

کلی‌گویی آفتی برای ورزش

مدیرانی که بقای خود را در ارایه آمارهای دهان‌پرکن و بازی با ارقام و اعداد می‌جویند، در مناسبت‌های مختلف یک‌ه‌تازی می‌کنند و در کنار تمثال مبارکشان آن‌چنان از فعالیت‌ها سخن می‌گویند که همه آشنایان به مسائل را انگشت‌به‌دهان می‌کنند.

دوران پرداختن به حاشیه‌ها و فراموش کردن مسائل اصلی و اساسی گذشته‌است. رفتار آن‌هایی که استحکام صندلی مدیریت را همچنان در روش‌های منسوخ‌شده در کنار ارائه آمارهای ساختگی و یا حرف‌های کلی می‌دانند، مشخص‌شده و به قول معروف حنای این قبیل افراد برای علاقه‌مندان به مسائل مختلف سیاسی، اجتماعی و ورزشی دیگر رنگی ندارد.

یکی از کارهایی که این قبیل افراد انجام داده و به‌موقع و سر وقت وارد صحنه می‌شوند، مناسبت‌های مختلف است. مناسبت‌هایی که مردم به آن‌ها دل‌بستگی خاص داشته و اتفاقات و اقدامات روی داده در بزرگداشت و تکریم آن‌ها را پیگیری می‌کنند، مناسبت‌هایی که در سطح جامعه از جایگاه خاص و والایی برخوردارند و به‌خاطر همین قداست و مقام والا، فرصت‌طلبان آمارساز مدت‌ها در کمین می‌نشینند تا با فرارسیدن آن‌ها بر اسب مراد سوار شوند و با یکسری برنامه‌های بی‌محتوا و تکراری و فاقد هر گونه خروجی مثبت در فضای رسانه‌ای مانور بدهند و با کمک دوستان و غلامان حلقه به گوش و یا در سایه تاثیر کارتهای هدیه، چند روزی قدرت بلامنازع فضای مجازی باشند و به این ترتیب ضعف عملکردها و کارنامه‌ها را سرپوش بگذارند.

چرا کلی‌گویی را مدیران ضعیف و لنگر انداخته‌های برخی از ادارات و نهادها دوست دارند و به آن عشق می‌ورزند؟ این کار دلایل مختلفی می‌تواند داشته باشد.

کلی‌گویی می‌تواند نوعی فرار محسوب شود. وقتی مسئولی در قبال افکار عمومی به سوالات مطرح شده، موردی برای ارائه نداشته باشد، چاره‌ای جز دست به دامن شدن کلی‌گویی باقی نمی‌ماند. به‌عنوان مثال به‌جای این‌که بگوییم در چه مسابقاتی چه مقام‌هایی به دست آورده و چه جایگاه‌هایی را به تصرف درآورده‌ایم مدعی می‌شویم که در فلان تعداد مسابقه حضور داشته‌ایم. وقتی در مسابقات، نتایج به‌دست‌آمده جز روسیاهی چیز دیگری نباشد برای پاک کردن صورت مسئله مهم‌ترین وسیله کلی‌گویی و فرار از صحنه می‌باشد.

طرفداران و سینه‌چاکان کلی‌گویی می‌خواهند با دستاویز قرار دادن یکسری ارقام و آمار، مخاطبین را مجبور به سکوت بکنند و ذهن آن‌ها را درگیر مسائل فرعی نموده و از اصول اساسی و اولیه منحرف‌شان نمایند.

شخص کلی‌گو سطح مخاطبین‌اش را پائین فکرکرده و سعی می‌کند زیرکانه و با استفاده از یکسری ترفندها به توجیه رفتارها و ادعاهای خود بپردازد غافل از اینکه وقتی به‌مرور، انگیزه او روشن شود پرونده مدیریت و یک‌تازی‌اش مسدود می‌شود.

با کلی‌گویی می‌توان عجیب‌ترین، مضحک‌ترین و دور از واقعیت‌ترین موضوعات را به مخاطبین که ترفند کلی‌گویی را نمی‌فهمند، ارائه کرد.

بیشتر آن‌هایی که کلی‌گویی می‌کنند از آوردن دلیل، عاجز و درمانده هستند. مثلاً می‌گویند: اوج شکوفایی فلان اداره در دوران مدیریت من بوده‌است. اگر به آن‌ها بگوییم به چه دلیل؟ رنگ از رخسارشان می‌پرد و زبان‌شان بند می‌آید.

در کلی‌گویی تلاش می‌شود که بدترین را بهترین و بهترین را بدترین قلمداد کنند. در این ارتباط نیز می‌توان مثال‌های متعددی زد، ولی برای این‌که ذهن قهرمانان کلی‌گویی را به جاهای دیگر رهنمون نشویم و آن‌ها را به مقام پاسخ‌گویی با آویزان شدن از دامن کلی‌گویی ترغیب و مجبور ننماییم به همین مقدار بسنده می‌شود، شاید در فرصتی دیگر و آغاز فعالیت این افراد در مقوله ورزش با توجه به مناسبت‌های پیش‌رو با دلیل و مدرک و مستندات بیشتر حرف بزنیم.