

۲۱۰۵۲۶۴

در محاصره احمق‌ها

شناخت آدم‌هایی که نمی‌توانیم بشناسیم

توماس اریکسون

ترجمه‌ی علی‌انبر عبدالرشیدی



نشر گویا

سرشناسه : اریکسون، تامس، ۱۹۶۵-م.

Erikson, Thomas, 1965-

عنوان و نام پدیدآور : در محاصره احمق‌ها : شناخت آدم‌هایی که نمی‌توانیم

بشناسیم / توماس اریکسون ؛ ترجمه علی‌اکبر عبدالرشیدی.

مشخصات نشر : تهران، نشر گویا، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری : ۴۱۶ ص.؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۹۱۰۶-۳

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

یادداشت : عنوان اصلی : Omgiven av idioter

موضوع : ارتباط -- جنبه‌های اجتماعی

عنوان دیگر : شناخت آدم‌هایی که نمی‌توانیم بشناسیم.

شاسه افزوده : عبدالرشیدی، علی‌اکبر، ۱۳۲۸ - مترجم

ردی کد ره : HM۱۱۶۶

رده بنس دیویی : ۳۰۲/۲

ش.ره کتابشناسی ملی : ۶۱۲۲۷۴۸



نشر گویا

خیابان کریم‌خان زند، روبروی ایرانشهر، پلاک ۸۹

تلفن : ۸۸۳۱۳۴۳۱ - ۸۸۸۲۸۸۸۴

www.gooyabooks.com info@gooyapub.com



gooya.publication

gooyabookstore

در محاصره احمق‌ها

توماس اریکسون

مترجم : علی‌اکبر عبدالرشیدی

ویراستار: پیمان حمیدی • صفحه‌آرا: فریبا محمدپور

طراح جلد: کیارش سلامی

چاپ نخست: ۱۳۹۹

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۹۱۰۶-۳

چاپ: خانه‌ی فرهنگ و هنر گویا

حق چاپ و انتشار کلیه‌ی مطالب محفوظ است.

هرگونه اقتباس و استفاده از مطالب منوط به دریافت اجازه از ناشر است.

فهرست

- درباره‌ی کتاب و نویسنده ۹
- دیباچه ۱۱
- مقدمه ۱۷
۱. ارتباط بر اساس شرایط فرد گوش‌دهنده به سخنان شما برقرار می‌شود ۲۵
۲. چرا ما کسی هستیم که هستیم؟ ۳۳
۳. مقدمه‌ای بر سیستم ۴۱
۴. رفتار قرمزها: چگونه مختصات واقعی را بشناسیم و مانع ظهور آنها نشویم؟ ۴۷
۵. رفتار زردها: چگونه می‌توان زردها را شناخت؟ چگونه می‌توان افراد بیگانه با سختی را با واقعیت آشنا کرد؟ ۶۳

۶. رفتار سبزه‌ها: چرا تغییر این قدر سخت است؟ چگونه می‌توان بر این سختی غلبه کرد؟ ۷۵
۷. رفتار آبی‌ها: در جست‌وجوی کمال ۸۹
۸. هیچ کس کامل نیست: قوت‌ها و ضعف‌ها ۱۰۷
۹. چیزهایی جدید یاد بگیریم: چگونه آموخته‌هایمان را به کار ببریم؟ ۱۵۹
۱۰. زبان اندام یا زبان بدن: چرا مطالب ذهنی را در حرکات بدنمان به نمایش می‌گذاریم؟ چطور به نظر می‌آییم؟ ۱۶۳
۱۱. نمونه‌ای از بدنی واقعی: میهمانی‌های اداری؛ چگونه ملاقات‌شوندگان را درک کنیم؟ ۱۷۹
۱۲. انطباق یافتن: چگونه با احمق‌ها رفتار کنیم؟ (احمق یعنی کسی که مثل ما نیست) ۱۸۳
۱۳. چطور نظرم‌ان را بگوییم؟ چطور خبر را بدهیم؟ چالش بیان منظور ۲۴۱
۱۴. چه کسی رفیق است؟ چرا رفاقت به درد می‌خورد؟ پویایی گروهی در بهترین شکل ۲۶۹
۱۵. ارتباطات نوشته‌شده: وقتی کسی پیش ما نیست چگونه ارزیابی می‌شود؟ ۲۷۹
۱۶. چه چیز باعث عصبانیت شدید ما می‌شود؟ مزاج چهارگانه می‌تواند همه‌ی خصوصیات فرد را بر ملا کند ۲۸۵

۱۷. عوامل زاینده‌ی استرس و زایل‌کننده‌ی انرژی: استرس و فشار روحی

چيست؟ ۲۹۵

۱۸. نگاهی به تاریخ: وضع همیشه همین گونه بوده است ۳۱۳

۱۹. صداهایی از زندگی واقعی ۳۲۱

۲۰. رموزی کوتاه برای اطمینان از درک مفاهیم کتاب ۳۲۳

۲۱. سکویی نهایی از زندگی روزمره: شاید بهترین تیم کاری در تاریخ جهان ۳۲۹

www.ketab.ir

دیباچه

سال‌ها پیش بیل بونس^۱ و پسرش دیوید^۲ یک نرم‌افزار بسیار انقلابی تولید کردند که روی یک لوح فشرده قرار داشت. این نرم‌افزار ارتباطات انسانی را تشریح و رداهارمش‌های انسانی‌ای را که در تمام طول این کتاب مورد بحث قرار می‌دهد، دسته‌بندی می‌کرد. متأسفانه بیل درگذشت و امروز در میان ما نیست، اما دیوید تا به امروز شرکتشان را اداره می‌کند. شرکت آنها بینش موفقیت‌ی.تی.آی.^۳ نام دارد. این روش رفتاری ابتدا در مناطق روستایی آیووا^۴ [که بزرگ‌ترین منطقه‌ی زیست مهاجران سوئدی در آمریکاست] شایع بود، اما امروز در همه‌ی کسب‌وکارها و شرکت‌های بزرگ دنیا رواج یافته است. این روش رفتاری با یک سؤال مهم ولی خیلی ساده آغاز می‌شود: «آیا فردی که می‌دهی محصولات کشاورزی می‌تواند فقط با نگاه کردن به یک مزرعه محصول بیشتری بفروشد؟»

-
1. Bill Bonnstetter
 2. David
 3. TTI Success Insights
 4. Iowa

من که کودکی‌ام را در مناطق روستایی آیووا سپری کرده‌ام، شاهد بوده‌ام که چگونه پدرم اصول اساسی ویلیام مولتون مارستون^۱ با نام «احساسات انسان‌های عادی»^۲ را به کار می‌بست. در آن زمان پدرم روی اصل آمیختگی خریداران تأکید داشت. به فروشندگان محصولات کشاورزی کمک می‌کرد تا استفاده از ابزارهای مارستون، خودشان و مشتریان مزرعه‌شان را بهتر و بیشتر بشناسند. هنوز یادم می‌آید که چطور موقع صرف غذا پشت میزی ساخته شده از چوب کاج گره‌دار می‌نشستیم، گوشت و ذرت سرخ‌شده می‌خوریم و پدرم در مورد کسب‌وکارش و موضوعاتی از این دست حرف می‌زد: «خیابان‌ها، تمیر و باغ‌ها و مزارع مرتب؟ خیلی غم‌انگیز. دام‌های جدید برای آزمایش منجر به باختن اخیتمان‌های جدید؟ وضع کسب‌وکار خوب».

کنار هم بودیم، اما زمان بگذشت. پدرم یک کارآفرین به تمام معنا موفق، خوش و سرحال بود. او در درس برای تأسیس یک شرکت مشاوره بود تا به کشاورزان کمک کند کارشان را بهبود ببخشد. اما من راه دیگری انتخاب کرده بودم. راه من از مسیر علم و دانشگاه می‌گذشت. دست‌آورد از این دانشگاه به آن دانشگاه می‌رفتم، حسابداری و علوم کامپیوتر می‌خواندم و دنیای خودم را می‌ساختم. وقت آزادم را در آزمایشگاه‌های کامپیوتر می‌گذراندم. با سرانگشتانم در برنامه‌هایی غور می‌کردم که با آنها روحم را پرورش می‌دادم. من درس می‌خواندم و شاهد بودم که پدرم توانایی‌های جادویی‌اش را صرف شناختن آدم‌های دیگر می‌کرد.

من و پدرم، با همه‌ی تفاوت‌هایمان در نقاط عطف زندگی، با هم رفیق

1. William Moulton Marston's
2. Emotions of Normal People

بودیم. در اغلب روزهای هفته معمولاً با هم می‌نشستیم و حرف می‌زدیم. من در دانشگاه آیووا درس می‌خواندم که یک روز پدرم مرا نشاند و در مورد کمکی که می‌توانستم به کسب‌وکارش بکنم سؤال کرد. پرسید: «می‌شود همفکری کنیم؟ یعنی من توانایی‌هایم را در شناخت و تحلیل آدم‌ها با تو در میان بگذارم و تو بر اساس آن نرم‌افزاری درست کنی».

من با پرواز بوم و عاشق کد زدن و نوشتن برنامه. دلم لک زده بود که مهم‌ترین کار من آن‌آوردن زندگی‌ام را بکنم. پذیرفتم. با کمک هم برنامه‌ای نوشتیم. این برنامه گزارش‌هایی از رفتارهای آدم‌ها تهیه و ارائه می‌کرد. کار ما چندلایه بود. خیال خود به سراغ آدم‌های بیشتری رفتیم. توانایی‌های بالقوه‌ی آنها را از طریق آن لوح مشردن ۳/۵ اینچی و یک گزارش ۲۴ صفحه‌ای آشکار کردیم. بعد با هم، یعنی من و پدرم در سال ۱۹۸۴ در آیووا یک شرکت تأسیس کردیم. نام شرکت را بیش موفقیت تست آه گذاشتیم.

رفته‌رفته توانستیم از زمستان‌های سرد مناطق مرکزی غرب آمریکا بگریزیم. به مناطق گرم نقل مکان کردیم. خودمان، خانمان و کسب‌وکارمان را به اسکاتس‌دیل^۱ آریزونا رساندیم که گرم بود. در اواخر دهه ۱۹۹۰ اینترنت را به خدمت گرفتیم. امروز صاحب کسب‌وکاری موفق هستیم و در ایفای به وسعت تمام دنیا کار می‌کنیم.

شاید تاکنون در این فکر بوده‌اید که چرا با بقیه فرق می‌کنید. بسیاری از انسان‌ها در اکثر مواقع و اکثر موارد پیچیده، درهم‌وبرهم و مبهم است. در بعضی موارد، آدم‌های اطراف ما ابله و احمق به نظر می‌آیند. شناخت رفتارهای انسانی کاری بی‌پایان و تمام‌نشدنی است. برای پیدا کردن چرا، چه، چگونه و دلیل

پشت‌پرده‌ی انتخاب‌های دیگران تلاشی بی‌پایان نیاز است. وقتی کسی را متفاوت با خودمان می‌یابیم، خیلی ساده اما خطرناک است که او را احمق، اشتباه‌کار و حتی کم‌هوش بنامیم. اما دنیای امروز ایجاب می‌کند که وقتی قصد داریم قوت یا ضعف کسی را ارزیابی کنیم، درکی پیچیده‌تر از او داشته باشیم.

پدرم مدتی است از میان ما رفته، اما هدف ما از شناخت بنیه‌ها و فایده‌های آدم‌ها هنوز باقی است. این کتاب درباره‌ی مفاهیمی نوشته شده است که در من در زمینه‌ی آموزش فروش به کشاورزان یادمان می‌داد. آن مفاهیم حتی موقعیت‌های پیچیده‌تر هم قابل اطلاق است: شناخت همه‌ی احمق‌ها و ابله‌ی بیرونمان.

کتاب را که به یاد دارید، حنای آدم‌های قرمز، زرد، سبز و آبی^۱ را درک خواهید کرد. امیدوارم بتوانید ابزاری عملی در نحوه‌ی ارتباطتان با هریک از این آدم‌ها پیدا کنید. اما مهم‌ترین درسی که از خواندن این کتاب نصیب شما می‌شود این است که بفهمید آن احمق‌ها و ابله‌هایی که گداگرد شما را فراگرفته‌اند نه ابله هستند و نه احمق. برعکس، آنها انسان‌هایی نرم هستند که ارزش احترام گذاشتن، درک شدن و ارزشیابی دارند.

همه می‌توانند چارچوبی را که در این کتاب ترویج شده است در زندگی

۱. آدم‌ها از نظر شخصیتی به چهار رنگ تقسیم می‌شوند: قرمز، زرد، سبز و آبی. قرمزها: رهبرانی قوی، متفکر و سریع‌الانتقال، ریسک‌پذیر، هدفدار، پرکار، بااراده، پرانرژی، اهل رقابت و منطقی؛

زردها: پرشور، پر از زندگی، پرحرف، تخیل‌گرا، اجتماعی، سرحال، راحت و غیررسمی، در تخیلاتشان زندگی می‌کنند، اهل ارتباط و معاشرت، پرانرژی و انتقادناپذیر؛

سبزها: خونسرد، آرام، صبور، غیررسمی، احساساتی، اجتماعی، کمتر اهل تفکر، ساده‌اندیش و اهل سازش و تفاهم؛

آبی‌ها: عمیقاً متفکر، ماهیتاً تحلیل‌گر، جزئی‌نگر و ریزبین، جدی و رسمی، منظم، صبور و منطقی. - م.

خودشان به کار بگیرند. اما یادتان باشد: اگر نتوانستید این اصول را به کار
ببندید، همچنان در محاصره‌ی احمق‌ها و ابله‌ها باقی خواهید ماند. شما که
دوست ندارید چنین شود، درست است؟

دیوید بونستر

مدیر ارشد اجرایی شرکت

بینش موفقیت تی.تی. آی

www.ketab.ir