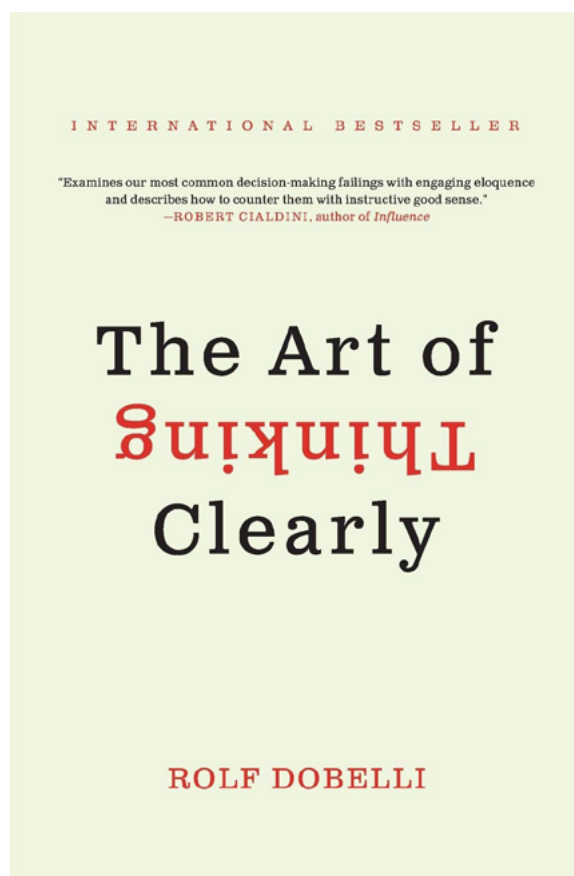


خلاصه بر اساس دیدگاه شخصی کتاب هنر شفاف اندیشیدن

(برای درک عمیق‌تر مطالب، بهتر است اصل اثر هم مطالعه شود)

اثر رولف دوبلی



خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

در این کتاب، نویسنده به ۹۹ خطای فکری انسان اشاره کرده که با آگاهی از آنها می‌توانیم بهتر و شفاف‌تر بیندیشیم و تصمیم بگیریم.

خطای بقا

متأسفانه اکثر ما احتمال موفقیت خودمان را بیش‌ازحد تخمین می‌زنیم. ولی باید بدانیم به ازای هر شخص موفق، هزاران و شاید میلیون‌ها نفر در همان زمینه فعالیت کردند و موفقیتی کسب نکردند. خیلی خوب است که افراد ناموفق را هم مطالعه کنیم و بی‌دلیل احتمال موفقیت بالا را برای کار خودمان در نظر نگیریم.

توهم بدن شناگر

خیلی وقت‌ها ما علت و معلول را باهم اشتباه می‌گیریم. اکثر افراد فکر می‌کنند دانشگاه‌های خوب (مثل هاروارد در آمریکا و شریف در ایران) افرادی که در آنها تحصیل می‌کنند را به نخبه تبدیل می‌کند، درحالی‌که در ابتدا افراد نخبه جذب این دانشگاه‌ها می‌شوند. همچنین خیلی‌ها فکر می‌کنند اگر شنا کنیم بدنمان کشیده می‌شود، درحالی‌که معمولاً افرادی که بدن کشیده دارند به این ورزش رو می‌آورند.

توهم پیدا کردن الگو

خیلی وقت‌ها ما در موضوعاتی دنبال الگو هستیم و می‌خواهیم همه‌چیز را به یک موضوعی که از قبل می‌شناسیم تشبیه کنیم. در کتاب آمده که در سال ۱۹۷۸ یک زن مسیحی در نانی که تهیه کرده بود، تکه‌های سیاه روی نان را به تصویر حضرت عیسی نسبت داد و حسابی معروف شد. (این موضوع در کشور ما هم بسیار رایج است و در ظرف‌های غذای نذری خیلی‌ها به دنبال الگوهای مذهبی هستند.) همچنین خیلی وقت‌ها ما به دنبال تشبیه ابرها به صورتک‌های انسان‌ها هستیم. همچنین خیلی از افراد به دنبال کشف رمز و راز و الگوهای بازارهای مالی هستند درحالی‌که خیلی از آنها تصادفی هستند.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

باید بدانیم که خیلی از این تشبیه‌ها و الگوهایی که ما به دنبالشان هستیم فقط به این دلیل است که مغز ما دوست دارند هر چیزی را به یک موضوع آشنا ربط دهد و در نتیجه ما توهم می‌زنیم که یک الگوی مهم را کشف کردیم. نسبت به این الگوها بدبین‌تر رفتار کنیم و بدانیم که احتمال زیاد آن‌ها تصادفی اتفاق افتاده‌اند.

خطای تائید اجتماعی

همه ما دوست داریم در اجتماع مورد تائید باشیم و به همین دلیل گاهی کار اشتباهی که جمع انجام می‌دهند را ما هم انجام می‌دهیم. اجداد ما نیاز داشتند که در جمع حاضر باشند، چون اگر از گروه طرد می‌شدند احتمالاً کشته می‌شدند. امروزه هم ما دوست داریم در جمع‌ها قرار بگیریم و موردعلاقه و احترام بقیه باشیم. به همین دلیل سعی می‌کنیم از رفتاری که جمع انجام می‌دهند، پیروی کنیم. ولی باید بدانیم که حتی اگر میلیون‌ها نفر یک کار اشتباه را انجام بدهند، باز هم آن کار اشتباه است.

خطای هزینه‌های هدررفته

خیلی وقت‌ها ما یک کاری را ادامه می‌دهیم درحالی‌که می‌دانیم این کار به نفعمان نیست و ادامه آن باعث ضرر ما می‌شود. ولی چون زمان و هزینه زیادی در آن کار صرف کردیم، دلمان نمی‌آید که آن را رها کنیم. باید مراقب باشیم اگر هر جایی فهمیدیم یک کاری را اشتباه انجام دادیم، حتی اگر زمان زیادی از ما گرفته باشد و هزینه زیادی صرف آن کار کرده باشیم، باز هم باید آن را کنار بگذاریم. یادمان باشد جلوی ضرر را هر جا بگیریم، منفعت است.

تقابل

وقتی چیزی را مجانی دریافت می‌کنیم، معمولاً یک وظیفه‌ای بر دوش ما قرار داده می‌شود. مثلاً وقتی شخصی غریبه ما را به یک شام دعوت می‌کند، حتماً باید بدانیم که پشت آن دعوت یک درخواست قرار دارد. در خوش‌بینانه‌ترین حالت، حتماً باید دین خودمان را به آن شخص ادا کنیم و یکبار هم ما، او را به شام دعوت کنیم.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

اگر پیشنهاد مجانی به ما شد، حتماً آن را بررسی کنیم و اگر از عهده وظیفه بعد از آن پیشنهاد برمی‌آمدیم یا از آن خوشمان می‌آید، پیشنهاد مجانی را قبول کنیم، در غیر این صورت بهتر است آن را رد کنیم.

خطای تائید

ما معمولاً عادت داریم هر موضوعی را بر اساس دانسته‌ها و عقاید خودمان می‌سنجیم. اگر آن موضوع با باورهای ما همخوانی داشت مورد تائید ما قرار می‌گیرد و اگر همخوانی نداشت، آن را به‌عنوان استثنا می‌دانیم یا فیلترش می‌کنیم. مثلاً وقتی در حال انجام یک پروژه هستیم تا زمانی که پروژه خوب پیش می‌رود، ما همه اتفاقات موجود را خوب می‌دانیم ولی به‌محض اینکه اولین مشکل در پروژه شکل می‌گیرد ما آن را نادیده می‌گیریم یا آن را یک استثنا می‌نامیم. یا خیلی وقت‌ها ما همه افراد یک کشور را بد می‌نامیم و دنبال تائید آن هستیم و اگر شخصی از آن کشور کار خوبی انجام دهد، آن را یک استثنا می‌دانیم. اگر موضوعی با دانسته‌ها و باورهای فعلی‌مان در تضاد است، آن را جدی بگیریم. شاید هشدار برای ما باشد.

خطای پیروی از مرجع مقتدر

خیلی وقت‌ها ما از افرادی که بی‌دلیل خودشان را مقتدر نشان می‌دهند پیروی می‌کنیم در حالی که این افراد الگوهای مناسبی نیستند. وقتی می‌خواهیم شخصی را به‌عنوان الگو و مرجع برای خودمان انتخاب کنیم تا جای ممکن او را به چالش بکشانیم و ببینیم چه رفتاری را انجام می‌دهد. خیلی از افرادی که به‌عنوان مرجع و الگو در جامعه قرار دارند، در واقعیت هیچ شباهتی با رفتارهایی که به ما نمایش می‌دهند، ندارند. (متأسفانه این روزها در شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام این موضوع را به‌شدت می‌بینیم و خیلی از افرادی که به‌هیچ‌عنوان الگوهای مناسبی نیستند، با نمایش‌های حرفه‌ای خودشان را حسابی مقتدر و خوب نشان می‌دهند.)

خطای اثر مقایسه

معمولاً ما دوست داریم همه‌چیز را با یک منبع مقایسه کنیم و در خلأ نمی‌توانیم تصمیم بگیریم. مثالی که در کتاب آمده را به حالت بومی برایتان تعریف می‌کنم. اگر ما برای خوردن شام به رستوران بخواهیم به رستوران برویم و قیمت چلوکباب پنجاه

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

هزار تومان باشد و متوجه شویم به فاصله ۱۰ دقیقه از این رستوران، یک رستوران دیگر با همین کیفیت، چلوکباب را ده هزار تومان ارزان تر می‌دهد، احتمال اینکه به رستوران دوم برویم زیاد است.

ولی اگر قصد خرید یک دست لباس یک میلیون تومانی داشته باشیم و بدانیم مغازه دیگری همین لباس را ده هزار تومان ارزان تر می‌دهد و ۱۰ دقیقه با ما فاصله دارد، احتمال اینکه به مغازه دوم برویم خیلی کم است.

در حالی که در هر ۲ حالت باید ۱۰ دقیقه را برای ده هزار تومان طی کنیم. همچنین در مثالی دیگر نویسنده آورده که موقع خرید سهام، خیلی‌ها می‌گویند این سهام ۵۰ درصد از قیمت اوجش پایین تر است پس سهام ارزنده‌ای است. در حالی که ما باید آن سهام را در حال حاضر بررسی کنیم و ببینیم آیا ارزنده است یا نه. مراقب مقایسه‌های خودمان باشیم.

خطای در دسترس بودن

ما اغلب موضوعی که در دسترسمان هست را به‌عنوان واقعیت قبول می‌کنیم. مثلاً وقتی یک دیدگاهی در خانواده ما رواج دارد ما آن را به‌عنوان حقیقت می‌پذیریم و در مقابل واقعیت‌های دیگر بی‌توجه می‌شویم.

باید مراقب باشیم، گاهی واقعیت چیزی نیست که ما همیشه آن را تکرار می‌کردیم یا می‌شنیدیم.

توهم: قبل از اینکه شرایط بهتر شود، بدتر می‌شود!

خیلی از افرادی که قصد دارند موضوعی را حل کنند یا مشکلی را از بین ببرند، وقتی از راه‌حل خودشان مطمئن نیستند، احتمال می‌دهند قبل از این‌که راهکارهایشان به نتیجه برسد، موضوع کمی بدتر می‌شود.

در این شرایط اگر اوضاع بدتر شد، پیش‌بینی آن‌ها درست بوده، اگر اوضاع بهتر شد، آن‌ها از خودشان تعریف و تمجید می‌کنند.

مثلاً پزشکی که به بیمارش می‌گوید این داروها رو بخور و بعد از ۳ روز اگر بدتر شدی با من تماس بگیر، ما را اسیر این توهم می‌کند.

یک مدیر یک شرکت که قصد دارد استراتژی جدیدی را به کار بیندازد ولی به اعضای هیئت‌مدیره می‌گوید احتمالاً چند ماه فروش افت خواهد داشت، او هم قصد دارد اعضای هیئت‌مدیره را اسیر این توهم کند.

البته این درست است که گاهی اوقات شروع یک فعالیت منجر به افت فروش یا کاهش درآمد و ... شود، ولی در کوتاه‌مدت مشخص می‌شود آیا استراتژی ما درست بوده یا نه. اگر زمان زیادی گذشت و همچنان نتیجه‌ای ندیدیم، احتمالاً درگیر این توهم شده‌ایم.

خطای قصه و داستان

خیلی از قصه‌هایی که می‌شنویم، تحریف‌شده‌اند و تغییر کرده‌اند. حتی وقتی خودمان می‌خواهیم قصه زندگی خودمان را تعریف کنیم، قطعاً قسمت‌هایی که دوست نداریم را بیان نمی‌کنیم و فقط بخش‌هایی رو می‌گوییم که برایمان لذت‌بخش‌تر و جذاب‌تر هستند.

همچنین خیلی از داستان‌ها به نکات فرعی و بی‌اهمیتی اشاره می‌کنند که شاید هیچ‌گونه اهمیتی نداشته باشند و هیچ‌وقت به اصل داستان نمی‌پردازند. مثلاً در یک فاجعه و تصادف، اگر افرادی باشند که از آن حادثه جان سالم به در برده باشند، کل داستان این حادثه درباره احساس این افراد از لحظه اتفاق است و کمتر به ریشه‌یابی آن تصادف اشاره می‌شود. وقتی داستانی می‌شنویم، خوب است که فکر کنیم چه کسی آن را تعریف کرده و برای چی تعریف کرده. شاید به بخش‌های پنهان آن قصه پی ببریم.

مرور خاطرات و اتفاقات (خطای پیشگویی)

(نام خطای پیشگویی را من روی این اشتباه تفکری گذاشتم. مهدی کاردان)
تا حالا بارها از افراد مختلف شنیدیم که:
من که بهت گفته بودم این‌طوری میشه.
حالا به حرف من رسیدی؟
من از اول می‌دونستم آخر و عاقبت این کار چی میشه!
و ...

متأسفانه اکثراً ما دچار توهم می‌شویم که خیلی از مسائل را خوب پیش‌بینی می‌کنیم ولی در واقعیت اکثر پیش‌بینی‌های ما دچار خطا می‌شوند. برای اینکه بدانیم چقدر در این مورد خطاداریم، کافی است قیمت برخی از کالاها را برای یک سال آینده پیش‌بینی کنیم و روی کاغذ بنویسیم و ببینیم چقدر اشتباه می‌کنیم. (حتی اگر فکر می‌کنید بازار ایران قابل پیش‌بینی نیست، روی بازارهای جهانی این کار را انجام دهید و از اشتباهات عجیب تعجب کنید!! مهدی کاردان)

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

توهم دانش، در اثر اعتماد به نفس بالا

ما اکثراً دانش خودمان را بیش از حدی که هست تخمین می‌زنیم و در این مورد اعتماد به نفس کاذب داریم. در حالی که باید بدانیم ما بیشتر از چیزی که فکر می‌کنیم، دانشمان کم است و باید پیوسته در حال یادگیری و رشد باشیم. این خطا، یکی از دلایل پیش‌بینی‌های اشتباه ماست. وقتی فکر می‌کنیم چیزی را خیلی خوب بلدیم، دائماً می‌خواهیم آینده آن را پیش‌بینی کنیم و معمولاً هم دچار خطا می‌شویم. خیلی از کارشناسان معمولاً دچار این اشتباه می‌شوند.

دانش راننده شخصی!

به‌طور کلی ما ۲ نوع دانش در جهان داریم، اولی دانشی است که یک نفر با پوست و گوشت و استخوان آن را درک کرده و حسابی راجع بهش تحقیق کرده. دومی دانش سطحی است که شخص فقط بر اساس مسائلی که شنیده بیان می‌کند و تظاهر به داشتن دانش می‌کند.

دسته دوم افرادی هستند که خیلی با کلمات عجیب و غریب و خیلی جذاب سعی می‌کنند مخاطب را جذب کنند و با ارائه کلمات سنگین، تمرکز افراد را به خودشان جلب می‌کنند. جالب است بدانید که افرادی که دانش و علم واقعی دارند، اگر از موضوعی خبر نداشته باشند یا خارج از حیطه تخصصی‌شان باشد، بلافاصله می‌گویند نمی‌دانم.

ولی اگر از افراد با دانش سطحی، راجع به هر چیزی سؤال بکنیم، احتمالاً با کلام خاص خودشان شروع به داستان‌سرایی می‌کنند و هر چیزی جز نمی‌دانم را از آن‌ها می‌شنویم. در این بخش نویسنده داستان آقای ماکس پلانک و راننده‌اش را شرح داده. آقای پلانک که برنده جایزه نوبل فیزیک بودند، بعد از دریافت جایزه در سرتاسر کشور آلمان سخنرانی‌هایی راجع به مکانیک کوانتوم انجام دادند.

قبل از یکی از سخنرانی‌ها در شهر مونیخ، راننده ایشان خواستند که او به‌جای آقای پلانک سخنرانی کند و خودش را جای این دانشمند جا بزند که آقای پلانک هم با این موضوع موافقت کردند.

در حین سخنرانی راننده (پلانک تقلبی) یکی از اساتید فیزیک سؤال پرسیدند و شخص راننده با تعجب گفتند که این سؤال انقدر سطحی است که حتی راننده من (پلانک واقعی) هم آن را بلد است.

نکته این‌که حسابی باید مراقب افرادی با معلومات سطحی ولی ادعاهای زیاد باشیم.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

توهم کنترل داشتن

خیلی وقت‌ها ما فکر می‌کنیم روی مسائلی کنترل داریم که در واقع خارج از حیطه کنترل ما هستند.

بهتر است به‌جای تمرکز روی این مسائل، روی چیزهایی تمرکز کنیم که واقعاً در حیطه کنترل ما هستند.

خطای تمرکز روی پاداش

خیلی مواقع برای انجام کارها جایزه‌ها و پاداش‌هایی تعیین می‌شود و بعد از مدتی خود پاداش مشکل ایجاد می‌کند.

مثلاً اگر در ازای ساعت‌های اضافه‌کاری پاداش و اضافه‌حقوق پرداخت می‌شود، خیلی از کارمندان بی‌دلیل سرکار می‌مانند و هیچ کاری انجام نمی‌دهند.

یا در مثالی که نویسنده آورده، در قرن ۱۹ میلادی برای جلوگیری از زیاد شدن تعداد موش‌ها، به ازای هر موشی که مردم به مسئولین حکومتی تحویل می‌دادند، جایزه‌ای دریافت می‌کردند.

تعداد موش‌های تحویلی زیاد بود ولی خیلی‌ها در حال پرورش موش بودند تا بتوانند آن‌ها را تحویل بدهند و جایزه بگیرند.

باید سعی کنیم پاداش را برای نتیجه نهایی تعیین کنیم نه پروسه انجام کار.

مثلاً برای کارمندان در ازای تمام کردن یک کار پاداش داده شود تا هم نتیجه دلخواه به دست بیاید و هم کارمندان خوشحال باشند و پاداش دریافت کنند.

توهم کمک به برگشتن به میانگین

همه اتفاقات در یک دوره زمانی مشخص، حدود میانگین چند وقت اخیرش در نوسان است!

مثلاً دمای هوا معمولاً در آبان ماه هر سال میانگین یکسانی با میانگین دمای آبان پارسال دارد.

یا خیلی از سهم‌ها، بعد از یک افت یا رشد شدید، بلافاصله در یک محدوده‌ای نوسان می‌کنند و گاهی سود ده و گاهی ضرر ده می‌شوند.

دردهای مزمن هم همین‌طور هستند، بعضی اوقات شدت می‌گیرند و چند ساعت یا چند روز بعد آرام می‌گیرند.

ولی ما سعی می‌کنیم با کارهای عجیب و غریب تلاش کنیم مسائل را به مقدار میانگینشان برگردانیم، غافل از اینکه آن‌ها خودشان به‌صورت خودکار به میانگین برمی‌گردند.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

مثلاً وقتی سهمی یک افتی را تجربه می‌کند، خیلی‌ها به دنبال پیدا کردن یک مشاور قوی هستند در حالی که آن سهم بعد از مدتی به صورت خودکار به مقدار معمول و میانگین همیشگی‌اش برمی‌گردد.

خطای تمرکز به نتایج

خیلی وقت‌ها تلاش‌های ما نتیجه دلخواه‌مان را نمی‌دهند چون یکسری عوامل بیرونی باعث اتفاقاتی شده‌اند که نتایج را به هم ریخته‌اند. همچنین گاهی اتفاقی خوشایند برای ما رخ می‌دهد در حالی که تصمیم ما انقدرها هم خوب نبوده، ولی شانس در این مورد با ما یار بوده. اگر در حوزه‌ای فعالیت می‌کنیم که عوامل زیادی روی آن تأثیرگذارند، به جای تمرکز صرف روی نتیجه روی پروسه انجام کار هم توجه داشته باشیم و اگر دیدیم پروسه انجام، منطقی و درست است، می‌توانیم آن را ادامه دهیم.

پارادوکس انتخاب

در یک آزمایش، در مرتبه اول ۳۴ نوع مربا را در اختیار خریداران قرار دادند تا بعد از تست، خریدشان را انجام دهند. در مرتبه دوم فقط ۶ مربا در اختیار آن‌ها بود تا انتخاب خودشان را انجام دهند. جالب است که در مرتبه دوم که تعداد گزینه‌ها خیلی کمتر بود، میزان فروش ۱۰ برابر بیشتر بود. هر چه تعداد انتخاب بالاتر می‌رود، احتمال خطا بیشتر می‌شود. منظور در اینجا انحصاری کردن گزینه‌ها نیست، منظور این است که گزینه‌های خودمان را بیش از حد زیاد نکنیم. به جای اینکه دنبال کمال‌گرایی و انتخاب ایدئال برویم، از اول بدانیم که احتمالاً گزینه بی‌نقص و کامل وجود ندارد. بعد بر اساس معیارهای اصلی خودمان انتخابمان را محدود به چند گزینه کنیم.

خطای علاقه

وقتی کسی را دوست داریم، احتمال اینکه از او خرید کنیم یا به او کمک کنیم بیشتر است. این یک موضوع مسلم است. ولی خیلی وقت‌ها ما خریدی انجام می‌دهیم که باعث دردسرمان می‌شود.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

باید مراقب باشیم اگر قصد خرید داریم حتماً کالا را جدا از فروشنده بررسی کنیم. و اگر فروشنده هستیم، حتماً کاری کنیم که خریدار احساس خوبی داشته باشد و حس صمیمیت با شما داشته باشد.

اثر مالکیت

وقتی ما مدتی مالک یک کالا هستیم، یا مدت زمان طولانی در یک محل حضور داشته باشیم یا تا آخرین مراحل استخدام در یک شرکت پیش برویم، نسبت به آن‌ها حس مالکیت داریم. هرچه حس مالکیت ما قوی‌تر بشود، بیشتر نسبت به آن موضوع احساس پیدا می‌کنیم و اگر آن را از دست بدهیم بیشتر ناراحت می‌شویم. به همین دلیل ما معمولاً کالاهای خودمان را بیشتر از میزان واقعی‌اش ارزش‌گذاری می‌کنیم و فکر می‌کنیم قیمت بالاتری نسبت به کالاهای مشابه دارند. همچنین وقتی نزدیک به استخدام یک شرکت هستیم و این اتفاق نمی‌افتد، نسبت به موقعی که از اول در آزمون استخدامی رد می‌شویم، بیشتر ناراحت می‌شویم.

رویدادهای تصادفی

خیلی وقت‌ها ما به اشتباه ۲ اتفاقی که به صورت هم‌زمان می‌افتند را علت و معلول همدیگر می‌دانیم در حالی که این اتفاقات فقط به صورت تصادفی پیش آمده است. مثل‌های زیادی در فرهنگ ایرانی قرار دارد که به همین موضوع اشاره کرده، مثلاً وقتی کف دستمان می‌خارد، منتظر رسیدن پول هستیم. و اگر این اتفاق بیفتد آن‌ها را به هم ربط می‌دهیم. یا خیلی وقت‌ها به شخصی فکر می‌کنیم و همان زمان آن شخص به ما زنگ می‌زند و ما فکر خودمان را دلیل این اتفاق می‌دانیم. در حالی که معمولاً حوادثی که به هم ارتباطی ندارند، مثل پول و خارش کف دست، فقط به صورت اتفاقی و هم‌زمان باهم پیش آمدند و به هیچ وجه علت همدیگر نیستند.

توهم درست بودن تفکر گروهی

وقتی اکثریت یک گروه ایده‌ای را تائید می‌کنند یا یک سبک فکر را تصویب می‌کنند، تمام موارد غیرمشابه را اشتباه می‌دانند و فکر خودشان را برتر می‌دانند. خیلی از مواقع اعضای یک گروه به دلیل اعتقاد بر یک موضوع خاص، به اشتباه تصمیمی

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

مشترک می‌گیرند و هیچ الزامی ندارد که اگر اکثر اعضا یک نظر را تأیید کردند، آن نظر درست باشد.

حتماً به دیدگاه‌های مخالف هم باید بها بدهیم و آن‌ها را هم بررسی کنیم.

فراموشی احتمال وقوع یک اتفاق

خیلی وقت‌ها ما به خاطر بزرگی یک شانس، احتمالات را فراموش می‌کنیم. این ۲ گزینه را بررسی کنید:

یک کسب‌وکار را راه بیندازیم که به درآمد ماهی صد میلیون تومان برسد و احتمال شکست آن کسب‌وکار ۲۰ درصد باشد.

یک کسب‌وکار را راه بیندازیم که به درآمد ماهیانه یک میلیارد تومان برسد و احتمال شکست ۵۰ درصد باشد.

اگر از روی منطق نگاه کنیم کسب‌وکار اول احتمال شکستش کمتر است ولی اکثر ما کسب‌وکار دوم را انتخاب می‌کنیم چون هیجان درآمد ماهی یک میلیارد تومان بسیار جذاب‌تر است.

فقط مواقعی ریسک‌ها برای ما معنی پیدا می‌کنند که ریسک آن حادثه صفر باشد. اگر احتمال شکست یک پروژه کوچک صفر باشد ولی احتمال شکست یک پروژه خیلی بزرگ ۳۰ درصد باشد، این بار پروژه بدون ریسک بیشتر رأی می‌آورد.

ترس از جا ماندن و خطای کمیابی

چقدر تا حالا با تبلیغات به سبک ترغیب به خریدن یک محصول شده‌ایم؟ آقای دکتر فقط ۵ نفر را در روز ویزیت می‌کنند.

برای گرفتن وقت از دکتر باید ۶ ماه زودتر اقدام کنید.

فقط تا آخر امشب می‌توانید این محصول را تهیه کنید.

فقط برای ۱۰ نفر جا باقی‌مانده.

و ...

اکثر ما دوست داریم که از این فرصت‌ها استفاده کنیم.

البته که اگر با آن خدمات یا کالا نیاز داریم خیلی خوب است که از فرصت‌ها استفاده

کنیم ولی اگر نیازی نداریم، فقط از ترس کمیابی ممکن است آن‌ها را تهیه کنیم.

فراموشی فراوانی‌ها و نرخ پایه

نویسنده مثال جالبی آورده:

مارک مرد لاغری از کشور آلمان است و عینک می‌زند و به موسیقی کلاسیک و موتزارت علاقه دارد.

به نظر شما مارک راننده کامیون است یا استاد رشته ادبیات؟
اکثر ما این شخص را استاد دانشگاه می‌دانیم در حالی‌که در کشور آلمان راننده‌های کامیون تعدادشان چند هزار برابر اساتید ادبیات است.
ما خیلی وقت‌ها فقط به‌ظاهر توجه می‌کنیم و توجه نمی‌کنیم چه موضوعی فراوان‌تر و شایع‌تر است.

توهم قماربازان

همه ما فکر می‌کنیم اگر ۲ بار تاس را بیندازیم و ۶ بیاید، دفعه بعدی احتمالش کمتر است که مجدد ۶ بیاید.
در حالی‌که در هر بار تاس انداختن، احتمال آمدن عدد ۶، ۱ به ۶ است و هیچ ارتباطی به دفعات قبلی ندارد.
در واقع هر بار تاس انداختن یک رویداد مستقل است و ما نباید آن را با اتفاقات قبلی مقایسه کنیم.
ولی در رویدادهای غیرمستقل، شرایط به شکل دیگری است و عوامل زیادی روی یک موضوع تأثیرگذارند.
مثلاً مسائل اقتصادی یا آب‌وهوا جز مسائل غیرمستقل هستند که تحت تأثیر عوامل دیگری هستند و نمی‌شود به‌تنهایی احتمال وقوع اتفاقات را در آن‌ها تخمین زد.

خطای استفاده از مرجع بی‌ربط

وقتی عددی را می‌شنویم، آن را به‌عنوان پشتیبان برای عددهای دیگر در نظر می‌گیریم! مثلاً یک معلم اگر از نمره‌های شاگرد در درس‌های دیگر خبر داشته باشد، آن نمره روی طرز فکر معلم در مورد این امتحان هم تأثیر دارد.
نویسنده در کتاب مثال جالبی می‌زند:
در یک سمینار دانشجویی، از دانشجویان خواسته می‌شود ۲ رقم پایانی کارت شناسایی خودشان را یادداشت کنند.
بعد استاد از دانشجویان می‌پرسد که برای خرید یک نوشیدنی چقدر حاضرند پرداخت کنند.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

جالب است که به‌طور میانگین کسانی که ۲ رقم پایانی کارت شناسایی آن‌ها بزرگ‌تر بود، تقریباً رقمی ۲ برابر کسانی پیشنهاد دادند که ۲ رقم پایانی کارت شناسایی‌شان کوچک‌تر بود.

این موضوع نشان می‌دهد ما حتی در مواقعی که نیازی به یک مرجع نداریم، بی‌دلیل از آن استفاده می‌کنیم. در مذاکرات اعدادی که ابتدا مطرح می‌شوند، به‌عنوان مرجع آن مذاکره انتخاب می‌شوند و ما باید در مذاکراتمان مراقب این ارقام باشیم.

قطعی دانستن اتفاقات

تا حالا بارها برای افراد پیش‌آمده که در ابتدا با یک نفر با شک و تردید وارد مذاکره بشوند و خیلی مراقب باشند که یک‌وقت سرشان کلاه نرود. ولی وقتی ماه‌ها از حسن رفتار آن شخص مطمئن می‌شوند، کاملاً به او اطمینان می‌کنند و اینجاست که خیلی وقت‌ها سروکله کلاه‌بردارهای حرفه‌ای ظاهر می‌شود. باید بدانیم که هیچ‌چیز قطعی و دائمی نیست. و نباید اتفاقات گذشته را همیشه به‌عنوان راهنمای اتفاقات پیش‌رو در نظر بگیریم. خیلی جاها ممکن است در اثر یک اتفاق همه‌چیز زیرورو شود. پس مراقب باشیم با فکری مثل: من همیشه برنده بودم و همیشه هم برنده خواهم بود. تا حالا ۱۰۰ بار این کار را تست کردم و همیشه درست از آب درآمده. و ... اسیر این مشکل فکری نشویم.

ترس از دست دادن

اگر یک میلیون تومان گم کنید چه حسی خواهید داشت؟ تا چند وقت حسرت این مبلغ را می‌خورید؟ حالا اگر یک میلیون تومان برنده شوید چی؟ چند روز خوشحالی می‌کنید؟ واقعیت این است که ما وقتی چیزی را از دست می‌دهیم، ۲ برابر بیشتر از زمانی که عین همان چیز را به دست می‌آوریم احساساتی می‌شویم و احساس ناراحتی‌مان ۲ برابر احساس خوشحالی‌مان خواهد بود. پس اگر قصد داریم کسی را متقاعد کنیم، می‌توانیم از این ترس استفاده کنیم و مشکلات از دست دادن آن مذاکره را بیشتر نمایش بدهیم تا مزایای آن را.

تنبلی دسته‌جمعی

نکته عجیبی از کارهای دسته‌جمعی و گروهی وجود دارد. در یک گروه، اشخاص تلاش کمتری نسبت به موقعی که تنها کار می‌کنند به خرج می‌دهند. ضمن اینکه ریسک‌پذیری افراد در گروه نسبت به حالت تنهایی آن‌ها بیشتر می‌شود. یکی از دلایل این کار، این است که در گروه به‌طور کامل مشخص نمی‌شود که شخص چقدر اشتباه مرتکب شده. در واقع چون نتایج به تلاش همه ربط پیدا می‌کند، مشخص نمی‌شود که چه کسانی کم‌کاری بیشتری کردند و در نتیجه مشکلی برای آن افراد به وجود نمی‌آید.

رشد تصاعدی

ما معمولاً از رشد تصاعدی نداریم و وقتی با آماری مثل رشد ۵-۶ درصدی آمار تصادفات و سایر مسائل روبرو می‌شویم، زیاد آن را جدی نمی‌گیریم. ولی واقعیت این است که وقتی تصادفات در هر سال فقط ۵ درصد رشد کنند، بعد از ۱۴ سال ۲ برابر می‌شوند و این مدلی ما عمق فاجعه را متوجه می‌شویم. نویسندگان مثال جالبی می‌زنند و می‌گویند اگر یک کاغذ را از وسط تا کنیم و دوباره آن را تا کنیم و این کار را تا ۵۰ بار تکرار کنیم، ضخامتی که به دست می‌آید معادل فاصله زمین تا خورشید است! چیزی حدود نود و پنج میلیون کیلومتر!! باور نکردنی است ولی واقعی. پس ما باید مراقب باشیم با عددهای کوچک که به‌طور ماهیانه یا سالیانه تکرار می‌شوند، گول نخوریم.

برنده‌های نفرین‌شده!

در مزایده‌ها معمولاً افراد برنده، کاملاً بازنده‌اند! به دلیل اینکه این افراد آن قدر قیمت را بالا می‌برند تا از ارزش ذاتی آن پروژه یا کالا یا ملک یا هر چیز دیگر بالاتر می‌رود و در نتیجه کسی که مزایده را برنده شده، در واقع بازنده اصلی این معامله است. اکثر ما دوست نداریم در مقابل بقیه کم بیاوریم به همین دلیل در این مدل مزایده‌ها آن قدر قیمت خودمان را بالا می‌بریم تا برنده مزایده لقب بگیریم، مخصوصاً اگر تا لحظات آخر در رقابت برای بردن آن حراجی باشیم.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

نویسنده نقل قولی از آقای وارن بافت که یکی از بزرگترین و موفقترین سرمایه‌گذاران دنیاست آورده با این مضمون که:
در مزایده‌ها یک قیمت نهایی برای خودتان تعیین کنید و بعد ۲۰ درصد از آن کم کنید و آن را یادداشت کنید. در هنگام مزایده هیچ مبلغی بالاتر از آن را پیشنهاد ندهید.

خطای نسبت دادن همه‌چیز به یک نفر

اکثر اوقات ما به دنبال این هستیم که قهرمان یک داستان و یک اتفاق را پیدا کنیم و به عوامل دیگر بی‌توجهیم.
در حالی که ستاره یک تیم ورزشی در کنار سایر بازیکنان ستاره شده، یک اجرای موسیقی عالی در کنار افرادی که متن این موسیقی را نوشته‌اند و اجرا کرده‌اند عالی شده.
به‌طور کلی بازیگری که روی صحنه می‌بینیم همه‌چیز نیست و ما باید پشت‌صحنه‌ها را هم ببینیم.
درواقع باید بدانیم، موفقیت همه آن چیزی نیست که ما روی صحنه می‌بینیم، ماه‌ها یا حتی سال‌ها تلاش خود شخص به همراه تیمش، یک موفقیت را پدید می‌آورد.

خطا در تشخیص علت!

گاهی اوقات ما جای علت و معلول را باهم اشتباه می‌گیریم یا بعضی اوقات مسائل بی‌ربط را به‌عنوان علت و معلول در نظر می‌گیریم.
قبلاً هم در فصل‌هایی نویسنده این موضوع را بیان کرده بود و اینجا با مثال‌های بیشتر مجدد آن‌ها را بررسی می‌کنیم.
نویسنده مثال جالبی می‌زند، در خیلی از تبلیغات شامپوها می‌آید که افرادی که از شامپوی ... استفاده می‌کنند دارای موهای ضخیمی هستند، در حالی که واقعیت این است که افرادی که دارای موهای ضخیم هستند از شامپوی ... استفاده می‌کنند.
درواقع اینجا علت داشتن موهای ضخیم است و معلول شامپوست.
ولی در تبلیغات این ۲ موضوع برعکس عنوان می‌شود.

اثر هاله‌ای

اثر هاله‌ای عنوان می‌کند که در چند ثانیه اول برخوردمان با یک شخص، او را به‌طور کامل قضاوت می‌کنیم.
مثلاً اگر یک شخص با کت‌وشلوار مشکی بسیار شیک، با کفش مشکی واکس‌زده و یک

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

پیراهن سفید اتو شده و یک کروات مشکی‌رنگ بسیار زیبا ببینیم که بوی عطر او به مشاممان می‌رسد، احتمالاً او را دارای اخلاقی خوب و شغلی با جایگاه اجتماعی بالا و ارتباط خانوادگی عالی تصور می‌کنیم. در حالی‌که ما هیچ اطلاعاتی از این موارد نداریم. همچنین اثر هاله‌ای نشان می‌دهد اگر ما وارد یک مغازه بشویم و اتفاقات اولیه آن محیط برای ما خوشایند باشد، احتمال خریدمان از آنجا بیشتر می‌شود. ولی باید حواسمان باشد خیلی وقت‌ها اثر هاله‌ای، باعث می‌شود ما قضاوت‌های اشتباهی انجام دهیم.

مسیرهای جایگزین

وقتی با شرایط خیلی ریسکی مواجه می‌شویم که با احتمال خیلی کم در مدت کوتاهی موفقیت بزرگی نصیبمان شود، یادمان می‌رود خطرها را در نظر بگیریم. همیشه مسیرهای جایگزینی وجود دارند، بهتر است به مسیرهای دیگر هم فکر کنیم. معمولاً مسیری که ما را دیرتر به موفقیت بزرگ می‌رساند، بهتر و عقلانی‌تر از مسیری است که در مدت کوتاه ولی با ریسک بسیار زیاد به نتیجه برسد.

توهم پیشگو بودن

پیش‌بینی‌ها معمولاً اشتباه هستند. نویسنده نقل قول جالبی از یک اقتصاددان دانشگاه هاروارد، جان کنت گالبریت، می‌آورد: «افراد در پیش‌بینی ۲ دسته‌اند: کسانی که آگاهی ندارند و کسانی که نمی‌دانند آگاهی ندارند.» هر چه یک موضوع پیچیده‌تر می‌شود، مثل شرایط سیاسی و اقتصادی، احتمال خطا در پیش‌بینی بیشتر است. پس باید سعی کنیم در مقابل پیشگویی‌های دیگران کمی با دید انتقادی نگاه کنیم، چون احتمال خطا بسیار زیاد است.

اشتباه در هم‌زمانی اتفاقات

خیلی وقت‌ها که ما یک موضوعی را با جزئیات بیشتر می‌شنویم، آن را راحت‌تر قبول می‌کنیم در حالی‌که آن جزئیات احتمال وقوع آن اتفاق را کمتر می‌کند. برای توضیح بیشتر به مثالی که نویسنده آورده اشاره می‌کنم:

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

شما کدام گزینه را محتمل تر می‌دانید:

- ۱- فرودگاه تعطیل شد و پروازها به تعویق افتادند.
 - ۲- فرودگاه به دلیل بدی هوا تعطیل شد و پروازها به تعویق افتادند.
- اکثر افراد گزینه ۲ را انتخاب می‌کنند درحالی‌که شرط اضافه بد بودن هوا، باعث می‌شود احتمال گزینه ۲ کمتر از گزینه ۱ شود.
- خیلی وقت‌ها تبلیغات روی همین گزینه تأکید دارند و یک جزییات را وارد تبلیغات می‌کنند که برای ما قابل قبول تر شود درحالی‌که بقیه محصولات و خدمات مشابه همان شرایط را دارند، ولی اضافه کردن یک جمله، باعث می‌شود ما آن را بهتر قبول کنیم.

اهمیت جمله‌بندی

اینکه ما چه چیزی می‌گوییم مهم است، ولی اینکه چگونه آن را بیان می‌کنیم و جمله‌بندی می‌کنیم بسیار مهم است.

یک مثل قدیمی در فارسی هست که می‌گوییم بفرما و بنشین و ب... یک مفهوم کلی دارند.

ولی این‌که کدام را استفاده می‌کنیم بسیار مهم است.

پس باید در صحبت‌هایمان مراقب کلام و جمله‌بندی‌های خودمان باشیم.

توهم عمل‌گرایی

خیلی وقت‌ها ما کاری را انجام می‌دهیم که فقط خودمان را مشغول نشان دهیم.

در خیلی از اداره‌ها می‌بینیم که افراد با سرعت از یک اتاق به یک اتاق دیگر می‌روند ولی کارها به‌درستی پیش نمی‌رود.

یا خیلی از افراد را می‌بینیم که خودشان را پرمشغله نشان می‌دهند ولی همیشه در شرایط سخت مالی زندگی می‌کنند.

خیلی وقت‌ها اگر ما هیچ کاری نکنیم، بهتر از کارهای بی‌فایده‌ای است که انجام می‌دهیم. حتی خیلی وقت‌ها می‌شود که ما کاری انجام می‌دهیم و نه‌تنها اوضاع بهتر نمی‌شود، بدتر هم می‌شود.

سعی کنیم در شرایط مختلف بررسی کنیم آیا داریم کاری را انجام می‌دهیم یا ادای کار کردن را درمی‌آوریم!

خطای انجام ندادن کارهای مفید

خیلی از ما می‌دانیم انداختن زباله در خیابان کار بدی است و اگر خیلی به این موضوع اعتقاد داشته باشیم زباله‌ای روی زمین نمی‌اندازیم. ولی چند نفر از ما وقتی زباله‌ای می‌بینیم آن را برمی‌داریم؟ زباله انداختن روی زمین و زباله جمع نکردن از روی زمین هر ۲ یک کار را انجام می‌دهند.

هر ۲ باعث آلودگی شهر می‌شوند. ولی ما اولی را بدتر می‌دانیم.

همچنین می‌دانیم که کلاه‌برداری و فاکتورسازی کارهای بدی هستند ولی شاید در ارائه اظهارنامه مالیاتی کوتاهی کنیم، درحالی‌که هر ۲ باعث فساد اقتصادی می‌شوند. حواسمان باشد کمک نکردن به بهبود اوضاع، درواقع کمک به بدتر شدن اوضاع است.

برتری برای من، شکست برای دیگران

همه ما در دوران مدرسه و دانشگاه، نمره‌های خوب را خودمان می‌گرفتیم. درحالی‌که استادان و معلمان نمره‌های بد را به ما می‌دادند.

صاحبان کسب‌وکار هم همین رفتار را دارند. اگر اوضاع کاسبی خوب باشد خودشان را تشویق می‌کنند، ولی اگر فروش کم شود احتمالاً شرایط محیطی و دولت و خریداران را مقصر می‌دانند.

هر وقت موفق می‌شویم خودمان را تشویق می‌کنیم و با غرور از آن پیروزی صحبت می‌کنیم، هرزمانی هم که نتیجه نمی‌گیریم، زمین و زمان را مقصر می‌دانیم. همیشه ما نقش خودمان را در موفقیت‌ها بیشتر از واقعیت می‌دانیم و نقش خودمان را در شکست کمتر از میزان حقیقی آن می‌دانیم.

اشتباه در پیش‌بینی شادی

اکثر ما توقع داریم که اگر درآمد بیشتر، پول بیشتر، خانه بزرگ‌تر، ماشین بهتر، کار با پرستیژتر و ... داشته باشیم، احساس شادی بیشتری در زندگی تجربه کنیم. ولی واقعیت این است که همه این‌ها بعد از مدتی برای ما تکراری می‌شوند و ما را به شادی و لذت دلخواه نمی‌رسانند.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

در واقع مسائل مادی برای شادی‌های کوتاه‌مدت خوب هستند. در عین حال، توجه به علایق خودمان و ارتباطات مناسب می‌توانند باعث ایجاد خوشحالی‌های بلندمدت برای ما بشوند.

توهم بدشانسی

وقتی در ترافیک گیر می‌کنیم یا پشت چراغ‌های قرمز متعدد می‌مانیم یا اتفاقات این‌چنینی بر ایمان می‌افتد، همه ما توهم بدشانسی داریم و می‌گوییم من هیچ‌وقت در این زمینه شانس ندارم. ولی واقعیت این است که ما توجهی به تعداد دفعاتی که با خیال راحت در اتوبان گاز می‌دهیم یا چراغ سبز را با سرعت رد می‌کنیم، نداریم. در واقع ما فقط روی مسائل منفی تمرکز می‌کنیم و خودمان را بدشانس می‌بینیم ولی اگر بهتر توجه کنیم، این‌طور نیست!

تعمیم مسائل بی‌ربط

اگر ۲ اتفاق بی‌ربط هم‌زمان باهم رخ بدهند که یکی از آنها باعث ناراحتی ما بشود، ما این ۲ اتفاق را به هم مرتبط می‌دانیم و با وقوع یکی از آنها حس بدی به ما دست می‌دهد. مثلاً اگر در زندگی‌مان ۲ بار تصادف کرده باشیم و هر ۲ بار خیلی هوا گرم بوده، احتمالاً وقتی هوا گرم می‌شود حس بدی به ما دست می‌دهد. ولی هرکدام از این اتفاقات را باید جداگانه نگاه کنیم و بدانیم که ربطی به هم ندارند و اجازه ندهیم از لحاظ احساسی این مسائل را به هم وصل شوند.

توهم همیشه موفق بودن

اگر یک کاری را انجام دادیم و در همان بارهای اول نتیجه خیلی خوبی گرفتیم، مراقب باشیم که مغرور نشویم. ممکن است در دفعات بعدی این اتفاق نیفتد! همه‌وقتی در شروع کارمان به یک نتیجه جالب و خوب می‌رسیم، خیلی بیش‌ازحد به توانایی‌های خودمان ربط می‌دهیم و توقع داریم در دفعات بعدی هم همیشه این اتفاق بیفتد ولی ممکن است شرایط تغییر کند و در دفعات بعدی ما نتوانیم به موفقیت‌های دلخواه‌مان برسیم.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

پس اگر در اولین تلاش‌ها به نتیجه رسیدیم، مغرور نشویم. ولی اگر بارها کاری را تکرار کردیم و موفقیت‌های پیاپی را به دست آوردیم، آن موقع می‌توانیم با احتمال زیاد خودمان را در آن زمینه خاص و نابغه بدانیم.

قبول نکردن اشتباه یا ناتوانی

یک مثل معروفی داریم:

گر به دستش به گوشت نمرسه، می‌گه پی‌پی‌ف بو می‌ده!
اکثر ما وقتی نمی‌توانیم به یک نتیجه دلخواه برسیم، همین رفتار را می‌کنیم و به خودمان یا بقیه دروغ می‌گوییم که آن نتیجه را نمی‌خواستیم و مناسب ما نیست. مثلاً وقتی کسی برای ثروتمند شدن تلاش می‌کند و به نتیجه دلخواهش نمی‌رسد، بعد از مدتی به خودش می‌گوید که همه پولدارها آدم‌ها زندگی خانوادگی بدی دارند، پس بهتر که پولدار نیستم!

در حالی‌که این شخص باید شیوه‌های دیگر را برای رسیدن به اهدافش امتحان کند تا نتیجه مورد علاقه‌اش را به دست بیاورد.
همچنین خیلی از ما وقتی کاری را انجام می‌دهیم و متوجه اشتباهمان می‌شویم، خودمان و دیگران را توجیه می‌کنیم که کارمان درست بوده!
مثلاً وقتی روی یک موضوعی سرمایه‌گذاری می‌کنیم و متوجه می‌شویم اشتباه بوده، سعی می‌کنیم با توجیهاتی بگوییم که سرمایه‌گذاری ما درست بوده و چند وقت بعد نتیجه آن مشخص می‌شود!

عدم کنترل احساسات لحظه‌ای

در یک آزمایش معروف به نام آزمایش مارشملو که بر روی تعدادی کودک انجام شد، کودک را در یک اتاق تنها قرار می‌دادند و یک شیرینی محبوب (به نام مارشملو) را به او می‌دادند.
آزمایشگر به کودک می‌گفت می‌تواند شیرینی را الآن بخورد یا چند دقیقه منتظر بماند تا به عنوان جایزه شیرینی دوم را دریافت کند.
جالب است که اکثریت بچه‌ها خوردن شیرینی در لحظه را به داشتن ۲ شیرینی تنها بعد از چند دقیقه ترجیح دادند.
ماهم در بزرگسالی همین کار را به شکل‌های مختلف انجام می‌دهیم.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

و خیلی وقت‌ها یک خوشحالی زودگذر را به یک نتیجه خوب بلندمدت ترجیح می‌دهیم. مثلاً همه ما می‌دانیم که پس‌انداز و سرمایه‌گذاری بهتر از ولخرجی کردن است ولی خیلی از ما این موضوع را رعایت نمی‌کنیم.

توجیه کردن با «چون...»

وقتی درخواستی از بقیه می‌کنیم ممکن است با جواب مثبت یا منفی مواجه بشویم، ولی جالب است که اگر یک دلیل بعد از درخواستمان بیاوریم (هرچند دلیل ما قانع‌کننده نباشد) احتمال قبول شدن آن درخواست خیلی بیشتر می‌شود! نویسندگان آزمایشی که در یک دانشگاه انجام‌شده را عنوان می‌کنند: در سری اول، درحالی‌که تعدادی از دانشجویان در نوبت برای گرفتن کپی بودند، آزمایشگر نزد آن‌ها می‌رود و می‌گوید: «ببخشید من ۵ صفحه کپی دارم، امکانش هست از دستگاه استفاده کنیم؟» در ۶۰ درصد مواقع با درخواست او موافقت شد. ولی در سری دوم آزمایش، او به افراد می‌گفت: «ببخشید من ۵ صفحه کپی دارم، امکانش هست از دستگاه استفاده کنم؟ چون عجله دارم!» جالب است که در این شرایط، ۹۳ درصد افراد موافقت کردند، درحالی‌که عجله داشتن خیلی دلیل قانع‌کننده‌ای نیست!

محدودیت تصمیم‌گیری

هر چه ما در طول روز بیشتر تصمیم بگیریم، قدرت تصمیم‌گیری ما برای موارد بعدی کاهش می‌یابد و احتمال خطایمان بیشتر می‌شود. دلیل اصلی که افراد خیلی موفق و معروف همیشه یک‌دست لباس می‌پوشند هم دقیقاً همین است. آن‌ها قدرت تصمیم‌گیری خودشان را برای موارد کم‌اهمیت مصرف نمی‌کنند و فقط در مواقع لزوم از آن استفاده می‌کنند. سعی کنیم موارد تکراری زندگی خودمان را به شکل روتین در بیاوریم تا در تصمیم‌گیری‌های مهم دچار مشکل نشویم.

توهم سرایت

نویسنده در این بخش سؤالی عجیب می‌پرسد. آیا حاضرید پلیور شسته شده هیتلر را بپوشید؟ آیا حاضرید از لیوان شسته شده صدام استفاده کنید؟ احتمالاً جواب اکثر ما منفی است چون نمی‌خواهیم خوی وحشی این افراد به ما سرایت کند در حالی که آن پلیور یا لیوان الآن هیچ ارتباطی با آن افراد ندارند. ولی ما به اشتباه آن‌ها را به هم ربط می‌دهیم.

خطاهای میانگین گرفتن!

وقتی میانگین یک موضوعی را حساب می‌کنیم، احتمال خطا در آن بسیار زیاد است و نباید به صرف عدد میانگین راجع به آن موضوع تصمیم بگیریم. نویسنده مثال جالبی می‌آورد و می‌گوید در یک جمع ۴۹ نفره همه دارایی حدود ۵۰۰۰۰ دلار دارند و اگر بیل گیتس (که در حال حاضر سومین شخص ثروتمند دنیاست) وارد آن جمع بشود، میانگین دارای جمع به بیش از یک میلیارد دلار می‌رسد. اینجا متوجه می‌شویم میانگین چقدر اشتباه دارد. وقتی از عدد میانگین استفاده می‌شود، حتماً باید عددهای خیلی بزرگ و خیلی کوچک آن مجموعه را هم در نظر بگیریم و بعد بر اساس آن تصمیم‌گیری کنیم.

نتیجه عکس مشوق‌های مالی

وقتی شخصی کاری را از روی خیرخواهی یا نوع دوستی یا همراهی با بقیه انجام می‌دهد، مشوق‌های مالی نه تنها کمک‌کننده نیستند، بلکه نتیجه عکس می‌دهند. مثلاً اگر رد خیابان یک شخص مسن را ببینیم که بار سنگینی همراهش دارد، برای نوع دوستی به او کمک می‌کنیم ولی اگر او بخواهد با یک هزار تومانی از ما تشکر کند، احتمالاً به ما برمی‌خورد و نتیجه خوبی نمی‌دهد. البته مشوق‌های مالی خیلی بزرگ این‌طور نیستند، مثلاً اگر مبلغ بالایی که گفتم یک میلیون تومان بود، احتمالاً به کسی بر نمی‌خورد! همچنین در مواردی که افراد کاری را فقط برای پول انجام می‌دهند هم مشوق‌های مالی تأثیر خوبی دارند.

گرایش به صحبت‌های بی‌فایده

معمولاً افرادی که دارای دانش و فهم بالایی هستند، صحبت‌هایشان بسیار روان و ساده است.

و عموماً افرادی که کلمات عجیب‌وغریب و اصطلاحات خارجی استفاده می‌کنند، دارای اطلاعات کمی هستند که سعی می‌کنند با زیاده‌گویی و بزرگ‌گویی این موضوع را پنهان کنند.

بهتر است در مواقعی که اطلاعاتی نداریم سکوت کنیم و اسیر زیاده‌گویی نشویم.

پدیده ویل راجرز

نام این پدیده خیلی عجیب است.

مفهوم کلی این بخش این است که خیلی وقت‌ها به افزایش نرخ‌هایی که در آمار بیان می‌کنند نباید توجهی داشت.

مثالی که نویسنده می‌آورد را مطرح می‌کنم:

فرض کنید دارای ۲ نمایشگاه ماشین هستید، نمایشگاه اول ۳ فروشنده بانام‌های یک، دو، سه دارد.

و نمایشگاه دوم هم ۳ فروشنده بانام‌ها چهار و پنج و شش دارد.

هر فروشنده در هفته به تعداد اسمش، ماشین می‌فروشد و میانگین فروش نمایشگاه اول ۲ است و میانگین نمایشگاه دوم ۵ است.

حالا کافی است ضعیف‌ترین عضو نمایشگاه ۲ که از قوی‌ترین عضو نمایشگاه ۱ قوی‌تر است (فروشنده شماره چهار) را از نمایشگاه ۲ به نمایشگاه ۱ منتقل کنیم.

با این کار هم میانگین فروش هر فروشنده در نمایشگاه ۱ بیشتر می‌شود (۲.۵) و هم در نمایشگاه ۲ (۵.۵).

بدون اینکه تغییری در فروش اتفاق افتاده باشد. مراقب این آمارها باشیم!

توهم دانش

خیلی وقت‌ها داشتن اطلاعات بیش‌ازحد، منجر به این می‌شود که ما فکر کنیم چون اطلاعات زیادی داریم، تصمیمات درستی هم می‌گیریم! این یک توهم است.

باید با اطلاعاتی که لازم است کارها را شروع نکنیم و اسیر این مشکل نشویم و دنبال اطلاعات بیش‌ازحد نگردیم.

توجیه ارزش کارها

خیلی وقتها ما یک کاری را با انرژی بالا و به سختی انجام می‌دهیم. به دلیل سختی کار فکر می‌کنیم که ارزش آن کار خیلی بالاست، در حالی که این موضوع درست نیست. در واقع اگر کاری برای ما سخت است یا خیلی انرژی از ما می‌گیرد، الزاماً خیلی با ارزش نیست و نباید ارزش آن را بیشتر از حد واقعی‌اش تخمین بزنیم. خیلی از افراد کنکوری اسیر این طرز فکر می‌شوند و چون زحمت زیادی برای درسشان کشیدند، فکر می‌کنند قبولی در کنکور همه مسائل را به نفع آن‌ها تغییر می‌دهد ولی کسانی که مدرک لیسانس و فوق‌لیسانس و دکتری خودشان را گرفتند می‌دانند که این موضوع درست نیست. پس ارزش هر کاری را بر اساس خود آن کار تخمین بزنیم نه بر اساس زحمتی که برای ما دارد.

خطای جامعه آماری کوچک

وقتی جامعه آماری ما خیلی کوچک باشد، زیاد نمی‌شود به آمارها اطمینان کرد. مثلاً در آمارگیری در فروشگاه‌های کوچک، احتمال اینکه اطلاعات به‌دست‌آمده اشتباه باشد، زیاد است. چرا که جامعه آماری ما کوچک است و یک اتفاق کوچک، تأثیر زیادی در تغییر آمار و اطلاعات دارد. باید مراقب باشیم که موقع آمارگیری، جامعه آماری ما به اندازه کافی بزرگ باشد. اگر بزرگ نبود، باید با دقت بیشتری اطلاعات را بررسی کنیم.

توهم توقع از مسائل خارج از کنترل

وقتی ما از یک موضوعی که خارج از کنترلمان است، توقع بالایی داریم معمولاً ناامید می‌شویم و از شرایط ناراضی می‌شویم. مثلاً اگر ما توقع بالایی از شرایط اقتصادی داشته باشیم، با برآورده نشدن توقع ما، نارضایتی شدیدی در ما به وجود می‌آید و به همه چیز معترض می‌شویم. به جای اینکه از مسائل خارج از کنترلمان توقع داشته باشیم، باید توقعات را از خودمان بالا ببریم. توقع بالا از خودمان باعث ایجاد تلقین مثبت به خودمان می‌شود و نتایج خوبی برایمان به بار می‌آورد.

خطا در منطق

نویسنده سوالات جالبی می‌پرسد که یکی از آنها را بیان می‌کنم:
در یک کارخانه تولیدی، ۵ دستگاه ۵ دقیقه طول می‌کشد که ۵ پیراهن را تولید می‌کند.
اگر تعداد دستگاه‌ها ۱۰۰ عدد شوند، برای تولید ۱۰۰ پیراهن چقدر زمان نیاز داریم؟
معمولاً افرادی که درگیر جواب‌های سطحی می‌شوند می‌گویند ۱۰۰ دقیقه درحالی‌که
جواب منطقی و درست، ۵ دقیقه است.
خیلی وقت‌ها ما بدون فکر کافی مسائل را قبول می‌کنیم و سطحی فکر می‌کنیم و خیلی
باید مراقب این خطا باشیم.

اثر فورر

فورر یک روانشناس بوده که بررسی کرده کسانی که مسائل اخترشناسی و پیشگویی و
ستاره تولد و ... را بیان می‌کنند، با نوشتن کلیات، بقیه را گول می‌زنند.
این افراد انقدر عمومی صحبت می‌کنند که اکثر افراد تحت پوشش قرار بگیرند.
این صحبت‌ها معمولاً این ویژگی‌ها را دارند:
عمومی هستند، دارای لحن چاپلوسانه هستند، ویژگی‌های منفی را بیان نمی‌کنند، مسائل
عمومی و مورد تأیید اکثریت را بیان می‌کنند.
مراقب باشیم گول این مسائل را نخوریم.

خطای کار خیر و داوطلبانه

خیلی از ما در کارهای خیرخواهانه داوطلب می‌شویم ولی نمی‌توانیم کار را به خوبی انجام
دهیم.
برای اینکه بتوانیم تأثیر خوبی در کار خیرخواهانه داشته باشیم، بهتر است کارهایی که
در آنها متخصص هستیم را انجام دهیم و اگر کاری که باید انجام دهیم را بلد نیستیم،
پول بدهیم که یک نفر متخصص آن کار را انجام دهد.
این‌طوری کارها باکیفیت‌تر و بهتر و در زمان کمتر انجام می‌شود.
البته اگر آن‌قدر معروف باشیم که بتوانیم با حضورمان جنبه تبلیغاتی برای آن کار خیر
داشته باشیم، خوب است که خودمان حاضر شویم.

تأثیر احساسات در تصمیمات ما

اکثر ما دوست داریم افراد منطقی باشیم ولی در واقعیت ما افراد کاملاً احساسی هستیم که بر اساس احساسات خودمان تصمیماتی را می‌گیریم و بعد دوست داریم آن‌ها را منطقی جلوه بدهیم!

طبق تحقیقات بیشتر افراد در اثر احساسات خودشان تصمیم می‌گیرند و هرچقدر احساسات یک روز ما بهتر باشد، احتمال اینکه تصمیمات بهتری بگیریم بیشتر است. پس خوب است که روزمان را با احساسات مثبت شروع کنیم و لبخند بزنیم تا احتمال بهتر شدن روزمان بیشتر شود.

توهم برتر دانستن خود!

اکثر ما خودمان و تصورات و تفکراتمان را بهتر از بقیه می‌دانیم. به عقاید خودمان کاملاً ایمان داریم ولی نسبت به بقیه بدبین هستیم. اگر کسی با ما مخالفت کند ۳ نوع برچسب به او می‌زنیم:

۱- او را ناآگاه می‌دانیم.

۲- او را نادان می‌دانیم.

۳- او را دشمن می‌دانیم.

در هر صورت هیچ‌وقت فکر نمی‌کنیم که حق با اوست!

از این به بعد کمی درباره خودمان هم منتقد باشیم بد نیست. شاید جایی حق با ما نباشد!

ناتوانی در تصمیم قاطع

خیلی از ما دوست داریم بی‌نهایت انتخاب پیش رویمان باشد و دائماً از این شاخه به آن شاخه بپریم و همه را تست کنیم.

همیشه دوست داریم وسایل اضافی داشته باشیم تا شاید روزی به دردمان بخورد. وقتی در بورس سرمایه‌گذاری می‌کنیم می‌خواهیم همه سهم‌ها را یک‌بار بخریم.

و همیشه دنبال این هستیم که گزینه‌های زیادی پیش رویمان باشد. ولی باید مراقب باشیم، موفقیت ما به این بستگی دارد که وارد چه کارهایی نشویم. باید یک لیست از اقدامات و کارهایی که هیچ‌وقت انجام نمی‌دهیم داشته باشیم و همیشه به آن‌ها نه بگوییم.

گاهی لازم است پل‌های پشت سرمان را خراب کنیم تا با تمرکز به کارمان بچسبیم.

پیش‌بینی‌های اغراق‌آمیز آینده

اکثر ما آینده را خیلی عجیب و غریب‌تر از چیزی که واقعاً اتفاق می‌افتد پیش‌بینی می‌کنیم. خیلی‌ها پیش‌بینی می‌کردن که سال ۲۰۰۰ اتفاقات خیلی خاصی در دنیا می‌افتد ولی این‌طور نشد. رشد و پیشرفت دائمی خیلی خوب و لذت‌بخش است. ولی واقعیت این است که در طول تاریخ، اکثر موارد زندگی ثابت مانده‌اند و موارد جدید به شکل آرام و کم وارد زندگی‌های امروزی شده‌اند. اکثر ما از ظروف و لباس‌ها و میز و صندلی و ... استفاده می‌کنیم که در ۲۰۰-۳۰۰ سال گذشته هم استفاده می‌شد.

تأثیر بلندمدت تبلیغات

اکثر ما در مقابل تبلیغات گارد می‌گیریم و آن‌ها را قبول نمی‌کنیم ولی بعد از چند وقت از آن کالا یا خدماتی که تبلیغ شده با خوشحالی استفاده می‌کنیم! وقتی تبلیغی را می‌بینیم یا می‌شنویم، معمولاً آن را قبول نمی‌کنیم. ولی بعد از چند روز یا چند هفته، فراموش می‌کنیم که اطلاعاتی که درباره آن کالا یا خدمات در ذهن ما وجود دارد از چه منبعی وارد شده. در واقع تبلیغ را فراموش می‌کنیم ولی موضوع آن یادمان می‌ماند. و اینجاست که ما تحت تأثیر قرار می‌گیریم و از آن استفاده می‌کنیم!

خطا در گزینه‌های پیش رو

گاهی اوقات ما خودمان را با گزینه‌ای که داریم، گول می‌زنیم. مثلاً مابین اینکه لیسانس بگیریم یا نگیریم، به این نتیجه می‌رسیم که گرفتن لیسانس بهتر از نگرفتنش است. ولی در اینجا ما خودمان را با یک گزینه گول زدیم. ۴ سال لیسانس ما چه کارهای دیگری می‌توانیم انجام دهیم؟ سعی کنیم وقتی بین انجام دادن و ندادن یک کار گیر کردیم، فکر کنیم که گزینه دیگر چیست؟

گرایش به بالاتر بودن از بقیه

همه ما دوست داریم بهتر و بالاتر از بقیه باشیم! این موضوع در رقابت‌ها بسیار به چشم می‌آید ولی جایی که ما از بقیه کمک می‌گیریم ما را دچار مشکل می‌کند. اکثر افراد، کارمندانی استخدام می‌کنند که سطحشان از خودشان پایین‌تر باشد، چون می‌ترسند کارشان را بدزدند! ولی روش درست این است که ما کارمندانی داشته باشیم که متخصص‌تر از ما باشند تا بتوانند باعث پیشرفت ما شوند.

اثر اولیه و پایانی

بیشترین قضاوت‌های ما نسبت به سایر اشخاص و مکان‌ها، بستگی به برخورد اولیه و برخورد پایانی دارد. معمولاً وقتی یک شخص را می‌بینیم که بسیار خوش‌پوش هست، تأثیر بسیار مثبتی روی ما دارد. یا وقتی در پایان یک مکالمه، یک جمله بسیار مهم را می‌شنویم، آن جمله تأثیر بسیار بیشتری از کل مکالمه دارد. در واقع اتفاقات اولیه، باعث قضاوت‌های فوری ما می‌شود و اتفاقات پایانی، باعث قضاوت‌های بلندمدت‌تر ما می‌شود.

توهم برتری ایده

چند بار شنیدید که یک نفر می‌گوید این حرف‌ها خیلی خوبه، ولی به درد ایران نمی‌خوره. یا این کارها توی شهر ما جواب نمیده. یا این ایده‌ها توی صنف ما نتیجه‌ای نداره. و ... اگر ایده‌ای از خارج از محیط ما بیاید، در مقابل آن مقاومت می‌کنیم ولی اگر خودمان آن ایده را داشته باشیم، آن را بهترین ایده دنیا می‌دانیم.

قوی سیاه

همه ما یکسری مسائل را غیرممکن می‌دانیم تا روزی که آن اتفاق بیافتد. واقعیت این است که ما مسائل اندکی را می‌دانیم. مسائل زیادی هستند که می‌دانیم درباره آن‌ها اطلاعاتی نداریم. و مسائل بی‌شماری هستند که نمی‌دانیم که آن‌ها را نمی‌شناسیم. مسائل دسته دوم را می‌شود با تحقیق و فکر و مشورت گرفتن پیدا کرد. ولی مسائل دسته سوم همان‌هایی هستند که اگر خودمان به آن‌ها برسیم، می‌توانیم مثل خیلی از بزرگان، تغییر بزرگی در دنیا رقم بزنیم. اگر دنبال اتفاقات بزرگ در دنیا هستیم، خوب است که روی این مسائل کارکنیم.

وابستگی به حوزه

خیلی از ما در زندگی شخصی خودمان افراد بسیار خطرپذیر و ریسکی هستیم ولی وقتی صحبت از سرمایه‌گذاری‌های مالی می‌شود جرئت ریسک کردن نداریم! در واقع انتقال اطلاعاتمان از یک حوزه زندگی به حوزه دیگر، گاهی اوقات بسیار سخت است و ممکن است در حوزه‌ای رفتاری را انجام دهیم که در سایر بخش‌های زندگی آن کار را نتوانیم انجام دهیم. به همین دلیل خیلی وقت‌ها اصول موفقیت را که از یک کتاب می‌خوانیم برای ما کارساز نمی‌شود و ما در قلمروی خودمان، به طرز فکر قدیمی‌مان می‌چسبیم.

توهم اجماع روی یک نظر

وقتی ما یک دیدگاهی داریم فکر می‌کنیم همه همان نظر را دارند و اگر خلاف آن را بگویند برایمان عجیب است. اگر به یک تیم ورزشی علاقه داشته باشیم، فکر می‌کنیم آن تیم پرطرفدارترین و بهترین تیم است و خلاف آن را نمی‌پذیریم. اگر سبک لباس خاصی را دوست داشته باشیم، کسانی که خلاف آن را می‌پوشند را افرادی می‌دانیم که به ظاهرشان اهمیت نمی‌دهند. ولی باید مراقب باشیم. نظر ما فقط نظر شخصی خودمان است و لزومی ندارد همه با آن موفق باشند.

تحریف گذشته

اکثر ما بعد از چند سال تغییر می‌کنیم و ممکن است عقاید جدید و نظرات متفاوتی داشته باشیم.

این موضوع کاملاً طبیعی است ولی خیلی وقت‌ها ما عقاید و نظرات قدیمی خودمان را تحریف می‌کنیم و با شرایط فعلی خودمان مطابقت می‌دهیم. در واقع جوری موضوع را جلوه می‌دهیم که در گذشته هم همین مدل فکر را داشتیم.

گرایش بی‌منطق به گروه

خیلی از افراد فقط به خاطر اینکه در یک گروه قرار دارند، آرمان‌ها و عقاید خودشان را زیر پا می‌گذارند.

مثلاً اگر در یک شرکت، همه اعضای شرکت به‌جز یک نفر، به پول درآوردن به شکل سالم عقیده‌ای نداشته باشند و شرکت از راه‌های نادرست پول در بیاورد، در اکثر مواقع آن یک نفر ارزش‌های خودش را فراموش می‌کند و با شرکت همراه می‌شود. مراقب باشیم اگر آرمان‌های گروه با ارزش‌های ما برابر نبودند، از آن‌ها جدا بشویم.

بیزاری از ابهام یا ریسک!

خیلی از افراد را می‌بینیم که می‌گویند من ریسک‌پذیر نیستم ولی کارهایی را انجام می‌دهند که به نظر ریسک بالایی دارد.

در واقع ریسک با ابهام اشتباه گرفته می‌شود. ما در جایی که ابهام‌های بزرگی داشته باشیم، دچار مشکل می‌شویم ولی ریسک به معنای این است که ما احتمالاتی بین موفقیت یا عدم موفقیت داریم. پس اگر در شرایط هستیم که نمی‌دانیم باید چی کار کنیم، معمولاً با مطالعه و تحقیق می‌توانیم از ابهام به ریسک برسیم و تصمیمات درست‌تری بگیریم.

وفاداری به وضعیت کارخانه

جنگ بین طرفداران اندروید و آی‌اواس (سیستم‌عامل گوشی‌های اپل) همیشه برقرار است. کافی است از افرادی که به‌شدت از گوشی خودشان حمایت می‌کنند بپرسیم از چند درصد امکانات آن استفاده می‌کنند و چقدر آن را شخصی‌سازی کرده‌اند؟

جواب این سؤال تقریباً نزدیک به صفر است. ما فقط یک کالایی را می‌خریم و از ابتدا با همان تنظیمات کارخانه پیش می‌رویم. با استفاده از این موضوع خوب است که در مذاکرات، ابتدا به سمت موضوع دلخواه خودتان موضوع را پیش ببرید تا پیش‌فرض موضوع مذاکره موضوع شما باشد. معمولاً قیمت قراردادها نزدیک به قیمت اولیه‌ای است که پیشنهاد می‌شود.

ترس از پشیمانی

خیلی وقت‌ها به خاطر اینکه می‌ترسیم در آینده پشیمان بشویم، کاری را می‌کنیم که همه می‌کنند. این‌طوری خیالمان راحت‌تر است که اگر اشتباهی هم صورت بگیرد، همه ما اشتباه کردیم! مراقب این موضوع باشیم و جایی که می‌دانیم کاری خلاف جهت جمع درست است، آن را انجام دهیم.

تأثیر اطلاعات بارز

ما معمولاً تحت تأثیر اطلاعات خیلی توی چشم هستیم و بر اساس آن‌ها تصمیم‌گیری می‌کنیم، حتی اگر آن اطلاعات خیلی فایده‌ای نداشته باشند. مثلاً ممکن است به ماشینی علاقه‌مند بشویم که خصوصیت بارز آن داشتن صندلی ماساژور هست، درحالی‌که این اطلاعات تو چشم، خیلی نباید روی خرید چنین کالای گرانی تأثیر داشته باشد. پس مراقب باشیم تحت تأثیر این عوامل تصمیم اشتباه نگیریم!

بادآورده را باد می‌برد

این ضرب‌المثل قدیمی ما ایرانی‌ها را نویسندگان به شکل دیگری بیان کرده. نحوه خرج کردن پولی که به دست می‌آوریم، کاملاً بستگی به روش رسیدن به آن پول دارد.

اگر الآن یکی از ما دو میلیون تومان از کارش به دست بیاورد، کاملاً با حساب و کتاب آن را هزینه می‌کند ولی اگر دو میلیون را یکجا هدیه بگیریم یا جایزه‌ای ببریم، احتمالاً برای خرید کالاهای غیر ضروری استفاده می‌کنیم. بهترین کار این است که پول‌های بادآورده را سریعاً داخل چرخه کارمان بیندازیم تا الکی خرجشان نکنیم!

به تأخیر انداختن کارها

همه ما در عقب انداختن کارهایی که می‌دانیم باید آن‌ها را انجام دهیم، استادیم. برای درس خواندن، ورزش کردن، تمام کردن پروژه کاری، مرتب کردن کمد و ... در واقع ما اراده کافی برای این کارها نداریم! چون اراده ما مقدار خیلی محدودی دارد و ما آن را صرف کارهای دیگرمان می‌کنیم. اگر می‌خواهیم برای این کارها از اراده‌مان استفاده کنیم، باید در کارهای دیگر از اراده کمی استفاده کنیم. ولی راه بهتر این است که خودمان را مجبور کنیم. تاریخ دقیقی مشخص کنیم، به کسی اطلاع دهیم، برای خودمان جریمه بگذاریم و شیوه‌های دیگری که مجبور به انجام آن کار شویم.

حسود

خیلی از ما حسود هستیم! حسادت واقعاً هیچ سودی ندارد. ولی خیلی از ما از بهتر شدن شرایط بقیه ناراحتیم و حسودی می‌کنیم!

اگر به زبان هم نیاوریم، ته دل‌مان این اتفاق می‌افتد. (البته اکثرمان) باید یاد بگیریم املاً هیچ وقت خودمان را با کسی مقایسه نکنیم و ثانیاً همیشه بهترین عملکرد خودمان را داشته باشیم.

با این ۲ کار هیچ وقت فرصتی برای حسادت نخواهیم داشت.

داستان‌سرایی و جان دادن

داستان‌ها، اسامی آشنا، چهره افراد همگی باعث می‌شوند احساسات ما بیشتر تحریک شود.

اگر ما با خبر زلزله در یک شهر مواجه شویم خیلی ناراحت می‌شویم ولی اگر چهره افرادی را که در اثر زلزله متضرر شده‌اند یا خانواده‌شان را از دست دادن را ببینیم چطور؟ ناراحتی و اندوه ما چند برابر می‌شود. یادمان باشید برای تأثیر گذاشتن روی دیگران می‌توانیم از این ۳ عنصر (داستان، اسامی، چهره‌ها) استفاده کنیم و در اگر کسی همین ترفند را داشت، حتماً با دقت بیشتری به اون گوش کنیم!

توهم تمرکز و توجه

ما فکر می‌کنیم اگر به موضوعی توجه کنیم، تمام اتفاقات را می‌توانیم ببینیم درحالی‌که آزمایش‌ها نشان می‌دهد این اتفاق نمی‌افتد. برای خیلی‌ها پیش‌آمده که درحالی‌که حواسشان کاملاً جمع یک موضوع بوده، موضوع‌های حاشیه‌ای را از یاد برده‌اند. مثلاً هنگامی‌که مهمان داریم، احتمال اینکه غذاها عالی باشد خیلی زیاد است و احتمال اینکه یادمان برود کفگیر را روی میز بگذاریم هم خیلی زیاد است.

تحریف زندگی

خیلی‌ها را دیدیم که برای پز دادن، ماشین اجاره می‌کنند. خیلی‌ها برای در چشم بودن آرایش‌های عجیب می‌کنند. خیلی‌ها برای اینکه یک پروژه کاری را بگیرند، قول‌های خارج از توان می‌دهند. این تحریف‌های زندگی بسیار شایع شده و برای اینکه پروژه‌ها را از دست همدیگر در بیاورند و از بقیه بیشتر توی چشم باشند این کارها انجام می‌شود. در مواقعی این اتفاقات بی‌ضرر است ولی اگر با چنین شخصی مواجه شدیم، باید دقت بیشتری داشته باشیم.

شهود یا منطق؟

خیلی وقت‌ها ما انقدر به مسائل می‌اندیشیم که احساس می‌کنیم فلج شدیم. و گاهی انقدر ساده بعضی از کارها را انجام می‌دهیم که انگار هیچ فکری پشتش نبوده! ما گاهی بر اساس شهود و گاهی بر اساس منطق تصمیم‌گیری می‌کنیم. ولی کی باید از این ۲ استفاده کنیم. در مواردی که کاملاً به یک کار مسلط هستیم، مثل آشپزی بسیاری از مادران، فکر کردن بیش‌ازحد را کنار بگذاریم و به حس و حال خودمان جلو برویم. ولی مواردی که برایمان پیچیده است، حتماً از منطق و اصول منطقی استفاده کنیم.

اشتباه در برنامه‌ریزی

اگر یک‌بار برنامه‌ریزی کرده باشیم، احتمالاً دیدیم که در پایان مطابق برنامه‌های خودمان پیش نرفتیم! معمولاً مبتدی‌های برنامه‌ریزی (و گاهی هم حرفه‌ای‌ها) برنامه‌هایی می‌ریزند که کاملاً اشتباه هست و بعد از چند روز به‌طور کامل آن را کنار می‌گذاریم. برای اینکه برنامه‌ریزی درستی داشته باشیم، حتماً باید علاوه بر دقت در کارهایمان، زمان‌ها و هزینه‌های پیش‌بینی‌نشده و غیرمترقبه را هم در آن لحاظ کنیم.

خطای تخصص‌گرایی بیش‌ازحد

اگر دل‌درد داشته باشیم، پیش متخصص آپاندیس برویم تشخیص اولیه‌اش مشکل در آپاندیس است. اگر پیش متخصص معده و روده برویم احتمالاً آندوسکوپی و کولونوسکوپی تجویز می‌کند، یک پزشک عمومی هم احتمالاً آن را یک مسمومیت تشخیص می‌دهد. هر متخصصی، با استفاده از راهکارهای خودش برای مشکلات راه‌حل پیدا می‌کند و باید مراقب باشیم مشکل را پیش کسی ببریم که تخصص درستی داشته باشد!

اثر زایگارنیک

یک روانشناس روسی به‌نام زایگارنیک، با تحقیقاتی که انجام داد متوجه شد که مسائلی که به‌صورت نیمه‌کاره در مغز ما وجود دارند تا وقتی که کاملاً حل نشوند، بخشی از توجه

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

ما را به خودشان معطوف می‌کنند. برای اینکه بتوانیم تمرکز بالاتری روی کارها داشته باشیم، باید یک کار را سرانجام برسانیم و بعد برویم سراغ کار بعدی. اگر یک کار بخش‌های متنوعی دارد، آن بخشی که شروع کردیم را تمام کنیم تا ذهنمان را درگیر خودش نکند.

توهم دانایی و مهارت

خیلی از افراد با یک موفقیت خودشان را بهترین دنیا می‌دانند در حالی که در کار دوم و سوم شکست می‌خورند. معمولاً تخصص‌های تکی (مثل مهندسان، خلبانان و ...) که بیشتر کارشان به خودشان بستگی دارد، راحت‌تر می‌توانند روی تخصصشان تکیه کنند. ولی کارشناسان مالی و کارآفرینان نوپا، خیلی از کارهایی که انجام می‌دهند تحت تأثیر شرایط است و ممکن است در شرایط دیگر نتوانند به موفقیت‌های فعلی برسند.

ناتوانی در تشخیص عدم وجود

وقتی یک چیزی وجود ندارد و بعد به وجود می‌آید، ما توجه بیشتری به آن داریم. مثلاً در موقع سلامتی، ما به این موضوعات توجهی نداریم ولی کافی است یک بیماری سراغمان بیاید. ما در مواقعی که خیلی راحت در صلح زندگی می‌کنیم صحبتی نداریم، ولی اگر اندکی احساس ناامنی کنیم، بلافاصله این موضوع تبدیل به دغدغه ما می‌شود. وقتی همه چیز آرام است، توجه کنیم چه چیزهای منفی وجود ندارند و از آنها خوشحال باشیم.

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن

نمایش‌های آگاهانه

همه ما وقتی می‌خواهیم موضوعی را بیان کنیم، انتخاب می‌کنیم چه چیزهایی را بگوییم و چه چیزهایی را نگوییم. قطعاً فقط چیزهایی را می‌گوییم که به نفعمان هست. گزارش‌های مالی شرکت‌ها، تبلیغات کالاها و خدمات، رزومه‌های شخصی و ... فقط و فقط بر نقاط قوت متمرکز هستند. حتی خیلی وقت‌ها شرکت‌ها، وقتی می‌بینند اهدافی که قرار بود به آن‌ها برسند، سخت و دور از دسترس است، اهداف آسان‌تر را به‌مرور جایگزین می‌کنند و فقط روی آن‌ها مانور می‌دهند.

گرایش به یک دلیل

تا حالا چند نفر را دیدید که می‌گویند اگر بابام پولدار بود همه‌چیز حل بود. اگر تو یک کشور دیگر به دنیا می‌آمدم الآن وضعم این نبود. اگر قدر من و می‌دونستن ... و ...

افراد معمولاً دنبال این هستند که یک دلیل برای مشکلات پیدا کنند و همه کاسه و کوزه‌ها را سر آن دلیل بشکنند. هر اتفاقی دارای چندین و چند دلیل است، ولی کسانی که دنبال بهانه هستند، معمولاً به یک دلیل اکتفا می‌کنند. چون سایر دلیل‌ها معمولاً به ضررشان هست.

خطای آماری

گاهی اوقات جامعه آماری ما فقط افرادی هستند که نتیجه دلخواه را گرفتند. مثلاً یک شرکت به شکل تلفنی می‌خواست ببیند چند درصد از افراد تلفن دارند! قطعاً آمار ۱۰۰ درصد خواهد بود. یا در مثالی که نویسنده آورده، می‌گوید در یک آمار، کسانی که زیر یک ساعت یک جاده را طی می‌کردند، به‌طور کامل به مقصد رسیدند و آمار تصادف در کسانی که بیش از یک ساعت طول می‌کشید به مقصد برسند، بسیار بالا بود. کاملاً مشخص است کسانی که با سرعت بالا حرکت می‌کردند و تصادف می‌کردند جز دسته دوم قرار می‌گیرند و طبق این آمار همه کسانی که با سرعت حرکت می‌کردند به سلامت به مقصد رسیدند! مراقب جامعه آماری خودمان باشیم.

توهم احتیاج به اخبار

ما در معرض بمباران اخبار هستیم و این یکی مضرترین اتفاقات است. خیلی از ما فکر می‌کنیم اگر اخبار نبینیم اتفاق حادی می‌افتد. قطعاً هیچ مشکلی پیش نمی‌آید. اکثر اخباری که می‌بینیم و می‌شنویم منفی هستند و تأثیر منفی روی ذهنمان دارند. اکثر اخباری که می‌بینیم کاملاً بی‌فایده و بی‌مصرف هستند و هیچ تأثیری روی زندگی ما ندارند. در نهایت اخبار فقط زمان ما را تلف می‌کند. ضمناً خبرهای مهم به گوش من و شما نمی‌رسد! نویسندگان می‌گویند دوری از اخبار روی تمام اشتباهات تفکری دیگر، تأثیر مثبت می‌گذارد. حتماً خودتان را در این مورد محدود کنید.

