



«ویلیام جیمز»، فیلسوف معروف امریکایی می‌گه: «بزرگترین کشف نسل من اینه که انسانها می‌تونن با تغییر دادن نگرش و باورهای خودشون، زندگی‌شون رو متحول کنن».

خب! احتمالاً با خواندن این جمله، خودتون هم متوجه شدید که موضوع این مقاله، راجع به زیربنای تمام موفقیتها و حتی شکستهای انسانه. یعنی بحث «نگرش و باور».

درواقع هرچیزی که ما در زندگی‌مون بدست میاریم یا حتی از دست میدیم، مربوط میشه به باورهای ناخودآگاهمون.

«جف کلر» در کتاب «نگرش یعنی همه چیز» تشبیه خیلی جالبی درباره باور و نگرش به کار می‌بره و می‌گه:

«نگرش شما، مثل پنجره‌های هست که از درونش، به دنیای بیرون از خودتون نگاه می‌کنید»

درواقع نگرش رو می‌تونیم مثل یه «فیلتر» یا مثل یه «لنز ذهنی» در نظر بگیریم که از درون کادر و چارچوب این لنز، دنیا رو می‌بینیم و تجربه می‌کنیم. قطعاً اگه یه عینک با لنز آبی به چشمتون بزنیند، همه چیز رو آبی می‌بینید. یا اگه یه عینک با لنز قرمز بزنیند همه چیز این دنیا رو قرمز می‌بینید. حالا سؤال اینه که آیا وقتی عینک آبی می‌زنید و همه چیز رو آبی می‌بیند، واقعیت هم عوض میشه و واقعاً رنگ تمام اشیاست که تغییر می‌کنه؟!

قطعاً نه! واقعیت سر جای خودش و تغییری نکرده. چیزی که تغییر کرده، در واقع تعبیر و برداشت شما از این واقعیت است که عوض شده و به رنگ آبی درآمده. نگرش و باور هم دقیقاً همین است. یعنی نگرش و برداشت شما از اتفاقات و از افراد، الزاماً با واقعیت اون اتفاقات و اون افراد، یکی نیست.

لنز بدبینی یا لنز خوش بینی؟!

حالا اگر به جای لنز آبی یا لنز قرمز، عینکی با لنز «بدبینی» و یا عینکی با لنز «خوش بینی» داشته باشید چی میشه؟

بدبینه که بعضی‌ها دنیا رو از درون کادر و چارچوب لنز خوش بینی نگاه می‌کنند (یعنی نیمه‌ی پر لیوان رو می‌بینند) و بعضی‌های دیگه، به دنیا از درون کادر و چارچوب لنز بدبینی نگاه می‌کنند (که یعنی نیمه‌ی خالی لیوان رو می‌بینند).

حالا سؤال اینه که:

- چه اتفاقی از بدو تولد تا به الان، در ذهن ما آدمها میفته که یک عده، صاحب باورها و نگرشهای منفی یا همون لنز بدبینی میشن و یک عده هم صاحب باورها و نگرشهای مثبت یا همون لنز خوش بینی میشن؟
- چه اتفاقی میفته که نگرش آدم بدبین، میشه اینکه «من نمی‌تونم!» ولی نگرش آدم خوش بین میشه اینکه «من می‌تونم!»
- چه اتفاقی میفته که آدم بدبین، مدام روی «مشکلات» دست میذاره، ولی آدم خوش بین مدام روی «راه حل» همون مشکلات تمرکز می‌کنه؟
- چی میشه که آدم بدبین، دائماً «عیب و ایرادهای دیگران» رو می‌بینه، ولی آدم خوش بین دائماً «خوبیها و محاسن دیگران» رو می‌بینه؟
- چرا آدم بدبین، مدام روی «کمبودهای» خودش تمرکز می‌کنه، ولی آدم خوش بین مدام روی «امکانات و تواناییهای» خودش تمرکز می‌کنه؟

- چه فرقی هست بین ذهن یک آدم بدبین که فقط محدودیتها رو می‌بینه با ذهن یک آدم خوش‌بین که درسته که محدودیتها رو هم می‌بینه، (چون ساده‌لوح که نیست!) ولی تمرکزش رو میذاره روی امکاناتی که الآن داره!
- واقعاً این همه تفاوت از کجا میاد؟

درواقع اگر نگرش و باور رو مثل همون پنجره‌ای که گفتیم تشبیه کنیم، ماجرا اینه که در بدو تولد، پنجره‌ی ذهن تمام آدمها، کاملاً تمیزه. یعنی همه ما با یک نگرش مثبت یا به عبارت دیگه با یک پنجره‌ی ذهنی کاملاً تمیز، به دنیا میایم.

یک مثال خیلی جالب در این مورد، نگرش یک بچه‌ست که تازه می‌خواد راه رفتن رو یاد بگیره. وقتی اولین بار، این بچه روی پاهاش می‌ایسته، هنوز قدم اول رو از دومی برنداشته میخوره زمین. حالا چکار می‌کنه؟ درواقع بهتره بگیم که این بچه، در اون لحظه که میخوره زمین، چه کارهایی رو نمی‌کنه:

- این بچه اخم و تخم نمی‌کنه.
- به فرش یا به اون اسباب‌بازی که پاش بهش گیر کرده، نفرین و لعنت نمی‌فرسته.
- پدر یا مادرش رو سرزنش نمی‌کنه که چرا من رو به دنیا آوردید که باعث بشید الآن بخورم زمین.
- از همه‌ی اینها مهم‌تر، اینکه از تلاش کردن برای دوباره و دوباره سرپا ایستادن، دست بر نمی‌داره. بلکه درعوض، میخنده، دوباره بلند میشه و باز تلاش می‌کنه.

شما به تمام بچه‌هایی که دارند راه رفتن رو یاد میگیرن نگاه کنید. چند هفته با همین نگرش مثبت خودشون، تلاش می‌کنند و تلاش می‌کنند و انقدر ادامه میدن تا بالاخره موفق میشن که راه برن. تکتک ما هم همینطوری بودیم. حتی بدبین‌ترین آدمهایی که در این دنیا الآن وجود دارند هم، در دوران بچگی خودشون، دقیقاً همینجوری بودن.

درواقع پنجره‌ی ذهن بچه‌ها انقدر تمیزه که بارها شنیدیم که میگن دنیا مال بچه‌هاست! یعنی بچه‌ها حس می‌کنند واقعاً کل دنیا مال اونهاست. اما متأسفانه مشکل اینه که بالاخره همه ما، به یک سنّ و سالی می‌رسیم که دنیا کم‌کم شروع میکنه به کثیف کردن پنجره‌ی ذهنمون. سؤال اینه که چه چیزهایی پنجره‌ی ذهن و نگرش یک کودک رو کثیف می‌کنند؟!

اولیش، انتقادات والدین و اطرافیان که پنجره‌ی ذهن ما رو کثیف می‌کنه. تمسخر دوستان و هم سنّ و سالهامون توی دوران مدرسه، پنجره‌ی نگرشمون رو کثیف می‌کنه. دل شکسته شدن هامون، شک‌ها و دودلی‌ها و تردیدهامون، مخصوصاً گرد حاصل از منفی بافی هامون، همه‌ی اینها، به مرور این پنجره‌ی تمیز رو کثیف و کثیف‌تر می‌کنند.

مشکل اینه که به مرور که این گرد و غبار و تیرگی، بیشتر میشه، اغلب مردم، هیچ کاری برای تمیز کردنش انجام نمیدن. مردم با همین پنجره‌ی کثیف و تیره، به زندگی‌شون ادامه میدن و اسم این پنجره‌ی کثیف و تیره رو میذارن **واقعیت‌گرایی و واقع‌بینی و عاقل بودن.**

رابطه بزرگ شدن انسان و تیره شدن پنجره نگرش:

واقعاً یکی از عجیب‌ترین و تلخ‌ترین اتفاقاتی که به نظر من در دوره و زمونه‌ی فعلی افتاده اینه که هرچقدر یه نفر کمتر رؤیاپردازی میکنه، و هرچقدر بیشتر روی محدودیتها و نشدنها و کمبودها تمرکز می‌کنه، و درواقع هرچقدر که پنجره‌ی نگرشش تیره‌تر باشه، به نظر بقیه، آدم معقول‌تر و پخته‌تر و باتجربه‌تری میاد و برعکس؛ هرچقدر یه نفر بیشتر رؤیاپردازی میکنه و امید و آرزوهاش رو قوی‌تر دنبال میکنه و تمام تمرکش رو بر روی امکاناتی که داره، می‌گذاره، به نظر اطرافیاننش، آدم سربه هوا و آدمی با افکار کودکانه میاد.

گویی معنی بزرگ شدن، به نوعی پیوند خورده با دست کشیدن از رؤیاها...!!!

اما چرا؟! چون به قول «جف کلر» با بزرگ شدن، پنجره‌ی ذهنمون انقدر تیره و تار میشه که دیگه رؤیاهامون که اون سمت پنجره هستن رو نمی‌بینیم. و خب! از دل برود هرآنکه

از دیده رود. انقدر این رؤیایها رو نمی بینیم تا اینکه بالاخره فراموششون می کنیم. تأسف بار
اینه که این روزها، اسم این فراموشی، بزرگ شدن و بالغ شدن!

ولی همه ی ما می دونیم که ادامه دادن زندگی با این پنجره ی کثیف و تیره، دیر یا زود،
باعث ناامید شدن و افسردگی مون میشه و بالاخره روزی میرسه که برای همیشه، از اینکه
رؤیاهامون رو دنبال کنیم، دلسرد میشیم. و تمام اینها فقط به این دلیل که از تمیز کردن
پنجره ی نگرشمون، کلاً غافل شدیم.

**این رو یادتون باشه که شما همیشه نمی تونید شرایط رو کنترل کنید. اما می تونید افکارتون
رو کنترل بکنید.**

درواقع این شما یید که نگرشتون رو کنترل می کنید. پس این وظیفه ی شماست که پنجره ی
ذهن و نگرشتون رو تمیز نگه دارید. نکته ی مهم اینه که با پاک کردن پنجره ی نگرشتون،
تمام اون رؤیایها و اهدافی که اون طرف پنجره داشتید، دوباره ظاهر میشن. درواقع اهداف
و رؤیایهای شما همیشه همونجا بودن، فقط شما نمیتونستید از پشت این پنجره ی گرد و
غبار گرفته، اونها رو ببینید.

البته همیشه آدمهایی هستند که به محض اینکه با چنین موضوعی برخورد می کنند،
واکنش ناخودآگاهشون (که البته اون هم ناشی از نگرشی هست که از پشت پنجره ی غبار
گرفته شون ایجاد شده)، اینه که میگن: «ای آقا! شما نفسِت از جای گرم بلند میشه. هنوز
از کارت اخراج نشدی و بی پول نموندی که این چیزها یادت بره! هنوز سه ماه سه ماه،
کارمزدت رو بلوکه نکردن و اجاره دفترت یا اجاره خونه ت عقب نیفتاده که این چیزها یادت
بره و...» خلاصه، حرفهایی از این دست...

خب! در اینصورت باید بگم که اگه فکر می کنید که این موضوعی که راجع به نگرش گفتیم،
غلطه، یا فکر می کنید درسته، در هر دو صورت، حق با شماست!

هنری فورد میگه: «اگه فکر می کنید که می تونید، یا فکر می کنید که نمی تونید، در هر دو
صورت، درست فکر کردید!»

یعنی کسی که باورش اینه که نمیتونه یه کاری رو انجام بده، خودبخود کارهایی رو میکنه یا کارهایی که باید بکنه رو نمیکنه و خودبخود دنبال دلایلی می‌گرده که این باور و فرض ذهنی خودش رو تأیید کنه.

پیش‌گوییهای خود تأیید یا Self-fulfilling Prophecy :

یه جامعه‌شناس امریکایی به نام «رابرت مرتون» اسم اینجور پیش‌فرض‌های ذهنی رو گذاشته: **Self-fulfilling Prophecy** یا «پیش‌گویی‌های خود انجام» یا «پیش‌گویی‌های خود تأیید» یعنی پیش‌بینی‌ها یا فرض‌های ذهنی که خودشون به تحقق خودشون کمک می‌کنند.

در واقع پیش‌گویی‌هایی که خودشون، خودشون رو تأیید می‌کنند از همون اول، یک تعریف و تشخیص اشتباه و غلط از شرایط هستند. اما این تعریف‌ها و تشخیص‌های غلط، باعث بروز یکسری رفتارها و اقداماتی میشن که در نهایت کمک می‌کنند که اون پیش‌بینی اولیه، تبدیل به واقعیت بشه.

کسی هم که این پیش‌گویی رو کرده، ادعا می‌کنه که از همون اول، می‌دونسته که اینجوری میشه! اما غافل از اینکه همین پیش‌گویی کردنش، باعث تحقق اون پیش‌گویی شده.

مثلاً فرض کنید یک سایت خبری، به دروغ، اعلام می‌کنه که قراره تولیدات ایران خودرو از ماه بعدی، گرون بشه. اگه حتی فقط 10 درصد مخاطب‌های اون سایت، این حرف و پیش‌گویی دروغ رو باور کنند، شروع می‌کنند به خریدن ماشین و همین افزایش تقاضا، باعث گرون شدن ماشین میشه.

حالا اون 90 درصدی که به ادعایی که اون سایت کرده بود، باور نداشتن با دیدن این افزایش قیمت، باور می‌کنند که پیش‌بینی‌های اون سایت، حداقل در این یک مورد، درست بوده و اونها هم شروع می‌کنند به خریدن ماشین.

همین مسئله، دوباره باعث افزایش بیشتر تقاضا و در نتیجه، افزایش بیشتر قیمت ماشین میشه و حالا دیگه اون عده از افرادی که کلاً این خبر رو تکذیب می‌کردن هم به این نتیجه می‌رسند که پیش‌بینی اون سایت، درست بوده و صاحب اون سایت یا همون فرد پیشگو، اطلاعاتی داشته که حتی فعالان بازار خودرو هم نداشتند!

متأسفانه یکی از اطرافیان من، خانمی هست که خیلی به مسئله فال و فال گرفتن و کف‌بینی و امثال اینها اعتقاد داره. اخیراً ایشون با آقایی آشنا شده بود و برای اینکه بفهمه که آینده‌ی این رابطه‌شون چی میشه، به سراغ فالگیری که بهش اعتماد داشته میره. فالگیر هم به این خانم میگه که من آینده‌ی روشنی برای این رابطه نمی‌بینم و این مرد، مرد آینده‌ی تو نیست.

این خانم هم دقیقاً از همون روز به بعد، تمام رفتارهاش و حتی طرز حرف زدنش با اون مرد رو تغییر میده و کل اعتماد و رابطه‌ی خوبی که بینشون بوده رو از بین می‌بره. اون آقا هم بعد از یه مدت که رفتارهای بد این خانم رو می‌بینه، از این رابطه ناامید میشه و درنهایت رابطه‌ی این دو نفر قطع میشه. این خانم هم بیشتر از قبل مطمئن میشه که پیش‌گوییهای اون فالگیر، همیشه درسته!

جالبه که در بحث **فروش بیمه** هم، دقیقاً همین اصل وجود داره. مثلاً وقتی یک مشتری جدید وارد دفتر نمایندگی شما میشه، شما پیش خودتون، این مشتری رو از روی ظاهرش قضاوت می‌کنید و مثلاً با خودتون می‌گید که این مشتری، قصد خرید بیمه رو نداره!

حالا چه اتفاقی رخ میده؟! اینکه شما ناخودآگاه رفتارتون با این مشتری، بر اساس اون پیش‌فرض و اون پیش‌گویی اولیه‌تون شکل می‌گیره و بنابراین، کمتر به این مشتری توضیح می‌دید، انرژی و اشتیاق کمتری برای ارائه‌ی بیمه‌نامه می‌گذارید و درنهایت به خاطر همین نوع رفتار شما، اون مشتری حتی اگه واقعاً هم برای خرید بیمه اومده باشه، بهش برمی‌خوره و از خرید بیمه‌نامه، منصرف میشه.

حالا جالبه این رو هم بدونید که علاوه بر پیشگوییهای خود تأیید، وقتی یک باور در درون ذهن ما انسانها ایجاد میشه، از یک فرآیند تقریباً مشابه دیگه‌ای کمک می‌گیریم، به نام «سوگیری تأییدی» یا **confirmation bias**.

داستان سوگیری تأییدی حتی از «پیشگویی‌های خود تأیید» هم جالب‌تر و عجیب‌تره. در قسمت دوم این مقاله، به طور کامل با سوگیریهای تأییدی و نقش جالبی که در موفقیت یا شکست یک نماینده بیمه داره آشنا می‌شیم...

بیمه‌گر و توانگر باشید...