباله زندگی می‌کرد. آن را «کوه دودی» می‌نامیدند. ولی گول اسم افسانه‌ای آن را نخورید، چون چیزی جز محل دفن زباله‌های فاسد نبود که بچه‌هایی مثل سانی بوی ساعت‌ها هر روز آن را جست‌وجو می‌کردند تا چیزی پیدا کنند، هر چیز باارزشی.

آن شب با سانی بوی و خانواده‌اش، زندگی من را برای همیشه تغییر داد، چون وقتی زمان خوابیدن رسید، به سادگی روی یک سطح بتنی به اندازه نصف اتاق خواب من دراز کشیدیم من، سانی بوی و بقیه خانواده او. هفت نفر از ما در یک صف همراه با بوی زباله و سوسک‌هایی که در اطراف ما راه می‌رفتند. من حتی یک لحظه هم نخوابیدم، ولی دراز کشیده بودم و با خودم فکر می‌کردم، «چرا باید کسی مجبور باشد این چنین زندگی کند وقتی من خیلی زیاد دارم؟ چرا باید توانایی سانی بوی برای زندگی مثل رویاهایش به وسیله محلی که به دنیا آمده، تعیین شود؟» من متوجه نمی‌شدم و باید جواب آن را می‌فهمیدم.

بعد از آن فهمیدم فقری که در فیلیپین دیدم، نتیجه تصمیمات گرفته شده و نشده توسط انسان‌ها به وسیله سلسله‌ای از قدرت‌های استعماری و دولت‌های فاسد بوده است که هر چیزی داشتند، به جز علاقه قلبی به سانی بوی. البته آنها کوه دودی را درست نکردند، ولی ممکن هم است که این کار را کرده باشند. اگر ما بخواهیم به بچه‌هایی مثل سانی بوی کمک کنیم، این کار فقط با فرستادن چند دلار به او یا تلاش برای پاکسازی زباله‌هایی که در آنها زندگی می‌کند، انجام نمی‌شود، چرا که مشکل اصلی جای دیگری نهفته است. در سال‌های بعد وقتی من روی پروژه‌های توسعه جامعه کار می‌کردم تا به ساختن مدرسه‌ها، آموزش معلمان و مقابله با اچ‌آی‌وی و ایدز کمک کنم، متوجه شدم توسعه جامعه باید توسط خود جوامع هدایت شود و با این که خیریه هم لازم است، اما کافی نیست. ما باید با این چالش‌ها در سطح جهانی و به روش نظام‌مند مقابله کنیم. بهترین کاری که من می‌توانم انجام دهم این است که گروه بزرگی از شهروندان را در خانه بسیج کنم تا اصرار کنند که رهبران‌مان در تغییر نظام‌مند مشارکت داشته باشند.

به همین دلیل، چندسال بعد، به گروهی از دوستانم در دانشکده پیوستم تا کمپین «به تاریخ پیوستن فقر» را به استرالیا بیاورم. ما رویای برگزاری کنسرتی را در سر داشتیم که همزمان با کشورهای جی ۲۰ با هنرمندان محلی استرالیایی برگزار شود و ناگهان در یک روز ما تماس‌هایی از بونو، اج و پرل جم دریافت کردیم که همگی با اجرا در کنسرت ما موافقت کرده بودند. همان‌طور که می‌بینید، من در آن روز کمی هیجان‌زده شده بودم. اما تعجب کردیم که دولت استرالیا، صدای ما را شنید و موافقت کرد که سرمایه‌گذاری در سلامت و توسعه جهانی را دوبرابر کند، یعنی ۲/۶ میلیارد دلار بیشتر. مثل یک تأیید اعتبار باورنکردنی بود. با جمع کردن شهروندان کنار هم، ما کمک کردیم دولت‌مان متقاعد شود یک کار غیرقابل تصور را انجام دهد و کیلومترها دورتر از مرزهایمان، برای درست کردن مشکل اقدام کردیم.

ولی نکته این‌جاست: این کار ادامه پیدا نکرد. تغییری در دولت صورت گرفت و ۶ سال بعد، تمام آن پول ناپدید شد. چه چیزی یاد گرفتیم؟ ما یاد گرفتیم که با یک گل بهار نمی‌شود. ما به یک حرکت پایدار نیاز داشتیم، نه حرکتی که نسبت به تغییر حالات یک سیاستمدار یا نشانه‌ای از رکود اقتصادی حساس باشد و این باید در هر جایی اتفاق می‌افتاد؛ در غیر این