سبک نوآوری

۹ راهکار برای همگانی کردن خلاقیت و نوآوری در سازمان ها

همه کارکنان شما ایده‌پردازند، تردید نکنید

تلخیص: حسین گل محمدی

اگر در یک سازمان بوروکراتیک بزرگ کار کرده باشید، با خصومت مدیران سازمانی با نوآوری به خوبی آشنایید. کسانی که سال‌های سال در منصب مدیریت نشسته‌اند، معمولاً فکر می‌کنند در همه مسائل مربوط به سازمانشان بیشتر از بقیه اطلاعات دارند و هرکس که با آنها مخالفت یا از عملکردشان انتقاد می‌کند، به اندازه کافی تجربه ندارد. این رویه در عمل، اداره‌ها را تبدیل به مکان‌هایی راکد، ناکارآمد و فاسد می‌کند. آدام گرنت، روانشناس سازمانی مشهور، در این زمینه پیشنهاداتی دارد. این مطلب را آدام گرنت نوشته است و در ماهنامه «هاروارد بیزنس ریویو» و وب‌سایت همین مجله منتشر شده است. وب‌سایت ترجمان نیز آن را با ترجمه مرتضی امیرعباسی منتشر کرده که خلاصه مهم‌ترین مباحث این مقاله مشروح را در ادامه می‌خوانید.

به همه فرصت ایده‌پردازی بدهید

۱

تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینانی که در بلندمدت موفق هستند، از ریسک‌پذیری بیشتری در مقایسه با همتایان‌شان برخوردارند. آتش تند نوآوری در انسان‌های ذاتاً خلاق، به همان سرعت رو به خاموشی می‌گذارد. بنابراین تکیه بر معدودی از افراد استثنایی که خلاقیت از سر و رویشان می‌بارد، راهکاری کوتاه‌مدت است که توانایی‌های بقیه را دستکم می‌گیرد. در اصل، بیشتر مردم کاملاً توانایی نواندیشی و حل مسئله دارند، به شرطی که سازمانشان آنها را به همنوایی و همرنگی با جماعت وادارد. سازمان‌ها زمانی به ورطه رکود و ایستایی می‌افتند که همگان به شیوه‌ای یکسان اندیشیده و پایبند هنجارهای غالب باشند. مقابله مؤثر با سکون و ترغیب نوآوری، مستلزم نهادینه‌ساختن تفکر نوآفرینانه توسط رهبران سازمان است. رهبران برای تولید - و تداوم تولید- ایده‌های جدید توسط تازه‌کاران، باید فرصت‌ها و مشوق‌های لازم را در اختیارشان قرار دهند. به طوری که افراد فارغ از نقش و جایگاه خود بتوانند از امور بدیهی و پیش پا افتاده چشم‌پوشی کنند. وانگهی وجود افراد توانمند در ارزیابی این ایده‌ها نیز ضرورت دارد. البته این بخش از فرآیند بیش از مردم‌سالارانه بودن باید متکی بر نخبه‌سالاری باشد، زیرا برخی از آرا معنی‌دارتر از دیگران است و در نهایت، استمرار تولید و انتخاب ایده‌های هوشمندانه در طول زمان، در گرو آن است که سازمان بین انسجام فرهنگی و تعارض‌های خلاقانه توازن ایجاد کند.

نوآوری با پرکاری و آرایش تهاجمی تقویت می‌شود

۲

باور رایج مردم این است که برای انجام بهینه امور، باید کار کم‌تری به آنها واگذار شود. با این حال، از شواهد امر پیداست که پرکاری موجب تقویت نوآفرینی می‌شود، چراکه حجم بالای کار امکان یافتن راهکارهای جدید را افزایش می‌دهد. در بسیاری امور، حجم کار مایه کیفیت آن است. چنین قاعده‌ای درباره همه آدم‌های خلاق و متفکر- از آهنگسازان و نقاشان گرفته تا دانشمندان و مخترعان- صدق می‌کند. حتی برجسته‌ترین افراد نیز نوآفرینی‌های شاخص خود را در کنار تعداد زیادی از ایده‌های دم‌دستی‌تر پیش می‌برند. البته چالش موجود در سازمان‌ها این است که بدانیم چه زمان به اندازه کافی ایده داریم و قبل از انتخاب و تمرکز روی یک ایده، باید چه تعداد ایده تولید کنیم؟ وقتی این سؤال را از مدیران می‌پرسم، اغلب می‌گویند که به ۲۰ ایده اکتفا می‌کنند، اما پاسخ این است که هرچه بیشتر، بهتر. شواهدی نشان می‌دهد کیفیت زمانی به بیشینه خود می‌رسد که بیش از ۲۰۰ ایده روی میز وجود داشته باشد. گرچه این مسئله کاملاً با عقل جور درمی‌آید، اما بسیاری از مدیران به خاطر ترس از اتلاف وقت و تحلیل تمرکز و بهره‌وری کارکنانشان از پذیرفتن این اصل بدیهی شانه خالی می‌کنند. خبر خوش اینکه می‌شود با شیوه‌هایی به کمیت و تنوع در ایده‌پردازی دست یافت، آن هم بدون اینکه بهره‌وری روزمره کارکنان افت کند یا دچار فرسودگی شغلی شوند. براساس تحقیقات، سازمان‌ها اغلب به دلیل فرورفتن در لاک دفاعی و تلاش برای ماندن در گود رقابت دچار سکون و درماندگی می‌شوند، اما ترغیب نواندیشی و ایده‌پردازی، مستلزم آرایش تهاجمی است.

از فرد ایده بگیرید، نه از گروه

۳

نتایج سال‌ها تحقیق نشان می‌دهد افرادی که به‌تنهایی و در اتاق‌های مجزا کار می‌کنند، ایده‌های بهتری از گروه‌های هم‌اندیشی و جلسات بارش فکر تولید می‌کنند. بسیاری از ایده‌های خوب وقتی که به اتفاق هم ایده‌پردازی می‌کنیم، هرگز مطرح نمی‌شوند. برخی از هم‌گروهی‌ها بر بحث مسلط می‌شوند و دیگران از بیم آنکه مبادا کسی دستشان بیندازد، از بحث پا پس می‌کشند. به این ترتیب، تمام گروه به همرنگی با جماعت غالب متمایل می‌شود. شواهد نشان می‌دهد که می‌توان این مشکلات را از طریق افکارنویسی مدیریت کرد. کافی است که از افراد بخواهیم تا ایده‌های خودشان را قبل از ارزیابی گروهی مطرح کنند. بدین شکل از هیچ احتمالی چشم‌پوشی نخواهد شد. از آنجا که کارکنان اغلب از طرح پیشنهادات غیرمعمولشان در فضاهای جمعی خودداری می‌کنند، برگزاری جلسات سریع و انفرادی برای ایده‌پردازی راهبرد دیگری برای جست‌وجوی ایده‌هاست.

صندوق پیشنهادات را احیا کنید

۴

صندوق پیشنهادات می‌تواند بسیار مفید باشد. دقیقاً به این خاطر که تعداد زیادی ایده از دل این صندوق‌ها بیرون می‌آید. در یک مطالعه، روانشناسی به نام مایکل فریس و همکارانش از یک شرکت فولاد هلندی (که در حال حاضر بخشی از شرکت فولاد تاتاست) بازدید کردند. شرکتی که به مدت ۷۰ سال از روش صندوق پیشنهادات استفاده کرده است. این شرکت ۱۱ هزار کارمند دارد و سالانه بین ۷ هزار تا ۱۲ هزار پیشنهاد از این طریق جمع‌آوری می‌کند. یک کارمند معمولی سالانه شش یا هفت پیشنهاد ارائه می‌کند که سه یا چهار مورد آن پذیرفته و اجرایی می‌شود. یکی از کارکنان نوآور شرکت، ۱۷۵ ایده ارائه کرده که تابه‌حال ۳۰ مورد آن پذیرفته شده است. در بسیاری از شرکت‌ها، این ایده‌ها روی هم تلنبار می‌شود بی‌آنکه به کاری بیاید. با این حال، قضیه برای فولادسازان هلندی متفاوت بود، صندوق پیشنهادات در این شرکت در کنار کمک به پیشرفت مستمر کارخانه موجب صرفه جویی بیش از ۷۵۰ هزار دلاری تنها در یک سال شده است. تنوع و فراوانی ایده‌ها، مزیت اصلی صندوق پیشنهادات است. انبوهی از ایده‌ها که راه‌های جدیدی را برای نوآوری پیش‌روی ما می‌گشاید، اما ایرادش این است که انتخاب در میان انبوهی از پیشنهادهای دریافتی، کم از یافتن سوزن در انبار کاه ندارد. بنابراین به سازوکاری برای پالایش ایده‌ها و پاداش دادن و پیگیری بهترین‌ها نیاز داریم، تا افراد خیال نکنند که پیشنهاداتشان خریداری ندارد. ساختن انبوهی از راه‌های جایگزین مهم است، اما گوش دادن به ایده‌ها و راه‌حل‌های خوب هم به همان اندازه مهم است. رهبران چگونه می‌توانند از ایده‌های بداجتناب کنند و در عین حال دست رد به ایده‌های خوب نزنند؟

به ارزیابی‌هایی اتکا کنید که امتحان‌شان را پس داده‌اند

۵

گرچه بسیاری از رهبران از فرایندی دموکراتیک برای انتخاب ایده‌ها استفاده می‌کنند، اما ارزش آرا برابر نیست. بنابراین گردن نهادن به اراده اکثریت همیشه هم بهترین سیاست نیست، چراکه یک اقلیت منتخب ممکن است توانایی بیشتری در شناسایی پرظرفیت‌ترین ایده‌ها داشته باشند. برای آنکه بفهمید باید به کدام دیدگاه‌ها بهای بیشتری بدهید، به سوابق عملکردی و نتایج ارزیابی‌های پیشین افراد توجه کنید. روانشناسی به نام فیلیپ تتلاک در مطالعات خود، کیفیت پیش‌بینی کنندگان را بر اساس درستی پیش‌بینی‌ها و درجه‌بندی آن (احتمالات آنها چقدر درست از آب درآمده است) رتبه‌بندی می‌کند. هنگامی که بهترین پیش‌بینی کنندگان شناسایی می‌شوند، قضاوت آنها می‌تواند تأثیر به مراتب بیشتری نسبت به دیگر همتایان‌شان داشته باشد. با این حساب، گمان می‌کنید که در یک شرکت چه کسی سزاوار داوری ایده‌ها خواهد بود؟ مدیران را قلم بگیرید؛ چراکه آنها وضعیت موجود را ترجیح می‌دهند. خود نوآوران هم در این زمینه چنگی به دل نمی‌زنند. چون آنها هم سرمست از دستاوردهای خود، ممکن است بیش از اندازه به موفقیت‌هایشان مطمئن باشند. شاید هم سعی کنند در مورد ترجیح مخاطب تحقیقاتی کنند، اما همچنان در معرض سوگیری تأییدی قرار دارند (به دنبال اطلاعاتی هستند که در پشتیبانی از دیدگاه خود و رد دیگر ایده‌ها است.) حتی نوابغ خلاق هم وقتی برچسب «برنده» روی آنها بخورد، در پیش‌بینی دقیق دچار مشکل می‌شوند. تحقیقات نشان می‌دهد که همکاران خوش‌فکر در سازمان، همواره بهترین افراد برای ارزیابی ایده‌های نوآورانه‌اند. آنها بی‌طرف هستند، چون به داوری ایده‌های خود نمی‌نشینند و بیش از مدیران مایلند که به احتمالات دور از ذهن فرصت عرض اندام دهند. به‌عنوان مثال، جاستین برگ استاد دانشگاه استنفورد، دریافت که آن دسته از هنرمندان سیرک که ویدیوهای مربوط به حرکات جدید همکارانشان را ورانداز می‌کنند، تقریباً دو برابر بیش از مدیران خود می‌توانند محبوبیت یک حرکت جدید نمایشی را نزد تماشاچیان پیش‌بینی کنند.

یک رقابت برای ایده‌پردازی ترتیب دهید

۶

رقابت‌های ایده‌پردازی در قالب صندوق پیشنهادات یا رویدادهای نوآوری امکان غربالگری ایده‌ها را فراهم می‌کند. نتیجه برنامه‌ریزی و طراحی درست چنین رقابت‌هایی، حجم زیادی از ایده‌های اولیه و متمرکز بر موضوعات کلیدی است. کارکنان زمان زیادی را صرف ایده‌پردازی می‌کنند که منجر به ارتقای کیفیت پیشنهاداتشان می‌شود. وانگهی این فرآیند در یک بازه زمانی مشخص انجام می‌شود. بنابراین برگزاری این قبیل رقابت‌ها خللی در فرآیند کار پدید نخواهد آورد. ارزیابی دقیق، موجب حذف ایده‌های ناکارآمد می‌شود. فرآیند بازخورد معمولاً شامل یک گروه از متخصصان موضوع و تعدادی از همکاران خوش‌فکر می‌شود که عهده‌دار بررسی پیشنهادها، ارزیابی ابتکارها و سودمندی آنها و ارائه پیشنهادات در جهت بهبود این ایده‌ها هستند. قضاوت درست در رقابت‌های اینچنینی، امکان بهره‌بردن از خرد جمعی را میسر کرده و در عین حال عقلانیت جمعی را نیز افزایش می‌دهد. مشارکت‌کنندگان و ارزیابان نیز از موفقیت‌ها و شکست‌های دیگران درس می‌گیرند. با گذشت زمان، فرهنگ سازمان به سویی پیش می‌رود که کارکنان به توانایی خود در ایده‌پردازی اطمینان یافته و درک بهتری از کیفیت و ماهیت آن به‌دست می‌آورند. از آنجا که از نوآوران موفق تقدیر شده و به آنها پاداش داده می‌شود، همه انگیزه شرکت در این رقابت را خواهند داشت. بنابراین کار را با فراخوانی ایده‌ها برای حل مشکلات یا کشف فرصت‌ها آغاز کنید و سپس یک روند دقیق برای ارزیابی و بازخورد طراحی کنید. نویدبخش‌ترین پیشنهادها به دور بعدی راه یافته و نیروی انسانی و منابع لازم برای اجرای آنها می‌باید در اختیار برندگان نهایی قرار گیرد.

انسجام و تعارض را در کنار هم پرورش دهید

۷

سرآغاز ایجاد فرهنگ ناهمنوایی، یادگیری چگونگی تولید و پرورش ایده‌هاست، اما کار به اینجا ختم نمی‌شود. حفظ نوآفرینی در گذر زمان، مستلزم مقابله رهبران با فشارها و برداشتن موانع سد راه آن است. ما عادت داریم که فرهنگ‌های غنی را به همنوایی متهم کنیم، چون خیال می‌کنیم آنها به‌قدری فرقه‌گرا و در هم‌تنیده هستند که نمی‌توانند دیدگاه‌های متفاوت را در نظر گرفته و تصمیمات عاقلانه بگیرند، اما چنین باوری درست نیست. مطالعات درباره تصمیم‌گیری در تیم‌های ارشد مدیریتی نشان می‌دهد که پدیده توافق‌جویی، رد نظرات متفاوت و گروه‌اندیشی در میان جمعیت‌های یکدست و همبسته تفاوت چندانی با سایر گروه‌ها ندارد. در واقع، جمع‌های دارای فرهنگ قوی اغلب حتی تصمیم‌های بهتری می‌گیرند، زیرا تعامل بیشتری با یکدیگر داشته و مصونیت جایگاه اجتماعی‌شان موجب می‌شود تا به‌راحتی یکدیگر را به چالش بکشند. سرانجام، باید یکی از ارزش‌های اصلی سازمانتان را به باد انتقاد بگیرید. فضایی را ایجاد کنید که همه بتوانند آزادانه نظرات انتقادی‌شان را به اشتراک بگذارند و بابت این کار نیز مورد تکریم قرار گیرند. انسجام و تعارض ترکیب متناقضی به‌نظر می‌رسد، اما تلفیقی از این دو همان عاملی است که موجب زایش ایده‌های جدید شده و از فرقه‌ای شدن فرهنگ‌های قوی جلوگیری می‌کند.

ارزش‌های سازمانی را اولویت‌گذاری کنید

۸

چارچوب ذهنی لازم برای انتخاب بین نظرات متضاد و گزینش ایده اصلح را در بین کارکنان سازمان پدید آورید. عملکرد شرکت‌هایی که از اولویت‌بندی ارزش‌های خود ناتوانند دچار اشکال خواهد شد. ارزش‌ها باید برمبنای اولویت مرتب شوند تا هرگاه کارکنان بین دو راهی قرار می‌گیرند، اولویت را بدانند. پس از اولویت‌بندی ارزش‌ها، همچنان به بررسی دقیق آنها ادامه دهید. نیروهای تازه‌نفس‌تان را ترغیب کنید که در صورت مخالفت با «رویه شرکت»، آن را به چالش بکشند. آنها ایده‌های بکر و تازه‌ای در سر دارند و هنوز با شرایط موجود خو نگرفته‌اند، اما اگر پیش از آنکه لب به پیشنهاد بگشایند با فرهنگ سازمان دم‌خور شوند، همرنگ جماعت خواهند شد

انتقادپذیری را به نوعی الگو تبدیل کنید

۹

بسیاری از مدیران به‌دلیل روحیه شکننده‌شان، خود دست آخر عامل تقویت همنوایی می‌شوند. تحقیقات نشان می‌دهد که احساس عدم امنیت در مدیران، آنها را از ایده‌جویی بازداشته و موجب می‌شود که در مقابل پیشنهادها جبهه بگیرند. طولی نمی‌کشد که کارکنان متوجه حقیقت ماجرا شده و ایده‌های خود را از بیم عواقب و دردسرهای آن کنار می‌گذارند. یکی از راه‌های غلبه بر این مانع آن است که زیردستان را ترغیب کنیم تا صریح و آشکار مدیرانشان را به چالش بکشند. همچنین می‌توانید از افراد خود بخواهید تا با بیان نقاط ضعفتان، شما را به چالش بکشند. شکوفایی فرهنگ نوآفرینی در گرو آن است که کارکنان در کمال آسودگی خاطر بتوانند جسورانه‌ترین و دیوانه‌وارترین ایده‌های خود را نیز با دیگران در میان بگذارند، اما اغلب آنها از حرف‌زدن می‌ترسند، حتی اگر شاهد برخورد با منتقدان قبلی نبوده باشند. ترغیب کارکنان به گفت‌وگو حتی زمانی که پیشنهاداتشان پذیرفته نمی‌شود و درمیان گذاشتن ایده‌های جسورانه خودتان، از دیگر روش‌های از میان برداشتن این ترس است. عدم سعه صدر سازمان در پذیرش ایده‌های ناکارآمد، موجب پدیدارشدن چهره کریه همنوایی خواهد شد. در نهایت، گوش‌دادن به طیف وسیعی از ایده‌ها و بینش‌ها، کلید ترویج و جاانداختن نواندیشی است. اگر در همان ابتدا توفیقی هم نداشتید، دست‌کم مطمئن می‌شوید که هدفتان به‌اندازه کافی بزرگ است.

سبک رفتار

زندگی شهری و تنبل خانه‌های شاه عباسی!

روستایی‌ها شادابند چون تنبل نیستند

حامد جمالی

اگر کسی خود را در زندگی یک تنبل قرار دهد، می‌بیند که زندگی سختی را باید بگذراند. تنبل‌ها بیشتر از خودشان اطرافیان‌شان را زجر می‌دهند. شاید تاکنون با یک تنبل مراوده نداشته‌اید و خدا کند که اصلاً با چنین افرادی رفت‌وآمد و رفاقت نداشته باشید. چراکه زحمت همه‌چیز را باید به دوش بکشید.

ماجرای یک تنبل واقعی

مدتی در مدرسه متوسطه اول مسئول فرهنگی و اقامه نماز بودم. یک روز مادر یکی از بچه‌های سال هشتم به دفتر مدیر مدرسه آمد و از دست فرزندش گریه می‌کرد و از اینکه فرزندش به کلی درس را رها کرده و بی‌اهمیت شده، ناراحت بود. او می‌گفت: «امیر حسین وقتی که از مدرسه برمی‌گردد، از داخل اتاقش تکان هم نمی‌خورد و تمام وقت را در اتاقش به سر می‌برد. یا مدام می‌خوابد! یا سرش داخل موبایل است! موبایلش را یک لحظه از خودش جدا نمی‌کند و دائم با آن ور می‌رود و هرچه به او می‌گویم عزیز من درست را بخوان، مگه تو درس نداری؟ او باز کار خودش را می‌کند. یک بار نشده کاری برای من انجام دهد. هروقت به او می‌گویم بیا برو نان بخر می‌گوید حال ندارم! بهش می‌گویم بیا برو بیرون یه چرخی بزن و یه هوایی بخور، برو پیش دوستانت! می‌گوید: خوش به حالت چه حوصله‌ای داری!»

تنبل‌خانه‌های شاه عباسی!

متأسفانه با روی کار آمدن زندگی ماشینی و صنعتی شدن نیازهای بشر، جامعه رو به سوی تنبلی و بی‌حوصلگی سوق پیدا کرده و مردم دیگر آن فعالیت و تحرک لازم را ندارند و هیچ کس حاضر نیست به خود زحمتی بدهد. از همین رو همه دنبال راحت‌طلبی هستند. به راحتی قابل مشاهده است که مردم دوست دارند کارهایشان را غیرحضوری و بی‌تحرک انجام دهند. در واقع هر خانه‌ای به یک «تنبل خانه شاه عباسی» تبدیل شده است؛ چراکه غالب مردم خود را به راحت‌طلبی و تنبلی زده‌اند و به اصطلاح تنبل نما شده‌اند.

بگو رفیقم سوخت!

حتماً حکایت تنبل خانه شاه عباسی را شنیده‌اید. در آن زمان در اصفهان تنبل خانه‌ای تأسیس شد تا به امور تنبل‌ها بپردازند. بودجه‌ای نیز برای این کار تخصیص دادند، اما دیدند تعرفه بودجه تنبل خانه روزبه‌روز بیشتر می‌شود. یک روز شاه‌عباس با لباس مبدل به صورت سر زده از تنبل خانه بازدید کرد. دید که تنبل خانه پر شده و جای سوزن انداختن نیست.

مشاوران او هر یک نظری دادند تا اینکه به این نتیجه رسیدند برای تشخیص تنبل‌های حقیقی همه آنها را به حمامی ببرند و منافذ حمام را ببندند و آتش حمام را به تدریج تند کنند. قطعاً با این کار تنبل نماها تاب حرارت را ندارند و از حمام بیرون می‌روند. همین کار انجام شد و همه تنبل نماها از حمام فرار کردند و فقط دو نفر باقی ماندند که روی سنگ‌های سوزان حمام خوابیده بودند. یکی از آنها می‌گفت: «آخ سوختم» و دیگری با صدای خیلی ضعیف می‌گفت: «بگو رفیقم سوخت!»

حرکت به سوی بی‌حرکتی!

حکایتی که آمد حال و روز خیلی از مردم شده. خیلی‌ها به راحت‌طلبی عادت کرده‌اند. بی‌تحرک و کسل شده‌اند و حتی حال صحبت کردن هم ندارند. خیلی جالب است. در گفت‌وگوهای مجازی خیلی از افراد حتی حال نوشتن هم ندارند و با شکلک‌های آماده جواب طرف مقابل را می‌دهند! تنبلی فراگیر در جامعه، شاید به این خاطر باشد که خیلی از شغل‌ها بی‌تحرک شده و اکثر کارهای اداری هم غیرحضوری و با اینترنت انجام می‌شود و این باعث تنبل پروری و کسالت افراد می‌شود. به تازگی خرید اینترنتی هم آمده که این خود برای تنبل‌ها کمک بزرگی است. با صرف نظر از مزایای اجتماعی غیرحضوری کردن کارها، اما باید به فکر این آسیب هم بود که مردم رو به سوی بی‌تحرکی حرکت می‌کنند.

نوجوان روستایی شاداب‌تر از شهری

در روستاها این تنبلی کم‌تر به چشم می‌خورد؛ چراکه مرد و زن در روستا پا به پای هم کار می‌کنند و از صبح تا شب تحرک دارند. همین تحرک داشتن باعث شده که مردم روستا از مردم شهرنشین با نشاط‌تر باشند. شما یک نوجوان شهری را با یک نوجوان روستایی مقایسه کنید، متوجه می‌شوید که نشاط کدام یک از آنها بیشتر است. نوجوانی که در شهر است دائم در خانه و اتاق خودش در موبایلش غرق شده و حوصله هیچ کس و هیچ چیز را ندارد و آنقدر تنبل و راحت‌طلب شده که باید غذا را برایش ببرند و خودش حال ندارد که برود بر سر سفره یا میز بنشیند، اما شما یک نوجوان روستایی را در نظر داشته باشید. او از صبح تا غروب در ارتفاعات کوه‌ها دنبال گوسفندهایش می‌دود، بدون اینکه احساس خستگی را در او ببینی، در حالی بسیاری از مردانی که در شهر هستند قادر به انجام چنین کاری نیستند. خب! این امر به خاطر این است که بی‌تحرک بوده‌اند، تمام وقت در خانه، خودشان را حبس کرده‌اند نه تحرکی، نه دویدنی، نه ورزشی! نه پیاده‌روی! هیچ!

تنبلی آفت موفقیت است

ختم کلام اینکه شوربختانه فضای مجازی نشاط و تحرک جوانان و نوجوانان را گرفته است. نوجوانی که باید بیشتر از همه سنین پر تحرک و دارای شور و هیجان باشد، اما بی‌تحرک‌تر و تنبل‌تر از همه سنین شده است. خیلی وقت‌ها ما از اینکه به موفقیت نمی‌رسیم، زجر می‌کشیم یا از اینکه از هدف خود باز می‌مانیم، ناراحت هستیم، باید توجه داشت که این عدم موفقیت به خاطر تنبلی و سستی است.

چنانکه امیر بیان، حضرت علی (ع) فرمودند: «آفَةُ النَّجحِ الکَسَلُ»: آفت موفقیت، تنبلی است. دین مبین اسلام بسیار با تنبلی و کسالت مخالف بوده و آن را نهی می‌کند. تا جایی که دشمن خدا را افرادی که زیاد می‌خوابند و بی‌کارند، معرفی می‌کند. پایان کلام را با روایتی زیبا از امام صادق(ع) ختم می‌کنم که فرمودند: «از تنبلی و بی‌حوصلگی بپرهیز، زیرا این دو خصلت تو را از بهره دنیا و آخرت بازمی‌دارند.»

> شوربختانه فضای مجازی نشاط و تحرک جوانان و نوجوانان را گرفته است. نوجوانی که باید بیشتر از همه سنین پر تحرک و دارای شور و هیجان باشد، اما بی‌تحرک‌تر و تنبل‌تر از همه سنین شده است. خیلی وقت‌ها ما از اینکه به موفقیت نمی‌رسیم، زجر می‌کشیم یا از اینکه از هدف خود باز می‌مانیم، ناراحت هستیم، باید توجه داشت که این عدم موفقیت به خاطر تنبلی و سستی است

> مردوزن در روستا پا به پای هم کار می‌کنند و از صبح تا شب تحرک دارند. همین تحرک داشتن باعث شده که مردم روستا از مردم شهرنشین با نشاط‌تر باشند. شما یک نوجوان شهری را با یک نوجوان روستایی مقایسه کنید، متوجه می‌شوید که نشاط کدام یک از آنها بیشتر است. نوجوانی که در شهر است دائم در خانه و اتاق خودش در موبایلش غرق شده و حوصله هیچ کس و هیچ چیز را ندارد