

به نام خدا

خلاصه کتاب هنر شفاف اندیشیدن (بخش اول)

1- خطای بقا: چرا باید به قبرستان ها سری بزنی؟

خطای بقا یعنی افراد دائماً احتمال موفقیت خود را زیاد از حد تخمین بزنند. با سر زدن به قبرستان پروژه ها؛ سرمایه گذاریها و شغل هایی که در زمانی بسیار امیدوار کننده به نظر می رسید، در برابر این خطا موضع بگیر. قدم زدن در این قبرستان، ناخوشایند ولی برای شفاف شدن ذهن لازم است.

زمانی که پول و ریسک در میان باشد، با خطای بقا مواجه میشوی: فرض کن دوستت شرکت جدیدی راه می اندازد. تو هم جزء سرمایه گذاران احتمالی هستی و فرض میکنی فرصت خوبی نصیب شده. شرکتی که اگر خوش شانس باشی، میتواند گوگل بعدی باشد. اما واقعیت چیست؟ محتمل ترین سناریو نرسیدن این شرکت حتی به شروع خط است. دومین نتیجه محتمل هم ورشکستگی ظرف سه سال است.

رسانه ها علاقه ای به نبش قبر در قبرستان افراد ناموفق ندارند و این اصلاً کار آنها نیست. برای اجتناب از خطای بقا، باید این نبش قبر را خودت انجام بدهی.

2- خطای هزینه ی هدر رفته: چرا باید گذشته را فراموش کنی؟

فیلم افتتاح بود. بعد از یک ساعت در گوش همسرم گفتم «پاشو برویم خانه». گفت «به هیچ وجه. قرار نیست سی دلارمان را دور بریزیم». با اعتراض گفتم «این توجیه درستی برای ماندن نیست. پولمان همین الان هم خرج شده. اینجا با خطای هزینه ی هدر رفته مواجه شده ایم؛ نوعی طرز فکر اشتباه».

سرمایه گذاران اغلب قربانی خطای هزینه هدر رفته اند. بیشتر وقت ها، تصمیم های تجاری شان را بر اساس قیمت خرید میگیرند. آنها میگویند «پول بسیار زیادی به خاطر این سهم از دست داده ام، الان نمیتوانم بفروشم» این استدلال غیر منطقی است. قیمت خرید نباید هیچ نقشی داشته باشد. مهم عملکرد آینده ی سهام خواهد بود. به شکل طعنه آمیزی، هرچه سهام ضرر بیشتری بدهد، سرمایه گذاران تمایل بیشتری برای نگه داشتنش دارند.

((تا اینجا آمده ایم ...))، ((تاکنون این همه از کتاب را خوانده ام ...))، ((اما دو سال صرف این دوره کرده ام ...)) اگر با هر یک از این نمونه های فکری مواجه شده اید، یعنی خطای هزینه هدر رفته در گوشه ذهن شما مشغول به کار است.

3- تضاد انتخاب: کمتر، بیشتر است

سوپرمارکتی باجه ای نصب کرد تا مشتریان بتوانند 24 نوع مختلف مربا را امتحان کنند. همه می توانستند هر چقدر دوست دارند انواع مربا را امتحان کنند و در نهایت با تخفیف بخرند. روز بعد، صاحب سوپرمارکت همین کار را فقط با 6 طعم مختلف انجام داد. نتیجه؟ روز دوم ده برابر مربا فروختند. چرا؟ مشتریان با وجود چنین دامنه وسیعی نتوانستند تصمیم بگیرند و بنابراین چیزی نخریدند.

فراوانی انتخاب ها تو را دچار سرگیجه میکند، ولی باید حدی برای آن متصور شد. وقتی از حد می گذرد، انتخاب های بسیار زیاد کیفیت زندگی را خراب میکند.

در نهایت، انتخاب های زیاد منجر به نارضایتی بیشتر میشود. چگونه میتوانی مطمئن باشی از بین دویست گزینه ای که احاطه و سردرگمت کرده اند گزینه ی درست را انتخاب میکنی؟ پاسخ این است: نمیتوانی. هر چه گزینه های بیشتری داشته باشی، نامطمئن تر خواهی بود و متعاقبش نارضی. خب، چه میتوانی بکنی؟ قبل از آنکه پیشنهادهای موجود را بررسی کنی، به دقت فکر کن چه می خواهی. معیارهایت را بنویس و کاملاً به آن پایبند باش. همچنین درک کن که نمیتوانی تصمیم کاملی بگیری.

4- خطای علاقه: تو به من علاقه داری، واقعاً به من علاقه داری

فهمیدن خطای علاقه به شکل شگفت انگیزی ساده است، اما ما دائماً طعمه آن می شویم، یعنی هر چه بیشتر از کسی خوشمان بیاید، خرید کردن از او و کمک کردن به او برای مان ساده تر است. با این وجود، این سوال به قوت خود باقی است: اصلاً « دوست داشتنی» به چه معناست؟ طبق تحقیقات، اشخاص وقتی برای ما دلدپذیرترند که الف) از نظر ظاهری جذاب باشند ب) از نظر اصالت، شخصیت و علایق به ما شباهت داشته باشند ج) از ما خوش شان بیاید.

در نتیجه، تبلیغات پر از آدم های جذاب است. افراد زشت به نظر خیلی مهربان نمی آیند و به همین سبب حتی در پس زمینه ی تبلیغات هم در ظاهر نمیشوند.

پس اگر فروشنده هستی، کاری کن مشتری ها فکر کنند دوستشان داری، حتی اگر به قیمت تملق گویی آشکار باشد. اگر خریداری، همیشه یک محصول را مستقل از اینکه فروشنده چه کسی است بررسی کن. فروشنده را از ذهن خود پاک کن یا دست کم تظاهر کن از او خوشت نمیآید.

5- اثر مالکیت:

به هیچ چیز بیش از حد وابسته نباش

دن آریه لی، روانشناس، برای بررسی این اثر آزمایشی انجام داد؛ او در یکی از کلاس هایش تعدادی بلیط برای یک بازی بسکتبال به عنوان جایزه تعیین کرد. سپس از دانشجویان پرسید فکر میکنند این بلیط ها چه قدر ارزش دارد. دانشجویایی که بلیطی نداشتند قیمت آن را حدود 171 دلار تخمین زدند، در حالی که دانشجویانی که برنده بلیط شده بودند قیمت فروش بلیط های خود را به طور متوسط 2411 دلار تعیین کردند. مقوله ی ساده ی مالکیت باعث میشود ما تعدادی صفر به انتهای قیمت فروش خود اضافه کنیم.

میتوان با قطعیت گفت ما در جمع کردن اشیا بسیار ماهرتریم تا در دور ریختن آنها. این پدیده نه تنها این مسئله را که چرا خانه ی خود را با اثاثیه به درد نخور پر میکنیم توجیه میکند، بلکه نشان میدهد چرا عاشقان تمبر، ساعت و قطعات هنری به سختی حاضرند از آن جدا شوند.

در نتیجه، خیلی به چیزی وابسته نباش. فرض کن آنچه در اختیار داری چیزی است که «جهان» (هر برداشتی می خواهی از آن بکن) به طور موقت به تو امانت داده شده است و میتواند در یک چشم بر هم زدن آن را (یا حتی بیشتر از آن) از تو بگیرد.

6- نفرت از زیان:

چرا بدبختی بزرگتر از خوشبختی به نظر می رسد؟

چیزهای بد نه تنها بیشتر از چیزهای خوب اند، بلکه بسیار با اهمیت تر هم هستند. بنابراین، عجیب نیست بیش از اینکه برای چیزهایی که به دست می آوریم ارزش قایل باشیم، از چیزهایی که از دست می دهیم وحشت داریم. در واقع اثبات شده که از نظر عاطفی، از دست دادن یک چیز دو برابر «سنگین تر» از به دست آوردن همان چیز است. دانشمندان اجتماعی به این پدیده نفرت از زیان می گویند.

این همان چیزی است که نمیتوانیم با آن مبارزه کنیم: بدبختی ها از خوشبختی ها هم متعددتر و هم قدرتمندترند. ما نسبت به موارد منفی بیشتر حساس ایم تا موارد مثبت. در خیابان هم چهره های مخوف بیشتر از چهره های خندان به چشم می آیند. ما برخورد بد را بیش از برخورد خوب به خاطر می سپاریم، البته غیر از مواقعی که برخورد خوب از جانب خودمان باشد.

7-واژه بندی:

مهم نیست چه میگوی، مهم این است که چگونه میگوی

مهم نیست چه میگوی، مهم این است چگونه میگوی. اگر یک پیام به روش متفاوت فرستاده شود، به روش های متفاوت هم دریافت میشود. در اصطلاح روان شناسی، این تکنیک واژه بندی نام دارد.

تفسیر کردن، نوع پر طرفداری از واژه بندی است. تحت قوانین آن، آشفتگی در قیمت سهام» در حال اصلاح شدن» نامیده میشود. قیمت بیش از حد یک ملک «سرقفلی» نامیده میشود. کسی که اخراج شده « مشغول ارزیابی شغلش است». سرباز کشته شده، بدون توجه به آنکه بدشمنی یا حماقت چه قدر در مرگش دخالت داشته، به «قهرمان جنگی» تبدیل میشود.

در نتیجه، بدان هر آن چه بیان میکنی تا حدودی واژه بندی دارد چه حقیقتی که از یک دوست مورد اعتماد شنیدی، چه مطلبی که در روزنامه معتبر خواندی، تحت تاثیر واژه بندی است.

8-خطای عمل:

چرا تماشا کردن و صبر کردن شکنجه است؟

در فوتبال، هنگام زدن ضربه پنالتی، توپ در کمتر از سه دهم ثانیه از بازیکنی که آن را شوت میکند به دروازه می رسد. دروازه بان به اندازه کافی زمان ندارد تا مسیر توپ را ببیند. او باید قبل از ضربه تصمیم بگیرد. بازیکنان فوتبال در یک سوم موارد ضربه را به وسط دروازه، یک سوم مواقع به سمت چپ و یک سوم مواقع به سمت راست می زنند. مطمئنا دروازه بان ها این را فهمیده اند، اما آنها چه کار میکنند؟ آنها به یکی از دو سمت چپ یا راست جهش میکنند. گر چه تقریبا یک سوم ضربه ها به وسط دروازه زده میشود، دروازه بان ها به ندرت در وسط دروازه باقی می مانند. چرا واقعا آنها گرفتن این پنالتی را ها را به خطر می اندازند؟ جواب ساده است؛ ظاهرسازی. رفتن به سمت اشتباه تحسین برانگیزتر و کمتر شرم آور به نظر می رسد تا این که در یک نقطه بایستی و تماشا کنی چه طور توپ از مقابل تو عبور میکند. این پدیده خطای عمل نام دارد؛ **فعال به نظر بیا، حتما اگر به چیزی نرسی.**

در نتیجه، در شرایط جدید یا متزلزل احساس ناچاری میکنیم که باید کاری کنیم، هر کاری. بعد از انجام این کار، احساس بهتری داریم، حتی اگر با این عمل سریع یا بیش از حد اوضاع را بدتر کرده باشیم. پس وقتی شرایط نا مشخص است، عقب بایست تا این که تمام گزینه هایت را ارزیابی کنی، هر چند ممکن است این کار با تحسین مواجه نشود. «تمام مشکلات بشر ریشه در ناتوانی او در آرام و تنها نشستن در یک اتاق دارد» این را بلز پاسکال هنگام مطالعه در خانه اش نوشت.

9- انحراف ارتباطی:

چرا تجربه میتواند قضاوت ما را نابود کند؟

مغز ما ماشین ارتباط دهنده است. این امر کاملاً تجربی است؛ اگر یک میوه ناشناخته را بخوریم و بلافاصله مریض شویم، در آینده سمتش نمیرویم و به آن گیاه انگ سمی یا حداقل بدمزه بودن می زنیم.

دانش به همین ترتیب به وجود آمده است. اما این روش اطلاعات غلط هم ایجاد میکند. ایوان پاولوف، دانشمند روس، اولین کسی بود که در مورد این پدیده تحقیق کرد. هدف اصلی او اندازه گیری بزاق سگ ها بود. او برای غذا دادن به سگ ها، از یک زنگ استفاده کرد، اما خیلی زود متوجه شد صدای زنگ برای ترشح بزاق سگ ها کافی است. مغز حیوانات دو چیز بی ارتباط را به هم مرتبط میکرد، صدای زنگ و ترشح بزاق.

تمام چیزی که از این مطلب باید می آموختی مارک تواین به خوبی در این عبارت آورده « باید حواسمان باشد از یک تجربه تنها چیزهایی را که علانی اند به خاطر بسپاریم و در همین جا متوقف شویم. مبدا مانند گربه ای بشویم که روی در یک قابلمه داغ می نشیند. او دیگر روی در قابلمه داغ نخواهد نشست و علاوه بر آن، دیگر روی در قابلمه سرد هم نمی نشیند».

10- کاهش اغراق آمیز:

طوری زندگی کن انگار فقط یک روز دیگر زنده ای؛ اما فقط روزهای آخر هفته

در دهه شصت میلادی، والتر میشل آزمایش معروفی درباره لذت با تاخیر انجام داد. در این آزمایش گروهی از کودکان چهار ساله یک شیرینی دریافت می کردند. آنها می توانستند این شیرینی را بلافاصله بخورند یا دو دقیقه صبر کنند و یک شیرینی دیگر دریافت کنند. به طور شگفت انگیزی فقط عده کمی از کودکان منتظر ماندند. از آن شگفت انگیزتر اینکه میشل متوجه شد ظرفیت کودکان در این آزمایش تا حد خوبی نشان دهنده موفقیت های شغلی آینده آنهاست. در واقع صبر یک نعمت است.

کاهش اغراق آمیز یعنی این که ما مجذوب لذت بردن از لحظه می شویم. این ویژگی بازمانده گذشته حیوانی ماست.

در عین حال که پاداش در لحظه ممکن است بسیار وسوسه کننده به نظر برسد، کاهش اغراق آمیز هم یکی از معایب ماست. هر چه بتوانیم بر امیال خود مسلط تر شویم، بهتر میتوانیم از این دام پرهیز کنیم.