

عقل تلاش

عقل معاش

چگونه دیدگاه‌های علم عصب‌شناسی و رفتاری

می‌تواند کسب‌وکار و تجارت

را بهبود بخشد

شین امارا

کالج ترینیتی دوبلین - ایرلند

ترجمه

سیامک غفاری - احسان کاظمی

سرشناسه	: امارا، شین O'Mara, Shane
عنوان و نام پدیدآور	: عقل تلاش عقل معاش چگونه دیدگاه‌های علم عصب‌شناسی و رفتاری می‌توانند کسب و کار و تجارت را بهبود بخشند/ شین امارا؛ ترجمه سیامک غفاری، احسان کاظمی؛ ویراستار احسان کاظمی. اصفهان: خانواده سالم، ۱۳۹۸.
مشخصات نشر	: ۳۴۳ ص.
مشخصات ظاهری	: ۳۰۰۰۰۰ ریال 3-3-95529-622-978 :
شابک	: فیبا
وضعیت فهرست نویسی	: عنوان اصلی: A brain for business-- a brain for life : how insights from behavioural and brain science can change business and business practice for the better, 2018.
یادداشت	: کتاب حاضر تحت عنوان «مغزی برای کسب و کار مغزی برای زندگی: چطور با استفاده از اطلاعات علوم رفتاری و علوم مغزی کسب و کارتان را تغییر بدهید و آن را بهتر کنید» با ترجمه کاظم منافی شرف‌آباد، زهرا عاصمی، سیدعاطفه حسینی‌یزدی توسط انتشارات هومیس در همین سال فیبا گرفته است.
یادداشت دیگر	: کتابنامه. مغزی برای کسب و کار مغزی برای زندگی: چطور با استفاده از اطلاعات علوم رفتاری و علوم مغزی کسب و کارتان را تغییر بدهید و آن را بهتر کنید. چگونه دیدگاه‌های علم عصب‌شناسی و رفتاری می‌توانند کسب و کار و تجارت را بهبود بخشند.
عنوان دیگر	: روان‌شناسی صنعتی Psychology, Industrial روانشناسی عملی Psychology, Applied موضوع
موضوع	: مترجم
موضوع	: کاظمی، احسان، مترجم
موضوع	: ۸/۴۵۵۲۸
شناسه افزوده	: ۷/۱۵۸
شناسه افزوده	: ۵۷۶۳۳۶۸
رده بندی کنگره	
رده بندی دیویی	
شماره کتابشناسی ملی	

عقل تلاش، عقل معاش

چگونه دیدگاه‌های علم عصب‌شناسی و رفتاری

می‌توانند کسب‌وکار و تجارت را بهبود بخشند

نویسنده: شین امارا/ ترجمه: سیامک غفاری، احسان کاظمی/ طرح جلد: محسن کاظمی/ انتشارات خانواده سالم/ تعداد صفحات: ۲۴۲ صفحه/ قطع: وزیری/ چاپ اول: ۱۳۹۸/ قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان/ شابک: ۹۵۵۲۹-۶۲۲-۹۷۸-۳-۳

کلیه حقوق این اثر برای نشر خانواده سالم محفوظ است.

اصفهان: خیابان سجاد- خیابان حضرت قائم - کوچه ۲۲- شماره ۳۳- تلفن ۰۳۶۳۰۱۰۴۱

Kh.salem.pub@gmail.com

فهرست

مقدمه.....	۹
تشکر و قدردانی.....	۱۴
۱- سناریوی عقبه حیات سازمان‌ها.....	۱۷
۲- تنظیم اساسات، پیش زمینه‌های ذهنی و ابزارهای تفکر.....	۲۷
۳- انگاره‌های ذهنی، دستگاه با خود و تغییر رفتار.....	۵۳
۴- خود تنظیمی، حب کنایی.....	۷۷
۵- اهمیت پیش‌داوری‌ادراکی.....	۱۰۱
۶- برداشت‌های شخص، بقیه چه نانی در آوردن دارند،.....	۱۲۷
۷- کار کردن در قالب گروه‌ها و دسته‌ها: تکرهای گروهی.....	۱۵۱
۸- بهداشت ذهنی، عملکرد و هوش بهینه سازی شده.....	۱۶۹
۹- استرس، تاب‌آوری و حالت‌های مثبت ذهنی.....	۱۹۵
۱۰- جنسیت، مغز و سازمان‌ها.....	۲۱۷
۱۱- نتیجه‌گیری و تحلیل سناریو.....	۲۴۱

مقدمه

در طول این سفر، از شما دعوت می‌کنیم تا با ما همراه شوید و ذهن خود را به روی تمامی احتمالات مختلفی بگشائید که کشفیات به وجود آمده در علوم پیشرفته مغزی و رفتاری (عصب‌شناسی) پیش روی ما قرار داده‌اند. از شما می‌خواهیم تا از ثمره این کشفیات بهره‌مند شده و بکوشید تا با استفاده از معلوماتی که به دست می‌آورید محل کار و سازمان خود را به مکانی مملو از مهربانی و لطافت و مهم‌تر از همه، هوشمندی بی‌سیر برای کار کردن تبدیل کنید.

علم عصب‌شناسی-دانش مغزی رفتاری-در این بیست‌ویکم به عنوان یکی از علوم کلیدی و هیجان‌انگیز به وجود آمده و رشد کرده است. عصب‌شناسی، علمی است که مکانیزم‌هایی را مورد بررسی قرار می‌دهد تا بتواند به عنوان یک فرد متفکر، دارای احساس و رفتار، و در نهایت یک انسان می‌سازد. نقطه نظرهای قیاسی و عملی به دست آمده از علوم مغزی رفتاری (عصب‌شناسی) در این کتاب به منظور بهتر کردن کسب‌وکار و معاش افراد، گردآوری می‌شوند.

هدف کلی این کتاب آن است که نقطه نظرهای قیاسی و عملی را در خصوص علوم مغزی رفتاری برای بهتر کردن کسب‌وکار و معاش مردم فراهم سازد. اما در اینجا این سوال مطرح می‌شود که چرا؟ پاسخ آن است که عقل آدمی به درد کسب‌وکار و معاش می‌خورد، اگر عقل معاش نداشته باشید کسب‌وکاری هم ندارید. مغز انسان پیچیده‌ترین ساختار در نظام خلقت است که مسئول تمامی خودآگاهی، توانایی تفکر، احساس و رفتار ما است. در عین حال، مغز انسان بسیار انعطاف‌پذیر بوده به طوری که تجربیات می‌تواند سبب ایجاد تغییرات خوب یا بد در آن شوند.

چشم انداز مربوط به کتاب؛ استفاده از نتایج تحقیقات اخیر در باب عملکرد مغزی رفتاری در مورد مردم و کارکنان سازمان‌ها و محیط‌های کاری، و به ویژه کارکنان با معلومات و آگاه می باشد. مغز ما پیش‌داوری‌ها، سلسله‌مراتب و پیش‌تایلات قبلی بسیاری داشته و در حال حاضر، ما بیش از هر زمان دیگری چیزهایی در خصوص نحوه کار کردن با مغز را می‌دانیم. تغییرات رفتاری، کار دشواری است. تاکتیک‌ها و استراتژی‌های سازگار که در تار و پود علم عصب‌شناسی تنیده شده‌اند، می‌توانند به افراد و سازمان‌ها در انطباق آن‌ها با نیازهای دنیای پیشرفته، یاری رسانند.

تأثیر مورد اشاره از مطالعه این کتاب؛ باز تعریف علم عصب‌شناسی تجاری بر اساس فرهنگ، استراتژی و کارکردهای آنها، به شیوه‌ای قابل اندازه‌گیری و قابل گزارش می باشد. به علاوه، بر تئوری و روی ایجاد توانمندی‌ها و ایده‌های جدید در خصوص ارزش شاخص تجاری، برای سازمان‌های مشارکتی، در این کتاب کوشش خواهیم نمود تا از میان خیل عظیم داده‌های موجود در حیطه علوم عصب‌شناسی در طول چند دهه اخیر، کاربردها و یافته‌های در خصوص استفاده‌های خاص برای فعالیت‌های تجاری، توسعه و مدیریت آن استرچ‌نمائیم.

بسیاری از شیوه‌های مورد استفاده در چرخه عملیات سازمان‌ها (که مورد وفاق عام هستند) جنبه‌های مربوط به رفتار انسانی را که بر اساس شباهت‌های مشترک میان ساختار و عملکرد مغزی میان افراد به وجود آمده‌اند را دیده گرفته‌اند. نقطه شروع ما این واقعیت ساده است که رفتار ما ناشی از ساختار و عملکرد مغزمان است. در ادامه، ما با بهره‌گیری از یک سری تحلیل‌های مغزی (عصب‌شناختی) از جنبه‌های مشترک رفتار انسانی مرتبط با فعالیت‌های تجاری و مدیریتی کار خود را ادامه می‌دهیم. دامنه‌های موضوعاتی که اکنون به صورت عملی در حیطه علوم عصب‌شناختی مورد تحقیق و مطالعه قرار می‌گیرند، بسیار قابل توجه بوده و عصب‌شناسان در حال انجام تحقیقات مرتبط با ترکیب این موضوعات می‌باشند. به

عنوان مثال، عصب‌شناسی اقتصادی^۱ به عنوان علوم مربوط به عملکرد، تصمیم‌گیری و روان‌شناسی تکاملی (علی‌الخصوص جنبه‌هایی از تکامل که با نوع‌دوستی و بشردوستی در ارتباط هستند) در مغز انسان و یکی از رشته‌های مهم در عصب‌شناسی در حال شکل‌گیری هستند، که همگی آنها در حال ادغام شدن در حیطه یک چارچوب نظری واحد می‌باشند. عصب‌شناسی اجتماعی یکی دیگر از تلاش‌های نوین و مهم بشری است که به دنبال درک نحوه ایجاد رفتار اجتماعی توسط مغز، چگونگی مدیریت شدن مغز و ایجاد تغییر در آن به وسیله تعاملات اجتماعی می‌باشد. عبارت شگفت‌انگیز "علم توسعه شبکه عصبی در دوران جنینی"^۲ برای خلاصه‌سازی این علم نوین مورد استفاده قرار گرفته است- که مغز یا به عبارتی هوش اجتماعی را بررسی می‌کند.

کاویت امپتار^۳ می‌گوید: «عصب‌شناسی اجتماعی را به صورت علم مغزی رفتاری تعریف می‌کنم. البته، یک واکنش منطقی و معمول در میان بعضی از عصب‌شناسان آن است که بگویند هیچ‌گونه هم‌پرسانی نیاز عصب‌شناسی و کسب‌وکار وجود ندارد. اگرچه، جای خالی ایده‌ها و اقداماتی در بازار به چشم می‌خورد که توسط افرادی انجام می‌شود که خدمات بازاریابی عصبی، رهبری ذهن و موضوعاتی از این دست را ارائه می‌کنند. برخی در مقام اعتراض بر آمده می‌بینند که قسمت اعظم "عصب‌شناسی در کسب‌وکار" در واقع همان روان‌شناسی است که به خودی خود مسأله‌ای بغرنج محسوب نمی‌شود. مشکل اصلی در این مورد بررسی بیش از انتخاب یک عنوان مناسب است. تعریفی که من ارائه می‌کنم بر مغز و رفتار انسان تأکید داشته و یکی از تعاریفی است که صراحتاً استفاده از "روش انبار عصبی" را برای

¹ Neuroscience economists

² Social neuroscience

³ from neurons to neighborhoods

⁴ Caveat Emptor

⁵ Silo Approach

ایجاد و تولید دانش و در واقع استفاده از آن را انکار می‌کند. عبارت "مغز و علوم رفتاری" به خوبی در بردارنده انکار روش پارتیشن‌بندی انبار غله برای دانش‌اندوزی می‌باشد. مقایسه میان آنها می‌تواند شفاف‌سازی بیشتری را ایجاد کند. احتمال آن وجود دارد که شما به عنوان خوانندگان این کتاب، خودرو یا کامپیوتر و یا حتی یک دستگاه ساده مکانیکی مثل یک دوچرخه را خریده باشید. بیشتر افراد-البته نه همه آنها- می‌خواهند از زیر و بم ساخت دستگاه‌ها سر در بیاورند و بفهمند که فرمان و ترمز ماشین یا سایر قطعات چطور کار می‌کند. آنها می‌خواهند علاوه بر اینکه ماشین خود را می‌رانند، بفهمند که زیر کاپوت و موتور اتومبیل‌شان هم چه خبر است، بهترین سرعت برای سرحال آوردن اتومبیل چیست. همین حس با ارزش در مورد سر در آوردن از مغز و کار کردن آن تحت شرایط خاص، می‌تواند هم روشنگرانه و هم سودمند واقع شود. سر در آوردن از اینکه موتور ماشین چطور کار می‌کند در هنگام رانندگی به کار هر راننده‌ای می‌آید. همین نکته در مورد مغز انسان که مسئول ادراکات، خلق و خوی رفتار آدمی است، هم صدق پیدا می‌کند. تلاش برای سوا کردن دقیق حیطه‌های دانش برای شسته‌رفته کردن حد و مرز میان آنها می‌تواند برخلاف ذات جستجوگر انسان باعث ادغام میان حیطه‌های مختلف علوم باشد. در اینجا، گزینه‌های روی میز با توجه به موضوعاتی ارائه و مطرح شده بر حیطه‌هایی تمرکز دارند که ما در آنها تا حدودی دست‌انگیزیم و مکانیزم‌های ادراکی و سایر مکانیزم‌هایی که مطرح می‌شوند، سر در می‌آوریم. بسته به اینکه روی کدام یکی از فصل‌ها تمرکز کنیم، توازن میان این حیطه‌ها هم به هم می‌خورد. به طور مثال خواهیم دید چگونه شناخت شبکه ذهنی مغز، راه را برای درک نحوه برداشت فردی و برداشت ما از یک نام تجاری به عنوان یک انسان، به خوبی باز می‌کند. در سایر موارد، تمرکز هم‌زمان بر مغز و رفتار به صورت توأمان شدت کمتری دارد. این کار به طور اخص برای برداشتن پیش‌داوری در قضاوت‌ها در مورد سایرین انجام می‌شود. اگر چه، شکی نیست که ظرف همین چند سال آتی، تجربیات مفید و هیجان‌انگیز بیشتری به دست خواهند آمد که سطح مختلفی از تحلیل‌های رفتاری و مغزی (ذهنی) را در اختیار ما قرار می‌دهند. وقتی که در یک

حیطه خاص دانسته‌ها کافی نیست، به راحتی می‌توان پی برد که این حیطه به تحقیقات بیشتری نیاز دارد. همچنین، مفهومش این است که شما به عنوان یک خواننده با ادعاهای منحصر به فردی در زمینه کاربردهای علم اعصاب در کسب‌وکار و تجارت مواجهه می‌شوید که بعضی از آنها با عقل جور در می‌آیند و بستری برای خاص فکرد کردن را در فصل یک را ارائه می‌کنند.