

پیش‌گفتار

پدر بزرگ مادری‌ام در دههٔ ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ از بهترین فروشندگان شرکت صنایع غذایی کِلاگ^۱ بود؛ مردی شوخ‌طبع و خوش‌برخورد. عاشق این بود که سر به سر دیگران بگذارد. در عکسی که از بقیه عکس‌هایش بیشتر دوست دارم مثل ژنرال‌ها صاف و سیخ روی اسب کوچکی نشسته. اسب آن قدر کوچک است که نوک انگشت پای پدر بزرگ روی زمین می‌کشد. من هیچ وقت او را ندیدم ولی با قصه‌هایش بزرگ شدم. زمان او قصه‌های طنز محبوب بودند. این جا یکی از آن قصه‌های طنز قدیمی ولی خوب را تعریف می‌کنم تا ببینید قصه‌ها چه نقشی در برقراری ارتباط دارند.

مردی وارد فروشگاه حیوانات خانگی می‌شود و می‌گوید «یک
طوطی سخن‌گو می‌خواهم.» مغازه‌دار می‌گوید «بسیار خب

قربان، من یک عالمه پرنده دارم که حرف می‌زنند. این طوطی سبزرنگی که می‌بینید از آن سخن‌گوهای قَدر است.» بعد روی قفس ضربه می‌زند و پرنده می‌گوید «خداوند شبان من است. دیگر هیچ نمی‌خواهم.» طوطی کل انجیل را حفظ است. مغازه‌دار به پرنده دیگری اشاره می‌کند. «این پرنده قرمزی که این‌جا می‌بینید سنش کم است ولی دارد حرف زدن یاد می‌گیرد.» مغازه‌دار ناگهان می‌گوید «پولی کلوچه می‌خواهد» و پرنده هم پشت سرش تکرار می‌کند «پولی کلوچه می‌خواهد.» مغازه‌دار ادامه می‌دهد «یک مرغ مینا هم دارم ولی مال یک ملوان بوده. اگر بچه داشته باشید این یکی را نمی‌برید.» مرد می‌گوید «همان پرنده کم سن و سال‌تر را می‌برم، اگر بهم یاد بدهید چه‌طور به حرفش بیاورم.»

مغازه‌دار می‌گوید «حتماً بهتان یاد می‌دهم.» او کنار مرد می‌نشیند و ساعت‌ها بهش آموزش می‌دهد چه‌طور به یک طوطی حرف زدن یاد بدهد. بعد پرنده را داخل قفس می‌گذارد، پولش را می‌گیرد و مرد را راهی می‌کند تا برنامه آموزشی‌اش را شروع کند. یک هفته بعد مرد عصبانی به مغازه برمی‌گردد. «این پرنده‌ای که به من فروختید حرف نمی‌زند.» مغازه‌دار می‌پرسد «حرف نمی‌زند؟ طبق دستورالعمل من پیش رفتید؟» مرد جواب می‌دهد «بعله، موبه مو.» مغازه‌دار می‌گوید «خب، شاید به خاطر این باشد که آن پرنده تنه‌است. حالا بهتان می‌گویم چه کار کنید. این آینه کوچک را که می‌بینید بخرید و بگذاریدش داخل قفس. پرنده که تصویر خودش را ببیند بلافاصله شروع می‌کند به حرف زدن.»

مغازه دار می پرسد «چه گفت؟»

طوطی بیچاره از گرسنگی مرد. همان‌طور که آن طوطی به غذا احتیاج داشت ما هم به قصه‌ها احتیاج داریم. بیشتر ارتباط‌هایی که هدف‌شان تأثیرگذاری است همان‌قدر برای ما مهیج‌اند که آینه و زنگوله برای طوطی گرسنه مهیج بود. مردم بیش از این‌ها از شما انتظار دارند. آن‌ها می‌خواهند حضور شما را در پیغامی که می‌فرستید حس کنند، می‌خواهند اثری از انسانیت حس کنند که ثابت کند این «شما» پیید که این پیغام را برایشان می‌فرستید. فقدان حضور انسانی در این دنیای

پیشرفته و غرق در تکنولوژی باعث شده آدم‌ها تشنه توجه باشند. قصه‌ها کمک می‌کنند آدم‌ها حس کنند به آن‌ها اعتنا شده و کسی با آن‌ها ارتباط برقرار کرده و در نتیجه آن‌قدرها تنها نیستند. قصه‌های شما به آن‌ها کمک می‌کند بیشتر حس کنند زنده‌اند، چون بهشان ثابت می‌کند یک جایی یک انسان زنده دیگری هست که دارد برایشان آن پیغام را می‌فرستد.

قصه طنزی که تعریف کردم برای من و شما همین کارکرد را دارد: یک چیزی درباره شخص من به شما می‌گوید. مثلاً حالا شما می‌دانید که خانواده من اهل شوخی‌های عجیب و غریب هستند. حالا شما روحیه پدر بزرگ من را می‌دانید و می‌دانید که من خیلی دوستش داشتم. این شوخی مثل یک جایزه است که نشان می‌دهد راه شما برای ارتباط برقرار کردن چیست. آیا شما به «زنگوله‌ها و آینه‌ها» مثل بسامدهای قابل اندازه‌گیری، هدف و شفافیت طوری توجه می‌کنید که ممکن است غذایی مثل پیوند انسانی، همان چیزی که عامل اصلی اشتیاق به دریافت ارتباط است را فراموش کنید؟ ارتباط هرگز یک هدف نهایی نیست. ارتباط همیشه ابزاری برای رسیدن به هدفی است که می‌شود آن را در یک جمله ساده خلاصه کرد: برآوردن نیازهای انسانی یعنی نیازهای خودتان، آن‌ها و ما. وقتی نیاز به غذا و سرپناه برآورده شود، بقیه نیازهایی که سر برمی‌آورند روانی هستند. این که نیازهای روانی ما برآورده می‌شوند یا برآورده نمی‌شوند بستگی به قصه‌هایی دارد که برای خودمان و برای دیگران می‌گوییم؛ قصه‌هایی درباره این که چه چیزی از همه مهم‌تر است و چه کسی در رأس آن قرار دارد.

یک مشتری کاملاً راضی و خوش حال ممکن است بعد از شنیدن قصه‌ای درباره این که مشتری دیگری محصول بهتری با نصف قیمت خریده ناگهان ناراحت شود، بعدش اگر به او اطمینان بدهید که این قصه درست نبوده و رقیبی که اطلاعات کافی نداشته آن را از خودش درآورده، دوباره خوش حال و راضی می‌شود. هیچ تغییر فیزیکی رخ نمی‌دهد ولی قصه‌هایی که درباره اتفاقی

گفته می‌شود برداشت‌ها را کاملاً تغییر می‌دهد؛ برداشت دربارهٔ این‌که چه چیزی درست، مهم و در نتیجه واقعی است.

قصه‌ها اطلاعات و دلایل خام را تفسیر می‌کنند تا اتفاق باورپذیر را بسازند. وقتی قصه را تغییر می‌دهید معنای اطلاعات را تغییر می‌دهید. گزاره «مرد چاقورا در بدن پسرش فرو می‌کند» می‌تواند به عنوان یک قتل تفسیر شود یا بریدن اضطراری نای یک نفر برای نجات جان‌ش؛ بستگی به قصه‌ای دارد که می‌گویید. درک قدرتی که قصه‌ها در اختیار دارند هم فرصتی باورنکردنی است و هم مسئولیتی ترسناک. قصه‌هایی که به بهترین شکل خوراک ارتباط انسانی را فراهم می‌کنند، بهتر می‌توانند واقعیت‌هایی ذهنی بسازند که پیامدهای فیزیکی داشته باشد. بساز و بفروشی که با نقاشی بچه‌های مدرسه کتابچه‌ای تصویری از تاریخچهٔ یک قطعه زمین درست می‌کند، شانس بهتری برای گرفتن مجوز دارد تا کسی که با پاورپوینت راجع به توسعهٔ اقتصادی سخنرانی می‌کند.

انسان‌ها لزوماً ویژگی‌های فیزیکی یک قایق تفریحی، ماشین شیک، دندان‌های سفید یا اندام باریک را نمی‌خواهند. چیزی که آن‌ها واقعاً می‌خواهند احساسات و هیجانانگیزی است که آن چیزها ممکن است با خود بیاورند. در نهایت تمام انسان‌ها نیازمند توجه دیگر انسان‌ها هستند طوری که باعث شود حس کنند آدم‌های مهم، خواستنی، قدرتمند و سرزنده هستند. خدمات و کالاها فقط در صورتی رضایت‌بخش‌اند که خوراک ارتباط انسانی را فراهم کنند. قصه‌هایی که می‌گویید و قصه‌هایی که آدم‌ها دربارهٔ شما و محصولات یا خدمات شما به خودشان می‌گویند، باعث می‌شود توانایی‌تان در ایجاد حس رضایت بیشتری کمتر شود.

بیشتر اوقات حس حضور انسانی در ارتباط نادیده گرفته می‌شود. معیارهایی در نظر می‌گیرند تا ارتباط را شفاف، مختصر و جالب توجه کنند ولی در عوض ارتباط بی‌معنی می‌شود، سرو تهش می‌رود و ناراحتی به بار می‌آورد. این «اهداف ثانویه» اغلب هدف اصلی را که ارتباط انسانی است، تیره و تار می‌کنند. بدون حضور یک

فرد معین بافت و زمینه رابطه فراهم نمی‌شود و به همین دلیل رابطه نمی‌تواند واقعی و اصیل باشد. موقع برقراری رابطه باید خودتان حضور داشته باشید: خود واقعی‌تان، نه آن نسخه جلاخورده و ایده‌آل از شما.

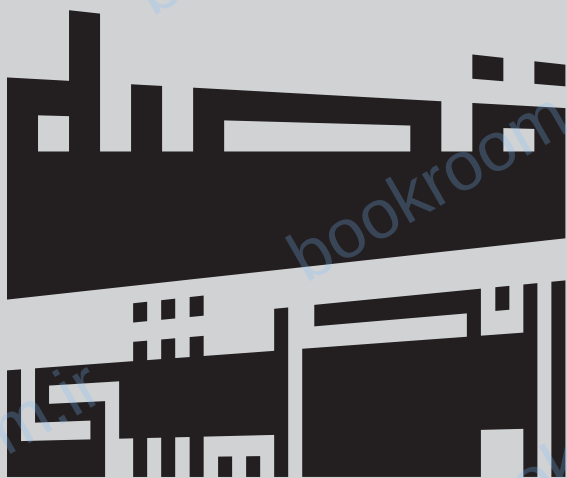
عنصر غایب بیشتر ارتباط‌های ناموفق، حضور انسانی است. راه حلش ساده است. برای این‌که حضورتان را با تمام ارتباط‌هایتان مخلوط کنید فقط باید بیشتر قصه بگویید و تمام. این‌طوری حضورتان را نشان داده‌اید. حالا دیگر در ارتباط شما انسانی حضور دارد. با استفاده از این کتاب قصه‌های بیشتری را با روابط‌تان ترکیب کنید. قول می‌دهم حضورتان پرنگ‌تر خواهد شد. مهم‌ترین‌که با قصه‌های بزرگ‌تری ارتباط پیدا می‌کنید که زندگی و کارتان را شکل می‌دهند، طوری که زندگی‌تان را سرشار از معنی می‌کنند و دیگران را هم راهنمایی می‌کنند که همین روال را پیش بگیرند.

آدم‌ها در اقیانوسی از اطلاعات و داده‌های پراکنده شناورند که آن‌ها را غرق در گزینه‌های متعدد می‌کند. به قول بری شوارتز^۱ نویسنده کتاب تناقض انتخاب: چرا هر چه بیشتر، کمتر؟ «در یک نقطه‌ای کل انتخاب گزینه‌ای از میان دیگر گزینه‌ها دیگر نه تنها بی‌حاصل است بلکه زیان‌بخش هم هست. منشأ رنج و حسرت است و به خاطر فرصت‌های از دست رفته و انتظارات بالای غیرواقعی باعث نگرانی می‌شود.»

در این اقیانوس انتخاب، یک قصه پرمعنی می‌تواند مثل یک منجی حیات‌بخش باشد که ما را با چیزی مطمئن و مهم مهار کند، چیزی که لااقل باثبات‌تر از صداهایی است که معلوم نیست از کجا می‌آیند ولی مدام می‌گویند به من گوش کن.

1. Barry Schwartz

2. The Paradox of Choice: Why More is Less (Ecco, 2004)



یکم: قصه اندیشی به چه معناست؟ ۱۷

دوم: قصه چیست؟ ۲۸

سوم: پرورش ذهن ۳۹

چهارم: گفتن قصه‌های برنده ۵۳

یکم: قصه اندیشی به چه معناست؟

روزی روزگاری قبل از این که یاد بگیرید نگاهی عینی و واقع بینانه تر^۱ داشته باشید، فکر می کردید آدم های مهمی هستید و اطرافیان تان هم آدم های مهمی اند. احتمالاً سؤال هایی می پرسیدید که دیگران را معذب می کرد. برای این که در زندگی تان دچار خودشیفتگی و بی ثباتی عاطفی نشوید، شما را فرستادند مدرسه تا یاد بگیرید چه طور انسان مفیدی باشید. روش علمی را یاد گرفتید. فهمیدید که آدم مهمی نیستید. در واقع فقط نقطه ای هستید بر روی یک منحنی زنگی شکل. اگر خوش شانس باشید، نقطه شما دو درجه از معیار انحراف داشته و بهتان می گویند «با استعداد» که در اصل خیلی شبیه «مهم» بودن است. بعد یاد گرفتید هیچ چیزی تا نتوانید آزمایش کنید و تا نتوانید درستی اش را با آزمایش های مکرر ثابت کنید، درست نیست. تفکر انتقادی، تحلیل عقلانی و تفکر عینی شما را آماده کرد تا احساسات را کنار بگذارید و تصمیم های بهتری بگیرید.

1. objective

از آن زمان تاکنون تصمیم‌های عینی و به دور از احساسات خیلی به دردتان خورده. با استفاده از تحلیل‌های هزینه/فایده و مدل‌ها و نمودارهای ستونی، می‌توانید درستی چیزی را ثابت کنید و به بقیه نشان دهید که حق با شماست و توصیه‌هایتان «درست» است. ولی حرف درست دیگر جذابیت چندانی ندارد. مثل یک دانشمند خوب، اطلاعاتی جمع کرده‌اید که ثابت می‌کند درست گفته‌اید ولی درست گفتن باعث نمی‌شود دیگران به حرف‌تان گوش کنند. حتی ممکن است کم‌کم به این نتیجه برسید که همکاران‌تان هم دو درجه از معیار انحراف دارند منتها در جهت برعکس «بااستعداد»‌ها. در واقع به نظر می‌رسد حرف درست زدن و پیروی دیگران از آن حرف درست هیچ ربطی به هم ندارند. شما هم مثل بیشتر ما که در قرن بیستم درس خوانده‌ایم، به این نتیجه رسیده‌اید که ارتباط‌های شفاف، تفکر عینی و تصمیم‌گیری عقلانی در دنیای غیرشفاف و ذهنی‌ای که تکثر عقلانی در آن بی‌داد می‌کند با محدودیت‌هایی مواجه است. اگر حاضرید محدودیت‌های تفکر عینی را بپذیرید، حتماً حاضرید به این موضوع هم فکر کنید که تفکر ذهنی آن قدرها هم که به شما یاد داده‌اند، بیهوده نیست. در جایگاه یک دانشمند می‌توانید ببینید که مردم اصرار دارند طوری رفتار کنند که انگار هم خودشان و هم اطرافیان‌شان آدم‌های مهمی هستند. آن‌ها شاید ادعا کنند که عینی و عقلانی فکر می‌کنند ولی همه تصمیم‌های مهم‌شان در واقع به تفسیری که از اطلاعات عینی دارند متکی است، به این‌که این اطلاعات چه‌طور بر آن‌ها و کسانی که دوست دارند اثر می‌گذارد. تصمیم‌ها همیشه ذهنی‌اند.

♦♦ فقط یک فرض...

اگر وسیله‌ای درست می‌کردیم که کارش تشخیص و تحلیل تفسیرهای شخصی

و مداخله در تصمیم‌ها بود، چه می‌شد؟ شما با چنین وسیله‌ای چه می‌کردید؟ با استفاده از این وسیله می‌توانستید تفسیرهای بی‌منطق را شناسایی کنید. همان تفسیرهای بی‌منطقی که احتمالاً فرهنگ یا شخص دیگری دربارهٔ ارتباط‌های شفاف و عقلانی شما دارند. می‌توانستید تفسیرهای ذهنی دیگران دربارهٔ تصمیم‌های عینی خود را پیش‌بینی کنید. حتی می‌توانستید طوری روی آن‌ها تأثیر بگذارید که نگاه‌شان به امور شبیه نگاه شما شود. برای چنین وسیله‌ای حاضر بودید چه قدر هزینه کنید؟ ۱۹ دلار و ۹۵ سنت؟ عجله نکنید، تازه اول ماجراست.

با این وسیله هم می‌توانید بر دیگران تأثیر بگذارید و هم کارهای خودتان را مدیریت کنید. شاید اخیراً فهمیده‌اید که باید چه کار کنید ولی دل و دماغش را ندارید. شاید قبلاً موقعیتی را تجربه کرده باشید که می‌دانستید باید صبور و مهربان باشید یا برعکس کمی قاطعانه‌تر رفتار کنید ولی زمان و انرژی‌تان کم بوده و از پشش برنیامده‌اید. این وسیله نگاه شما به موقعیت را تغییر می‌دهد، زمان و انرژی‌تان را احیا می‌کند و کمک می‌کند سریع به خودتان بیایید و به یاد بیاورید چرا این‌جا هستید. در دنیای ذهنی شگفتی‌های زیادی اتفاق می‌افتد. دیگر در چهارچوب‌های خطی و عقلانی اسیر نمی‌شوید. سحر و جادو امکان‌پذیر می‌شود. معجزه‌هایی اتفاق می‌افتد که از دیدن‌شان شگفت‌زده می‌شوید. مردم دوباره مهم می‌شوند، حتی خود شما هم آدم مهمی می‌شوید. این وسیله وجود دارد و اسمش قصه است.

وقتی با قصه گفتن احساسات افراد را برمی‌انگیزید، احساسات‌شان را به مسیر خاصی هدایت می‌کنید. قصه‌ها در سطح اجتماعی همان قدر اثر دارند که «توجه» در مغز ما اثر می‌گذارد. هر موضوعی که توجه ما را جلب کند توجه جامعه را هم جلب می‌کند و هر موضوعی که توجه جامعه را جلب کند توجه ما را هم جلب می‌کند. ما آگاهانه تصمیم نمی‌گیریم که رسوایی جنسی یک سیاست‌مدار را فراموش کنیم؛ مسئله فقط این است که موضوع جنگ توجه‌مان را به خود جلب می‌کند و ذهن‌مان از موضوع رسوایی منحرف می‌شود.

امتحان کنید. به اتفاقی که در گذشته رخ داده فکر کنید تا ببینید آیا احساس یا رفتاری در شما برمی‌انگیزد یا نه. به اولین عشق‌تان فکر کنید. زمان بگذارید تا یادتان بیاید آن موقع چند سال‌تان بود، مدل مو و طرز لباس پوشیدن‌تان چه‌طور بود. آن سکوت‌های خجالتی را به یاد بیاورید یا بدتر از آن به چزنداتی که می‌گفتید فکر کنید. در ذهن‌تان دوباره روی تخت‌خواب کودکی‌تان دراز بکشید و فکر کنید چه‌قدر به هر موضوعی با شور و شوق توجه می‌کردید؛ چه آن موضوع واقعی بود، چه خیالی. این‌قدر در این حال بمانید تا کمی از آن احساسات دوباره تجربه کنید. کمی اشتیاق در خودتان حس نمی‌کنید؟ شاید می‌خواهید بفهمید «حالا آن آدم کجاست؟»

حالا خودتان را برای سفری آماده کنید که به اندازه سفر قبلی خوشایند نیست. بیایید برویم دبیرستان و یکی از آن خاطره‌های طرد شدن و خجالت کشیدن‌مان را بیرون بکشیم. هر خاطره‌ای که مضمونش تحقیر شدن جلوی بقیه باشد خوب است. فقط یکی را انتخاب کنید. اگر شما هم مثل بیشتر مردم باشید، دبیرستان‌تان پراست از این جور موقعیت‌ها. تمام توجه‌تان را بدهید به آن خاطره عذاب‌آور. نام‌ها را به یاد بیاورید، مکانش را تجسم کنید، صحنه را بازسازی کنید. حالا به روح آن احساساتی توجه کنید که آن موقع داشتید و دوباره دارند زنده می‌شوند. شاید به سمت کارهایی کشش پیدا کنید که جلوی این تجربه را می‌گیرند.

این آزمایش نشان می‌دهد چه‌طور توجه به یک خاطره، دنیای واقعی شما را در زمان حال دگرگون می‌کند و این دگرگونی با تغییر احساسات و تصفیه تفسیرهایی که دارید رخ می‌دهد. به همین ترتیب قصه‌ها به خاطرات جامعه تبدیل می‌شوند و توجه مردم زیادی به احساسات و چهارچوب‌های خاص موجود در قصه‌ها جلب می‌شود. این احساسات و چهارچوب‌های خاص، تفسیر مردم درباره اتفاق‌های رایج را فیلتر می‌کنند. در یک مقاله درباره یک سیاست‌مدار معاصر ممکن است طوری به نیکسون یا لینکلن اشاره شود که تفسیر خواننده از اطلاعات ارائه شده به سمت منفی یا مثبت هدایت شود.

به همین ترتیب وقتی قصه‌ای می‌گویید که هم جلب توجه می‌کند و هم اغلب در جمع بازگویی شود، در واقع کنترل احساسات آتی درباره آن موضوع را به دست می‌گیرید و خودتان تفسیرها را فیلتر می‌کنید. اگر تعداد افرادی که احساسات و تفسیرهایشان را کنترل می‌کنید کافی باشد، می‌توانید برداشت‌هایشان درباره واقعیت را تغییر دهید. «توجه» لازمه تأثیرگذاری بر دیگران است؛ چون این توجه است که تفسیرها را شکل می‌دهد. وقتی یک کارگردان سینما با دست‌های خودش چهارگوش کوچکی می‌سازد تا مشخص کند چه چیزی در قاب دیده شود، بیشتر اطلاعات اطراف قاب را حذف می‌کند. به همین ترتیب شما هم وقتی موضوعی را چهارچوب‌بندی می‌کنید، از قبل تعیین می‌کنید که مردم چه برداشت‌هایی از اطلاعات موجود داشته باشند و برای این کار توجه آن‌ها را به اطلاعات داخل چهارچوب خودتان جلب می‌کنید.

جورج لیکاف^۱ که زبان‌شناس سرشناسی است در کتاب به فیل فکر نکن^۲ به خوبی توضیح می‌دهد که چه طور چهارچوب‌بندی یک موضوع به طرز چشمگیری روی برداشت‌ها از آن موضوع تأثیر می‌گذارد. وقتی مشخص می‌کنید که دیگران به چه چیز توجه کنند، برداشت‌های آن‌ها را هم کنترل می‌کنید. کل کتاب او گویای این مطلب است که بهترین قصه‌گو برنده است. یک قصه منسجم و قدرتمند طوری توجه افراد را جلب می‌کند که کمتر کسی می‌تواند از آن بگذرد. وقتی به اسم کتاب به فیل فکر نکن توجه می‌کنید، هر چه قدر هم که تلاش کنید باز نمی‌توانید به فیل فکر نکنید. در مورد قصه‌ها هم همین‌طور است.

در اصل قصه‌ای که بیشترین توجه را به خود جلب کند و بیشتر از همه بازگو شود، مشخص می‌کند که موضوعات مهم و واقعی در دنیا چه موضوعاتی هستند. گرچه مسلماً معیارهای عینی و جمعی نمی‌توانند نتیجه‌ای شخصی و ذهنی را تضمین کنند اما این معیارها همچنان مهم‌اند.

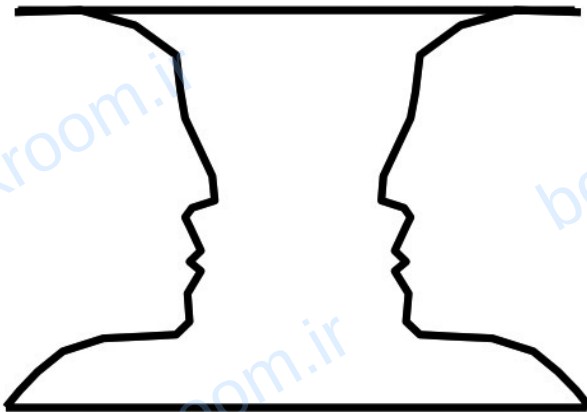
1 . George Lakoff

2 . Don't Think of an Elephant

♦♦ تفکر ذهنی با تفکر عینی منافات ندارد

تفکر عینی مهم و ارزشمند است و تفکر شخصی و ذهنی در آن خللی ایجاد نمی‌کند. اگر یاد بگیرید تفکر ذهنی داشته باشید توانایی شما در تفکر عینی کم نمی‌شود. شما همچنان می‌توانید مثل هر کس دیگری نسبت هزینه/فایده را محاسبه و تحلیل کنید. با افزودن تفکر ذهنی به گنجینه توانایی‌هایتان بهتر می‌توانید برداشت‌های احتمالی مختلفی را که از اطلاعات عینی‌تان دارید، یکپارچه کنید. اگر این برداشت‌ها را از قبل بدانید، می‌توانید آن‌ها را پیش‌بینی کنید، آن‌ها را بفهمید و قبل از این‌که تثبیت شوند بر آن‌ها اثر بگذارید. شما از قبل می‌دانید چه طور از اعداد (زبان تفکر عینی) به نفع خودتان استفاده کنید. چیزی که شاید ندانید این است که بیش از آن‌چه فکر می‌کنید، زبان ذهنی را هم بلدید.

زبان ذهنی همان قصه است. قصه یعنی این‌که افراد چه تفسیری از چیزهای خوب یا بد، مهم یا غیرمهم، امن یا خطرناک دارند و چه طور کسی را «خودی» یا «غیرخودی» می‌دانند. این برداشت‌های ذهنی از ارزش تفکر عینی کم نمی‌کند بلکه طوری آن را غنی می‌کند که به چشم خودتان ببینید چه طور افراد غیرمنطقی تصمیمات به وضوح «منطقی» شما را با آغوش باز می‌پذیرند. به این طرح نگاه کنید:



چه می بینید؟ درست است. یا دو تا صورت می بینید یا یک جاشمعی / جام / ظرف یک. این طرح نشان می دهد چه طور می توان هم زمان از تفکر عینی و ذهنی استفاده کرد. می توانید با نگاه کردن به یک تصویر، دو تصویر کاملاً متفاوت ببینید. قسمت سختش این است که نمی توانید هر دو تصویر را هم زمان ببینید. بروید و امتحان کنید، من منتظر می مانم. دیدید؟ در واقع می توانید سریع از یکی به دیگری بروید و برگردید. خیلی سریع. اما مغز نمی تواند دو چیز را هم زمان دریافت کند. به همین صورت مغز شما آن ابزار عینی را که برای تعیین «درست» و «غلط» استفاده می کنید، دوست دارد. برای افرادی که خیلی خوب می توانند عینی و عقلانی فکر کنند، اضافه کردن قابلیت های ذهنی سخت است؛ و برعکس. بعضی افراد با استعداد مثل کودک نابغه ای که پیانومی زند، می توانند به صورت طبیعی هر دو تفکر را به کار ببرند. با این حال بیشتر ما به یک سمت تمایل داریم. امیدوارم این کتاب به کسانی که عینی می اندیشند کمک کند که تفکر ذهنی را بپذیرند و به کسانی که ذهنی می اندیشند کمک کند با کسانی که عینی می اندیشند بهتر ارتباط برقرار کنند.

◆◆ قصه: ابزاری برای تفکر ذهنی و شخصی

چون رفتار انسانی بسیار ذهنی است، تفکر عینی و واقع بینانه عملاً ممکن است توانایی تان را برای تحلیل، درک یا پیش بینی رفتار انسانی مختل کند. ممکن است به شما یاد داده باشند که اطلاعات ذهنی بیهوده اند... بسیار خب، ولی نه برای خود فرد. انسان ها این جهان را با چشم و گوش بدنی تجربه می کنند که در یک زمان تنها می تواند در یک مکان باشد. زمان ها و مکان های مشترک مربوط به گذشته و حال و آینده، دیدگاهی ذهنی به شما می دهند که مشخص می کند یک شخص درباره شما، فکر شما یا سازمان شما چه حسی دارد.

قصه گویی کمک می کند افراد از جهات مختلف به موضوع نگاه کنند و در نتیجه بتوانند برداشتی را که از «واقعیات» شما دارند از نو تفسیر کنند یا شکل

بدهند. به مفهوم تفکر عقلانی فکر کنید. واژه عقلانی^۱ از «نسبت / ratio» می‌آید که پیش فرض تصمیم‌گیری است: نسبت هزینه به فایده. با این حال نسبت‌ها براساس معیارهای فردی‌اند. مثلاً میوه پایایا برای کسی که آن را دوست ندارد بی‌مصرف است درحالی‌که همین میوه برای کسی که از آن لذت می‌برد ارزشمند است، حتی اگر نسبت هزینه / فایده برای هر پایایا یکسان باشد. شخصی را فرض کنید که پایایا دوست ندارد. او یک پایایا را در ازای دو پرتقال با کسی که پایایا دوست دارد عوض می‌کند. هر دو شخص از مجموع نسبت‌های هزینه / فایده‌شان حس می‌کنند «مبادله‌ای برابر» داشته‌اند، حتی اگر این مبادله در ریاضی برابر نباشد.

به نظر می‌رسد که به راحتی می‌شود تفکر عینی را موقتاً متوقف کرد و به جایش تفکر ذهنی گذاشت. وقتی می‌بینید افراد بسیار موفق هم از استدلال شخصی استفاده می‌کنند، ممکن است تضاد، ابهام و تناقض‌ها باعث شوند منتقد درونی شما از غیرواقعی و غیرعلمی بودن قصه‌ها عصبانی شود. منتقد درونی شما معمولاً سعی می‌کند تفسیرهای جمع‌نشدنی یا غیرعقلانی واقعیات را رد کند و آن‌ها را باور نکند تا به تفسیر «درست» برسد. اما توانایی دیدن و درک عمیق تفسیرهای مختلف شما را باهوش‌تر می‌کند. قصه‌ها غیرواقعی‌اند. طبق آمار غیرعلمی هم هستند. تاریخ بشر می‌گوید علم یک توافق جدید است. قصه‌ها به همان روشی ارتباط برقرار می‌کنند که انسان‌ها در قدیم و قبل از کشف علم می‌اندیشیدند و ارتباط برقرار می‌کردند. در واقع قصه‌ها نشان می‌دهند مغزمان چه‌طور هنوز کار می‌کند، صرف نظر از این‌که خودمان ادعای عقلانی بودن کنیم. تفکر عقلانی وسیله‌ای برای تحلیل است که در لوب‌های پیشانی مغز جای گرفته. قصه‌ها مستقیماً با مغز کهنه، دستگاه کناری و بادامه ارتباط برقرار می‌کنند، همین‌طور با قسمت‌های اصلی دیگری که فقط واقعیت ملموس را تشخیص می‌دهند، نه مثلاً اعداد و زبان را که

1. Rational