

فلسفه «سخن شما» در مجله ما یا «نقد شفاهی»

علی لشکری

چون خدا خواهد که پرده کس در
میلش اندر طعنه پاکان برد
چون خدا خواهد که پوشد عیب کس
کم زند در عیب معیوبان نفس
چون خدا خواهد که مان یاری کند
میل ما را جانب زاری کند

(مثنوی دفتر اول)

وقایع کفش و انتقال خاطرات برخی از خوانندگان و یا بعضی سؤالات که فلان مطالب را چنان نوشتید؟ و یا چرا مجله در کیوسک نیست و یا چرا در فلان نمایشگاه شرکت نکردید؟ یا بعضی از خوانندگان تحصیل کرده مجله این صفحه را با تکنیک «طوفان مغزها» (بارش افکار) در مدیریت تشبیه کردند و برخی حرف‌هایی را که نمی‌توانستید به مسئولین برخی از شرکت‌های واحدهای دولتی و عمومی بزنید و از این طریق مطالب خودتان را منتقل کردید. مثل مثلاً قصه صادرات DOP به قیمت پایین تر از نرخ داخلی درست در زمانیکه قیمت‌های داخلی به شدت روبه افزایش بوده یا نگرانی برخی از شتاغلین کفش ملی و یا تولیدکنندگان کفش از تبدیل شدن فروشگاه‌های کفش ملی به Fast Food در حالیکه در زمان فروش قول عدم تغییر کاربری داده بودند، یا داستان عدم تنظیم بازار چرم توسط وزارت بازرگانی در زمانیکه قیمت چرم طبیعی هر هفته روبه افزایش بود یا سوال از مدیریت وقت گروه صنعتی بلاکه آیا قول ۵۰۰ هزار زوج تولید در سال باقیمت ۱۲ دلار توسط (پروژه باتا) انجام گرفت یا خیر؟ یا هشدار در مورد استفاده از ضایعات غیر بهداشتی و مواد کهنه به جای DOP که به شدت با افزایش قیمت روبرو بود در تولید زیره کفش یا دمپایی یا چکمه بکار می‌رفت یا دفاع برخی از خوانندگان از مطالب تاریخ شفاهی و تاریخ تصویری که یادی از پیشکسوتان این صنعت هم می‌شود و یا توصیه به ساده نویسی مطالب علمی و یا پرداختن به موضوعات فنی و ماشین آلات برای تولیدکنندگان کفش با تشکر پسران مرحوم خرمایی یا مرحوم شعبانی از چاپ عکس و خاطرات پدران مرحومشان در تاریخ تصویری و یا درخواست تعدادی از خوانندگان در مورد درج تاریخچه شکل گیری کفش ملی و زندگی مرحوم ایروانی و یا درج خاطراتی از مرحوم شالچیان که خیلی مورد استقبال دوستان و عزیزان قرار گرفت و یا چاپ مصاحبه با تولیدکنندگان مطرح DOP که مجله رابه جانبداری متهم میکردند به همراه تلفن‌های تولیدکنندگان کفش و زیره که نقش اطلاع رسانی مجله را در خنثی کردن جو روانی و سهم عوامل غیر اقتصادی در افزایش قیمت DOP مفید دوستند به خصوص مصاحبه‌های به موقع با مدیران بازرگانی و فروش پتروشیمی اراک در سهمیه الکل و اطلاع رسانی در مورد تغییرات قیمت آن کمک موثری به کنترل خرید تعدادی از تولیدکنندگان

معمولاً مدیریت تحریریه «مجله» آن هم از نوع تخصصی مثل کفش برای اینکه بتواند حرف‌های خودش رابه شما بنزداند اول باید «سوژه یابی» کند، دوم افرادی را برای تهیه و تنظیم آنها مأمور نماید و در آخر هم مطالب و موضوعاتی را که توسط تیم مجله برای شما آماده شده را بعد از تایپ و غلط گیری، صفحه آرایی، فیلم و زینک و چاپ و صحافی و سلفون یا از طریق «سایت مجله» که معمولاً ۱۰ تا ۱۵ روز زودتر از چاپخانه قابل رؤیت است و یا از طریق پست که تعدادی از آنها هم معمولاً بدلیل بدقولی چاپخانه و مشکلات آسمانی و زمینی برگشت می‌شود بدست شما برسد.

داخل پرانتز عرض نمایم که از معجزات پست برگشت چند باره مجله مثلاً برای آدرس کفش با تجریش که روبروی اداره پست آن منطقه است رامی توان نام برده که بالاخره با پیگیری‌های فراوان بخش توزیع مجله و تفهیم اتهام!! به پست مشکل حل شد پرانتز بسته!

حال سوال اینجا است که حرف‌های شما را چگونه می‌شود منعکس کرد؟ آنهایی که کتبی است خیلی راحت منعکس می‌کنیم و روی تخم چشم می‌گذاریم، اما حرف‌های شفاهی را چگونه؟ بخصوص حرف‌هایی که باتلفن یا شفاهی و بعضاً با احتیاط در جلسات و جاهای مختلف مطرح می‌کنید را چگونه انعکاس دهیم؟

این بوده که با لطف خداوند «سخن شما» متولد شد و تقریباً در اسفند ۱۳۸۴ به مناسبت یکصدمین شماره مجله آنهم در شروع صفحات اصلی مجله جای «سخن اول» یعنی قرار گرفتن درجایی که معمولاً بقول اهل مطبوعات از سر قفلی بالایی در جملات و روزنامه‌ها برخوردار است «قرار گرفت» تقریباً در چند شماره بنام تماس‌های شما «شروع شد» و از مرداد ۸۵ به بعد بدلیل استقبالی که از این سوژه پیداشد رتقاء عنوان پیدا کرد!! و جای «سخن اول» را گرفت و «سخن اول» تبدیل به «سخن دوم» شد.

حرف‌های متنوع شما از تعریف و تمجید گرفته تا انتقادهای دلسوزانه و دوستانه و خیلی از موارد مخلصانه تا حتی نوشته‌های مکتوب که معمولاً کمتر از گفته‌های شفاهی است تا درخواست‌های جدید، نقد مطالب، هشدارها، اعلام خطر با خطر افزایش قیمت DOP و چرم یا مثلاً واردات غیر قانونی



(نقد از الطاف خفیه الهی است)

نقد «شفاهی» دو خاصیت اصلی دارد، اولین خاصیتش نظارت بر کار (تیم مجله) و ارزیابی مستمر آنها توسط شما است. این یعنی مجله صنعت کفش خوانده می شود و این یعنی مسئولیت بیشتر برای همکاران مابخصوص تیم تحریریه. پس هر مطلبی یا هر سوزهای هر داستانی بخاطر پر کردن صفحات یا خدای نکرده بخاطر مطرح شدن نویسنده چاپ نمی شود! پس همکاران مامسئول تر می شوند و دقت خودشان را بیشتر می کنند و حداقل خاصیت نگاه دایمی شما به تیم مجله آن است که آنها را از لغزش (غرور) دور می کند.

خاصیت دوم اینکه مسئولین مرتبط با صنعت هم متوجه می شوند که کار و عملکرد آنها مورد نظارت و قضاوت و ارزیابی دیگران قرار می گیرد و متوجه می شوند در یک جاده یکطرفه رانندگی نمی کنند و باید در قبال رانندگی خودشان در این جاده و اتوبان جوابگو باشند و باری به هر جهت و آزمون و خطایی نمی توانند رانندگی کنند. حداقل آنها هم مسئولانه تر عمل می کنند و عادت به پاسخگویی پیدا می کنند. آستانه تحمل خودشان را بالا می برند، نقدپذیری شوند و می دانند که شاید یک خواننده یا تولیدکننده کفش در گوشه این مملکت از سردلسوزی تماس بگیرد و این کار را سوال کند که نباید عصبانی شوند. نباید فکر کنند همه حسود هستند و می خواهند او را حذف کنند و دنبال ایرادگیری و بهانه جویی هستند. بدیهی است تقویت عنصر اعتماد و فعالیت در کنار یکدیگر با سازگاری بیشتر می تواند به کمک کند که از لغزش ها رها شویم.

در پایان از همه عزیزانی که این یادداشت را می خوانند یا از مشتریان پرو پا قرص صفحه «سخن شما» در مجله صنعت کفش هستند درخواست می نمایم که ضمن دعای خیر از خداوند رحمان برای همکاران مادر تیم مجله ما را همچون گذشته در تداوم راهی که در پیش گرفته ایم یاری رسانند و از راهنمایی ها و پیشنهادات خود دریغ ننمایند و در پایان از خداوند متعال درخواست می نمایم که عاقبت همه ما را ختم به خیر فرماید. انشاء الله...

۸۶/۷/۳۰

چرم مصنوعی کرد. یادرج گزارش خوبی که در مورد پستی سازه انجام گرفت و مورد استقبال مسئولین از جمله نمایندگان مجلس قرار گرفت و فرصتی فراهم شد که صدای این بخش خاموش صنعت کفش به گوش همه برسد، یا انتقاد از اینکه در مورد کفش ملی خیلی مطلب می نویسید؟ و یا چرا راجع به حاج اصغر صالحی اینقدر مطلب می نویسید و پرداختن به ایشان چه لزومی دارد؟ و یا قدرانی از تلاش هیئت مدیره جامعه بخاطر تعدیل نرخ مالیات علی الرأس و یا حذف تجمیع عوارض کفش همه و همه توانست در «سخن شما» جای بگیرد.

در حقیقت این کار نوعی برقراری ارتباط ذهنی بین «شما» و «مجله» است اسم این کار را شاید بشود «نقد شفاهی» گذاشت شاید فرصتی است در اختیار خوانندگان ماکه هر جور که دلشان می خواهد با محارف بزنند البته مابا و کالت از آنها سعی می کنیم عصبانیت های آنها را سانسور کنیم!! و حتی بعضی مواقع هاکه بخاطر برخی اشتباهات چاپی و برخی گزارشات بانام بردن از یک فردی داخل مصاحبه که مورد اعتراض آن فرد قرار می گرفت به آنها می گوئیم که بقول استاد فرهمند اولین سردبیر مجله صنعت کفش (روزنامه لوموند) هم اشتباه می کند.

«نقد شفاهی» یا «سخن شما» بهانه ای است برای شنیدن حرف های شما!! آن هم جلوتر از حرف های خودمان و اعتقاد به اینکه حرف های شما مقدم تر از حرف های ماست.

در سرزمینی که فرهنگ «نقد کتبی» کم رنگ است و مردمانش عادت به اظهار نظرات شفاهی دارند و معمولاً ذهن ماکمتر عادت به بین صفرویک دارد و بیشتر عادت به صفریایک دارد. مدیریت کردن این حرف ها و درددل ها کار ساده ای نیست بخصوص که هر کسی از ظن خودش یار من؟!

این حرف ها به هر صورت در بدنه صنعت مطرح است ماکر آنها را نشنومیم به معنای آن نیست که این حرف ها وجود ندارد پس بهتر است مطرح شود و ما هم اشکال نداریم که آنها را بابت خیر خواهانه مورد قضاوت قرار دهیم. اگر فرصت «نقد» (حتی اگر باطل باشد) را ببندیم «غیبت» جای آن را می گیرد و او در ادامه شاید به شایعه و تخریب و گناه هم برسد!! همانطور که بزرگان فرموده اند