

دیپلماسی و بازی‌ها

دکتر خداداد بیرانوند	دکتر مهدی بشیرپور	دکتر وحید ناصحی فر
مدیرکل منابع انسانی، پشتیبانی و رفاه شرکت ساخت و توسعه	مدرس و مشاور کسب‌وکار	عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی
زیربناهای حمل‌ونقل کشور		

پیشگفتار

در دست‌بندی پیچیده و ناشفاف رفتارهای انسانی، رفتارهای سیاسی در محیط کسب و کار بیش از پیش توجه ویژه‌ای به خود جلب کرده‌اند. این رفتارها که در بستر سازمان‌ها و شرکت‌ها شکل می‌گیرند، عواملی مهم و تأثیرگذار هستند که بر تصمیم‌گیری‌ها، روابط بین افراد و عملکرد سازمان‌ها تأثیر می‌گذارند. در این کتاب، ما با هدف بررسی عمیق‌تر رفتارهای سیاسی در محیط کسب و کار، سعی در شناخت و تحلیل این رفتارها و نقش آن‌ها در سازمان‌ها داریم.

این کتاب به بررسی مفاهیم اساسی رفتارهای سیاسی در کسب و کار می‌پردازد و انواع مختلف این رفتارها را شناسایی می‌کند همچنین، ارتباط بین رفتارهای سیاسی و ساختارهای قدرت در سازمان‌ها را بررسی کرده و به تأثیرگذاری این رفتارها بر تصمیم‌گیری‌ها، رقابت‌ها و روابط بین افراد پرداخته خواهد شد. علاوه بر این، کتاب به بررسی تأثیر رفتارهای سیاسی بر عملکرد سازمان‌ها می‌پردازد و راهکارهایی برای مدیریت این رفتارها و ایجاد فضایی سازنده برای همکاری و تعامل مؤثر را بررسی می‌کند.

در این کتاب، با تکیه بر مطالعات روزمره و تجربیات عملی، سعی در ارائه دیدگاهی جامع و عملی برای فهم بهتر رفتارهای سیاسی در محیط کسب و کار داریم. برای هر فصل، مثال‌ها و مطالب تحلیلی ارائه می‌دهیم تا به خوانندگان کمک کنیم درک عمیق‌تری از این موضوع پیچیده داشته باشند.

امیدواریم که این کتاب برای مدیران، رهبران و علاقه‌مندان به مدیریت سازمانی مفید و سودمند باشد و به آن‌ها در پیشبرد اهداف و تسهیل فرآیندهای کسب و کار کمک کند. مخاطبین این کتاب کلیه افراد شاغل در کسب‌وکار و خصوصاً مدیران اجرایی بوده و این کتاب برای دانشجویان و دانش‌پذیران رشته‌های مدیریت، MBA و DBA نیز می‌تواند مفید باشد.

در پایان از شما خواننده گرامی تقاضا می‌شود تا ایرادهای احتمالی را به نشانی vahid.nasehifar1@gmail.com ارسال نموده و از زحمات تمام کسانی که ما را در انتشار این کتاب یاری نمودند تشکر و قدردانی می‌شود.

فهرست مطالب

پیشگفتار	۲
مقدمه	۱۰
فصل اول: مفهوم بازی	۱۳
بازی چیست و به چه فعالیتی بازی می‌گویند؟	۱۳
نقش بازی‌ها در کسب‌وکار	۱۳
رفتارهای سیاسی از چه چیزی نشئت می‌گیرند؟	۱۶
فصل دوم: شناخت سطوح بازیها و انواع بازی	۱۸
بازی‌ها به چه صورتی دسته‌بندی می‌شوند؟	۱۸
سطوح بازی‌ها	۱۹
مهم‌ترین بازی‌های تکنیک محور	۲۲
فصل سوم: بازی‌های رهبری	۳۷
رهبری چیست؟	۳۷
اهمیت رهبری سازمانی	۳۹
سبک‌ها و تکنیکهای رهبری	۴۱
بازی‌های رهبری	۴۳
فصل چهارم: بازی‌های قدرت	۴۷
قدرت چیست؟	۴۸

۴۹ اهمیت قدرت در کسب‌وکار
۵۰ انواع قدرت
۵۴ مراحل رسیدن به قدرت
۵۵ تکنیک‌های کسب قدرت
۵۶ بازی‌های قدرت
۶۰ فصل پنجم: بازی‌های جذب دیگران
۶۱ اهمیت جذب دیگران
۶۲ تکنیک‌های جذب دیگران
۶۴ بازی‌های جذب دیگران
۶۹ فصل ششم: بازی‌های متقاعدسازی
۶۹ اهمیت متقاعدسازی
۷۰ تکنیک‌های متقاعدسازی
۷۲ بازی‌های متقاعدسازی
۷۹ فصل هفتم: بازی‌های درگیرانه
۷۹ اهمیت رفتارهای جسورانه و درگیرانه
۸۰ تأثیرات مثبت رفتارهای جسورانه و درگیرانه:
۸۱ تأثیرات منفی رفتارهای جسورانه و درگیرانه:
۸۱ تکنیک‌های رفتار جسورانه

۸۲	تکنیک‌های رفتارهای درگیرانه
۸۳	مدیریت رفتارهای درگیرانه و جسورانه
۸۴	بازی‌های درگیری و جسارت
۹۰	فصل هشتم: بازی‌های منفی دیگران (شناخت نیرنگ‌ها)
۹۱	اهمیت شناخت رفتارهای نیرنگ آلود
۹۲	تکنیک‌های رفتار نیرنگ آلود
۹۴	بازی‌های نیرنگ
۹۸	فصل نهم: بازی‌های ارتباطی متقابل (تعامل)
۹۹	اهمیت رفتارهای تعاملی
۱۰۰	تکنیک‌های رفتار تعاملی
۱۰۱	بازی‌های تعاملی
۱۰۶	فصل دهم: بازی‌های قاطعیت و اقتدار
۱۰۶	مفهوم قاطعیت
۱۰۷	ویژگی‌های فرد قاطع و رفتار قاطعانه
۱۰۹	تاکتیک‌های قاطعیت و رفتار قاطعانه
۱۱۱	بازی‌های قاطعیت و رفتار مقتدرانه
۱۱۵	فصل یازدهم: بازی‌های تدافعی
۱۱۵	رفتارهای تدافعی

۱۱۷ اهمیت رفتارهای تدافعی در محیط کسب‌وکار
۱۱۸ تکنیک‌های رفتارهای تدافعی
۱۲۰ بازی‌های تدافعی
۱۲۳ فصل دوازدهم: بازی‌های کناره‌گیری یا خنثی
۱۲۴ اهمیت رفتارهای کناره‌گیری و خنثی
۱۲۵ تکنیک‌های رفتار کناره‌گیرانه و خنثی
۱۲۹ بازی‌های کناره‌گیری و خنثی
۱۳۳ فصل سیزدهم: بازی‌های ورود و حفظ شبکه
۱۳۴ اهمیت شبکه سازی در محیط کسب‌وکار
۱۳۵ تکنیک‌های شبکه سازی
۱۳۶ بازی‌های شبکه سازی
۱۴۳ فصل چهاردهم: بازی‌های بزرگان کسب‌وکار
۱۴۴ بازی‌های بیل گیتس (اصول، روشها و توصیه ها)
۱۴۶ بازی‌های استیو جابز (اصول، روشها و توصیه ها)
۱۴۸ بازی‌های وارن بافت (اصول، روشها و توصیه ها)
۱۵۱ بازی‌های مارک زاکربرگ (اصول، روشها و توصیه ها)
۱۵۳ بازی‌های جف بزوس (اصول، روشها و توصیه ها)
۱۵۵ بازی‌های ایلان ماسک (اصول، روشها و توصیه ها)

۱۵۷	بازی‌های دونالد ترامپ (اصول، روشها و توصیه‌ها).....
۱۵۹	بازی‌های جان راکفلر (اصول، روشها و توصیه‌ها).....
۱۶۱	فصل پانزدهم: هنر جنگیدن.....
۱۶۱	مفهوم هنر جنگ.....
۱۶۲	نکات مربوط به برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری.....
۱۶۵	نکات مربوط به تاکتیک‌های نظامی.....
۱۶۸	نکات مربوط به مدیریت منابع.....
۱۶۹	نکات مربوط به روانشناسی جنگ و رهبری.....
۱۷۳	نکات مربوط به آموزش نیروی انسانی.....
۱۷۴	نکات مربوط به ارتباطات و اطلاعات.....
۱۷۶	فصل شانزدهم: استراتژی خوب/استراتژی بد.....
۱۷۶	مقدمه‌ای بر نقش استراتژی در کسب‌وکار.....
۱۸۰	استراتژی خوب.....
۱۸۶	استراتژی بد.....
۱۸۸	فصل هفدهم: اقیانوس آبی/اقیانوس قرمز.....
۱۸۸	مفهوم اصطلاح اقیانوس آبی و اقیانوس قرمز.....
۱۸۹	استراتژی‌های اقیانوس آبی.....
۱۹۰	استراتژی اقیانوس قرمز.....

فصل هجدهم: مدیریت بحران سیاسی	۱۹۲
مفهوم بحران سیاسی در کسب‌وکار	۱۹۲
مدیریت بحران سیاسی در کسب‌وکار	۱۹۴
علائم بحران سیاسی	۱۹۶
دلایل ایجاد بحران رفتارهای سیاسی	۱۹۷
تکنیک‌های مدیریت بحران سیاسی	۱۹۸
اقدامات جانبی	۲۰۵
روش‌های نفوذی	۲۰۶
مهندسی رفتار	۲۰۷
سایر ابعاد مدیریت بحران رفتارهای سیاسی	۲۰۹
فصل نوزدهم: نظریه بازی‌ها	۲۱۶
مقدمه‌های بر نظریه بازیها	۲۱۶
انواع بازی‌ها و استراتژی‌های بازی بر مبنای نظریه بازی	۲۱۹
کاربرد نظریه بازی در بازی‌های کسب‌وکار	۲۲۷
فصل بیستم: جملات ماندگار	۲۳۶
مقدمه	۲۳۶
جملات بازی‌های رهبری	۲۳۶
جملات بازی‌های قدرت	۲۳۹

۲۴۱	جملات بازی‌های جذب دیگران
۲۴۳	جملات بازی‌های متقاعدسازی
۲۴۴	جملات بازی‌های درگیری
۲۴۷	جملات بازی‌های تعاملی و ارتباطی
۲۴۸	جملات بازی‌های فریب و نیرنگ (بازی‌های دروغ محور)
۲۵۱	جملات بازی‌های قاطعیت
۲۵۳	جملات بازی‌های کناره‌گیری
۲۵۵	جملات بازی‌های تدافعی
۲۵۷	جملات بازی‌های شبکه‌سازی
۲۶۰	منابع

مقدمه

رفتارهای سیاسی در محیط کسب و کار، به عنوان یک پدیده پیچیده و چالش برانگیز، همواره توجه و تحلیل علاقه‌مندان به مدیریت سازمانی را به خود جلب کرده‌اند. این رفتارها، که شامل اقدامات، تصمیم‌ها و تعاملاتی است که افراد در سازمان‌ها انجام می‌دهند تا به تأثیرگذاری بیشتر و کسب قدرت دست پیدا کنند و به عنوان یک عامل کلیدی در تشکیل ساختار قدرت و تعاملات داخلی سازمان‌ها تلقی می‌شوند.

این کتاب، با هدف بررسی و تحلیل عمیق‌تر رفتارهای سیاسی در محیط کسب و کار، به شما خواننده علاقه‌مند، فرصتی را می‌دهد تا درک بهتری از این پدیده پیچیده و تأثیرگذار پیدا کنید. ما در این کتاب، با استفاده از تئوری‌ها، مدل‌ها و مطالعات موردی، سعی داریم به پرسش‌هایی که در ذهنتان شکل گرفته‌اند پاسخ دهیم. چگونه رفتارهای سیاسی در سازمان‌ها شکل می‌گیرند؟ چه عواملی این رفتارها را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟ آیا رفتارهای سیاسی می‌توانند عملکرد سازمان را بهبود بخشند یا به آن آسیب برسانند؟

در این کتاب، به بررسی انواع مختلف رفتارهای سیاسی در سازمان‌ها می‌پردازیم. از رفتارهای سیاسی فردی گرفته تا رفتارهای سیاسی گروهی، نقش هر یک از این رفتارها را در ایجاد و تقویت قدرت و تأثیر در سازمان‌ها بررسی می‌کنیم. همچنین، تأثیر این رفتارها بر تصمیم‌گیری‌ها، رقابت‌ها و روابط بین افراد را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

به علاوه، در این کتاب به بررسی تأثیر رفتارهای سیاسی بر عملکرد سازمان‌ها می‌پردازیم. آیا این رفتارها می‌توانند عملکرد سازمان را بهبود بخشند و نقش مثبتی در تسهیل فرآیندهای کسب و کار ایفا کنند یا آن‌ها می‌توانند به عملکرد سازمانی آسیب برسانند؟ در این کتاب، تأثیر رفتارهای سیاسی بر اعتماد و همکاری در سازمان‌ها را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد. آیا رفتارهای سیاسی می‌توانند روابط بین اعضای سازمان را تحت تأثیر قرار داده و همبستگی و همکاری را کاهش دهند؟ و چگونه می‌توان با مدیریت صحیح این رفتارها، فضایی سازنده برای همکاری و تعامل مؤثر در سازمان ایجاد کرد؟

در نهایت، این کتاب با ارائه راهکارها و استراتژی‌های مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان‌ها، به شما کمک خواهد کرد تا بهبودی قابل توجهی در عملکرد سازمانی داشته باشید. از ارتقاء فرهنگ سازمانی و ایجاد شفافیت تا استفاده از سیستم‌های پاداش و تشویق مناسب، ما به شما راهنمایی‌های عملی برای مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان‌ها ارائه خواهیم داد.

در این کتاب، تلاش کرده‌ایم تا با ترکیب نظریات مدیریت سازمانی و مطالعات تجربی، یک دیدگاه جامع و عملی از رفتارهای سیاسی در کسب و کار ارائه کنیم. بنابراین، این کتاب برای دانشجویان، مدیران، رهبران و همه علاقه‌مندان به مدیریت سازمانی کاربردی و سودمند خواهد بود. امیدواریم که این کتاب به شما کمک کند تا رفتارهای سیاسی را در سازمان‌ها بهبود بخشید و به ایجاد محیطی سازنده برای رشد و توسعه سازمان‌ها کمک کنید.

بخش اول:

بازی چیست؟

فصل اول

مفهوم بازی

بازی چیست و به چه فعالیتی بازی می‌گویند؟

بازی، به طور کلی، یک فعالیت ساخت‌یافته و قاعده‌مند است که به منظور سرگرمی، تفریح، رقابت یا آموزش انجام می‌شود. بازی‌ها اغلب قوانین خاصی دارند که برای شرکت‌کنندگان قابل فهم و قابل اجرا هستند و همچنین شامل هدف‌های مشخصی هستند که باید به آن‌ها برسند. مراد ما از بازی در این کتاب رفتارهای سیاسی است. اگر رفتارهای سیاسی را به عنوان بازی توصیف کنیم، می‌توانیم به فهم بهتری از آنها دست یابیم. در بازی رفتارهای سیاسی، شرکت‌کنندگان (که می‌توانند افراد یا گروه‌ها باشند) با استفاده از استراتژی‌ها و تاکتیک‌های مختلف، به دنبال کسب قدرت، تأثیرگذاری و بهره‌برداری از منافع خود هستند.

همانند یک بازی، رفتارهای سیاسی دارای قوانین و قواعدی هستند که شرکت‌کنندگان باید آن‌ها را درک کنند و برای رسیدن به اهداف خود به آن‌ها عمل کنند. برخی از این قوانین شامل شفافیت، ارتباطات استراتژیک، ایجاد ائتلاف و تعهدات است. در بازی‌ها و رفتارهای سیاسی، شرکت‌کنندگان تلاش می‌کنند تا منافع خود را بیشترین اندازه ممکن تأمین کنند و به جایگاه بالا و قدرت برسند. آنها ممکن است از روش‌هایی مثل تحریف اطلاعات، مذاکره، تبلیغات، شبکه سازی، رقابت و تحریم برای دستیابی به اهداف خود استفاده کنند.

نقش بازی‌ها در کسب‌وکار

بازی‌ها و رفتارهای سیاسی در کسب و کار نقش‌های متعددی را ایفا می‌کنند و تأثیرات متنوعی در سازمان‌ها و بازارها دارند. بازی‌ها سازوکاری هستند که درون سازمان‌ها برای تعاملات و رفتارهای اعضا به کار می‌روند و می‌توانند تأثیرات مثبت و یا منفی داشته باشند. از یک سو بازی‌های سازمانی می‌توانند همکاری و تعامل بین اعضای سازمان را تقویت کنند. این بازی‌ها می‌توانند اعضا را به هم روابط نزدیک‌تری برسانند و ارتباطات را بهبود بخشند. همکاری بهبود یافته باعث افزایش بهره‌وری و کارآمدی در سازمان می‌شود. از سوی دیگر بازی‌ها

محیطی را فراهم می‌کند که اعضای سازمان بتوانند خلاقیت و نوآوری خود را به ارمان بیاورند. این بازی‌ها می‌توانند به عنوان یک محرک برای ایجاد ایده‌های جدید، حل مسائل پیچیده و بهبود فرآیندها عمل کنند. نوآوری و خلاقیت بهبود یافته می‌تواند به سازمان کمک کند تا رقابت‌پذیری و تطابق با تغییرات بازار را تقویت کند. همچنین بازی‌ها می‌توانند برای تقویت مهارت‌های رهبری و مدیریتی اعضای سازمان مفید باشند. این بازی‌ها می‌توانند به رهبران کمک کنند تا مهارت‌هایی مانند تصمیم‌گیری، کنترل استرس، مدیریت زمان و هماهنگی را تقویت کنند. رهبران مجهز به مهارت‌های قوی مدیریتی می‌توانند بهبود عملکرد سازمان را تضمین کنند.

موارد بیان شده تأثیرات مثبت بازی‌ها بودند، اما می‌توان تأثیرات منفی بازی‌ها را نیز در سازمان و محیط‌های کسب و کار مورد بررسی قرار داد. برای مثال: بازی‌های سازمانی ممکن است باعث کاهش تمرکز اعضا بر منافع سازمانی شود. زمانی که اعضا به دنبال تحقق اهداف شخصی خود هستند، احتمال کارکرد بهینه و هماهنگی در سازمان کاهش می‌یابد. علاوه بر این بازی‌های درون ممکن است باعث کاهش همکاری و اعتماد بین اعضای سازمان شوند. اعضا ممکن است به جای همکاری، به صورت رقابتی و گاهی حتی خبیثانه درگیر شوند. این می‌تواند به مشکلات در تعاملات سازمانی و کاهش کارایی منجر شود. همچنین بازی‌های سازمانی ممکن است باعث تشویق رفتارهای ناپایدار و ناسازگار با ارزش‌ها و اهداف سازمان شوند. مثلاً، رفتارهای متقابلانه، تلاش برای کسب منفعت فردی به هر قیمتی و تضعیف قوانین و مقررات سازمان می‌تواند در این بستر شکل بگیرند. در نتیجه بازی‌های سازمانی ممکن است تنش‌ها و بحران‌های سازمانی را افزایش دهند. رقابت شدید و عدم هماهنگی در برخی از بازی‌ها می‌تواند به ناهماهنگی و تعارضات در سازمان منجر شود که باعث کاهش روحیه کاری و افزایش نرخ انتقال کارکنان می‌شود.

به طور کلی، بازی‌های سازمانی می‌توانند به عنوان یک ابزار قدرتمند برای ارتقای همکاری، نوآوری و رهبری در سازمان عمل کنند. اما در عین حال، باید با احتیاط و مدیریت مناسب از آن‌ها استفاده شود تا اثرات منفی ممکن را کاهش داد و تأثیرات مثبت آن را افزایش داد. دقت کنید که تنها سیاستمداران از بازی‌ها و رفتارهای سیاسی استفاده نمی‌کنند و استفاده از این تکنیک‌ها منحصربه‌فرد و گروه خاصی نیست و همه ما آگاهانه و ناآگاهانه در هر محیطی با این رفتارها مواجه بوده و حتی از تکنیک‌های آن استفاده می‌کنیم. نکته مهم این است که بازی‌ها تنوع زیادی در اجرا دارند و هر فرد می‌تواند تکنیک خاص خود برای اجرا یک رفتار را داشته باشد. این موضوع

برای هر فردی که در محیط‌های اجتماعی متنوعی چون جامعه، محیط‌های کاری، دانشگاه و ... حضور داشته است قابل‌درک و البته ناخوشایند است. نکته دیگر این است که رابطه مستقیمی بین میزان منافع و وجود رفتارهای سیاسی وجود دارد. چرا که سازمان‌ها و شرکت‌های تجاری محیط‌هایی هستند که منافع متعدد و متنوعی در آن‌ها وجود دارد از این بیش از هر محیط دیگری شاهد رفتارهای سیاسی در آن‌ها هستیم، به عبارت دیگر هرچقدر منافع قابل‌دسترس‌تر باشد افراد تلاش بیشتری برای تسخیر این منافع می‌نمایند و یکی از راه‌های دستیابی به این منافع استفاده از بازی‌ها و رفتارهای سیاسی است.

دقت کنید که درون هر محیطی چون سازمان یک محیط رسمی و محیط غیررسمی وجود دارد. محیط رسمی را چارچوب‌های قانونی، آیین‌نامه‌ها و سلسله‌مراتب سازمانی تعریف می‌کند ولی محیط غیررسمی شامل آنچه به صورت دوستی، رفاقت و ارتباطات بین فردی است تعریف می‌شود.

محیط‌های غیررسمی نقش به‌سزایی در شکل‌گیری بازی‌ها و رفتارهای سیاسی دارند. به عبارت دیگر رفتارهای سیاسی، رفتارهایی هستند که از نظر سازمانی در شرح شغل افراد پیش‌بینی نشده‌اند ولی در سازمان وجود دارند، افراد سازمان می‌کوشند با استفاده از رفتارهای سیاسی و بازی‌ها به گروه‌ها و افراد نفوذ کرده و روی آن‌ها تأثیر مطلوب خود را بگذارند.

یک موضوع بسیار مهم در مدیریت رفتارهای سیاسی و بازی‌ها این است که تنوع و تعدد این رفتارهای در سطوح مختلف سازمان یکسان نیست. معمولاً این رفتارها در سطوح بالای سازمان که منافع بیشتری در آن وجود دارد، بیشتر هستند. علاوه بر این احتمال وقوع این رفتارهای نیز بنا به شرایط موجود متغیر است. نکته قابل‌توجه این است که هیچ سازمان، شرکت و محیط اجتماعی وجود ندارد که خالی از رفتار سیاسی باشد، در محیط‌های کاری افراد خیلی زود می‌فهمند معیار ارزیابی تفسیرهای ذهنی و احساسی است. از این رو بسیاری از افراد به‌جای عملکرد واقعی و بهره‌وری صحیح سعی در تصویرسازی در ذهن بقیه افراد به‌ویژه بالادستان خود دارند. اینجاست که زمینه برای بسیاری از رفتارهای سیاسی خلق می‌شود. برای مثال هرکدام از موارد یک رفتار سیاسی (بازی) است:

- ❖ ایجاد ارتباط دوستانه با منشی مدیرعامل برای اطلاع از اخبار پنهانی شرکت
- ❖ تغییر عامدانه اطلاعات گزارشات برای تغییر ذهنیت مدیران بالادست

- ❖ ائتلاف با دیگران برای حذف رقبا و مخالفان
- ❖ شایعه‌پراکنی در سازمان
- ❖ فروش اطلاعات شرکت به رقبا
- ❖ محبت به دیگران با هدف نمک‌گیر کردن آنها

به طور خلاصه باید گفت که به عنوان یک تعریف تعارض بهترین تلاش افراد برای بقا در سیستم است. بازی‌ها و رفتارهای سیاسی با مفهوم تعارض در هم تنیده‌اند. تاثیر این بازی‌ها در کسب و کار به این شکل است که یا مانع از ایجاد تعارض می‌شوند، یا تعارض را ایجاد می‌کنند و یا تعارضات را تشدید و تضعیف می‌کنند. لذا به عنوان توصیه کلی کتاب سعی کنید با استفاده از بازی‌هایی که برای شما توضیح داده شده است سعی در ممانعت از تعارض داشته باشید.

رفتارهای سیاسی از چه چیزی نشئت می‌گیرند؟

رفتارهای سیاسی و بازی‌های درون‌سازمانی ریشه‌های متعددی می‌تواند داشته باشد. یکی از مهم‌ترین دلایل آن را می‌توان در شخصیت‌شناسی افراد دانست، برخی از افراد ذاتاً به سیاسی‌کاری علاقه‌مندند و تمایل دارند که در بازی‌های سیاسی در هر محیطی حضور داشته و پیروز شوند. ریشه دیگر را می‌توان در محیطی پیدا کرد که افراد در آن رشد نموده‌اند، افرادی که در مدرسه، دانشگاه، محیط کار، خانواده و در بین دوستان خود در معرض رفتارهای سیاسی بوده‌اند به این‌گونه رفتارهای خو گرفته‌اند و تصور می‌کنند که در هر محیطی و در تعامل با هر فردی باید رویکرد مبتنی بر بازی با طرف مقابل را اتخاذ کنند. اما همه‌چیز در ویژگی‌های فردی و محیطی که فرد در آن بوده است، خلاصه نمی‌شود. شرایط سازمانی و اجتماعی هم می‌تواند بستری برای پرورش سیاست‌بازها و رفتارهای سیاسی باشد.

بسیاری از افراد ممکن است شخصاً تمایلی به این رفتارهای نداشته باشند و یا اینکه در محیطی رشد کرده باشند که اخلاق و انصاف جز ارزش‌های آن بوده باشد و با رفتارهای سیاسی ناآشنا باشند، ولی جامعه و شرایط زندگی آنها را به سمتی سوق دهد که برای حفظ منافع خود کارهایی دوست ندارند را انجام بدهند. از این‌رو ۳ ریشه اصلی برای رفتارهای سیاسی را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. شخصیت شناسی افراد

۲. محیطی که فرد در آن رشد کرده است

۳. شرایط محیط‌هایی که افراد در آن حضور پیدا می‌کنند

با توجه به اینکه رفتارهای انسانی از منابع متعددی می‌توانند نشئت بگیرند. الگوهای مختلفی نیز از رفتارهای انسانی در سازمان‌ها می‌تواند وجود داشته باشد: الگوی عقلانی و الگوی سیاسی دو الگوی مهم در مدیریت سازمانی هستند.

الگوی عقلانی به معنای انتخاب رفتارهای منطقی و برنامه‌ریزی شده است که بر اساس اهداف مشخصی اتخاذ می‌شود. در این الگو، راه‌حل‌ها به صورت منطقی تعیین می‌شوند، از سیستم اطلاعاتی قوی و معتبر استفاده می‌شود و تعارض و تضاد بین گروه‌ها و اعضا وجود ندارد. همه اعضا به دنبال کارایی هستند و سازمان دارای قدرت مرکزی مناسبی در یک محیط پایدار و ثابت است.

در مقابل، الگوی سیاسی شامل وجود تشکیلات و ائتلافاتی است که در هدف‌های سازمانی توافق ندارند. در این ائتلاف‌ها اطلاعات به صورت محدود و ناقص وجود دارد و اختلافات و تعارضات طبیعی محسوب می‌شوند. در این الگو، برای تصمیم‌گیری نیاز به قدرت و توان تأثیرگذاری وجود دارد، فرآیندهای تصمیم‌گیری نامنظم هستند و سازمان در محیطی نامطمئن و یا دارای تعارضات مختلف فعالیت می‌کند.

دقت کنید که آنچه معمول و متداول است این است که در سازمان ترکیبی از هر دو الگو را مشاهده می‌کنیم. از این رو، در انتخاب الگوی مناسب برای مدیریت رفتارهای سیاسی و بازی‌ها، لازم است به شرایط و وضعیت فعلی سازمان، هدف‌ها و الگوی محیط را بررسی کنیم.

فصل دوم

شناخت سطوح بازی‌ها و انواع بازی

بازی‌ها به چه صورتی دسته‌بندی می‌شوند؟

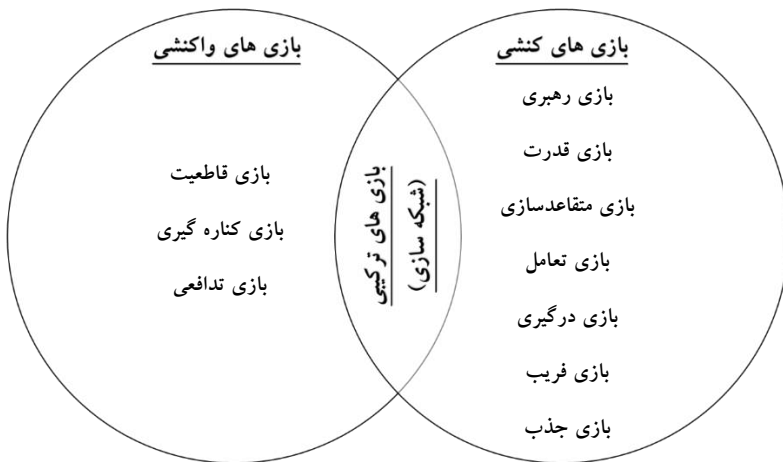
همان‌طور که گفته شد، بازی یک رفتار اجتماعی است. لذا برای شناخت بازی‌ها، ابتدا باید رفتارهای اجتماعی را بشناسیم. رفتارهای اجتماعی به سه دسته کنشی، واکنشی و ترکیبی تقسیم می‌شوند. به‌طور کلی، این دسته‌بندی بر اساس نوع و شکل رفتارهایی است که افراد در تعاملات اجتماعی خود از خود نشان می‌دهند. بیایید به توضیح و تفصیل هر کدام از این دسته‌ها بیشتر بپردازیم:

۱. رفتارهای کنشی: رفتارهای کنشی به عملکرد و رفتار فرد در جامعه اشاره دارد. این نوع رفتارها شامل عملکردهای مستقیم و قابل‌مشاهده است که فرد به‌صورت فعال انجام می‌دهد. به‌عنوان مثال، کمک به دیگران، همکاری در گروه، ارائه خدمات به جامعه، رفتارهای خیرخواهانه و انجام وظایف اجتماعی می‌تواند به‌عنوان رفتارهای کنشی مورد نظر باشد.

۱. رفتارهای واکنشی: رفتارهای واکنشی نشان‌دهنده پاسخ‌ها و واکنش‌های فرد در مقابل رفتارهای دیگران است. این رفتارها ممکن است به‌صورت غیرکلامی باشد، مانند بیان احساسات مثبت و منفی، تشویق یا تحسین دیگران، نقد یا انتقاد، ابراز همدردی و تسلیت و ... برخی از رفتارهای واکنشی در جامعه هستند.

۱. رفتارهای ترکیبی: بسیاری از رفتارها در جامعه می‌توانند شامل هر دو جنبه کنشی و واکنشی باشند. به‌عنوان مثال، ارائه کمک به دیگران (رفتار کنشی) و دریافت تشکر و قدردانی از آن‌ها (رفتار واکنشی) را می‌توان به‌عنوان یک رفتار ترکیبی در نظر گرفت. اغلب رفتارهای اجتماعی پیچیده ترکیبی از این دو نوع رفتار هستند. مهم است بدانید که رفتارهای اجتماعی می‌توانند تحت تأثیر عوامل فرهنگی، تاریخی، اجتماعی و شخصیتی فرد شکل گیرند. همچنین، ممکن است با تغییر محیط و شرایط اجتماعی نیز تغییر کنند.

بر این مبنا بازی‌ها نیز به سه دسته بازی‌های کنشی، واکنشی و ترکیبی تقسیم می‌شوند. بازی‌های کنشی بازی‌هایی هستند که فرد شروع‌کننده آن است. بازی‌های واکنشی بازی‌هایی هستند که فرد در واکنش به بازی‌های دیگران و شرایط از آن‌ها بهره می‌برد و در نهایت بازی‌های ترکیبی بازی‌هایی هستند که ترکیبی از کنشی و واکنشی می‌باشند. آنچه در شکل زیر آمده است، شماتیکی از بازی‌هایی است که در فصول آینده به آن‌ها اشاره خواهد شد.



سطوح بازی‌ها

بازی‌ها را می‌توان در سه سطح خلاصه کرد. این سه سطح شامل استراتژی بازی، تاکتیک بازی و تکنیک بازی می‌باشد. برای فهم بهتر این موضوع بهتر است ابتدا تفاوت و ارتباط سه مفهوم استراتژی، تاکتیک و تکنیک را باهم مرور کنیم. استراتژی، تاکتیک و تکنیک به مفاهیم مختلفی در زمینه‌های مختلف اشاره دارند. اما به‌طور کلی، می‌توان به مفاهیم زیر اشاره کرد:

❖ **استراتژی:** استراتژی به طرح بلندمدت و جامع برای دستیابی به هدف‌ها یا حل مسئله‌های مشخص اشاره دارد. استراتژی معمولاً در سطح بالاتر و گسترده‌تری از یک سازمان، ساختار، یا فرآیند استفاده می‌شود. به‌عنوان مثال، در حوزه تجارت، استراتژی می‌تواند شامل تعیین بازار هدف، تعیین مزیت رقابتی، و تعیین راهبردهای کلی برای رشد و توسعه شرکت باشد.

❖ **تاکتیک:** تاکتیک به طرح‌ریزی کوتاه‌مدت و محدودتری برای دستیابی به هدف‌ها یا حل مسئله‌های خاص اشاره دارد. تاکتیک معمولاً در سطح میانی و جزئی‌تر از یک استراتژی استفاده می‌شود. به‌عنوان مثال، در یک تیم فوتبال، تاکتیک‌ها ممکن است شامل تعیین نحوه طراحی بازی، تغییر سیستم بازی، استفاده از روش‌های خاص در هجوم یا دفاع و ... باشد.

❖ **تکنیک:** تکنیک به روش‌ها، ابزارها و مهارت‌های خاصی اشاره دارد که در اجرای تاکتیک‌ها و استراتژی‌ها استفاده می‌شود. تکنیک‌ها معمولاً در سطح پایین‌تر و جزئی‌تری از یک تاکتیک قرار می‌گیرند و به شیوه‌ها و روش‌های خاصی که برای انجام یک وظیفه مشخص استفاده می‌شود، اشاره دارند. به‌عنوان مثال، در هنرهای رزمی، تکنیک‌ها می‌توانند شامل حرکات خاص، دفاع‌ها و ضربات خاص باشند.

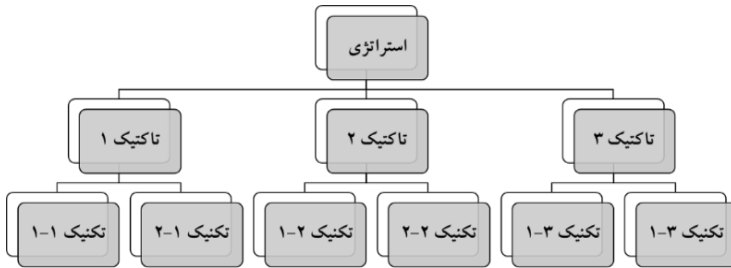
تفاوت استراتژی، تاکتیک و تکنیک را می‌توان با مثال زیر توضیح داد، فرض کنید یک شرکت تولیدی می‌خواهد به بازار جدیدی وارد شود:

- استراتژی: استراتژی شرکت می‌تواند شامل تصمیمی باشد که شرکت برای ورود به بازار جدید می‌گیرد. به‌عنوان مثال، شرکت تصمیم می‌گیرد به بازار بین‌المللی وارد شود و تولیدات را صادر کند.

- تاکتیک: تاکتیک‌ها به روش‌ها و راهکارهایی اشاره دارند که شرکت برای دستیابی به هدف استراتژیک خود استفاده می‌کند. به‌عنوان مثال، شرکت تصمیم می‌گیرد تبلیغات بین‌المللی را در رسانه‌های بین‌المللی انجام دهد، قراردادهای توزیع با شرکای بین‌المللی برقرار کند و استراتژی بازاریابی خاصی برای جذب مشتریان جدید در نظر بگیرد.

- تکنیک: تکنیک‌ها شامل روش‌ها و مهارت‌های خاصی هستند که در اجرای تاکتیک‌ها استفاده می‌شوند. به‌عنوان مثال، استفاده از تحقیقات بازار برای شناخت نیازها و ترجیحات مشتریان بین‌المللی، به‌کارگیری تیم‌های فروش مسلح به زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف، استفاده از سیستم‌های پیشرفته مدیریت روابط با مشتری (CRM) و غیره.

به‌طور خلاصه، استراتژی برنامه‌ریزی بلندمدت و عمومی است، تاکتیک برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و محدودتری است و تکنیک‌ها روش‌ها و مهارت‌های خاصی هستند که در اجرای تاکتیک‌ها استفاده می‌شوند. در واقع استراتژی شامل چند تاکتیک و تاکتیک نیز شامل چند تکنیک می‌شود. شکل زیر شماتیکی از ارتباط این سه مفهوم را ارائه می‌کند.



بازی‌ها نیز در سه سطح قابل‌تعریف هستند که شامل استراتژی بازی، تاکتیک بازی و تکنیک بازی است.

❖ **استراتژی بازی:** مشخص‌کننده این است که شما آیا می‌خواهید بازی کنشی داشته باشید و خود شروع‌کننده بازی باشید؟ یا اینکه متوجه بازی دیگران شده‌اید و می‌خواهید بازی واکنشی اجرا کنید؟ یا در وضعیتی قرار دارید که ترکیبی از هر دو حالت قبلی است. دقت کنید در این مرحله استراتژی بازی مشخص می‌شود. استراتژی مفهومی است که با برنامه‌ریزی متفاوت است. به عبارتی استراتژی فرصت محور است ولی برنامه دستور محور و زمان محور است. لذا برای تعیین استراتژی بازی باید به فرصت‌ها توجه داشت و نمی‌توان گفت کدام بازی بهتر است، چرا که فرصت‌ها از پیش مشخص نیست.

- ❖ **تاکتیک بازی:** پس از مشخص شدن استراتژی بازی، باید تاکتیک بازی مشخص گردد. در دسته‌بندی شماتیکی که از بازی‌های کشتی و واکنشی ارائه شد، تاکتیک‌های بازی‌ها نیز مشخص گردید. برای مثال برای استراتژی بازی کشتی، ۷ تاکتیک شامل بازی‌های رهبری، قدرت، متقاعدسازی و ... وجود دارند. برای استراتژی بازی واکنشی نیز تاکتیک‌های کناره‌گیری، تدافعی و ... کاربردی هستند.
- ❖ **تکنیک بازی:** بعد از مشخص شدن استراتژی و تاکتیک برای اجرایی کردن بازی نیازمند تکنیک هستیم. در این کتاب و در فصول بعدی، هریک از تاکتیک‌های بیان‌شده، همراه با بازی‌ها و تکنیک‌های آن‌ها توضیح داده خواهند شد. اما در این فصل و در ادامه توضیح مختصری از کل بازی‌هایی که بیان خواهند شد، آورده شده است.

مهم‌ترین بازی‌های تکنیک محور

در این کتاب مهم‌ترین بازی‌هایی که می‌تواند در رفتارهای افراد مؤثر باشد، آورده شده‌اند به آن‌ها اشاره خواهد شد. دقت کنید که هریک از این بازی‌ها به لحاظ نتیجه دو دسته‌اند، بازی‌های مثبت که باید به دست آوردن منافع می‌شوند و بازی‌های منفی که منافع را از بین می‌برند. در هر بازی ۳ نقش مهم وجود دارد که شامل بازی‌گردان، بازیگر و بازی‌خورده می‌باشد.

- ❖ **بازی‌گردان:** کسی است که منابع زیادی دارد و دیگران باید بتوانند در بازی وی خوب بازی کنند و حرفه‌ای باشند وگرنه بازی‌خورده می‌شوند و منافع را از دست خواهند داد.
- ❖ **بازیگر:** افرادی که در بازی‌ها مشارکت و درگیری دارند.
- ❖ **بازی‌خورده:** افرادی که متوجه رفتار دیگران نبوده و یا به دلیل ضعف توانایی پاسخگویی ندارند. این افراد معمولاً شکست می‌خورند و منافع خود را از دست می‌دهند.

از این‌رو در تمامی بازی‌هایی که در این کتاب معرفی می‌شوند می‌توانید این سه نقش را مشخص کنید. در ادامه این فصل بازی‌هایی که در فصول بعدی به‌طور مفصل بررسی می‌شوند، آورده شده‌اند. دقت کنید این بخش تنها خلاصه‌ای از توضیحات مربوط به این بازی‌هاست و برای درک کامل این بازی‌ها لازم است توضیحات مفصل آن‌ها در فصول بعدی را مطالعه بنمایید.

نام بازی	نوع بازی	توضیح مختصر بازی
پل روحانی	رهبری	در راستای رهبری موثر برای دیگران راهی برای بازگشت و بخشش آن‌ها قرار دهید
سوک سیاوش	رهبری	در راستای رهبری موثر در صورت رویت به دیگران گوشزد کنید که منافعی را از دست داده اند
رنگین کمان	رهبری	در راستای رهبری موثر از مدل رهبری سطح پنجم و تکنیک های آن استفاده کنید
گل آیریس	رهبری	در راستای رهبری موثر تلاش کنید که به دیگران امید و آن‌ها را تقدیر و تشویق کنید
آب زلال	رهبری	در راستای رهبری موثر دیگران را تحریک به اندیشیدن درباره خود کنید
آفتاب تابان	رهبری	در راستای رهبری موثر رفتارهای دلجویی پذیرانه داشته باشید
کوه استوار	رهبری	در راستای رهبری موثر از تکنیک های اقتدار استفاده کنید
سیمرغ عطار	رهبری	در راستای رهبری موثر به دیگران اجازه دیده شدن بدهید
ستاره درخشان	رهبری	در راستای رهبری موثر سعی کنید رفتار کاریزماتیک داشته باشید
انگشتر سلیمان	رهبری	در راستای رهبری موثر تفویض اختیار کنید
چک لیست فرمانده	رهبری	در راستای رهبری موثر در صورت نیاز از تکنیک های بروکراسی بهره مند شوید
چرخ دارما	رهبری	در راستای رهبری موثر رفتار و گفتار تحول گرایانه داشته باشید
فانوس دریایی	رهبری	در راستای رهبری موثر از تکنیک های مربی گری پیروان استفاده کنید
لوتوس آبی	رهبری	در راستای رهبری موثر سعی کنید از شیوه های رهبری خدمتگزار برای رسیدن به جایگاه رهبر بهره مند شوید
باغ شکوفه	قدرت	در راستای رسیدن به قدرت از تکنیک های همدستی با بقیه استفاده کنید

در راستای رسیدن به قدرت در صورت نیاز فخرفروشی نسبت به بقیه داشته باشید	قدرت	جعبه جواهر
در راستای رسیدن به قدرت سعی در داشتن کلاس و پرستیژ در مواجهه با بقیه داشته باشید	قدرت	عطر آنتیک
اگر در جایگاه ریاست هستید در راستای توسعه و حفظ قدرت از امتیازات جایگاه خود استفاده کنید	قدرت	تاج پادشاهی
در راستای رسیدن به قدرت با دیگران همبستگی داشته و همراهی کنید	قدرت	نهنگ قطبی
در راستای رسیدن به قدرت در مقابله با توطئه ها مقاومت و مبارزه کنید	قدرت	نیش افعی
در راستای رسیدن به قدرت داشتن اتحاد را فراموش نکنید	قدرت	کلونی مورچه
در راستای رسیدن به قدرت با دیگران همکاری کنید	قدرت	پنجه و دستکش
در راستای رسیدن به قدرت از توان تخصصی خود بهره مند شوید	قدرت	لباس دکتر
در راستای رسیدن به قدرت از امتیازات جایگاه رسمی خود بهره مند شوید	قدرت	قاب طلایی
در راستای رسیدن به قدرت تلاش در نهادهای سازی تحول گرایی داشته باشید	قدرت	کرم ابریشم
در راستای رسیدن به قدرت در صورت لزوم حذف دیگران را در پیش بگیرید	قدرت	پدرخوانده
در راستای رسیدن به قدرت سعی در تسلط اطلاعاتی داشته باشید	قدرت	مار کبری
در راستای رسیدن به قدرت تلاش در جهت وابسته سازی دیگران داشته باشید	قدرت	زندان نامرئی
در راستای رسیدن به قدرت از سیاست تحمل هوشمندانه استفاده کنید	قدرت	بهلول و مجنون
برای جذب دیگران از آنها حمایت کنید	جذب دیگران	نوازش کودک

		درون
برای جذب دیگران سعی کنید به سخنان آنها به خوبی گوش دهید	جذب دیگران	سنجاب قرمز
برای جذب دیگران رفتار مهربانانه ای با آنها داشته باشید	جذب دیگران	صلیب مسیحایی
در راستای جذب دیگران به دوستان و اطرافیان خود وفادار باشید	جذب دیگران	روز بارانی
برای جذب دیگران احترام به آنها را فراموش نکنید	جذب دیگران	اژدهای چینی
برای جذب دیگران سعی کنید با آنها همدل باشید	جذب دیگران	پرندگان مهاجر
برای جذب دیگران با آنها معاشرت کنید	جذب دیگران	چای و قهوه
برای جذب دیگران برخورد صمیمی با آنها داشته باشید	جذب دیگران	صمیمیت ایتالیایی
برای جذب دیگران از آنها تعریف کنید	جذب دیگران	تندیس بلورین
برای جذب دیگران به آنها اعتماد داشته باشید	جذب دیگران	سلام عربی
برای جذب دیگران سعی کنید در مجموع رفتار مثبتی با آنها داشته باشید	جذب دیگران	مافیای مقدس
برای جذب دیگران سعی کنید ظاهر و پوشش مناسب داشته باشید	جذب دیگران	مدیریت ویتربین
برای جذب دیگران خود را به جای آنها بگذارید و آنها را درک کنید	جذب دیگران	چشم جهان بین
برای جذب دیگران سعی کنید کارها را برای آنها تسهیل کنید	جذب دیگران	اسمارت فون
برای جذب دیگران سعی کنید آغاز ارتباطی دلگرم کننده داشته باشید	جذب دیگران	گل آفتابگردان
برای جذب دیگران سعی کنید سخنان خود را با لحن زیبا و مودبانه بیان کنید	جذب دیگران	ملودی کلام
با استفاده از داستان گویی می توانید دیگران را جذب کنید	جذب دیگران	آتش کمپ
برای جذب دیگران همواره با اعتماد به نفس رفتار کنید	جذب دیگران	طاووس مغرور
مشارکت و تعامل راهکار مناسبی برای جذب دیگران است	جذب دیگران	جورچین
برای متقاعدسازی دیگران از برجسته کردن اختلافات هراسی نداشته	متقاعدسازی	شب مهتابی

باشید		
برای متقاعدسازی دیگران از تکنیک های روانشناسی حمایتی استفاده کنید	متقاعدسازی	روانشناسی تربیتی
بازخوردگیری رفتارها و عملکردها تاثیر خوبی در متقاعدسازی دیگران دارد	متقاعدسازی	آتلیه عکاسی
معرفی خود و ویژگی های شخصی می تواند در متقاعدسازی دیگران موثر باشد	متقاعدسازی	امضای رنگین
برای متقاعدسازی دیگران می توانید گاهاً توجه تصنعی به آنها داشته باشید	متقاعدسازی	یخ گرم
زبان بدن مناسب در متقاعدسازی دیگران بسیار موثر است	متقاعدسازی	پوکر فیس
برای متقاعدسازی دیگران آنها را از طمع نداشتن خود به منافع آنها مطلع کنید	متقاعدسازی	اسکیمو فداکار
حالت چهره حرفه ای تاثیر به سزایی در متقاعدسازی دیگران دارد	متقاعدسازی	جوکر
برای متقاعدسازی دیگران در رفتارهای خود همواره آخرین بینی و نتیجه اندیشی داشته باشید	متقاعدسازی	بنده مبارک
همرنگی اجتماعی تاثیر زیادی در متقاعدسازی دیگران دارد	متقاعدسازی	ارابه موسیقی
صراحت و شفافیت در راستای متقاعدسازی دیگران بسیار موثر است	متقاعدسازی	کتاب باز
شوخی و فکاهی روش مناسبی برای متقاعدسازی دیگران است	متقاعدسازی	عینک بزرگ
تکرار و اصرار می تواند در متقاعدسازی دیگران موثر باشد	متقاعدسازی	دارکوب مصمم
رفتار و گفتار منطقی در متقاعدسازی دیگران تاثیر به سزایی دارد	متقاعدسازی	رخ کانت
تمثیل یکی از شیوه مناسب برای متقاعدسازی است	متقاعدسازی	نبوغ شکسپیر
جذابیت هنری تاثیر بسیار زیادی در متقاعدسازی دیگران دارد	متقاعدسازی	کلاه شاهزاده

ادبیات عامه پسند و ساده می تواند در متقاعدسازی دیگران موثر باشد	متقاعدسازی	پرچم افراشته
استفاده از نوستالژی ها تاثیر بسیار خوبی در متقاعدسازی دیگران دارد	متقاعدسازی	خودروی کلاسیک
استفهام انکاری شیوه مناسبی برای متقاعدسازی است	متقاعدسازی	علامت سوال
قربانی کردن دیگری در جهت حفظ منافع شخصی در برخی از مواقع می تواند در راستای متقاعدسازی مفید باشد	متقاعدسازی	گل سرخ
بصری سازی شیوه مناسبی جهت متقاعدسازی می باشد	متقاعدسازی	شمع سوزان
کاریزما و کشش شخصیت تاثیر بسیاری در متقاعدسازی دارد	متقاعدسازی	برق نگاه
صوری هوشمندانه و امیدوارانه برای متقاعدسازی بسیار مفید و موثر است	متقاعدسازی	صبر ایوب
در راستای متقاعدسازی دیگران همواره بدون دلیل کاری انجام ندهید	متقاعدسازی	شرلوک هولمز
استفاده از افعال معکوس برای متقاعدسازی شیوه ای مناسب است	متقاعدسازی	بین و یانگ
استفاده فشار برای متقاعدسازی می تواند مثر ثمر باشد	متقاعدسازی	جنگ نامتقارن
در رفتارهای درگیرانه تمسخر یکی از شیوه های متداول است	درگیری	تلخک دربار
سنگ دیگران به سینه زدن در رفتارهای درگیرانه می تواند شیوه موثری باشد	درگیری	بج سینه
در رفتارهای درگیرانه می توانید در صورت لزوم منت گذاری کنید	درگیری	حلیم همسایه
بی توجهی در رفتارهای درگیرانه از روش های موثر است	درگیری	شعله خاموش
مجادله یکی ای مهم ترین روش های درگیری است	درگیری	اسب و میخ
روانشناسی سرزنشی یک روش بسیار موثر برای رفتارهای درگیرانه است	درگیری	روانشناسی تنبیهی
در رفتارهای درگیرانه لج بازی یکی از متداول ترین شیوه ها می باشد	درگیری	کوهستان معلق
رنجش دیگران در رفتارهای درگیری یکی از شیوه های پرتکرار است	درگیری	آزده کردن

		کودک درون
ناسازگاری و ناهماهنگی یکی از شیوه های رفتارهای درگیرانه است	درگیری	آینه شکسته
تکذیب و انکار می تواند شیوه موثری در رفتارهای درگیرانه باشد	درگیری	مارمولک
محدودسازی و سرزنش از جمله رفتارهایی است که در درگیری مشاهده می شود	درگیری	ابرسیاه
توهم قدرت و خلق انزجار از جمله رفتارهایی است که درگیری ایجاد می کند	درگیری	تصویر کلیسا
تخریب یکی از مهم ترین نیت های موجود در رفتارهای درگیرانه است	درگیری	بیل مکانیکی
یکی از نگاه های متداول در رفتارهای درگیرانه این است که بهترین دفاع حمله است	درگیری	شیر ماده
کم ظرفیتی طرف مقابل یکی از مهم ترین ریشه های رفتارهای درگیرانه است	درگیری	فنجان قهوه
رفتار احساساتی یکی از مهم ترین عواملی است که باعث ایجاد درگیری می شود	درگیری	اشک شوق
سلطه طلبی می تواند باعث ایجاد رفتارهای درگیرانه شود	درگیری	کلاه تاج
بی احترامی در کوتاه مدت و یا بلند مدت به صورت رفتارهای درگیرانه نتایج خود را نشان می دهد	درگیری	صلیب شکسته
خودخواهی یکی از ریشه های مهم در بروز رفتارهای درگیرانه است	درگیری	کوسه
مقایسه خود با بقیه می تواند باعث ایجاد رفتارهای درگیرانه شود	درگیری	مرغ همسایه
تکرار مواضع و داشتن اصرار از رفتارهای متداول در درگیری است	درگیری	صفحه خط افتاده
رقابت یکی از مهم ترین ریشه ها در رفتارهای درگیرانه است	درگیری	مدال المپیک

در رفتارهای درگیرانه ممکن است شاهد اجیر کردن دیگران به عنوان مزدور باشید	درگیری	سگ شکاری
استفاده از منابع بدون استفاده برای تخریب رقیب یکی از روش های درگیری کم هزینه است	درگیری	اسب جنگی
ظاهر مثبت و باطن نادرست می تواند باعث فریب شود	فریب	گدای لال
نمایش معمولی بودن یکی از شیوه های فریب دیگران است	فریب	خاک بی آرایش
سکوت به همراه پیگیری هدف یکی از روش هایی است که فریب را تسهیل می کند	فریب	سکوت ژاپنی
تظاهر به ساده بودن یکی از شیوه های متداول در فریب دیگران است	فریب	هالو
عدم حذف دیگران به منظور ایجاد فرصت استفاده از آنها یکی از روش های فریب است	فریب	خصومت پنهان
دروغ گویی روش متداولی در فریب است	فریب	پینوکیو
تزییر و ریا از پرتکرار ترین شیوه های فریب می باشد	فریب	مرداب تاریک
گمراه کردن دیگران می تواند با هدف فریب آنها صورت پذیرد	فریب	باتلاق عمیق
دلسرد کردن دیگران از راه های فریب آنها می باشد	فریب	قلب یخی
سواستفاده احساسی از دیگران می تواند برای فریب آنها باشد	فریب	قفس پرنده
ظاهر تصنعی یک روش موثر در فریب دیگران است	فریب	ماکت چشم نواز
درگیری تصنعی یک روش قدیمی و مهم در فریب دیگران است	فریب	دعوی زرگری
بلوف زدن یکی از روش هایی است که برای فریب استفاده می شود	فریب	قمارباز خیره
پلیس خوب - پلیس بد یک بازی بسیار موثر در فریب است	فریب	پلیس خوب - پلیس بد
جنگ روانی می تواند تأثیر به سزایی در فریب دیگران داشته باشد	فریب	سیلاب افکار

آیس برگ	فریب	ساده فرض کردن دیگران می تواند باعث فریب خودمان شود
شاه طوطی	فریب	پر حرفی یکی از شیوه هایی است که می تواند منجر به فریب شود
رز آبی	فریب	طفره رفتن یکی از شیوه هایی است که برای فریب دیگران استفاده می شود
روبه مکار	فریب	زیر سوال بردن دیگران می تواند برای فریب آنها باشد
ساعت شنی	فریب	اتلاف وقت یک تکنیک در جهت فریب دیگران است
وارونگی دیو	فریب	رفتار خلاف تصمیم یکی از راه های فریب دیگران است
دیوان سالار	فریب	درخواست اطلاعات فنی یکی از شیوه های متداول برای فریب است
هفت سین	تعاملی	همراهی با بقیه یکی از شیوه های موثر تعاملی است
دیاگرام ون	تعاملی	در راستای تعامل با بقیه امتیازدهی کنید
دلفین	تعاملی	اجتماعی بودن نقش موثری در تعامل دارد
تعظیم کره ای	تعاملی	دلجویی سریع نقش بسیار مهمی در تعامل با دیگران دارد
نقاشی دیواری	تعاملی	میانجی گری یکی از شیوه های مناسب برای بهبود تعاملات است
آینه قدی	تعاملی	انتقادپذیری می تواند موجب بهبود تعاملات شود
سایه روشن	تعاملی	ترکیب رفتارهای سخت گیری و آسان گیری در تعاملات ترکیب مناسبی است
شاه کلید	تعاملی	تقاضای بررسی مجدد یکی از شیوه های بهبود تعاملات و کاهش تعارضات است
آب و رودخانه	تعاملی	انعطاف پذیری می تواند تعاملات را به خوبی تسهیل کند
لیخند فرانسوی	تعاملی	در راستای تعامل با دیگران تلخ ترین حرف ها را با آرامش بیان کنیم
آسمان نیلگون	تعاملی	مودب بودن تاثیر به سزایی در تعامل با بقیه دارد
هری پاتر	تعاملی	مهندسی رفتار می تواند در تعاملات تاثیر خوبی داشته باشد

گرگ وال استریت	تعاملی	بله گو نبودن یکی از شیوه های تعامل مثبت است
خواب کروکودیل	تعاملی	هوشیار بودن یکی از شیوه هایی است که تعاملات را تقویت می کند
ترازوی عدالت	قاطعیت	احترام به حقوق همه روش مناسبی در راستای نشان دادن قاطعیت است
جدیت آلمانی	قاطعیت	صراحت یکی از شیوه های مهم در قاطع بودن است
قلب شکسته	قاطعیت	شفاف سازی خطوط قرمز برای قاطعیت بسیار مهم است
گرچه سگ	قاطعیت	رفتار با توجه به ظرفیت طرف مقابل را در راستی قاطع بودن در نظر داشته باشید
عینک نارنجی	قاطعیت	واقع گرایی شیوه موثری برای نشان دادن قاطعیت است
شعله آتش	قاطعیت	رو بازی کردن یکی از شیوه های خوب قاطع بودن است
ببر در کمین	قاطعیت	پیگیر بودن یکی از رفتار موثر قاطعانه است
بلوط انگلیسی	قاطعیت	استقلال یکی از نمادهای نشان دهنده قاطعیت است
بامبوی چینی	قاطعیت	اصرار می تواند در نشان دادن قاطعیت موثر باشد
شمشیر سامورایی	قاطعیت	شجاعت در راستای نشان دادن قاطعیت بسیار موثر است
رعد و برق	قاطعیت	واکنش سریع یکی از روش هایی است که می تواند نشان دهنده قاطعیت باشد
نقشه جغرافیا	قاطعیت	توجه به جزئیات از شیوه هایی است که نشان دهنده قاطعیت است
ذکاوت آتنا	قاطعیت	گفت و گو نقش موثری در قاطعیت دارد
لفظ قلم	قاطعیت	رسمیت شیوه خوبی برای قاطعیت است
درخت زندگی	قاطعیت	تنوع تکنیک های رفتاری می تواند نشان دهنده قاطعیت باشد

به روی طرف آوردن دروغ طرف مقابل شیوه ای مناسب برای نشان دادن قاطعیت است	قاطعیت	دم خروس
اعتقاد بسیاری بر این است که دیدگاه جنگ اول به از صلح آخر نشان دهنده قاطعیت است	قاطعیت	گره به دم حجله
عدم درک متقابل یکی از ریشه های ایجاد بازی و رفتارهای سیاسی است	تدافعی	پازل شکسته
شرمنده سازی یک شیوه تدافعی مناسب در بازی ها است	تدافعی	تاج رنج
تاب آوری شیوه تدافعی خوبی در مدیریت رفتارهای سیاسی است	تدافعی	فونیکس
مانور دادن یکی از شیوه های مناسب در راستای رفتارهای تدافعی است	تدافعی	شطرنج کهن
به چالش کشیدن طرف مقابل شیوه تدافعی خوبی می تواند باشد	تدافعی	عقاب پیر
ضد تخریب را برای رفتار تدافعی لازم است استفاده کنید	تدافعی	گنبد تیتانیوم
خویشترن داری شیوه تدافعی موثری است	تدافعی	زنجر فولادی
انداختن تقصیر به گردن دیگری شیوه متداولی در رفتارهای تدافعی است	تدافعی	سپر بلا
وفادارنمایی یکی از شیوه هایی است که در رفتارهای تدافعی استفاده می شود	تدافعی	حلقه ازدواج
پارکشی یکی از شیوه های رفتار تدافعی است	تدافعی	ارباب حلقه ها
توسعه منابع می تواند در رفتارهای تدافعی موثر و مفید باشد	تدافعی	شیردال پارسی
رعایت حداقل ها در رفتارهای تدافعی شیوه نسبتاً مناسبی است	تدافعی	خاکستر آتش
نه گفتن یکی از شیوه های رفتار تدافعی موثر است	تدافعی	بادیگارد مجازی
حمله متقابل یکی از شیوه های رفتار تدافعی است که می تواند موثر باشد	تدافعی	جنگ اشکانی
کناره گیری در بازی پیچیده به علت سختی زیادی که دارند یک شیوه متداول است	کناره گیری	هزار تو
صلح در بازی کودک - کودک یک شیوه نسبتاً خوب است	کناره گیری	برگ زیتون

شیردریایی	کناره گیری	رها کردن موقت یک رفتار کناره گیرانه پرتکرار در محیط های اجتماعی است
اتاق تاریک	کناره گیری	عدم خودنمایی یکی از شیوه هایی است که در راستای رفتارهای کناره گیرانه استفاده می شود
پرچم سفید	کناره گیری	تسلیم یکی از شیوه رفتار کناره گیرانه است که با احتمال کمی رفتار مناسبی خواهد بود
غزل خداحافظی	کناره گیری	وداع بخاطر نداشتن منابع یک رفتار کناره گیرانه نسبتاً منطقی است
شلاق چرمی	کناره گیری	ترک صوری محیط یکی رفتار کناره گیرانه است که اغلب موثر نیست
دست آویزان	کناره گیری	عدم مشارکت می تواند نشان دهنده تمایل به کناره گیری باشد
تنبلی کوالا	کناره گیری	تنبلی می تواند نشان دهنده تمایل به کناره گیری باشد
خواب زمستانی	کناره گیری	عدم مسئولیت پذیری می تواند نشان دهنده تمایل به کناره گیری باشد
جسد متحرک	کناره گیری	عدم اعتراض و عدم مطالبه گری می تواند نشانی از رفتار کناره گیرانه باشد
قلب خاموش	کناره گیری	کم کاری می تواند با هدف کناره گیری صورت گیرد
فیل سفید	کناره گیری	خروج برای عدم تحمیل هزینه بیشتر یکی از شیوه های کناره گیری منطقی است
بیزینس کارت	شبکه سازی	توسعه گستره ارتباطات کمی شیوه های برای توسعه شبکه می باشد
لئون حرفه ای	شبکه سازی	رفتار حرفه ای و اصولی می تواند در شبکه سازی موثر باشد
سال گودمن	شبکه سازی	مهارت های اجتماعی - انسانی می تواند به شبکه سازی کمک کند
شام آخر	شبکه سازی	نفوذ کردن به قلب و ذهن دیگران یکی از شیوه های شبکه سازی موثر است
استدلال سقراط	شبکه سازی	منطقی بودن و اقناع شیوه مناسبی برای شبکه سازی است

سوگند مقدس	شبکه سازی	قابل اعتماد بودن یکی از هم ترین ویژگی هایی است که می تواند به شبکه سازی کمک کند
فرزائگی سلیمان	شبکه سازی	برخورداری از دانش علمی و تجربی در راستای شبکه سازی موثر است
صبر ایوب	شبکه سازی	صبوری هوشمندانه و امیدوارانه می تواند به توسعه شبکه کمک کند
جان استفن آکواری	شبکه سازی	استقامت طولانی مدت شیوه ای است که می تواند شبکه سازی را تقویت کند
روانشناسی فروید	شبکه سازی	تشخیص شخصیت و برنامه ریزی رفتاری یکی از مهم ترین راه های شبکه سازی است
پوست کرگدن	شبکه سازی	ظرف تحمل لحظه ای بالا برای شبکه سازی موثر است
سیاست چرچیل	شبکه سازی	داشتن طرح و استراتژی در راستای شبکه سازی موثر است
بی رحمی هیتلر	شبکه سازی	برای شبکه سازی گاهی باید بی رحم بود
پیشگویی نوسترآداموس	شبکه سازی	پیش بینی داشتن از آینده می تواند به شبکه سازی کمک کند
چابکی هرمس	شبکه سازی	سرعت عمل نقش مهمی در شبکه سازی دارد
حلقه اتحاد	شبکه سازی	هم پیوندی شیوه مناسبی برای شبکه سازی است
درخت کاملیا	شبکه سازی	نمک گیر کردن می تواند به شبکه سازی کمک کند
هلال ماه	شبکه سازی	ایمان داشتن و باور به شبکه یکی از مهم ترین نکات شبکه سازی است
بت اعظم	شبکه سازی	واسطه یابی روش خوبی برای شبکه سازی می تواند باشد
ماندالا	شبکه سازی	اخلاقی بودن یکی از شیوه هایی است که می تواند به شبکه سازی کمک کند
پنگوئن سفید	شبکه سازی	دوری از انرژی های منفی محیطی در راستای شبکه سازی موثر است
عقرب سیاه	شبکه سازی	دوری از سو تفاهم و سو برداشت برای شبکه سازی موثر مهم است

در دسترس بودن یکی از شیوه های مهم شبکه سازی است	شبکه سازی	دریای پهناور
رعایت آداب برای شبکه سازی می تواند موثر باشد	شبکه سازی	جام شراب
خانواده دار بودن یکی از نکات مهم در شبکه سازی است	شبکه سازی	عروسک ماتروشکا
حقیقت گویی و صداقت شیوه مناسبی برای شبکه سازی می باشد	شبکه سازی	کریستال درخشان
حریص نبودن یکی از مسائلی است که در راستای شبکه سازی باید به آن توجه شود	شبکه سازی	سیاهچاله
عدم استفاده از افراد ناشایسته در شبکه سازی بسیار مهم است	شبکه سازی	آفتاب تاریک

بخش دوم: بازی‌های کنشی

فصل سوم

بازی‌های رهبری

رهبری چیست؟

در فصل قبلی بیان کردیم که مراد ما از بازی در این کتاب رفتارهای سیاسی¹ است که در کسب‌وکار مشاهده می‌شود، این رفتارهای سیاسی می‌تواند در محیط درونی سازمان و یا در محیط بیرونی سازمان رقم بخورد، حتی در نگاهی وسیع‌تر این بازی‌ها محدود به سازمان‌ها و شرکت‌های تجاری نیست و جز جدانشدنی هر محیط اجتماعی و انسانی می‌باشد. در این فصل به بازی‌های رهبری سازمانی خواهیم پرداخت، بازی‌های رهبری سازمانی به مدیریت و اعمال سیاست‌های درست برای کنترل رفتارهای سازمانی و بازی‌های دیگران است. لازم به ذکر است که در اینجا منظور ما از سیاست تدبیر است و به هیچ عنوان مقصود ما نیرنگ و فریب نیست. سیاست (تدبیر) به معنای پیش‌بینی شرایط آتی و آمادگی اجرایی برای پاسخگویی و واکنش به آن چیزی است که رقم خواهد خورد.

دقت کنید که در سازمان مدیر وظایف مختلفی چون برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، رهبری و کنترل را بر عهده دارد. همه این وظایف به‌گونه‌ای با رفتارهای انسانی گره خورده است و همان‌طور که پیش‌تر بیان کردیم بازی‌ها جز جدانشدنی رفتارهای انسانی-اجتماعی هستند. از این‌رو داشتن سیاست (تدبیر) برای مدیریت و ارائه واکنش مناسب به این بازی‌ها نقش بسیار مهمی در اداره یک سازمان دارد. فراموش نکنید که اگر سیاست داشته باشید

هرگز نمی‌جنگید.

1 Political behaviors

همان‌طور که گفتیم در این فصل به بازی‌های رهبری پرداخته‌ایم. اما رهبری چیست؟ عبارت «رهبری سازمانی» می‌تواند معانی و تصورات ذهنی مختلفی را تداعی کند. در یک دیدگاه رهبری یکی از وظایف مدیران است که در آن افراد با نفوذ به قلب و ذهن دیگران آن‌ها را تبدیل به پیروان خود می‌کنند. به عبارتی رهبری در محیط‌های غیررسمی سازمان اتفاق می‌افتد و لزوماً رهبر و مدیر یکی نیستند. دقت کنید که یک مدیر تنها با تکیه بر قدرت رسمی خود نمی‌تواند به اهداف سازمان دست پیدا کند. اگر تنها بر قدرت رسمی تکیه کنید همواره بخشی از اهداف یا به سرانجام نمی‌رسند و یا به‌صورت ناقص تحقق پیدا می‌کنند. دلیل این امر نیز مشخص است، در یک سیستم رسمی افراد ارتباطات خود را با سازمان بر مبنای معامله تنظیم می‌کنند و به این موضوع اعتقاد پیدا خواهند کرد که دلیلی برای ارائه خدمات فراوظیفه‌ای وجود ندارد و به‌طور خلاصه در تلاش خواهند بود که تنها حداقل انتظارات سیستم را برآورده سازند. لذا اهداف سیستم آن‌گونه که برنامه‌ریزی شده محقق نخواهد شد.

اما زمانی که رهبری در سازمان وجود داشته باشد و مدیران با استفاده از تکنیک‌های همچون انگیزش، آموزش، وفادارسازی، خلق محیط دوستانه و ... اقدام به خلق رضایتمندی رفتاری در محیط کنند، افراد نیز به مرور زمان دیگر به محیط کار به‌عنوان محیطی برای اشتغال نگاه نخواهند کرد و سازمان را شبیه به خانواده خود تصور می‌کنند. در این شرایط افراد تلاش برای خلق ارزش افزوده می‌کنند. در چنین شرایطی اثر هم‌افزایی یا سینرژی در سیستم خلق خواهد شد و به‌وضوح سازمان شاهد این اتفاق خواهد که خروجی سیستم بزرگ‌تر از جمع جبری اجزای آن است. با این رویکرد سازمان می‌تواند حتی بیشتر از آنچه برنامه‌ریزی کرده است را کسب کند. اما این دیدگاهی است که رهبری به‌عنوان یک وظیفه مدیریتی در نظر گرفته‌شده و در آن رهبر و مدیر یک نفر هستند.

در دیدگاه دیگری که نسبت به رهبری سازمانی وجود دارد، رهبران لزوماً مدیران سازمان نیستند. در این دیدگاه اعتقاد بر این است که تفاوت رهبری و مدیریت در این است که رهبری در محیط‌های غیررسمی اتفاق می‌افتد و ولی مدیریت مختص محیط‌های رسمی است. در یک سازمان خواه یا ناخواه محیط‌های غیررسمی به وجود می‌آیند و افراد می‌توانند در محیط‌های غیررسمی به قلب و ذهن دیگران نفوذ کرده و آن‌ها را پیروان خود کنند. در این شرایط ممکن است رهبر شخصی غیر از مدیر باشد. در این فصل بازی‌های رهبری با رویکردی ارائه می‌شوند که پوشش‌دهنده هر دو دیدگاه بیان‌شده باشند. لذا مراد ما از رهبری در این فصل افرادی است که خود و سیستمی که در آن حضور دارند را یاری می‌دهند تا اقدامات مؤثری را انجام دهند.

یک رهبر خوب فردی است که خلق‌کننده انگیزه برای دیگران و الهام‌بخش برای سیستم بوده و افراد را به سمت و سویی هدایت می‌کند که برای سازمان موفقیت را به ارمغان بیاورد. رهبران سازمانی برای هدایت درست کارکنان به سوی درست باید توان تأثیرگذاری (قدرت) داشته باشند. از این رو یکی از شرایط مهم برای رهبری موفق در سازمان این است که باید هم به منافع افراد و هم به منافع گروه توجه شود. اینجاست که بازی‌های رهبری مطرح می‌شود. به همین دلیل درک معنای رهبری برای افراد اهمیت بسیاری دارد.

پیشرفت افراد در بسیاری از سازمان‌ها بر اساس توانمندی‌های فنی و تجربی آن‌ها است. این افراد مهندسان، کارکنان یا مشاوران مستعدی هستند ولی این به این معنا نیست که همه آن‌ها برای رهبری آمادگی دارند. در رابطه با اینکه چه کسی می‌تواند رهبر خوبی باشد نظریه‌های مختلفی ارائه شده است، برخی معتقد بوده‌اند که رهبری ذاتی است و رهبران متولد می‌شوند. برخی دیگر نیز اعتقاد داشتند که رهبری اکتسابی است و مهارتی بوده که می‌تواند فراگرفته شود ولی این فراگیری نیاز به کسب تجربه نیز دارد. مهم‌ترین نکته‌ای که باید از رهبری بدانیم این است که رهبری با ریاست متفاوت است، رهبری فرآیندی از پایین به بالا دارد ولی ریاست از بالا به پایین است. رهبری در محیط‌های غیررسمی است ولی ریاست در محیط‌های رسمی اتفاق می‌افتد. رهبر قدرت خود را از پیروان خود می‌گیرد ولی رئیس منبع قدرتش از جایگاه سازمانی اوست.

نکته مهم: دقت کنید که منظور ما این نیست که رهبری خوب و ریاست بد است، چرا که برای مدیریت صحیح سازمان هم‌زمان به قدرت رسمی و غیررسمی نیاز است.

اهمیت رهبری سازمانی

رهبری سازمانی یکی از عوامل حیاتی برای موفقیت سازمان‌ها است و اهمیت آن بسیار بالاست. رهبری سازمانی به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و رویکردهای رهبران در راستای رسیدن به اهداف سازمانی و رشد و توسعه آن اشاره دارد. در زمان‌های که شرایط تغییرات پیوسته و پیچیده‌تر می‌شوند، رهبری سازمانی برای هماهنگ‌سازی منابع، الهام‌بخشی، ایجاد اعتماد و تعامل مؤثر بین اعضای سازمان، تعیین و تبیین رویکردهای استراتژیک و ارزش‌های سازمانی بسیار حیاتی است. در زیر، برخی از دلایل اهمیت رهبری سازمانی را بررسی می‌کنیم:

۱. هدایت و جهت‌دهی: رهبری سازمانی برای تعیین و ارائه جهت و رویکرد استراتژیک سازمان ضروری است. رهبران با تعیین اهداف و وظایف، به تیم‌ها کمک می‌کنند تا برنامه‌ها را پیاده‌سازی کنند و راهبردی منسجم را دنبال کنند.

۲. انگیزش و الهام‌بخشی: رهبران باید منبع انرژی برای اعضای سازمان باشند و انگیزه و اشتیاق آن‌ها را برای دستیابی به اهداف افزایش دهند. این الهام‌بخشی و انگیزش می‌تواند باعث افزایش تعهد و عملکرد بهتر اعضا شود.

۳. ارتقاء همکاری و تعامل: رهبران باید توانایی برقراری روابط مؤثر و سازنده با اعضای سازمان را داشته باشند. آن‌ها باید بتوانند فرهنگ همکاری و تعامل را در سازمان ایجاد کنند و اعضا را ترغیب به همکاری و تعامل با یکدیگر کنند.

۴. توسعه تیم‌ها و توانمندسازی: رهبران باید توانایی‌ها و استعدادهای اعضای تیم را شناسایی کنند و آن‌ها را در جهت بهره‌برداری حداکثری از توانایی‌های خود توسعه دهند. این کار باعث افزایش عملکرد تیم و بهبود عملکرد سازمانی خواهد شد.

۵. تصمیم‌گیری و حل مسئله: رهبران باید توانایی تصمیم‌گیری صحیح و حل مسئله را داشته باشند. آن‌ها باید با تحلیل و بررسی وضعیت‌ها و اطلاعات موجود، تصمیم‌های مناسبی برای سازمان بگیرند و مسائل را به‌خوبی حل کنند.

۶. سازمان‌دهی و مدیریت تغییر: رهبران باید توانایی سازمان‌دهی منابع، تعیین نقش وظیفه‌ای، و مدیریت تغییرات در سازمان را داشته باشند. آن‌ها باید توانایی تطبیق سازمان با تغییرات محیطی را داشته باشند و سازمان را در مسیر تغییرات موفق هدایت کنند.

به‌طورکلی، رهبری سازمانی از اهمیت بسیاری برخوردار است و بر توانایی‌های رهبران در ایجاد هدایت، انگیزش، همکاری و توسعه تیم‌ها، تصمیم‌گیری، سازمان‌دهی و مدیریت تغییر بستگی دارد. رهبری سازمانی قادر است سازمان را به سمت رشد، توسعه و موفقیت هدایت کند.

سبک‌ها و تکنیک‌های رهبری

تکنیک‌های رهبری سازمانی غالباً به‌عنوان سبک‌های رهبری سازمانی شناخته می‌شوند. این سبک‌ها شامل موارد

زیر هستند

- ❖ رهبری تحولی: در این سبک رهبری، رهبران با ارائه راهکارهای نوین، سازمان را بهبود می‌بخشند و با تمرکز بر روی خلاقیت، نوآوری و افزایش رشد در سازمان، همکاران را به سمت پیشرفت هدایت می‌کنند. رهبران تحولی به دنبال تغییرات مثبت در سازمان هستند و با ساختاردهی و ایجاد انگیزه در کارکنان، سعی می‌کنند به بهبود عملکرد سازمان و تحقق اهدافی که برای آن تعیین کرده‌اند، برسند.
- ❖ رهبری تعاملی: در این سبک، رهبران با برقراری ارتباط دوطرفه با کارکنان، سعی می‌کنند روابط اجتماعی را بهبود بخشند و از هماهنگی بهتر برخوردار شوند. رهبران تعاملی با ارائه بازخورد، تشویق و پاداش، اعتماد و رضایت کارکنان را بالا می‌برند و با توجه به نیازهای کارکنان، به بهبود عملکرد سازمان کمک می‌کنند.
- ❖ رهبری خودمحور: در این سبک، رهبران تمام تصمیم‌گیری‌های مربوط به سازمان را به‌تنهایی انجام می‌دهند و به کارکنان اجازه‌ی شرکت در فرآیند تصمیم‌گیری نمی‌دهند. رهبران خودمحور با استفاده از قدرت و احساس امنیت شخصی، کنترل بیشتری روی کار دارند. این سبک رهبری ممکن است باعث ایجاد بی‌انگیزگی، ناامیدی و دلسردی در بین کارکنان شود.
- ❖ رهبری دموکراتیک: در این سبک، رهبران با پذیرش نظرات کارکنان و تصمیم‌گیری‌های گروهی، تلاش می‌کنند که همکاری‌های مؤثر و بهبود کارایی را ترویج دهند. رهبران دموکراتیک با برگزاری جلسات گروهی و تشویق همکاران به ارائه نظرات و پیشنهادات، اعتمادبه‌نفس و افزایش انگیزه در بین کارکنان را ترویج می‌دهند.
- ❖ رهبری کارآفرینانه: در این سبک رهبری، رهبران با استفاده از خلاقیت و نوآوری، سازمان را به سمت تحقق اهداف جدید و پیشرفت می‌برند. رهبران کارآفرینانه به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید و توسعه کسب‌وکار هستند و با ترکیب ایده‌های جدید با تجربه‌ی قبلی، فرصت‌های بیشتری برای توسعه‌ی سازمان ایجاد می‌کنند.

❖ رهبری اجتماعی: در این سبک، رهبران با تمرکز بر روی ارتباطات انسانی و ارزش‌های اجتماعی، به بهبود رفاه و روابط داخلی سازمان می‌پردازند. رهبران اجتماعی با توجه به نیازهای اجتماعی کارکنان، به بهبود ارتباطات و توسعه روابط بین فردی در سازمان کمک می‌کنند.

❖ رهبری خلاق: در این سبک، رهبران با تمرکز بر روی خلاقیت و ایده‌پردازی، به بهبود عملکرد و توسعه‌ی سازمان کمک می‌کنند. رهبران خلاق با ایجاد فرهنگ ایده‌پردازی و ارزش‌گذاری برای خلاقیت، همکاران را به ارائه‌ی ایده‌های نوین و بهبود فرآیندهای سازمانی تشویق می‌کنند.

❖ رهبری خدمتگزار: در این سبک، رهبران با تمرکز بر روی خدمت به جامعه و بهبود شرایط جامعه، به بهبود عملکرد سازمان و تحقق اهداف آن کمک می‌کنند. رهبران خدمتگزار با تمرکز بر روی خدمت به جامعه و رفاه عمومی، در کاهش نابرابری‌ها و بهبود شرایط زندگی افراد جامعه نقش مؤثری را ایفا می‌کنند.

❖ رهبری سیستمی به‌عنوان یکی از سبک‌های رهبری، به تأکید بر این مسئله تمرکز دارد که سازمان به‌عنوان یک سیستم، از تعاملات پیچیده‌ای بین اجزا تشکیل شده است و هر تغییری در یک قسمت از سازمان، تأثیری بر سایر اجزای آن خواهد داشت. در این سبک رهبری، رهبران با توجه به نیازهای سیستماتیک سازمان، با تغییر ساختارهای سازمانی و بهینه‌سازی فرآیندها، به بهبود عملکرد سیستم و تحقق اهداف سازمان کمک می‌کنند.

❖ رهبری هم‌زمان نیز به‌عنوان یک سبک رهبری پویا، تأکید دارد که هر موقعیت و شرایطی دارای نیازها و ویژگی‌های مختلفی است و رهبران برای موفقیت در هر شرایط، باید از سبک‌های مختلف رهبری استفاده کنند. در این سبک رهبری، رهبران با توجه به نیازهای مختلف کارکنان و شرایط محیطی، با استفاده از سبک مناسب رهبری، به بهترین نتیجه ممکن دست می‌یابند. این سبک رهبری به رهبران کمک می‌کند که به‌صورت پویا و در عین حال مؤثر، سازمان را مدیریت کنند و به تحقق اهداف سازمانی برسند.

همچنین، لازم به ذکر است که هر یک از این سبک‌های رهبری، می‌توانند در شرایط و محیط‌های مختلف مؤثر باشند و رهبران می‌توانند با ترکیب این سبک‌های مختلف، به بهترین شکل ممکن سازمان را مدیریت کنند..

بازی‌های رهبری

گفتم که مراد ما از بازی در این کتاب رفتارهای سیاسی است. مراد ما از بازی‌های رهبری نیز رفتارهای سیاسی است که در دنیای رهبری بین رهبر و پیروان اتفاق می‌افتد. این بازی‌ها را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

پل روحانی: پل روحانی نمادی است که در برخی ادیان و فرهنگ‌ها به مفهوم بخشش و آمرزش اشاره می‌کند. این نماد به ما یادآوری می‌کند که می‌توانیم با ایجاد مسیری برای بخشش و درک دیگران، ارتباط و اتحاد بین پیروان ایجاد کنیم. بخشش یکی از ویژگی‌های مهمی است که تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای در رهبری خوب و حفظ انسجام در محیط کار و سازمان دارد. رهبرانی که بخشش را در رفتار و تصمیمات خود در نظر می‌گیرند، معمولاً به‌عنوان رهبران خوب و مؤثر شناخته می‌شوند.

سوغ سیاوش: سوغ سیاوش یکی از رویدادهای تراژدیک و افسونگر در اساطیر و افسانه‌های ایران باستان است. سیاوش، شخصیتی افسانه‌ای در اساطیر ایرانی است. سیاوش نمادی از قربانی شدن است. بازی سوغ سیاوش به معنای این است که به پیروان خود گوشزد می‌کنیم که منافع را از دست داده‌اند و عملاً قربانی شده است. رهبری در مواجهه با پیروانی که منفعی از دست داده‌اند یا تحت فشار قرار دارند نیاز به گوشزد و راهنمایی دارد تا به بهترین شکل ممکن با این وضعیت مواجه شوند و به توجه به مسائل رهبری درست ادامه دهند.

رنگین کمان: ترکیبات رنگی رنگین‌کمان در فرهنگ شرقی نمادی از خلاقیت پویا در عین سادگی است. بازی رنگین‌کمان به معنای استفاده از رهبری سطح پنجم در محیط‌های اجتماعی است. سطوح رهبری بر اساس ایده‌های جیم کالینز در کتاب از خوب به عالی ارائه شده‌اند و نشان‌دهنده یک‌روند تکاملی در رهبری از سطوح پایین‌تر به سطوح بالاتر هستند. این سلسله از سطوح رهبری شامل موارد زیر هستند:

❖ **سطح اول:** فرد با توانایی‌های استثنایی: این فرد با بهره‌گیری از استعدادها دانش فراوان، مهارت‌های برجسته، و عادات کاری مؤثر، عملکردی بی‌نظیر ارائه می‌دهد.

❖ **سطح دوم:** عضو مشارکتی در تیم: این سطح توجه به توانمندی‌های فردی را دارد و فرد تلاش می‌کند تا با همکاری مؤثر با دیگران، اهداف را دستیابی کند.

❖ سطح سوم: مدیر کارآمد: اینجا فرد نقش مدیری را بازی می‌کند که توانایی پیگیری موفقیت‌آمیز و پربازده را در افراد و منابع سازمان ترویج می‌کند.

❖ سطح چهارم: مدیر با تأثیرگذاری عمیق: در این سطح، فرد علاوه بر انجام مسئولیت‌های خود، دیدگاه قوی و تأثیرگذاری را به پیشبرد اهداف سازمان اضافه می‌کند و معیارهای کاری بزرگ‌تری را ایجاد می‌کند.

❖ سطح پنجم: رهبر خلاق یا رهبر استثنایی: در این سطح، فرد با ترکیب منحصربه‌فردی از فروتنی فردی و جسارت حرفه‌ای، به دستیابی به عملکردهای برتر و پایدار می‌پردازد.

ترکیب فروتنی و جسارت هم‌زمان در رهبری می‌تواند تأثیرات بسیار مثبتی داشته باشد. این دو ویژگی در کنار یکدیگر می‌توانند به رهبر امکان مدیریت مؤثری را در مواقع مختلف ارائه دهند.

گل آبریس: گل آبریس یا گل زنبق آبی نمادی از امید و تقدیر و تشویق است. بازی گل آبریس به معنای تشویق دیگران در رهبری آن‌هاست. تشویق یکی از ابزارهای قدرتمند در رهبری است که می‌تواند تأثیرات مثبت بسیاری بر روی تیم و سازمان داشته باشد.

آب زلال: آب زلال به معنای آبی است که به‌قدری شفاف و تمیز است که انعکاس تصویر هر فرد در آن مشخص است. بازی آب زلال به معنای این است که رفتارهای در رهبری دیگران داشته باشیم که آن‌ها را به فکر درباره خودشان تشویق کنیم. به عبارتی این بازی به مفهوم وادار کردن طرف مقابل به فکر کردن نسبت به رفتارهای خود است.

آفتاب تابان: آفتاب تابان نمادی از نور، گرما و امید است. تصور خود را در مقابل آفتاب گرم و روشن قرار دهید و به نور و گرمای آفتاب فکر کنید. این نماد به شما یادآور می‌شود که در مواجهه با تاریکی‌ها و سختی‌ها، می‌توانید با شعله‌ی امید و نور دلگرمی پیدا کنید. بازی آفتاب تابان به این معناست که به‌عنوان رهبر سازمانی در صورت بروز اختلاف و دل‌جویی طرف مقابل را قبول کرده و موضوع را فراموش کنیم.

کوه استوار: کوه استوار به معنای داشتن اقتدار در رهبری است. در بازی کوه استوار رهبران رویکردی با صلابت داشته و مصمم در به انجام رسیدن کارها هستند. رهبران زمانی از این بازی استفاده می‌کنند که هدفشان حفظ قدرت خودشان است.

سیمرغ عطار: در یکی از داستان‌های کهن فارسی بیان می‌شود که صدها مرغ به سمت یافتن خداوندگار خویش "سیمرغ" حرکت می‌کنند و پس از طی هفت مرحله سخت تنها سی مرغ باقی می‌مانند و با نگرشی در خود می‌فهمند که سیمرغ در وجود خود آن‌هاست. بازی سیمرغ عطار تفاسیر مختلفی دارد ولی در اینجا مراد ما این است که به همه مرغ‌ها فرصت کنکاش داده می‌شود ولی تنها عده‌ای استفاده می‌کنند. به عبارتی در این بازی رهبر به همه اعضا اجازه فعالیت مؤثر و دیده شدن را می‌دهد و رضایت ذهنی خوبی را برای پیروان خویش فراهم می‌کند. در واقع بازی رهبری دموکراتیک نیز به معنای این است که دیگران را درگیر و اجازه دهیم مشارکت اثربخش داشته باشند.

ستاره درخشان: در فرهنگ‌های مختلف ستاره نمادی از کاریزما است. بازی ستاره به‌عنوان استفاده از کاریزما در رهبری شناخته می‌شود. در این بازی رهبر با تکیه بر جذابیت‌های شخصیتی خود سعی در هدایت دیگران دارد. مثلاً تلاش می‌کند که به دیگران در شرایط سخت قوت قلب بدهد و وضعیت را بهتر از آنچه در واقعیت اتفاق می‌افتد.

انگشتر سلیمان: در روایات تاریخی و مذهبی آمده است که خداوند متعال قدرت پادشاهی بر جنیان را در انگشتر حضرت سلیمان (ع) قرار داده بود. از این رو انگشتر سلیمان نمادی از تفویض اختیار است. بازی انگشتر سلیمان نیز به معنای رهبری با استفاده از تفویض اختیار است. تفویض اختیار در رهبری به معنای انتقال بخشی از قدرت و مسئولیت‌های رهبری به اعضای تیم یا زیرمجموعه‌ها است. این عمل به رهبران اجازه می‌دهد تا از منابع سازمانی بیشتری بهره‌برداری کنند و به تیم خود اجازه بدهند تا تصمیماتی را اتخاذ کنند و وظایفی را انجام دهند.

چکالیست فرمانده: چکالیست فرمانده سمبلی از رفتارهای بوروکراتیکی است که در نیروهای نظامی دیده می‌شود. بازی چکالیست فرمانده به معنای استفاده از بروکراسی در رهبری است. در این بازی مانند بازی اقتدار، شاهد این اتفاق هستیم که کارها باید صحیح و دقیق انجام شوند و رهبر گروه باید تمام کارها را با جزئیات به پیروان خویش منتقل می‌کند. اما آنچه این بازی را از بازی اقتدار متفاوت می‌کند، حرکت رهبر به سمت اهداف سازمانی است و هدف نهائی آن حفظ جایگاه و تثبیت قدرت خویش نیست. در واقع رهبر، خود را جزئی از یک سیستم بزرگ می‌داند و برای رسیدن به اهداف سیستم، فعالیت می‌کند

چرخ دارما: در فرهنگ هندو، چرخ دارما که یک نماد بودائی است، به‌عنوان سمبل تحول و رهایی از چرخه تولد و مرگ شناخته می‌شود. این نماد به نمایندگی از تغییر و تحول در مسیر روحانی و نیز تحقق مفهوم معنویت و خروج از دوره‌های تکراری در زندگی استفاده می‌شود. بازی چرخ دارما به معنای استفاده از تحول‌گرایی در رهبری است. در این بازی رهبر همواره به دنبال تغییر فضای ذهنی پیروان است و پیروان را به سمتی هدایت می‌کند که از منطفه امن ذهنی خود خارج شوند و به دنبال ایجاد ایده‌های نوین و خلاقانه باشند.

فانوس دریایی: فانوس به‌عنوان نمادی از روشنایی و راهنمایی استفاده می‌شود. فانوس نشان‌دهنده نوری است که مربی برای شاگردان (پیروان) خود در تاریکی شب روشن می‌کند و آن‌ها را در راه رسیدن به هدف هدایت می‌کند. بازی فانوس دریایی به معنای رهبری با استفاده از تکنیک‌های مربی‌گری است. در این بازی رهبر سعی می‌کند مانند یک مربی روی توانمندسازی پیروان خویش کار کند و افرادی را به کار گیرد که از نظر شخصیت و کاراکتر فرد مناسبی هستند و مهارت‌ها را به آن‌ها آموزش دهد. در این بازی رهبر تأکید بر رشد و موفقیت فردی پیروان دارد از این رو به آن بازی **کیمیاگری** نیز گفته می‌شود.

لوتوس آبی: لوتوس یک گل آبی است که در فرهنگ‌های شرقی، به‌ویژه در فرهنگ هندو و بودیسم، به‌عنوان سمبل خدمتگزاری شناخته می‌شود. لوتوس به‌عنوان نمادی از پاکی و زیبایی، به‌تدریج از خاک و لجن رشد می‌کند و به‌طور متناوب گل‌های زیبایی را می‌دهد، که این آموزه‌ها راجع به ارتقاء روحانی و خدمت به دیگران را نشان می‌دهد. بازی لوتوس آبی به معنای رهبری با استفاده از خدمتگزاری است. در بازی لوتوس آبی رهبر نیازهای پیروان را ارجح به نیازهای خود می‌داند و سعی دارد با استفاده از رفتار خدمتگزاری دیگران را تحت تأثیر قرار داده و آن‌ها را تبدیل به پیروان خود کند.

فصل چهارم

بازی‌های قدرت

در فصل قبلی رهبری و بازی‌های مربوط به آن بررسی شد. گفتیم که ریاست و قدرت نقطه روبروی رهبری است. چرا که رهبری فرآیندی از پایین به بالا است ولی ریاست و قدرت فرآیندی از بالا به پایین است. در این فصل بازی‌های قدرت را بررسی می‌کنیم. بازی‌های قدرت از جمله بازی‌هایی هستند که هم درون سازمان و هم در بیرون سازمان کاربرد دارند. نکته ابتدایی در بازی‌های قدرت و مهم‌ترین نکته در این زمینه این است که افرادی که فکر می‌کنند دیگران افراد خوبی هستند، افراد ساده‌ای هستند. اگر این‌گونه تصور کنیم که دیگران افراد خوبی هستند توقع خواهیم داشت که رفتارهایی مبتنی بر انسانیت و اخلاق از آن‌ها ببینیم ولی در دنیای واقعی معمولاً این اتفاق رقم نمی‌خورد و افراد به دنبال حداکثرسازی منافع شخصی خود هستند. زمانی که هرکس به دنبال منافع شخصی خود است باید برای حفظ منافع خود سیاست داشته باشیم (بازی کردن بلد باشیم). اگر بازی‌های قدرت را شناسیم باید خوش‌شانس باشیم که منافع ما حفظ شود. به‌عنوان یک نکته مهم همواره به خاطر داشته باشید که قدرت و وابستگی تو مفهوم در هم تنیده هستند. هرچقدر وابستگی افراد به موضوعی بیشتر باشد قدرت آن‌ها کمتر است. حال وابستگی می‌تواند جنبه اطلاعاتی، انحصاری، احساسی، مالی، ارتباطی و ... داشته باشد.

متأسفانه در جامعه ما بسیاری از افراد تلاش می‌کنند که خود را دل محیط خود تعریف کنند. همه دوست دارند در دانشگاهی خوب و مشهور درس بخوانند، همه دوست دارند در رشته‌ای تحصیل کنند که باکلاس باشد. همه دوست دارند در مقاطع تحصیلات تکمیلی حضور داشته باشند، همه دوست دارند نمرات بالا و رتبه‌های دانشگاهی برتر را کسب کنند. بسیاری از این تلاش‌ها در راستای همین موضوع است که فرد بتواند بعد از فارغ‌التحصیلی ادعا کند که چون من در دانشگاه ایکس، در رشته ایکس، در مقطع ایکس و با معدل و رتبه ایکس

فارغ‌التحصیل شده‌ام، پس من فردی حرفه‌ای در این زمینه هستم و باید به من احترام گذاشته شود و من لایق شرایط تخصصی و مالی خوبی هستم. درحالی‌که این رفتار کاملاً غیرحرفه‌ای است. اساساً افراد حرفه‌ای در وهله اول خود را در چارچوب توانمندی‌ها و مهارت‌های شخصی خود تعریف می‌کنند، تحصیلات و محیط‌هایی که این افراد در آن‌ها بوده‌اند صرفاً دورچینی برای بشقاب آن‌هاست.

به‌عنوان نتیجه‌ای از این بخش خیلی کوتاه بگوییم که حدالمقدور سعی کنید که توانمندی‌ها و مهارت‌های خود را بالا برده و وابسته به هیچ موجودیتی اعم از انسانی و غیرانسانی نباشید. هرچقدر قدرتمندتر باشید وابستگی شما کمتر است و منافع شما امنیت بیشتری خواهد داشت. همچنین احتمال اینکه دیگران از بازی‌های قدرت بر علیه شما استفاده کنند کاهش می‌یابد.

قدرت چیست؟

قدرت توانمندی و قابلیت رسیدن به امیال است. یکی از مهم‌ترین عواملی که در معنابخشی ارتباطات اجتماعی مؤثر است قدرت است. برای فهم بهتر مفهوم قدرت لازم است که به چند نکته توجه کنیم. اول اینکه توانمندی و قابلیت رسیدن به امیال محقق نخواهد شد مگر با دسترسی به منابعی که برای این کار لازم است. این منابع تحت عنوان منابع قدرت شناخته می‌شوند که در ادامه فصل به آن‌ها اشاره خواهیم نمود.

دوم اینکه منابع قدرت می‌توانند یا درون شخص باشند یا اینکه ریشه در محیطی داشته باشند که فرد در آن حضور دارد. برای مثال اگر دانش را یک منبع قدرت در نظر بگیریم، باید توجه کنیم که یک منبع درونی برای اکتساب قدرت است ولی اگر پول و ثروت را به‌عنوان منبع اکتساب قدرت قبول کنیم باید توجه داشته باشیم که پول و ثروت لزوماً در اختیار خود فرد نیست و می‌تواند ریشه در وضعیت مالی خانواده فرد داشته باشد. لذا در یک دسته‌بندی کلی منابع قدرت را می‌توان به منابع شخصی و محیطی تقسیم کرد.

نکته سوم مخاطبان هستند، یکی از تعاریف مهم قدرت این است که قدرت توان تأثیرگذاری بر افراد است. ظرفیت، شخصیت، کثش و بلوغ مخاطبان نیز عامل دیگری است که در بازی موضوعات مربوط به قدرت باید به آن توجه شود. هر فردی که دسترسی به منابع قدرت دارد باید توجه کند که تنها دسترسی به منابع قدرت برای رسیدن به امیال خویش کافی نیست، چرا که بسیاری از اهداف و امیالی که افراد قدرتمند در ذهن خود برای رسیدن به آن‌ها برنامه‌ریزی می‌کنند، وابسته به همکاری، اقتناع و پذیرش جامعه (سایر افراد) دارد.

متناسب با منابع قدرت بیان شده، می‌توان انواع قدرت را تعریف کرد. دقت کنید که منابع متعددی وجود دارند که انواع قدرت را دسته‌بندی کرده‌اند. در این فصل ما سعی کرده‌ایم که جامع‌ترین دسته‌بندی را ارائه کنیم.

اهمیت قدرت در کسب‌وکار

قدرت در کسب‌وکار یک عامل بسیار مهم و تأثیرگذار است. قدرت به معنای توانایی یا امکان اعمال تأثیر، کنترل و تغییر بر روی دیگران و منابع است. در زیر به برخی از اهمیت‌های قدرت در کسب‌وکار اشاره می‌کنیم:

۱. اتخاذ تصمیمات: قدرت به رهبران و مدیران کمک می‌کند تا تصمیمات مهم و استراتژیک را اتخاذ کنند و به‌عنوان نقطه مرجعی برای تعیین جهت و راهبرد سازمان عمل کنند.

۲. تأثیرگذاری بر رفتار و عملکرد: داشتن قدرت به رهبران و مدیران این امکان را می‌دهد تا بر رفتار و عملکرد اعضای سازمان تأثیر بگذارند. آن‌ها می‌توانند با استفاده از قدرت، انگیزه‌بخشی، راهنمایی و ایجاد تعهد، اعضا را به انجام وظایف و دستیابی به اهداف سازمانی تشویق کنند.

۳. تسهیل همکاری و تعامل: قدرت می‌تواند در تسهیل همکاری و تعامل بین اعضای سازمان مؤثر باشد. رهبران و مدیران با داشتن قدرت، می‌توانند محیطی را ایجاد کنند که اعضا به راحتی بتوانند با همکاران و سایر بخش‌ها هماهنگ شوند و به تبادل اطلاعات و منابع بپردازند.

۴. مدیریت تغییر: قدرت به رهبران و مدیران کمک می‌کند تا تغییرات موردنیاز در سازمان را مدیریت کنند. آن‌ها می‌توانند با استفاده از قدرت خود، تسهیل‌کننده تغییرات باشند و اعضا را در فرآیند تطبیق با تغییرات هدایت کنند.

۵. ساختاردهی و تنظیم منابع: قدرت به رهبران و مدیران این امکان را می‌دهد که منابع سازمان را بهینه تنظیم و مدیریت کنند. آن‌ها می‌توانند توزیع منابع، تعیین اولویت‌ها و تنظیم وظایف را با توجه به اهداف و نیازهای سازمان انجام دهند.

۶. خلق رضایت در بین ذی‌نفعان: قدرت به رهبران و مدیران کمک می‌کند تا با برقراری روابط مؤثر با تأمین‌کنندگان و مشتریان، اعتماد و رضایت آن‌ها را به دست آورند. این امر می‌تواند منجر به برقراری روابط تجاری مستحکم و بلندمدت باشد.

به‌طور کلی، قدرت در کسب‌وکار یک عامل اساسی است که به رهبران و مدیران امکان می‌دهد تصمیمات را اتخاذ کنند، تأثیرگذاری کنند، همکاری را تسهیل کنند، تغییرات را مدیریت کنند و منابع را بهینه تنظیم کنند. همچنین، با داشتن قدرت، می‌توانند روابط مؤثر با تأمین‌کنندگان و مشتریان برقرار کنند و بازاریابی و فروش را بهبود بخشند.

انواع قدرت

منابعی که می‌توانند عاملی برای ایجاد قدرت باشند شامل موارد زیر می‌باشند:

قدرت تخصص: تخصص فرد می‌تواند زمینه‌ای باشد که دیگران به فرد توجه کنند و یا اینکه از وی فرمان‌پذیری داشته باشند. تخصص می‌تواند از سه عامل ناشی شود:

۱- **تجربه:** تکرار یک کار و دیدن جوانب مختلف انجام آن باعث می‌شود که فرد در آن کار خیره شود و به گونه تخصص لازم برای اجرای آن کار را کسب کند.

۲- **مهارت فنی:** تسلط برای ابزارها، نرم‌افزارها و تکنیک‌های فنی که می‌تواند با آموزش و کمی تمرین در فرد حاصل شود نیز منبع دیگری برای قدرت تخصصی است. برای مثال افرادی که با نرم‌افزارهای شرکت آدوبی اقدام به تولید محتوا می‌کنند از جمله این افراد می‌باشند.

۳- **تحصیلات:** تسلط بر تئوری‌های علمی، تحقیقات و مطالعه نیز می‌تواند چارچوب‌های منظمی برای ایجاد کارهای مختلف در ذهن افراد ایجاد کند و این موضوع عاملی برای کسب قدرت تخصص می‌باشد.

قدرت اجتماعی: قدرت اجتماعی را می‌توان در دو عامل شبکه ارتباطات اجتماعی و توان نفوذ فردی خلاصه کرد. شبکه ارتباطات اجتماعی به این معناست فرد با چه تعدادی از افراد در ارتباط است (کمیت ارتباطات) به‌علاوه اینکه این افراد خود چه مقدار توانمندی دارند که مؤثر واقع شوند و خود آن‌ها آیا افراد قدرتمندی هستند؟ (کیفیت ارتباطات).

توان نفوذ فردی نیز به این معناست فرد چه میزان در ایجاد ارتباطات، حفظ ارتباطات و همچنین توسعه ارتباطات اجتماعی موفق است. قطعاً با افرادی مواجه بوده‌اید که دارای کلامی شیوا و رفتارهای تعاملی حرفه‌ای بوده، خوب مذاکره می‌کنند، همچنین قابلیت برقراری ارتباطات مؤثر با دیگران در مدت‌زمان کوتاه را دارند. این

افراد دارای توان نفوذ فردی هستند، توان نفوذ فردی نیز موضوعی است که به خود فرد بر می‌گردد و می‌تواند ریشه در ژنتیک فرد داشته باشد و یا اینکه فرد با فراگیری و اجرای تکنیک‌های خاص به آن دست یابد. پس به‌طور خلاصه می‌توان گفت که قدرت اجتماعی به معنای دسترسی به پایگاه‌های اجتماعی و هم‌چنین توان نفوذ به افراد می‌باشد.

قدرت مالی: پول و ثروت عامل دیگری است که می‌توان به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم منجر به اکتساب قدرت شود. فردی که دارای قدرت مالی است می‌تواند برای آموزش خود هزینه کند و قدرت تخصص را کسب کند، یا اینکه به افراد مختلف برای سرمایه‌گذاری اعتماد کند و ضمن کسب ثروت بیشتر، شبکه ارتباطات خود را گسترده‌تر کند و قدرت اجتماعی کسب کند.

به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی باید بپذیریم که عقل بسیاری از افرادی به چشم آن‌هاست و رفتارهای خود را بر اساس آنچه می‌بینند تنظیم می‌کنند، مثلاً به افرادی که دارای لباس‌های فاخرتری هستند توجه بیشتری می‌کنند، به کسانی که خودروی لوکسی استفاده می‌کنند و یا خانه اشرافی دارند حسادت می‌کنند، در برخوردهای اولیه به دیگران به مارک تلفن همراه آن‌ها دقت می‌کنند و بسیاری رفتار دیگر که همه ما شاهد آن‌ها هستیم. لذا به‌عنوان نتیجه‌گیری می‌توان گفت که پول و ثروت می‌توانند مستقیماً کسب قدرت کند و یا اینکه با تحت تأثیر قرار دادن جامعه از طریق تجملات، زمینه را برای کسب انواع قدرت فراهم کند.

قدرت روحی و روانی: یکی از جنبه‌هایی که انسان‌های مختلف را از هم متمایز می‌کند قدرت روحی و روانی آن‌هاست. در آموزه‌های دینی نیز اشارات زیادی به این موضوع شده است. به‌طور خلاصه بهره‌مندی از ویژگی‌های چون صبوری، قدرت تحمل بالا، سعه‌صدر و ... از جمله مواردی هستند که از فردی به فرد دیگر یکسان نیستند. این موارد را تحت عنوان قدرت روحی و روانی می‌شناسیم.

قدرت فیزیکی: بر خورداری افراد از اندام و عضلات قدرتمند منبع دیگری است که می‌تواند ایجادکننده قدرت باشد. برای فهم قدرت فیزیکی باید به سه موضوع توجه کنیم.

موضوع اول اینکه تمامی قدرت‌هایی که در این فصل به آن‌ها اشاره شده است از محیطی به محیط دیگر سطح تأثیر متفاوتی دارند، برای مثال توانمندی‌ها و قدرت فیزیکی شاید در محیط علمی مانند دانشگاه عاملی برای کسب قدرت نباشد ولی در محیط‌های ورزشی نه‌تنها مؤثر است بلکه می‌تواند عاملی کلیدی برای موفقیت باشد.

موضوع دوم این است که گرچه با توسعه اجتماعی و ایجاد تمدن‌های انسانی مثل گذشته شاهد این نیستیم که افراد با جنگ‌و‌دعوا به دنبال کسب منفعت باشند ولی این بدان معنی نیست که تهدید این رفتارها به‌طور کامل از بین رفته است و قدرت فیزیکی کاربرد ندارد. لذا باید همواره از نظر فیزیکی برای همچنین شرایطی آماده بود. موضوع سوم نیز این است که قدرت فیزیکی از طریق ورزش و تغذیه مناسب ایجاد می‌شود. دقت کنید که ورزش و تغذیه مناسب تنها بر روی جسم مؤثر نیست و می‌تواند ذهن و روح انسان را نیز تحت تأثیر خود قرار دهد. بهره‌مندی از جسم، روح و ذهن با نشاط می‌تواند بستری مناسب کسب همه قدرتهایی باشد که در این کتاب به آن‌ها اشاره شده است.

قدرت ویتترین: زیبایی انسان‌ها یکی از عواملی است که در رفتارهای اجتماعی به آن‌ها اشاره می‌شود. توجه کنید که زیبایی مفهومی نسبی است و از فرهنگی به فرهنگ دیگر همچنین از دوره زمانی به دوره زمانی دیگر ممکن است متفاوت باشد. برای مثال ممکن است که در یک فرهنگ قد بلند، چهره زیبا، چشمان رنگی، موهای رنگی، تناسب‌اندام و پوشش آراسته به‌عنوان شاخصه‌های زیبایی شناخته شود و در فرهنگی دیگر برعکس این عوامل را به‌عنوان عوامل ایجادکننده زیبایی بشناسند. قدرت ویتترین یک اثر کوتاه‌مدت و یک اثر بلندمدت دارد. اثر کوتاه‌مدت احترام و توجه بیشتری است که فرد در محیط‌های اجتماعی به خود جلب می‌کند و اثر بلندمدت یا حتی میان‌مدت آن این است که ممکن است برای فرد با قدرت ویتترین مناسب زمینه لازم جهت فرصت‌سازی ایجاد شود برای مثال فرد با پیشنهاداتی مانند بازیگری، تئاتر و ... مواجه شود.

علاوه بر موارد بیان‌شده می‌توان چارچوبی برای تأثیر قدرت ویتترین ارائه کرد. قدرت ویتترین علاوه بر فرصتهایی که می‌تواند ایجاد کند تهدیدزا نیز می‌تواند باشد. به چارچوب زیر توجه کنید.

عنوان فرد	ویتترین فرد	واقعیت فرد
آدم‌حسابی	خوب	خوب
بی‌کلاس	بد	خوب
شوومن	خوب	بد
بدبخت	بد	بد

با توجه به موارد بیان شده در جدول دقت کنید که ریسک شناخته شدن به عنوان فردی شوومن در همه موارد وجود دارد و صرفاً کار کردن بر روی ویتزین و ظاهر می‌تواند عاملی تهدیدزا باشد. این تهدید بسیار خطرناک و جدی است چرا اگر به عنوان شوومن شناخته شوید دیگر به شما اعتماد نخواهد شد و برند اجتماعی شما دچار مشکلی خواهد شد که حداقل در دوره زمانی کوتاه قابل درمان نخواهد بود. لذا با توجه به نکات بیان شده در مورد قدرت ویتزین ضروری است که به واقعیت فرد (توانمندی‌ها و قابلیت‌ها) و همچنین ظاهر وی (ویتزین) به صورت متوازن توجه شود تا هم فرصت سازی شود و هم از فرصت بهره لازم برده شود.

فراموش نکنید که مهم نیست یک فرصت چقدر جذاب است، باید به توانمندی‌های خود نیز توجه کنیم. قدرت ویتزین همان‌طور که بیان شد می‌تواند فرصت ساز باشد ولی توانمندساز نیست. نکته دیگری که لازم است به آن توجه کنیم این است که اگر تنها به واقعیت خود یا تنها به ویتزین توجه شود نتیجه کار مانند انسانی خواهد بود که یک دست بالغ دارد و دست دیگری تنها به اندازه یک نوزاد رشد کرده است. لذا به عنوان جمع‌بندی باید گفت که توازن رشد واقعیت و ویتزین را همیشه در نظر داشته باشیم.

قدرت کاریزما: کاریزما یا کشش شخصیت توانمندی خاصی است که در برخی از افراد وجود داشته و به کمک آن می‌توانند افراد دیگر را به سمت خود جذب کنند. کاریزما دو ریشه می‌تواند داشته باشد، ریشه اول استعداد ذاتی است، برای مثال افرادی که از صدای خوبی برخوردار هستند و یا توانمندی‌های خاصی در خندانند بقیه دارند به نوعی کشش شخصیت ایجاد می‌کنند، این افراد توانمندی خود را با تمرین و پشتکار به دست نیاورده‌اند و تنها استعدادهای ذاتی آن‌ها کمک‌کننده به ایجاد کاریزما در آن‌هاست. ریشه دوم کاریزما را نیز می‌توان در تلاش و پشتکار مشاهده کرد، اینجا افراد با تمرین یک مهارت می‌توانند به سطحی از حرفه‌ای گری در اجرای آن برسند که بتوانند جوامع اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار دهند. برای مثال توانمندی اجرای سازهای موسیقی، نقاشی و یا خوشنویسی از جمله این موارد است. دقت کنید که ریشه اول قدرت کاریزما اهمیت بیشتری دارد چرا که در مواردی که متناسب با ریشه دوم است نیز میزانی از استعداد ذاتی برای پیشرفت لازم است و اساساً کاریزما ریشه درون انسان‌ها و توانمندی‌های آن‌ها دارد. قدرت کاریزما یکی از مؤثرترین انواع قدرت است. چرا که مبتنی بر آن می‌توان هم بر گروه‌های رسمی و گروه‌های غیررسمی سازمان نفوذ کرد و به عبارتی هم مدیریت داشت و هم رهبری.

قدرت ادراک: حتماً تا به حال با افرادی مواجه شده‌اید که در معناگذاری آنچه در محیط پیرامون خود رقم می‌خورد توانمندتر هستند. افرادی که می‌توانند آنچه رقم می‌خورد را سریع‌تر، عمیق‌تر و بهتر از دیگران درک کنند. این افراد ممکن است بتوانند مبتنی بر تحلیل‌های خود پیش‌بینی‌هایی از آینده داشته باشند. این افراد معمولاً به‌عنوان باهوش در جامعه شناخته می‌شوند. هوش و استعداد می‌تواند انواع مختلفی داشته باشد. برای مثال برخی استعداد تحصیلی دارند، برخی دیگر استعداد اجتماعی مناسبی دارند و عده‌ای نیز از استعداد هیجانی بالایی برخوردار هستند. در هر صورت برخورداری از هوش و استعداد به شرط پرورش درست آن و همچنین قرارگیری فرد در محیطی که زمینه استفاده از استعدادش فراهم باشد، می‌تواند عاملی برای کسب قدرت و تأثیرگذاری اجتماعی باشد.

مراحل رسیدن به قدرت

بعد از آنکه هرکدام از ما منابع قدرت را شناختیم می‌توانیم از آن‌ها در جهت رسیدن به قدرت استفاده کنیم. دقت کنید که هر وضعیتی می‌تواند منبعی برای قدرت باشد در صورتی‌که به‌درستی به آن وضعیت نگریسته شود. در بخش قبلی این فصل گفتیم که مواردی چون پول و ثروت، تخصص، روابط اجتماعی، ویتیرین، کاریزما و... می‌تواند منبعی برای قدرت باشد. نکته مهم اینجاست که موارد مطرح‌شده صرفاً منابعی برای قدرت هستند و برای استفاده از این منابع باید مسیری ۴ مرحله‌ای را طی نمود که شامل موارد زیر است:

۱. **مقاومت:** دیگران نمی‌خواهند اجازه دهند شما بر آن‌ها قدرتی داشته باشید و در مقابل شما مقاومت می‌کنند.
۲. **دشمنی:** اگر در مقابل مقاومت پیروز باشید، شدت مقاومت دیگران بیشتر شده و سعی می‌کنند با دشمنی شما را از مسیر منحرف کنند.
۳. **تطابق:** در این مرحله دیگران تصمیم می‌گیرند که دست از دشمنی برداشته و با شما همکاری کنند.
۴. **تبعیت:** در این مرحله شما نسبت به دیگران از توانایی نفوذ برخوردار هستید و از شما تبعیت می‌شود.

تکنیک‌های کسب قدرت

کسب قدرت در هر زمینه‌ای، از جمله سیاست، سازمان‌ها، کسب‌وکار، و رهبری، نیازمند استراتژی و تکنیک‌های خاصی است. در ادامه، چند تکنیک کلی برای کسب قدرت را بررسی می‌کنیم:

تکنیک پست یا مقام رسمی: در تکنیک رسمیت سازمانی، اعضا به‌طور رسمی با یکدیگر در تعامل هستند و بر اساس سلسله‌مراتب و نقش‌های تعریف شده در سازمان، ارتباط برقرار می‌کنند. این تعاملات شامل ارتباطات بین رهبران و زیرمجموعه‌ها، همکاری و تعامل بین اعضای تیم، انتقال اطلاعات و دستورات رسمی، اعلام وظایف و مسئولیت‌ها، و اعمال نظارت و ارزیابی است.

تکنیک تخصص و دانش: تکنیک استفاده از دانش و تخصص برای کسب قدرت در سازمان یک رویکردی است که ممکن است در برخی موارد مورد استفاده قرار گیرد. در این رویکرد، اعضای سازمان با استفاده از دانش و تخصص خود، قدرت و تأثیر خود را در سازمان تقویت می‌کنند و سعی می‌کنند در سازمان به‌جایگاه‌های بالاتر و نفوذ بیشتری دست یابند. یکی از بهترین تکنیک‌هایی که منجر به کسب قدرت با استفاده از دانش و تخصص می‌شود این است که از دانش و تخصص خود برای آموزش به دیگران استفاده کنید، محیط غیررسمی دوستان و یاران ایجاد کنید و از مزیت حمایت درون‌سازمانی خود برای رسیدن به قدرت استفاده کنید.

تکنیک تنوع و انعطاف‌پذیری: تکنیک استفاده از انعطاف‌پذیری برای کسب قدرت در سازمان یک رویکرد است که بر مبنای توانایی سازمان در سازگاری با تغییرات و پاسخگویی به نیازها و محدودیت‌های محیطی، قدرت و تأثیر را در سازمان تقویت می‌کند. این تکنیک با تکیه بر انعطاف‌پذیری، قدرت افراد و سازمان را در تطابق با شرایط متغیر محیطی تقویت می‌کند.

تکنیک مسئولیت‌پذیری: مسئولیت‌پذیری در راستای کسب قدرت در سازمان یکی از عوامل کلیدی است که به فرد کمک می‌کند قدرت و تأثیر خود را در سازمان تقویت کند. مسئولیت‌پذیری به معنای تعهد به انجام وظایف و مسئولیت‌های خود، بهبود عملکرد و ارائه نتایج مطلوب است.

تکنیک اشتیاق: تکنیک اشتیاق و کسب قدرت در سازمان یک رویکرد است که بر مبنای استفاده از اشتیاق و انگیزه فردی و گروهی، قدرت و تأثیر خود را در سازمان تقویت می‌کند. این تکنیک بر اساس ایجاد شرایطی است که اعضا از انگیزه و اشتیاق خود برای بهبود عملکرد و کسب قدرت در سازمان استفاده کنند.

تکنیک مشارکت: تکنیک مشارکت و کسب قدرت سازمانی یک رویکرد است که بر اساس مشارکت فعال و همکاری اعضا، قدرت و تأثیر سازمان را تقویت می‌کند. این تکنیک بر این اصل تمرکز دارد که با اشتراک‌گذاری قدرت و تصمیم‌گیری همگانی، عضوان سازمان می‌توانند تأثیر قوی‌تری در سازمان داشته باشند و قدرت خود را تقویت کنند.

تکنیک شبکه سازی: تکنیک شبکه سازی یک رویکرد است که بر مبنای برقراری و توسعه ارتباطات و روابط قوی با افراد و گروه‌های مختلف در سازمان و خارج از سازمان، قدرت و تأثیر خود را در سازمان تقویت می‌کند. این تکنیک بر این اصل تمرکز دارد که با ایجاد شبکه‌های قوی و قابل‌اعتماد، اعضا می‌توانند به موقعیت‌ها، منابع و اطلاعات بیشتری دسترسی پیدا کنند و قدرت خود را تقویت کنند.

بازی‌های قدرت

برای رسیدن به قدرت بازی‌های متنوعی را با استفاده از تکنیک‌های بیان‌شده می‌توان استفاده نمود. مهم‌ترین این بازی‌ها را می‌توان شامل مواردی دانست که در ادامه آمده‌اند:

باغ شکوفه: در برخی فرهنگ‌ها، شکوفه به‌عنوان نماد و سمبل همدستی و همکاری مورد استفاده قرار می‌گیرد. هر شکوفه به‌تنهایی زیبا است، اما وقتی به‌هم‌پیوسته و گل یک باغ را تشکیل می‌دهند، زیبایی بیشتری به وجود می‌آید. این نماد نشان می‌دهد که با همکاری و همدستی، می‌توان به نتایج بزرگ‌تر و بیشتری دست‌یافت. - بازی باغ شکوفه به معنای همدستی در راستای رسیدن به قدرت است. این بازی به مفهوم همراهی، هماهنگی و کمک به دیگران است به‌گونه‌ای دیگران احساس کنند با آن‌ها در یک جبهه هستیم

جعبه جواهر: جعبه جواهر به‌طور عمومی به‌عنوان نماد فخرفروشی، ثروت و رفاه شناخته می‌شود. این نماد با اشاره به یک وسیله ذخیره‌سازی گران‌بها برای جواهرات یا نشان دادن آن‌ها به شیوه‌ای زیبا و مجلل استفاده می‌شود. بازی جعبه جواهر به معنای فخرفروشی برای کسب قدرت است.

عطر آنتیک: جعبه جواهر به‌طور عمومی به‌عنوان نماد فخر فروشی، ثروت و لوکس شناخته می‌شود. این نماد با اشاره به یک وسیله ذخیره‌سازی گران‌بها برای جواهرات یا نشان دادن آن‌ها به شیوه‌ای زیبا و مجلل استفاده می‌شود. این بازی به معنای حفظ پرستیژ و شخصیت در راستای رسیدن به قدرت است. پرستیژ و شخصیت قدرتمندی را به فرد می‌بخشند و می‌توانند به ایجاد قدرت و اعتبار اجتماعی کمک کنند.

تاج پادشاهی: تاج پادشاهی یک نماد قدرت، احترام و ریاست در بسیاری از فرهنگ‌ها و تمدن‌ها است. این تاج معمولاً به‌عنوان نشانه‌ای از حکومت و رهبری یک پادشاه استفاده می‌شود. بازی تاج پادشاهی به معنای استفاده از جایگاه ریاست برای رسیدن به قدرت است. به‌طور کلی ریاست یکی از ابزارهای رسمی در راستای رسیدن به قدرت است. دقت کنید که این منبع قدرت نمی‌تواند دائمی و عمیق باشد، لذا برای اکتساب قدرت همواره چندین تکنیک را هم‌زمان به کار برید.

نهنگ قطبی: نهنگ قطبی به‌عنوان نماد همراهی و همبستگی، به دلیل رفتار گروهی و اجتماعی خود شناخته می‌شود. این حیوانات به‌صورت گروهی و اجتماعی عموماً در اطراف یخ‌ها و سواحل قطب شمالی شکار و زندگی می‌کنند. آن‌ها با همکاری و همبستگی باهم، در شکار و تأمین غذای خود موفق عمل می‌کنند. بازی نهنگ قطبی یک بازی مبتنی بر منابع و قدرت بالا بوده که به‌منظور همراهی زیردستان انجام می‌شود.

نیش افعی: نیش افعی به‌عنوان نماد شورش و مقاومت در برخی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها تلقی می‌شود. علت این تفسیر نمادی معمولاً به خاطر ویژگی‌هایی است که در بعضی از افعی‌ها وجود دارد، شامل سم قدرتمند، حرکات سریع و مهارت در شکار. در واقع بازی نیش افعی به معنای مبارزه و مقاومت در برابر سیستم قدرتمند استفاده می‌شود. این تفسیر نشان می‌دهد که افراد یا گروه‌ها در مقابل قدرت‌های ستمگر و سلطه‌جو، قوی و پررنگ علیه آن‌ها می‌جنگند و تلاش هدف از این بازی مخالفت و مقاومت در برابر سیستم رسمی و دستورات بالادستان می‌باشد.

کلونی مورچه: کلونی مورچه به‌عنوان نماد اتحاد و همکاری بین همکاران در بسیاری از فرهنگ‌ها و تمدن‌ها شناخته شده است. بازی کلونی مورچه به معنای استفاده از اتحاد با همکاران در راستای رسیدن به قدرت است. این بازی معمولاً در سطح سازمانی کارکنان و همکاران دیده می‌شود و به خلق اتحاد بین فردی تبدیل می‌شود.

پنجه و دستکش: در برخی فرهنگ‌ها، پنجه و دستکش به‌عنوان نماد همکاری پایین‌دست شناخته می‌شود این بازی معمولاً در سطح مدیران میانی اتفاق می‌افتد و افراد در آن به دنبال توسعه شبکه زیردستان بوده و کسب منفعت از این طریق می‌باشند. نمود واضحی که از این بازی وجود دارد در مسائل بودجه‌بندی است

لباس دکتر: لباس دکتر نمادی از تخصص و حرفه‌ای بودن پزشکان است. آن‌ها با لباس دکتر خود، علاوه بر شناسایی به‌عنوان پزشک، نشان می‌دهند که دارای دانش فنی و تخصصی در زمینه پزشکی هستند بازی لباس دکتر به معنای استفاده از تخصص برای رسیدن به قدرت است.

قاب طلایی: قاب طلایی به‌عنوان نماد قدرت رسمی و ارشدیت در برخی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها تلقی می‌شود. بازی قاب طلایی به معنای استفاده از جایگاه رسمی برای توسعه قدرت است. در این بازی هرکس از قدرت رسمی و قانونی برخوردار باشد بر دیگران فرمانروایی می‌کند.

کرم ابریشم: کرم ابریشم به‌عنوان نمادی از تحول و تغییر در زندگی و جوامع استفاده شود. در این بازی افراد یا گروه‌هایی که دارای اختیارات قانونی و قدرت تخصصی می‌باشند به دنبال این هستند که تغییرات راهبردی و استراتژیکی را در سازمان پیاده کنند. موفقیت این افراد به منزله این است که آن‌ها نه تنها قدرت زیادی در سازمان کسب می‌کنند بلکه معمولاً این افراد به‌گونه‌ای این تغییرات را نهادینه می‌کنند که منافع مدنظر آن‌ها ضمن تحقق، تداوم نیز داشته باشد

پدرخوانده: پدرخوانده یک نام آشنا و مرتبط با مافیاست. بازی پدرخوانده به معنای حذف دیگران برای رسیدن به قدرت است. این بازی معمولاً در بالاترین رده‌های سازمان صورت می‌گیرد، این بازی هدفش حذف افراد قدرتمند و تغییر شرایط سازمان می‌باشد. این بازی دارای ریسک باخت بسیار بالایی است چرا که در آن به افراد قدرتمند حمله می‌شود.

مار کبری: مار کبری یکی از مرموزترین مارهای جهان است. دلیل توانمندی مار کبری در شکار حرفه‌ای این است که این مار با اطلاعات زیادی که از محیط خود کسب می‌کند، هوشمندانه شکار می‌کند. بازی مار کبری نیز به معنای استفاده از دسترسی به اطلاعات برای توسعه قدرت می‌باشد. دسترسی به اطلاعات به یکی از عوامل مهم در رسیدن به قدرت و تأثیرگذاری در زمینه‌های مختلف می‌باشد.

زندان نامرئی: زندان نامرئی به یک وضعیت روانی اشاره دارد که فرد در آن به طور ذهنی و روانی محدودیت‌ها، مشکلات و محدودیت‌هایی را تجربه می‌کند که او را از رشد، آزادی و پیشرفت باز می‌دارد. این مفهوم به‌عنوان نمادی از وابستگی و محدودیت‌های روانی در نظر گرفته می‌شود. بازی زندان نامرئی به معنای رسیدن به قدرت از طریق وابسته سازی دیگران است. در این بازی افراد سعی می‌کنند با اکتساب اطلاعات مهم و حیاتی، مهارت‌ها، ارتباطات و ... خود را تبدیل به فردی با نفوذ در شرکت نموده و با تکیه بر این نفوذ کسب‌شده، منافع خود را با استفاده از زیر چتر خود گرفتن دیگران و وابسته سازی آن‌ها به خود محقق کنند.

بهلول و مجنون: دقت کنید که در بسیاری از محیط‌ها ممکن است افرادی که با شما همکار هستند، به لحاظ تخصصی و جایگاهی از شما پایین‌تر باشند. در این شرایط این افراد به دلیل حسادت و تنگ‌نظری مانع رسیدن شما به قدرت می‌شوند و با رفتارهای چون نیش و کنایه، عدم همکاری، ائتلاف و ... درصدد ناراحت کردن و حتی حذف شما باشند. در این شرایط رفتاری بهلول گونه داشته باشید. یعنی خود را به نفهمیدن بزنید و از کنار موضوع عبور کنید. اگر درگیر شوید آن‌ها شما را تا سطح خود پایین می‌کشند و چون عادت به بازی در این سطح دارند، شما را شکست خواهند داد. به عبارتی بهلول باشید وگرنه مجنونتان می‌کنند.

✓ برنامه‌ریزی کنید وقتی دیگران در حال بازی کردن هستند.

✓ مطالعه کنید وقتی دیگران استراحت می‌کنند.

✓ آماده‌سازی کنید وقتی دیگران در حال خوابیدن و رویای‌های روزمره‌شان هستند.

✓ شروع کنید وقتی دیگران به تعویق می‌اندازند.

✓ کار کنید وقتی دیگران در حال آرزو کردن هستند.

✓ ذخیره کنید وقتی دیگران به تباه کردن مشغول‌اند.

✓ گوش کنید وقتی دیگران در حال صحبت کردن هستند.

✓ لبخند بزنید وقتی دیگران به‌طور عصبانی رفتار می‌کنند.

✓ ستایش کنید وقتی دیگران نکوهش می‌کنند.

✓ همراهی کنید وقتی دیگران در انفعال هستند.

✓ تصمیم‌گیری کنید وقتی دیگران در تعلل به سر می‌برند.

✓ توجه کنید وقتی دیگران در حال هدر دادن منابع هستند.

فصل پنجم

بازی‌های جذب دیگران

تلاش برای جذب کردن دیگران در محیط کار یک فرآیند فعال و استراتژیک است که به منظور جلب توجه و انگیزه دیگران برای به تیم یا سازمان شما ملحق شدن انجام می‌شود. هدف اصلی از جذب دیگران در محیط کار، جلب نیروی انسانی مناسب و متخصص برای سازمان است. این نیروها برای تیم و سازمان ارزش افزوده ایجاد کرده و به بهبود عملکرد و دستیابی به اهداف سازمانی کمک می‌کنند. از سوی دیگر جذب دیگران به شبکه سازی و اکتساب قدرت نیز کمک شایانی می‌کند. برخی از هدف‌های اصلی جذب دیگران در محیط کار عبارت‌اند از:

۱. تکمیل نیازهای شغلی: با جذب دیگران، سازمان قادر خواهد بود نیازهای شغلی خود را برطرف کند. با جذب افراد با مهارت‌ها، تخصص و تجربه مناسب، سازمان قادر است به بهترین شکل از دانش و تخصص آنان استفاده کند و به نیازهای شغلی خود پاسخ دهد.

۲. توسعه و بهبود عملکرد سازمان: با جذب افراد متخصص و کارآزموده، سازمان می‌تواند عملکرد خود را بهبود بخشد. افراد با تجربه و تخصص مرتبط می‌توانند دانش خود را به سازمان بیفزایند و به فرآیندها، استراتژی‌ها و نحوه انجام کارها بهبود بخشند.

۳. ایجاد تنوع و تعدد در تیم: با جذب افراد با زمینه‌های متنوع و تخصص‌های مختلف، تنوع و تعدد در تیم سازمان ایجاد می‌شود. این تنوع می‌تواند منجر به ایده‌پردازی بیشتر، حل مسئله بهتر و ایجاد محصولات و خدمات نوآورانه‌تر شود.

۴. توانمندسازی و رشد فردی: جذب دیگران به سازمان فرصتی است برای توانمندسازی و رشد فردی آنها. با فراهم کردن محیطی مساعد برای یادگیری، توسعه مهارت‌ها و فرصت‌های پیشرفت، سازمان می‌تواند فرد را در مسیر رشد حرفه‌ای قرار دهد و به بهره‌وری دست یابد.

۵. تسهیل رقابت و دستیابی به برتری: با جذب افراد متخصص و با استعداد، رقابت در سازمان تقویت می‌شود. این رقابت می‌تواند به رشد و پیشرفت سازمان و دستیابی به برتری در بازار کمک کند. در کل، هدف از جذب دیگران در محیط کار بهبود عملکرد سازمان، تکمیل نیازهای شغلی، ایجاد تنوع و تعدد در تیم، توانمندسازی فردی و دستیابی به برتری است. با جذب افراد متخصص و متعهد، سازمان می‌تواند بهترین نیروها را در اختیار داشته باشد و به موفقیت و رشد پایدار دست یابد.

اهمیت جذب دیگران

تلاش انسان‌ها برای جذب دیگران، یک پدیده قدیمی است که در طول تاریخ به صورت مختلف مورد توجه قرار گرفته است. در دوران باستان، افراد از تمام قدرت و تلاش خود برای جذب دیگران استفاده می‌کردند. در برخی فرهنگ‌ها، مراسمات و رویدادهای خاصی برگزار می‌شد که به عنوان فرصتی برای نشان دادن قدرت و جذابیت فرد برگزار می‌شده است.

در دوران باستان، شاهان و حکمرانان از جشن‌ها و مراسمات عمومی برای نشان دادن قدرت و جذابیت خود استفاده می‌کردند. این رویدادها شامل بازی‌ها، تئاترها، نمایش‌های هنری و مذهبی، قهرمانی‌های ورزشی و جنگ‌ها بودند.

در دوران تاریخی پس از باستان، مردم به دلایل مختلفی از جمله نیاز به کمک و حمایت، با افرادی که قدرت و جذابیت بیشتری داشتند، همراه شدند. این افراد به عنوان پادشاهان، شوالیه‌ها و امرایی که قدرت و ثروت بیشتری داشتند، شناخته می‌شدند.

در دوران مدرن نیز تلاش برای جذب دیگران به شکل‌های مختلف صورت می‌گیرد. امروزه، تبلیغات و بازاریابی برای جذب مشتریان از ابزارهایی است که در این زمینه استفاده می‌شود.

به‌طور کلی، تلاش برای جذب دیگران در طول تاریخ به عنوان یکی از روش‌های مهم برای نشان دادن قدرت و جذابیت فرد و گروهی که به آن تعلق دارند، مورد استفاده قرار گرفته است. برای مثال به سخنرانی بزرگان فکر کنید. سخنرانی به عنوان یکی از روش‌های مهم برای جذب دیگران، نیاز به ویژگی‌های خاصی دارد تا بتواند تأثیرگذار باشد. برخی از ویژگی‌های سخنرانان جذاب عبارت‌اند از:

- ۱- جذابیت شخصیتی: سخنرانان جذاب، شخصیتی جالبی دارند که مخاطبان را به خود جذب می‌کند. آن‌ها با ایجاد ارتباطی قوی با مخاطبان و با استفاده از روش‌های خاص، مخاطبان را به خود متصل می‌کنند.
- ۲- مهارت‌های گفتاری: سخنرانان جذاب، مهارت‌های گفتاری دارند و با استفاده از واژگان مناسب، نحوه تلفظ صحیح و استفاده از نمادها و تصاویر، مخاطبان را به خود جذب می‌کنند.
- ۳- مهارت‌های ارتباطی: سخنرانان جذاب، توانایی برقراری ارتباط قوی با مخاطبان را دارند. آن‌ها به شکلی صحبت می‌کنند که مخاطبان حس می‌کنند که با یک شخصی در حال صحبت کردن هستند و نه با یک سخنران.
- ۴- انگیزش و نشاط: سخنرانان جذاب، توانایی انگیزش مخاطبان را دارند و با ایجاد احساس اعتماد و امید در مخاطبان، آن‌ها را به عمل می‌اندازند.
- ۵- تخصص و دانش: سخنرانان جذاب، در زمینه‌ای خاص تخصص و دانش بالایی دارند و با به اشتراک گذاشتن این دانش، مخاطبان را به خود جذب می‌کنند.
- ۶- کاربردی بودن: سخنرانان جذاب، صحبت‌هایشان را به شکلی کاربردی و قابل‌اجرا برای مخاطبان مطرح می‌کنند و به این صورت، مخاطبان را به فکر اجرا و عمل می‌اندازند.
- ۷- عمیق بودن: سخنرانان جذاب، موضوعات خود را به شکلی عمیق و پویا مطرح می‌کنند که مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و احساس می‌کنند که موضوعات مطرح‌شده، به آن‌ها مربوط است.

تکنیک‌های جذب دیگران

- تکنیک‌های مختلفی وجود دارد که به‌منظور جذب دیگران به کار گرفته می‌شوند. برخی از مهم‌ترین تکنیک‌های جذب دیگران شامل موارد زیر هستند:
۱. استفاده از ابزارهای بصری: استفاده از تصاویر، نمودارها، ویدیوها و عکس‌ها می‌تواند مخاطبان را به شما جذب کند و به‌عنوان یک ابزار برای جذب دیگران به کار گرفته شود.
 ۲. ایجاد ارتباط بصری: ایجاد ارتباط بصری با مخاطبان از طریق نگاه کردن به چشمان آن‌ها، اشاره کردن به آن‌ها و یا لبخند زدن به آن‌ها می‌تواند به‌عنوان یک تکنیک جذب مفید باشد.
 ۳. استفاده از صدا: استفاده از صدایی قدرتمند و جذاب می‌تواند به‌عنوان یکی از تکنیک‌های جذب دیگران به کار گرفته شود.

۴. استفاده از واژگان مناسب: استفاده از واژگان مناسب و درست و به‌طور مناسب به کار گرفته‌شده، می‌تواند به‌عنوان یکی از تکنیک‌های جذب مفید باشد.
۵. استفاده از داستان‌ها: استفاده از داستان‌های جذاب و پرمحتوا، مخاطبان را به شما جذب می‌کند و به‌عنوان یکی از تکنیک‌های جذب مورد استفاده قرار می‌گیرد.
۶. ایجاد ارتباط شخصی: ایجاد ارتباط شخصی با مخاطبان و به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌ها و اطلاعات، می‌تواند به‌عنوان یکی از تکنیک‌های جذب دیگران به کار گرفته شود.
۷. استفاده از ابزارهای روانشناسی: استفاده از ابزارهای روانشناسی مانند ایجاد فشار، تعریف هدف، ایجاد ترس یا ایجاد احساس ارزشمندی، می‌تواند به‌عنوان تکنیک‌های جذب مورد استفاده قرار گیرد.
۸. استفاده از لغات قدرتمند: استفاده از لغاتی مانند "بهترین"، "تضمین‌شده"، "مؤثرترین" و "راه‌حل نهایی" می‌تواند مخاطبان را به شما جذب کند.
۹. استفاده از تکرار: استفاده از تکرار عبارات یا کلمات می‌تواند به‌عنوان یکی از تکنیک‌های جذب دیگران به کار گرفته شود.
۱۰. استفاده از داده‌های آماری: استفاده از داده‌های آماری و ارقام می‌تواند به‌عنوان یک تکنیک جذب مفید باشد.
۱۱. استفاده از جذابیت بصری: استفاده از جذابیت بصری مانند رنگ‌های جذاب، طرح‌های جذاب و ظاهری متفاوت می‌تواند مخاطبان را به شما جذب کند.
۱۲. استفاده از روش‌های تحلیلی: استفاده از روش‌های تحلیلی مانند تحلیل تصویری، تحلیل فرآیندی و تحلیل داده‌ها، می‌تواند به‌عنوان یکی از تکنیک‌های جذب به کار گرفته شود.
۱۳. استفاده از احساسات: استفاده از احساسات مثبت مانند شادی، امید، عشق و خوشبختی می‌تواند به‌عنوان یکی از تکنیک‌های جذب دیگران به کار گرفته شود.
۱۴. استفاده از شخصیت: استفاده از شخصیت خاصی مانند شخصیت دلربا، شخصیت مهربان و شخصیت خلاق می‌تواند به‌عنوان یکی از تکنیک‌های جذب دیگران به کار گرفته شود.

توجه به این نکته مهم است که استفاده از هر یک از این تکنیک‌ها باید با توجه به شرایط و نیازهای مخاطبان و همچنین هدف شما صورت گیرد. همچنین، استفاده از این تکنیک‌ها باید با اندازه‌گیری و ارزیابی تأثیرات آن‌ها بر روی مخاطبان انجام شود.

بازی‌های جذب دیگران

برای جذب دیگران بازی‌های مختلفی را می‌توان بیان کرد. ما در این فصل به مهم‌ترین و کاربردی‌ترین بازی‌ها اشاره می‌کنیم:

نوازش کودک درون: این بازی در زمره بازی‌های مثبت بوده و به معنی تأیید، کمک و حمایت دیگران است. حمایت از دیگران می‌تواند تأثیرات بسیار مثبتی بر جذب آن‌ها داشته باشد. زیرا وقتی که ما از دیگران حمایت می‌کنیم و نیازهای آن‌ها را درک می‌کنیم، رابطه‌ای متقابل و ارتباط انسانی قوی‌تری را بینمان برقرار می‌کنیم.

سنجاب قرمز: سنجاب قرمز به‌عنوان نمادی از شنوندگی دقیق و توجه به سخنانی که دیگران می‌گویند مورد استفاده قرار می‌گیرد. بازی سنجاب به مفهوم تمرکز بر صحبت‌ها و پیام‌های آن‌ها برای درک پیام اصلی آن‌ها می‌باشد. این بازی در راستای جذب دیگران با توجه به بیانات آن‌ها است. جذب دیگران از طریق گوش دادن به آن‌ها مهارت مهمی در تعاملات اجتماعی و روابط انسانی است

صلیب مسیحایی: صلیب به‌عنوان نماد مهم در فرهنگ مسیحی شناخته می‌شود و نشانگر محبت، شفقت و کمک به دیگران است. همچنین این نماد به معنای فداکاری و قربانی‌گری به‌منظور کمک به دیگران در موقعیت‌های دشوار استفاده می‌شود.

روز بارانی: روز بارانی در فرهنگ‌های غربی به معنای روزهای سخت و روز مباداست. بازی رفیق روزهای بارانی به معنای حمایت دیگران به هنگام بروز سختی‌ها و مشکلات است. حافظ در شعری می‌فرماید: (آن رفیقی که به دوران غم دور نرفت... زیرشمشیرغمش رقص‌کنان خواهیم رفت) بازی روز بارانی اشاره به این دارد که اگر به اشخاص درستی در روز نیاز آن‌ها کمک کنید، آن‌ها بهترین و وفادارترین دوستان شما در آینده خواهند شد.

اژدهای چینی: در اساطیر چینی، اژدها به‌عنوان حیوانات خداوندی و نماینده امپراتوری تصویر می‌شود و اغلب به‌عنوان نماد قدرت و افتخار مرتبط با امپراتوری چین استفاده می‌شود. لذا یکی از مورداحترام‌ترین نمادهای اساطیری در چین اژدهاست. بازی اژدهای چینی به معنای استفاده از احترام برای جذب دیگران است. احترام به دیگران تأثیر قابل‌توجهی بر جذب آن‌ها دارد. وقتی شما به دیگران با احترام رفتار می‌کنید، این نشان می‌دهد که شما به ارزش‌ها و حقوق آن‌ها احترام می‌گذارید و به‌خوبی با آن‌ها برخورد می‌کنید.

پرندهگان مهاجر: پرنده‌های مهاجر مانند غازهای در حال پرواز به‌عنوان سمبل همبستگی و همدلی در برخی فرهنگ‌ها شناخته می‌شوند. بازی پرندهگان مهاجر نیز به معنای استفاده از همدلی برای جذب دیگران می‌باشد. همدلی و نشان دادن همدلی می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی در جذب دیگران داشته باشد. زمانی که شما به دیگران همدلی نشان می‌دهید، این عمل می‌تواند ارتباط شما با آن‌ها را تقویت کند و به شما کمک کند که به‌عنوان فردی دوست‌داشتنی، قابل‌اعتماد و مربوطه درک شوید.

چای و قهوه: در بسیاری از فرهنگ‌ها، نوشیدن چای یا قهوه به‌عنوان یک فرصت برای معاشرت و ارتباط اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این فعالیت می‌تواند مکانی برای صحبت و تبادل‌نظر با دیگران باشد. این بازی به معنای استفاده از معاشرت برای جذب دیگران می‌باشد. معاشرت و تعامل با دیگران تأثیر بسیار مهمی بر جذب آن‌ها و ایجاد ارتباطات مثبت دارد. روابط انسانی و ارتباطات اجتماعی از جمله عوامل کلیدی در جذب و ترغیب دیگران به همکاری، دوستی یا هر نوع ارتباط به شمار می‌آیند.

صمیمیت ایتالیایی: معروف است که ایتالیایی‌ها در روابط تجاری صمیمی برخورد نموده و استفاده از آن در صورتی خوب است که طرف مقابل ظرفیت، جایگاه و مقام مناسبی داشته باشد و این کار به جذب وی کمک کند. صمیمیت یکی از عوامل اساسی در جذب دیگران و ایجاد روابط معنادار است. وقتی که شما به‌طور صادقانه و باز احساسات، افکار و تجربیات خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارید و ارتباطات صمیمانه‌ای را ایجاد می‌کنید، می‌توانید اثرات مثبتی بر جذب آن‌ها داشته باشید.

ملودی کلام: ملودی سخن به معنای ایجاد هارمونی مناسب در سخنرانی و صحبت می‌باشد. این کار با تغییر و انعطاف‌پذیری هوشمندانه تن صدا اتفاق می‌افتد. تغییر تن صدا می‌تواند یک عنصر جذابیت و جذب‌کننده برای سخنرانی و سخنوری باشد. به دلیل تأثیری که صدا بر شنوندگان دارد.

تندیس بلورین: تندیس بلورین به معنای مدح و تمجید دیگران است. در بحث و تعامل با دیگران به جای تکذیب، جدل و رد نمودن حرف آن‌ها اگر امکان داشت از تائید حرف آن‌ها استفاده کنید. تمجید و تائید دیگران از تأثیرگذارترین عوامل در جذب و ترغیب آن‌ها به همکاری، دوستی یا هر نوع ارتباط دیگری هستند. وقتی که شما تلاش‌ها، کارها، ویژگی‌ها یا دیدگاه‌های فردی را تمجید یا تائید می‌کنید، می‌تواند احساس ارزشمندی و اهمیت در آن فرد ایجاد کند.

سلام عربی: در کشورهای عربی، سلام عربی به‌عنوان نمادی از اعتماد و احترام به یکدیگر استفاده می‌شود. سلام عربی عبارتی است که به‌صورت دو بار با احتیاجی بدن و عبور از سمت روبروی یکدیگر انجام می‌شود. اعتمادسازی یکی از اصولی‌ترین و مهم‌ترین عوامل در جذب دیگران و ایجاد روابط مثبت و قوی است. وقتی که شما موفق به ایجاد اعتماد در دیگران می‌شوید، افراد به شما نزدیک‌تر می‌شوند و تمایل بیشتری به برقراری ارتباطات و همکاری با شما دارند.

مافیای مقدس: این بازی به معنای معرفی خود با عنوان شخصی مثبت، همراه و هماهنگ است. رفتار مثبت و همراهی یکی از قوی‌ترین عوامل در جذب دیگران و ایجاد ارتباطات مثبت است. وقتی که شما با رفتار مثبت و دوستانه به دیگران نزدیک می‌شوید و در موقعیت‌های مختلف همراهی‌شان می‌کنید، احساس ارتباط و تعلق به شما افزایش می‌یابد.

مدیریت ویرین: مدیریت ویرین به معنای پوشش مناسب و زبان بدن حرفه‌ای در تعامل با دیگران می‌باشد. پوشش و زبان بدن دو عامل مهم در جذب دیگران هستند. آن‌ها توانایی ارسال پیام‌های غیرکلامی و انتقال اطلاعات درباره شخصیت، اعتماد، و تعامل فرد را دارند. در این بازی فرد با استفاده از رفتارهای مؤدبانه و باکلاس، پوشش زیبا و چشم‌نواز، رعایت آداب تجاری و در یک‌کلام ایجاد ویرین‌ترین موردپسند جامعه سعی می‌کنند تصویری از خود نمایش دهند که دیگران را نسبت به این موضع اقناع کند که آن‌ها از طبقه اجتماعی بالایی هستند و لایق احترام بیشتری به نسبت بقیه می‌باشند.

گل آفتابگردان: در دنیا گل آفتابگردان به‌عنوان نماد دلگرمی استفاده می‌شود. بازی گل آفتابگردان به معنای این است که در ارتباط با مخاطبانی که قصد جذب آن‌ها را دارید از یک آغاز دلگرم‌کننده استفاده کنید.

چشم جهان‌بین: همواره برای جذب دیگران سعی کنید دنیا از نگاه آن‌ها تماشا کنید. به این صورت می‌توانید پیش‌بینی کنید که هر فرد به دنبال چه چیزهایی خواهد بود. این بازی نه‌تنها برای جذب دیگران کاربرد دارد بلکه برای کنترل دشمنان نیز مؤثر است. یک دیالوگ معروف بیان می‌کند که همواره دوستان خود را نزدیک خود نگه‌دارید و دشمنان خود را نزدیک‌تر. لذا سعی کنید برای نزدیک نگه‌داشتن دیگران به خود دنیا را از چشمان آن‌ها ببینید.

اسمارت فون: حتماً به یاد دارید در دوره ای که رقابت بازار تلفن همراه بین نوکیا و سونی اریکسون برقرار بود، دو شرکت با تکیه بر توسعه ویژگی‌های فنی مانند دوربین و ظرفیت سال‌ها به کار خود ادامه می‌دادند. افرادی مانند استیو جابز این روند را زیر سؤال برده و مفاهیمی مانند تلفن هوشمند را بیان کردند. تلفن هوشمند به معنای تلفن همراهی بود که بسیاری از ویژگی‌های نرم‌افزاری پیچیده در آن قابل ساده‌سازی بود. این اتفاق باعث تغییر روند این بازار شد و امروزه شاهد روندهای دیگری در این بازار می‌باشیم. دقت کنید که آنچه باعث جذابیت و توسعه تلفن هوشمند شد ساده‌سازی بود که در آن صورت گرفته بود. لذا برای جذب دیگران سعی کنید از تسهیل استفاده کنید. بازی اسمارت فون نیز به ساده‌سازی ارتباط و تسهیل اشاره دارد. این تسهیل می‌تواند در بیان یک مفهوم علمی یا کوتاه کردن شیوه کاربردی ابزار و ... باشد ولی هسته مزیت آفرین آن در ساده‌سازی و فهم راحت می‌باشد.

آتش کمپ: یکی از رفتارهای متداول انسان‌ها این است که در کمپ‌های تفریحی خود آتش روشن می‌کنند و در کنار آتش هر کس به قصه‌گویی و تعریف داستان‌هایی می‌پردازد. بازی آتش کمپ نیز اشاره به این دارد که برای جذب دیگران از داستان‌گویی استفاده کنید. فراموش نکنید زبان تمثیل در تحت تأثیر قرار دادن دیگران بسیار کاراست. داستان‌گویی تأثیر قابل‌توجهی در جذب دیگران دارد. و روش قدرتمندی در تعامل با بقیه است و می‌تواند شکل‌دهنده تفکرات و احساسات آن‌ها باشد.

جورچین: بازی جورچین به معنای جذب دیگران از طریق تعامل و مشارکت با آن‌هاست. تعامل داوطلبانه به معنای مشارکت و همکاری افراد به‌طور آزاد و به خواسته شخصی خود در فرآیندهای اجتماعی و سازمانی است.

طاووس مغرور: طاووس با پرهای خیره‌کننده و رنگارنگ خود، به‌عنوان یک نماد برای ظاهر برتر و استعداد طبیعی شناخته می‌شود. طاووس به دلیل جذابیت بصری، فرهنگ بالا، نمایش پرزرق و برق خود نمادی از خودباوری، اعتمادبه‌نفس و است. بازی طاووس نیز به معنای استفاده از اعتمادبه‌نفس در جذب دیگران می‌باشد. اعتمادبه‌نفس یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عوامل در جذب دیگران و ایجاد ارتباطات موفق است. وقتی که شما به خودتان اعتماد دارید و اعتمادبه‌نفس دارید، دیگران نیز به شما اعتماد خواهند داشت و تمایل بیشتری به ارتباط و همکاری با شما خواهند داشت.

فصل ششم

بازی‌های متقاعدسازی

یکی از مهم‌ترین مسائلی که هرروزه افراد با آن مواجه هستند، اقناع و متقاعدسازی دیگران است. متقاعدسازی دیگران به معنای استفاده از دلایل، منطق و استدلال برای قانع کردن آن‌ها، تغییر نظری اقدام به عمل مشخصی است. هدف از متقاعدسازی این است که دیگران را به فهمیدن و پذیرش دیدگاه، عقیده، یا عملی که ما ارائه می‌دهیم، ترغیب کنیم.

متقاعدسازی معمولاً با استفاده از مجموعه‌ای از استدلال‌ها، شواهد، ارقام، آمارها، مثال‌ها و روش‌های قانع‌کننده دیگر انجام می‌شود. افرادی که توانایی متقاعدسازی دارند، توانایی برقراری ارتباط مؤثر با دیگران، درک نیازها و مشکلات آنان و ارائه راه‌حل‌های منطقی را دارا هستند. برای موفقیت در متقاعدسازی، مهارت‌های ارتباطی، قدرت بیان، شناخت مخاطبان، شناخت مسئله و ارائه استدلال‌های قوی و قانع‌کننده از اهمیت بالایی برخوردارند. همچنین، توجه به احساسات و نیازهای مخاطبان و تلاش برای برقراری ارتباط احساسی با آنان نیز در فرآیند متقاعدسازی مؤثر است.

متقاعدسازی می‌تواند در زمینه‌های مختلفی از جمله فروش، سیاست، آموزش، رهبری و ارتباطات بین فردی استفاده شود. هدف اصلی در متقاعدسازی، به دست آوردن توافق، تغییر نظر، تعامل مثبت و همکاری است.

اهمیت متقاعدسازی

متقاعدسازی دیگران به‌عنوان یک مهارت مهم در زندگی و کار موردتوجه قرار می‌گیرد. به دلیل اینکه در بسیاری از مواقع، ما باید دیگران را متقاعد کنیم تا فکر، عقیده و رفتارشان را تغییر دهند. متقاعدسازی به دلایل زیر اهمیت بسیار زیادی دارد.

۱. تحقق اهداف: در بسیاری از موارد، برای رسیدن به هدف‌های خود ما باید دیگران را متقاعد کنیم که به ما کمک کنند یا ما را دنبال کنند. به‌عنوان مثال، در کسب‌وکار، ممکن است بخواهید مشتریان خود را از خرید محصولاتتان متقاعد کنید.

۲. ایجاد تغییر: متقاعدسازی دیگران می‌تواند به‌عنوان یک ابزار برای ایجاد تغییر در جامعه، سازمان و شخصیت شما مورد استفاده قرار گیرد. با متقاعد کردن دیگران، می‌توانید آن‌ها را به تغییر عقیده، رفتار و عملکردشان ترغیب کنید.

۳. بهبود ارتباطات: متقاعدسازی دیگران می‌تواند به‌عنوان یک ابزار برای بهبود ارتباطات مورد استفاده قرار گیرد. با متقاعد کردن دیگران، می‌توانید با آن‌ها ارتباطی بهتری برقرار کنید و روابط خود را بهبود بخشید.

۴. اقتناع: متقاعدسازی دیگران، به شما کمک می‌کند تا توانایی اقتناع خود را بهبود بخشید. با تمرین و به‌کارگیری مهارت‌های متقاعدسازی، می‌توانید به تبلیغات مؤثرتری در کسب‌وکار، مذاکرات موفق‌تر در ارتباطات و یا ترغیب دیگران به تغییرات در سازمان و جامعه دست‌یابید.

در کل، متقاعدسازی دیگران به‌عنوان یک مهارت مهم در زندگی و کار مورد نیاز است و به شما کمک می‌کند تا به هدف‌های خود دست‌یابید و تغییرات بهتری در جامعه و سازمان‌ها به وجود آورید.

تکنیک‌های متقاعدسازی

برای متقاعدسازی، ارتباط مؤثر و مؤثر با شنونده بسیار مهم است. برای این منظور، باید به شناخت مخاطب خود و نیازهای او توجه کنید و سپس با استفاده از تکنیک‌هایی که به نیازهای او پاسخ می‌دهند، پیام خود را ارائه دهید. یکی از مهم‌ترین عوامل در متقاعدسازی، ایجاد اعتماد است. برای ایجاد اعتماد، باید موضوع خود را در قالب یک داستان شخصی و محرمانه ارائه دهید و اطمینان بخشید که شما به نیازهای شنونده توجه دارید و پیام شما مبتنی بر دانش و تجربه است.

همچنین، برای متقاعدسازی، باید از زبان و اصطلاحاتی استفاده کنید که شنونده را درک کند. استفاده از مثال‌های قابل فهم و تصاویر ذهنی، می‌تواند به شنونده درک بهتر موضوع و پیام شما کمک کند.

در نهایت، برای موفقیت در متقاعدسازی، باید به‌دقت به نقاط ضعف و نیازهای شنونده توجه کرد و با استفاده از تکنیک‌های روان‌شناختی و منطقی مناسب، پیام خود را به شنونده ارائه دهید.

تکنیک‌های متقاعدسازی را می‌توان به دو دسته کلی زیر تقسیم کرد: تکنیک‌های روان‌شناختی و تکنیک‌های منطقی. در ادامه به توضیح تکنیک‌های هر دسته می‌پردازیم:

۱. تکنیک‌های روان‌شناختی:

- تکرار: با تکرار ایده یا پیام خود، می‌توانید در ذهن شنونده نفوذ کنید و او را متقاعد کنید.

- تعهد: با خواستار شدن از شنونده که به شما تعهد کند، می‌توانید او را متقاعد کنید. به‌عنوان مثال، اگر شما یک موضوع را به شخصی پیشنهاد می‌کنید، از او خواسته ویژگی‌های مثبت آن را به شما بگوید. این کار باعث می‌شود شنونده بهترین جنبه‌های موضوع را برای خودش مجسم کند و احتمال پذیرش آن بالاتر می‌رود.

- تشویق: با تشویق به شنونده برای پذیرش پیام شما، می‌توانید او را متقاعد کنید. به‌عنوان مثال، با تشویق او به این‌که چگونه می‌تواند از پیام شما استفاده کند، باعث می‌شوید او بهتر پذیرش کند.

- ترساندن: با نشان دادن اینکه به دلیل عدم پذیرش پیام شما، شنونده با مشکلاتی روبرو خواهد شد، می‌توانید او را متقاعد کنید. این روش باید با احتیاط استفاده شود و باید مطمئن شوید که خطرات واقعی و محسوس هستند.

۲. تکنیک‌های منطقی:

- استدلال: با استدلال مستند و منطقی، می‌توانید شنونده را متقاعد کنید. برای استدلال مؤثر، باید از دلایل قوی و مستدل استفاده کنید.

- ارائه شواهد: با ارائه شواهد و مدارک، می‌توانید شنونده را متقاعد کنید. این شواهد می‌توانند شامل آمار، مطالعات و نظرات متخصصان باشند.

- پرسش: با پرسش از شنونده، می‌توانید او را به فکر کردن درباره موضوع خود و پذیرش پیام شما ترغیب کنید.

- تصویرسازی: با تصویرسازی توصیف جزئیات و افعیات و نتایج موفقیت‌آمیز، می‌توانید شنونده را متقاعد کنید. به‌عنوان مثال، اگر شما یک محصول را به شخصی پیشنهاد می‌کنید، با توصیف جزئیات محصول و نتایج موفقیت‌آمیزی که دیگران با استفاده از آن داشته‌اند، می‌توانید شنونده را متقاعد کنید.

- تعارض گزینه‌ها: با مقایسه گزینه‌های مختلف و نشان دادن برتری گزینه شما، می‌توانید شنونده را متقاعد کنید. به‌عنوان مثال، با مقایسه محصول شما با محصولات رقیب و نشان دادن برتری آن، می‌توانید شنونده را به خرید آن ترغیب کنید.

در کل، بهترین روش برای متقاعد کردن دیگران، استفاده از ترکیبی از تکنیک‌های روان‌شناختی و منطقی است. همچنین، برای موفقیت در متقاعدسازی، باید به شناخت هدف و نیازهای شنونده و موضوع مورد نظر توجه کنید.

بازی‌های متقاعدسازی

متقاعدسازی دیگران یک فرآیند چالش‌برانگیز و دشوار است. افراد به دلایل متعددی با شما مخالفت می‌کنند و نیاز است که آن‌ها را قانع کنید. فراموش نکنید برای متقاعدسازی دیگران داشتن یک ظرف تحمل قدرتمند ضروری است و باید آستانه تحمل خود را بالا ببرید. دلایلی که افراد با ما مخالفت می‌کنند شامل موارد ذیل می‌باشد:

1. تفاوت‌های نظری: افراد دارای تجربیات، اعتقادات، و ارزش‌های مختلفی هستند. تفاوت‌های نظری می‌تواند باعث شود که متقاعدسازی آن‌ها دشوار شود، زیرا ممکن است دیدگاه‌های متفاوتی به مسئله داشته باشند و انتظار داشتن تغییر نظر از آن‌ها ممکن است دشوار باشد.
2. مقاومت به تغییر: بسیاری از افراد به‌طور طبیعی مقاومت به تغییر دارند و این ممکن است باعث شود که انطباق به نظرات یا ایده‌های جدید دشوار باشد. ممکن است افراد ترس از دست دادن اعتبار، نگرانی‌های اقتصادی یا حتی عدم اطمینان به تغییرات باعث شود که متقاعدسازی به سختی انجام شود.
3. عوامل انسانی: افراد اغلب به وجود احساسات و عواطف پاسخ می‌دهند و این ممکن است باعث شود که تصمیم‌گیری‌هایشان را به‌صورت منطقی نکنند. افراد ممکن است با توجه به احساسات خود به مسائل نگاه کنند و ترجیح بدهند به احساسات و عواطف خود پایبند باشند تا به منطق و دلایل متقاعد شوند.
4. فرهنگ و شیوه‌های فکری: فرهنگ و شیوه‌های فکری می‌توانند به‌شدت تأثیرگذار باشند. افراد ممکن است با توجه به محیط اطراف خود، به مسائل نگاه کنند و نظریه‌ها و دیدگاه‌های جدید را رد کنند چون با فرهنگ و شیوه‌های فکری خود سازگار نیستند.
5. کمبود اطلاعات: برخی از افراد ممکن است به دلیل کمبود اطلاعات یا اطلاعات نادرست، نسبت به تغییرات و ایده‌های جدید مقاومت نشان دهند. عدم آگاهی از اطلاعات صحیح می‌تواند به مانع متقاعدسازی شود.
6. فشارهای اجتماعی: فشارهای اجتماعی می‌تواند از جمله عللی باشد که افراد را از تغییر نظر باز می‌دارد. این فشار می‌تواند از طریق خانواده، دوستان، همکاران یا جامعه اطراف ایجاد شود.

هرچند که متقاعدسازی می‌تواند دشوار باشد، اما با استفاده از روش‌ها و راهبردهای مناسب و احترام به نظرات دیگران، می‌توان این فرآیند را موفق‌تر کرد. همچنین، شناخت علل مقاومت افراد و بهبود مهارت‌های ارتباطی نیز می‌تواند به شما در این زمینه کمک کند. در این فصل بازی‌های متقاعدسازی دیگران برای این منظور ارائه می‌شوند که در اقلان دیگران حرفه‌ای‌تر، مؤثرتر و راحت‌تر عمل کنید. در ادامه فصل بازی‌های مربوط به متقاعدسازی آورده شده‌اند:

شب مهتابی: ماه در شب‌های مهتابی صورت برجسته‌ای دارد و بازی شب مهتابی نیز به معنای برجسته کردن اختلاف و شفاف‌سازی در راستای متقاعد کردن طرف مقابل است. این بازی در تعارضات کاربرد داشته و چنانچه تعارض شخصی نبوده و بر مسیر انجام باشد، مؤثر است. برجسته‌سازی اختلاف‌ها در فرآیند متقاعدسازی می‌تواند تأثیرات متنوعی داشته باشد.

روانشناسی تربیتی: در ارتباط با دیگران باید آن‌ها را روانشناسی نماییم. دو نوع روانشناسی داریم که شامل روانشناسی تنبیهی و تربیتی هستند. در روانشناسی تنبیهی از ابزارهای تنبیهی و سرزنشی بهره برده می‌شود که انسجام کلام ما را کم می‌کند ولی در روانشناسی تربیتی از کمک و حمایت استفاده می‌شود که انسجام ما زیاد می‌کند. بازی روانشناسی تربیتی به معنای استفاده از تکنیک‌های روانشناسی در راستای متقاعدسازی است.

آئلیه عکاسی: رفتار رایج عکاسان پس از عکس‌برداری این است که در مورد عکس بازخورد مشتری را می‌گیرند، بازی آئلیه عکاسی به معنای گرفتن بازخورد در راستای متقاعدسازی است. در صورت بروز اختلافات می‌توانیم نظر طرف مقابل را جویا شده و با گرفتن بازخورد ریشه اختلافات را کشف و برطرف نماییم. گرفتن بازخورد نشانه صمیمیت و توجه به حل مسائل می‌باشد که در جذب و حفظ طرف مقابل مؤثر است.

امضای رنگین: امضای رنگین سمبلی از خودنمایی است. امضای رنگین به معنای این است که ابزارهای ویتربینی خود مانند مدارک تحصیلی، تجارب و جایگاه علمی را برای دیگران بیان کنیم تا با استفاده از جایگاه خود آن‌ها را متقاعد کنیم. دقت کنید که افراد حرفه‌ای خود را چارچوب توانمندی‌های خود تعریف می‌کنند و ابزارهای ویتربینی نقش دورچین غذا را برای آن‌ها دارد لذا اگر در استفاده از این بازی اطمینان ندارید سکوت کنید.

بخ گرم: بخ گرم به معنای فردی است که نظر دیگری را قبول ندارد ولی پذیرش سطحی و تائید صوری انجام می‌دهد تا به مسیر خود ادامه دهد. این بازی یک بازی منفی بوده و در راستای متقاعدسازی موقت طرف مقابل انجام می‌شود.

پوکرفیس: بازی پوکرفیس به مفهوم تسلط بر زبان بدن است. به‌گونه‌ای که طرف مقابل متوجه نقاط ضعف ما نشود. زبان بدن در برخی فرهنگ‌ها پرکاربرد و در برخی کم‌کاربرد است، لذا در کاربرد آن به فرهنگ جامعه توجه کنید. زبان بدن نقش مهمی در متقاعدسازی دیگران ایفا می‌کند. زمانی که شما به‌طور صحیح از زبان بدن خود استفاده می‌کنید، می‌تواند پیام‌هایی را به دیگران منتقل کند که از اهمیت بسیاری برخوردارند.

اسکیمو فداکار: اسکیموها به‌عنوان نمادی از فداکاری در شرایط سخت شناخته می‌شوند. به عبارتی این مردم غالباً منفعت شخصی و طمع ندارند و برای هدفی واحد می‌جنگند. بازی اسکیمو فداکار نیز به نشانه نداشتن طمع به جایگاه طرف مقابل بوده و به معنای این است که فرد به دنبال کردن رفتار حرفه‌ای و درست مبادرت می‌کند. عدم داشتن طمع می‌تواند تأثیرات مثبتی بر فرآیند متقاعدسازی دیگران داشته باشد.

جوکر: حالات چهره بخشی از زبان بدن می‌باشند. بازی جوکر مانند بازی پوکرفیس به معنای عدم نمایش زبان بدن و مهندسی چهره باشد. حالت چهره نقش مهمی در متقاعدسازی دیگران ایفا می‌کند. حالت چهره شما می‌تواند احساسات، نگرانی‌ها، و اعتقادات شما را به دیگران منتقل کند و تأثیر مهمی در تعاملاتتان داشته باشد.

بنده مبارک: مولانا داستانی را روایت می‌کند که فردی که یکی از انبیا الهی را مسخره می‌کرده است بعد از چندی دهان‌کجی به نبی الهی، دهانش کج باقی می‌ماند و مورد تمسخر جامعه قرار می‌گیرد. این فرد به سراغ آن نبی رفته و از وی عذرخواهی می‌کند. مولانا در بیتی می‌گوید آخر هر گریه ، آخر خنده‌ای است / مرد آخرین ، مبارک بنده‌ای است. بازی بنده مبارک به معنای سبک و سنگین کردن کار قبل از اقدام، مشخص کردن پیامد، شفاف کردن کارها و دلایل انجام آن‌ها پیش از شروع است. عاقبت سنجی یا پیش‌بینی نتایج و عواقب ممکن یک تصمیم یا اقدام می‌تواند تأثیرات قابل توجهی در فرآیند متقاعدسازی دیگران داشته باشد.

ارابه موسیقی: بازی ارابه موسیقی بر پایه اثر ارابه موسیقی در رفتارهای اجتماعی است. اثر ارابه موسیقی به پدیده‌ای گفته می‌شود که مردم به دلیل اینکه بسیاری از افراد دیگر همان نظری رفتار را دارند، با آن پیوست

می‌کنند، بدون اینکه به شواهد یا منطق توجه کنند. در واقع این بازی به این جمله معروف اشاره می‌کند که گر خواهی نشوی رسوا، هم‌رنگ جماعت شو.

کتاب باز: یکی نماد از شفافیت، صراحت و روشن‌گری در جهان کتاب باز است. کتاب باز اغلب به‌عنوان یک الگوی شفافیت، روشن‌گری و استعداد به اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات به‌طور آشکار استفاده می‌شود. این بازی نشان‌دهنده ایده روشن‌گری و صراحت بوده به معنای پنهان نکردن هیچ چیز و آمادگی برای شفافیت در افشای افکار و احساسات به دیگران است

عینک بزرگ: عینک بزرگ معمولاً به‌عنوان یک نماد شوخ‌طبعی و طنز در نقش‌ها و عکس‌ها استفاده می‌شود. بازی شوخ‌طبع بودن برای متقاعدسازی دیگران به‌عنوان بازی عینک بزرگ شناخته می‌شود. شوخ‌طبع بودن در محیط کار می‌تواند به ایجاد یک محیط کاری جذاب و تیمی خلاق و متحد کمک کند، اما باید به خاطر داشت که شوخی در محیط کار باید مناسب و محترمانه باشد.

دارکوب مصمم: بازی دارکوب به‌طور خلاصه بیان می‌کند که تکرار در بیان یک موضوع در بسیاری از مواقع می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد و باعث اقناع طرف مقابل شود. تکرار در ارتباط با متقاعدسازی، به‌عنوان یکی از راه‌های مؤثر برای تقویت قدرت اثرگذاری در دیگران شناخته شده است. تکرار می‌تواند به‌عنوان یکی از روش‌های افزایش قابلیت توجه و درک شنوندگان نسبت به پیام ارائه شده، مؤثر باشد.

رخ کانت: کانت یکی از برجسته‌ترین فیلسوفان قرن هجدهم میلادی و دوران روشن‌گری است. او به‌عنوان پدر فلسفه مدرن شناخته می‌شود و در زمینه‌های مختلفی از جمله اخلاق، منطق، فلسفه سیاسی و فلسفه دین فعالیت داشته است. بازی رخ کانت به معنای استفاده از استدلال و استنتاج برای متقاعدسازی دیگران است. استدلال و استنتاج فعالیت‌های کلیدی در فرآیند متقاعدسازی دیگران هستند. وقتی که شما نیاز دارید که دیگران را متقاعد کنید، ارائه استدلال منطقی و مناسب و استفاده از استنتاج‌های قوی می‌تواند به شما در دستیابی به هدف‌تان کمک کند.

نبوغ شکسپیر: در تاریخ ادبیات و شعر، بسیاری از نویسندگان و شاعران از زبان تمثیل بهره برده‌اند و نمونه‌های بسیاری از آثار ادبی را می‌توان به‌عنوان نمونه‌های برجسته زبان تمثیل معرفی کرد. اما در میان نویسندگان و شاعران مشهور، شاید ویلیام شکسپیر بتواند به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین شاعران و نویسندگانی که از زبان تمثیل

استفاده کرده‌اند، نام برده شود.. بازی نوغ شکسپیر به معنای استفاده از زبان تمثیل برای اقتناع و متقاعدسازی دیگران است. استفاده از زبان تمثیل یکی از روش‌های مؤثر برای متقاعدسازی دیگران است. زبان تمثیل به شما اجازه می‌دهد که پیام‌ها و ایده‌های خود را به‌صورت شیرین و جذاب ارائه دهید و به آن‌ها اثربخشی بیشتری ببخشید.

کلاه شاهزاده: کلاه شاهزاده به‌عنوان یک نماد از خلاقیت و آزادی اندیشه در فضای شهری شهر نیویورک شناخته می‌شود. کلاه شاهزاده نمادی آزادی هنری و امکان تبدیل فضای شهری به یک نمایشگاه هنر عمومی است. نماد کلاه شاهزاده یکی از نمادهای جذاب شهری است که با کمک هنر، زیبایی و رنگ‌ها، فضای شهری را تغییر می‌دهد و ارتباط مستقیم بین هنر و جامعه را تقویت می‌کند. بازی کلاه شاهزاده نیز به‌عنوان بازی استفاده از خلاقیت برای اقتناع دیگران شناخته می‌شود. خلاقیت و متقاعدسازی دیگران دو ویژگی که به‌شدت ترکیب می‌شوند و باهم تعامل دارند.

پرچم افراشته: در دنیای امروز، پرچم به‌عنوان یک نماد و سمبل عامه‌پسند شناخته می‌شود. پرچم به‌عنوان نماد وحدت و هویت ملی، از دیرباز در فرهنگ‌ها و تمدن‌های مختلف به کار گرفته‌شده است و با توجه به شناخته شدن و قابلیت درک آسان، به‌عنوان یک نماد و سمبل عامه‌پسند، در ادبیات، هنر، تبلیغات، تبلیغات سیاسی و تبلیغات تجاری به‌طور گسترده استفاده می‌شود. بازی پرچم نیز به‌عنوان استفاده از مفاهیم عامه‌پسند در سخنان و مذاکره است. استفاده از مفاهیم عامه‌پسند در متقاعدسازی دیگران یکی از روش‌های مؤثر و قدرتمند است.

خودروی کلاسیک: یکی از معروف‌ترین نمادهای نوستالژی، خودروهای قدیمی است. خودروهای قدیمی به‌عنوان یک نماد نوستالژی شناخته می‌شوند. بازی خودروی کلاسیک به معنای استناد به برخی از موارد مربوط با مسائل نوستالژیک در صحبت‌ها و مذاکرات است. استفاده از نوستالژی یکی از راه‌های قوی برای متقاعدسازی دیگران است.

علامت سؤال: یکی از نمادهای و سمبل‌های تأکیدی در دنیا، علامت سؤال (؟) است. علامت سؤال به‌عنوان نماد و سمبل پرسشگری، به افراد کمک می‌کند تا پرسش‌های خود را بیان کنند و درخواست پاسخ از دیگران را داشته باشند. بازی علامت سؤال به معنای استفاده از استفهام انکاری برای متقاعدسازی دیگران است استفهام انکاری یکی از روش‌های مؤثر در متقاعدسازی دیگران است. این استراتژی، به معنای پرسش سؤالاتی است که باعث

تردید و ترس از عدم قبولی یا درستی نظرات یا اعتقادات شخص مخاطب می‌شود. استفهام انکاری باعث فکر و تأمل در موضوع مورد بحث می‌شود و افراد را به اعتراض به نظرات خود می‌کشاند. چند نمونه سؤال کاربردی در این زمینه شامل موارد زیر هستند :

- ❖ آیا شما مطمئن هستید که این نظر صحیح است؟
- ❖ آیا اطمینان دارید این راه‌حل بهترین راه‌حل ممکن است؟
- ❖ آیا این مسئله را از همه جنبه‌ها در نظر گرفته‌اید؟
- ❖ آیا از نتایج احتمالی این تصمیم آگاه هستید؟
- ❖ آیا از تجربیات گذشته مطمئن هستید که این راه‌حل کارآمد است؟
- ❖ آیا مطمئنید این اعتقاد به‌اندازه کافی توجیه شده است؟

گل سرخ: گل سرخ به‌عنوان نماد و سمبل قربانی بودن، به دلیل اینکه به نمایندگی از خون و صدمات جسمانی استفاده می‌شود. بازی گل سرخ به معنای قربانی کردن یک فرد یا یک منفعت و فرصت است که در راستای حفظ وضعیت موجود استفاده می‌شود. قربانی کردن یکی از روش‌های متقاعدسازی است که در آن فرد تلاش می‌کند خود را به‌عنوان قربانی نشان دهد تا دیگران را متقاعد کند.

شمع سوزان: شمع سوزان یکی از نمادهایی است که در برخی فرهنگ‌ها به‌عنوان نماد اثربخشی بصری سازی استفاده می‌شود. شمع به دلیل شکل و خصوصیات خود، به‌عنوان نمادی از هوشیاری در برخی فرهنگ‌ها به کار می‌رود. بازی شمع سوزان به معنای این است که از بصری سازی و محتوای بصری برای اقناع و متقاعدسازی دیگران بهره ببرید.

برق نگاه: برق به‌عنوان یک نماد از نگاه و قدرت کاریزماتیک در بسیاری از فرهنگ‌ها شناخته شده است. برق به دلیل خصوصیات خود نظیر قدرت، سرعت، نورانی بودن و انرژی، به‌عنوان یک نماد از نگاه و قدرت کاریزماتیک به کار می‌رود. بازی برق نگاه به معنای استفاده از کشش شخصیت و کاریزما برای متقاعدسازی دیگران است.

صبر ایوب: صبر ایوب به‌عنوان نمادی از صبر و شکیبایی، در فرهنگ اسلامی شناخته شده است. بازی صبر ایوب به معنای استفاده از صبر در راستای متقاعدسازی، فرصت‌یابی و توسعه شبکه کاری می‌باشد. صبر یکی از مهارت‌های مهم در توسعه شبکه کاری و ارتقاء ارتباطات حرفه‌ای است.

شرلوک هولمز: شرلوک هولمز یکی از شخصیت‌های مشهور سینمایی است. او نقش یک کارآگاه خصوصی را که به‌طور عمد بر اساس منطق و استدلال تحلیلی عمل می‌کند. بازی شرلوک هولمز که به‌عنوان بازی حرکت فیلسوفانه نیز شناخته می‌شود بدین معناست که بدون دلیل و منطق کاری را انجام ندهید. رفتار منطقی و مستدل می‌تواند تأثیر بسیار مثبتی بر متقاعدسازی دیگران داشته باشد. وقتی که شما به مخاطبان خود نشان می‌دهید که دارای منطق و استدلال قوی هستید، احتمالاً آن‌ها بیشتر به شما گوش می‌دهند و ممکن است به آراء و دیدگاه‌های شما توجه بیشتری کنند.

بین یانگ: بین یانگ در فلسفه چینی نمادی از تضاد و تعادل است. بازی بین یانگ به معنای استفاده از افعال معکوس در مذاکره و جلسات در رابطه با بقیه است. استفاده از افعال معکوس به معنای استفاده از عباراتی چون "از شما انتظار نداشتم" یا "از شما بعید بود" یا "از شنیدن چنین متأسفم" است. استفاده از افعال معکوس برای متقاعدسازی دیگران استفاده می‌شود. استفاده از افعال معکوس مثل "از شما انتظار نداشتم" یا "متأسفم که این جمله می‌شنوم" می‌تواند در مواقع خاص به تأثیر مثبتی در متقاعدسازی دیگران داشته باشد. این افعال معکوس معمولاً به‌عنوان جلب‌توجه یا ترتیب دادن به دیگران برای تغییر نگرش و رفتارشان به کار می‌روند.

جنگ نامتقارن: جنگ نامتقارن یک مفهوم نظامی است که به نوعی جنگ اشاره دارد که در آن طرف‌ها در قدرت نظامی و منابع مختلف نامتقارن هستند. بازی جنگ نامتقارن به استفاده از تئوری فشار در راستای متقاعدسازی دیگران اشاره دارد. تئوری فشار یک مدل ارتباطی است که در راستای متقاعدسازی دیگران استفاده می‌شود. این تئوری بر این اصل تکیه می‌کند که افراد ممکن است تحت تأثیر فشار و تأثیرگذاری دیگران قرار گیرند و به عقاید و نگرش‌های آن‌ها پایبند شوند.

فصل هفتم

بازی‌های درگیرانه

این فصل درباره رفتارهای جسورانه و درگیرانه در محیط کسب‌وکار می‌باشد. رفتارهای جسورانه و درگیرانه در محیط کار، دو نوع رفتار متفاوت هستند که از لحاظ تأثیرات و اثرات آن‌ها بر روی سازمان متفاوت است.

رفتارهای جسورانه به معنای شکستن مرزهای راحتی و تجربه‌ی چالش‌های جدید و پیچیده در محیط کار است. افرادی با رفتارهای جسورانه، معمولاً برای رسیدن به اهداف بزرگ‌تر و چالش‌های جدید تلاش می‌کنند. این نوع رفتارها ممکن است در مواقعی که سازمان با مشکلاتی روبروست، مانند شرایط اقتصادی نامطلوب، رقابت شدید و ... به کار گرفته شوند. در این شرایط، افراد با رفتارهای جسورانه، با تلاش برای پیدا کردن راه‌حل‌های خلاقانه، به توسعه و رشد سازمان کمک می‌کنند.

رفتارهای درگیرانه شامل مسائلی مانند ناتوانی در مدیریت و کنترل احساسات، تمایل به ایجاد دشمنی‌ها و انحراف از اهداف سازمانی است. این نوع رفتارها ممکن است باعث کاهش همکاری و افزایش تنش در سازمان شوند و در نتیجه به کاهش عملکرد سازمان منجر شوند.

به‌عنوان مثال، یک کارمند برای رسیدن به جایگاه بالاتر، به‌جای رقابت با دیگر کارمندان به دنبال ایجاد دشمنی‌ها و تحریک افراد دیگر می‌شود و این ممکن است باعث بروز تنش در سازمان شود.

به‌طورکلی، رفتارهای جسورانه و درگیرانه، تأثیرات مثبت و منفی بسیاری در محیط کسب‌وکار دارند. به همین دلیل، مهارت در مدیریت و کنترل این نوع رفتارها در سازمان بسیار مهم است و باید از روش‌های مناسبی برای مدیریت و کنترل این رفتارها استفاده شود.

اهمیت رفتارهای جسورانه و درگیرانه

رفتارهای جسورانه و درگیرانه در محیط کسب‌وکار به دلیل تأثیرات مثبت و منفی آن‌ها، اهمیت بسیاری دارند. به‌طورکلی، رفتارهای جسورانه و درگیرانه در دو دسته قرار می‌گیرند: که شامل رفتارهای سازنده و رفتارهای

مخرب می‌شود. رفتارهای سازنده می‌توانند به رشد و توسعه سازمان کمک کنند، درحالی‌که رفتارهای مخرب می‌توانند منجر به کاهش کارایی و افت اعتبار سازمان شوند.

در مورد رفتارهای جسورانه، می‌توان گفت که در محیط کسب‌وکار، این نوع رفتارها می‌توانند به افزایش روحیه کاری و تعاملات مؤثر در سازمان کمک کنند. افراد جسورانه، معمولاً از موقعیت‌های چالش‌برانگیز استفاده می‌کنند و به دنبال رسیدن به اهداف بزرگ‌تر هستند. این رفتارها ممکن است باعث ایجاد فرصت‌های جدید و بهبود فرآیندهای کاری شوند.

در مقابل، رفتارهای درگیرانه می‌توانند باعث کاهش همکاری و افزایش تنش در سازمان شوند. رفتارهای درگیرانه شامل مسائلی مانند ناتوانی در مدیریت و کنترل احساسات، تمایل به ایجاد دشمنی‌ها و انحراف از اهداف سازمانی می‌شوند. این نوع رفتارها ممکن است باعث ایجاد مشکلات بین اعضای سازمان، کاهش کارایی و افت اعتبار سازمان شوند.

به‌طورکلی، افراد با رفتارهای درگیرانه و جسورانه می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی بسیاری در محیط کسب‌وکار داشته باشند.

تأثیرات مثبت رفتارهای جسورانه و درگیرانه:

- افزایش روحیه کاری: افرادی که رفتارهای جسورانه دارند، معمولاً برای رسیدن به اهداف بزرگ‌تر و چالش‌های جدید تلاش می‌کنند، بنابراین این رفتارها می‌توانند روحیه کاری و انگیزه افراد را افزایش دهند.
- ایجاد فرصت‌های جدید: افراد با رفتارهای جسورانه، معمولاً از فرصت‌هایی که در اختیارشان قرار می‌گیرد، بهترین استفاده را می‌کنند و با ایجاد فرصت‌های جدید، می‌توانند به رشد و توسعه سازمان کمک کنند.
- افزایش خلاقیت و نوآوری: افرادی با رفتارهای جسورانه، معمولاً به دنبال راه‌حل‌های جدید و خلاقانه هستند، بنابراین این رفتارها می‌توانند خلاقیت و نوآوری در سازمان را افزایش دهند.
- افزایش تعاملات مؤثر: افرادی با رفتارهای جسورانه، معمولاً به دنبال برقراری تعاملات مؤثر و کارآمد با دیگران هستند، بنابراین این رفتارها می‌توانند به بهبود همکاری و ارتباطات داخلی سازمان کمک کنند.

تأثیرات منفی رفتارهای جسورانه و درگیرانه:

- کاهش همکاری و افزایش تنش: رفتارهای درگیرانه ممکن است باعث کاهش همکاری و افزایش تنش در محیط کار شوند و در نتیجه عملکرد سازمان را نیز تحت تأثیر قرار دهند.
 - کاهش اعتبار سازمان: رفتارهای درگیرانه ممکن است باعث کاهش اعتبار سازمان در نظر کارکنان و مشتریان شوند و در نتیجه به شکست سازمان و کاهش درآمد منجر شوند.
 - ایجاد دشمنی‌ها: رفتارهای درگیرانه ممکن است باعث ایجاد دشمنی‌ها و انحراف از اهداف سازمانی شوند و در نتیجه به بهبود سازمان کمک نکنند.
- بنابراین، در محیط کسب‌وکار، مهارت در مدیریت و کنترل رفتارهای جسورانه و درگیرانه بسیار مهم است. برای این منظور، می‌توان از روش‌هایی مانند آموزش مدیریت احساسات، تقویت توانایی‌های ارتباطی و همکاری، تشویق رفتارهای سازنده و از بین بردن رفتارهای مخرب و ایجاد فرهنگ سازمانی سالم و مبتنی بر همکاری و احترام استفاده کرد. در نتیجه، مدیران و کارکنان می‌توانند در محیط کار به‌عنوان یک تیم موفق عمل کرده و به رشد و توسعه سازمان کمک کنند.
- بنابراین، مهم است که افراد در محیط کسب‌وکار، مهارت‌های لازم برای مدیریت و کنترل رفتارهای جسورانه و درگیرانه را داشته باشند. همچنین، ایجاد فرهنگ سازمانی سالم و مبتنی بر همکاری و احترام، می‌تواند به کاهش رفتارهای درگیرانه و افزایش رفتارهای جسورانه سازنده کمک کند.

تکنیک‌های رفتار جسورانه

برای داشتن رفتارهای جسورانه، می‌توانید از تکنیک‌های زیر استفاده کنید:

۱. شناسایی ترس‌ها: ابتدا باید ترس‌ها و موانعی که شما را از اقدام جسورانه باز می‌دارند را شناسایی کنید. بررسی کنید که چه چیزهایی شما را از خارج شدن از ناحیه راحتی‌تان مانع می‌کند و به‌طور صادقانه با خودتان درباره ترس‌ها صحبت کنید.
۲. تعیین اهداف: برنامه‌ریزی و تعیین اهداف مهم است. ابتدا باید هدفی را که می‌خواهید با رفتار جسورانه خود برای خودتان بسازید، تعیین کنید. هدف باید واقع‌بینانه، قابل قبول و قابل اندازه‌گیری باشد.

۳. گام‌های کوچک: به‌جای پریدن به یک تغییر بزرگ و ناگهانی، شروع به اقدام با گام‌های کوچک کنید. مراحل کوچک و قابل‌اجرا کمک می‌کنند تا شما با موفقیت‌های کوچک ارتباط برقرار کنید و اعتمادبه‌نفس خود را تقویت کنید.

۴. تمرین و تمرکز: تمرین باعث افزایش مهارت‌های شما در رفتارهای جسورانه می‌شود. مانند هر مهارت دیگری، تمرین و تمرکز به شما کمک می‌کند تا بر روی نقاط ضعف خود کار کنید و موقعیت‌های چالش‌برانگیز را به‌خوبی مدیریت کنید.

۵. خودشناسی: برای داشتن رفتارهای جسورانه، شما باید خودتان را بشناسید و به نقاط قوت و ضعف خودتان آگاهی داشته باشید. با شناخت خود، می‌توانید بر روی قدرت‌هایتان سازگاری بیشتری داشته باشید و در زمینه‌هایی که نیاز به تقویت دارند، کار کنید.

۶. تحمل خطا: رفتارهای جسورانه شامل ریسک‌ها و احتمال خطا است. باید آماده باشید که اشتباهات را بپذیرید و از آن‌ها یاد بگیرید. برخورد با خطاها به‌عنوان یک فرصت برای رشد و یادگیری در نظر بگیرید.

۷. حمایت و همکاری: اطرافیانی که شما را تشویق و حمایت می‌کنند، می‌توانند به شما در داشتن رفتارهای جسورانه کمک کنند. اشتراک‌گذاری اهداف و تجاربتان با افراد قابل‌اعتماد، احساس حمایت و انگیزه را برای شما ایجاد می‌کند.

۸. تکرار و پافشاری: مهم‌ترین عامل در داشتن رفتارهای جسورانه، تکرار و پافشاری است. برای تقویت رفتارهای جدید و جسورانه، باید آن‌ها را به‌صورت منظم و پیوسته تمرین کنید.

به خاطر داشته باشید که تغییر رفتارها و عادات زمان می‌برد. به خودتان وقت بدهید و تدریجاً با تمرین و پشتکار، رفتارهای جسورانه را در زندگی خود به وجود آورید.

تکنیک‌های رفتارهای درگیرانه

رفتارهای درگیرانه در محیط کار، به هر نوع رفتاری اشاره دارد که باعث ایجاد اختلافات و تنش‌ها در محیط کار می‌شود. این رفتارها ممکن است توسط کارمندان، مدیران یا هر فرد دیگری که در محیط کار حضور دارد، انجام شود. برخی از رفتارهای درگیرانه در محیط کار عبارت‌اند از:

۱. توهین: این شامل توهین به افراد، انتقادهای نامناسب، استفاده از زبان خشن و ناشایست و یا دادن کارهایی که با شغل فرد هیچ ارتباطی ندارد می‌شود.
 ۲. انتقال اطلاعات نادرست: این شامل توزیع اطلاعات نادرست یا افترا به افراد دیگر و یا چپش اطلاعات به نحوی که باعث بی‌ثباتی و عدم اعتماد می‌شود.
 ۳. رفتارهای تحریک‌آمیز: این شامل داد و فریاد، صحبت کردن با صدای بلند، ایجاد موقعیت‌های ناراحت‌کننده و یا تهدید به خشونت جسمی یا تجربه‌های خشونت‌آمیز می‌شود.
 ۴. عدم همکاری: این شامل عدم ارسال اطلاعات به زمان مناسب، رفتارهای سرکوب‌کننده، عدم همکاری در پروژه‌ها و ارتباطات و یا عدم انجام وظایف مربوط به شغل می‌شود.
 ۵. سبک رهبری نامناسب: این شامل رهبری خشن، دستورات نامناسب، استفاده از قدرت برای کنترل، تمرکز بر خطاها و نقص‌های کارکنان و یا رهبری غیرمنصفانه می‌شود.
- این رفتارها می‌توانند باعث ایجاد تنش در محیط کار، کاهش اعتماد و همکاری، کاهش عملکرد و افزایش نرخ استعفا شوند. بهتر است که سازمان‌ها سیاست‌های مناسبی را برای پیشگیری و مدیریت رفتارهای درگیرانه در محیط کار تدوین کنند.

مدیریت رفتارهای درگیرانه و جسورانه

همان‌طور که گفته شد، رفتارهای درگیرانه می‌توانند در محیط کار به مشکلاتی از جمله کاهش کیفیت کار، افزایش نرخ استعفا، کاهش اعتماد و همکاری، افزایش تنش و افزایش هزینه‌های سازمانی منجر شوند. بنابراین، مدیران باید سیاست‌هایی را برای پیشگیری و مدیریت این رفتارها در محیط کار اتخاذ کنند. در ادامه، به برخی از راهکارهای پیشگیری و مدیریت رفتارهای درگیرانه در محیط کار اشاره می‌کنیم:

۱. تعیین سیاست‌های مناسب: سازمان‌ها باید سیاست‌های مناسبی را برای جلوگیری از رفتارهای درگیرانه تعیین کنند. این سیاست‌ها می‌توانند شامل اصول اخلاقی، روش‌های ارتباطی صحیح، اصول مدیریت تنش و رفتارهای درگیرانه و تحریم‌های مناسب باشند.
۲. ارائه آموزش: کارکنان باید آموزش‌های مناسبی در مورد شناخت رفتارهای درگیرانه و چگونگی پیشگیری و مدیریت آن‌ها دریافت کنند.

۳. فراهم کردن فضای کاری مناسب: سازمان‌ها باید فضای کاری مناسب و امنی را برای کارکنان فراهم کنند. این شامل ارائه امکاناتی مانند سیستم‌های ارتباطی، اصول ایمنی و بهداشت کار، فرهنگ‌سازمانی مناسب و پشتیبانی از کارکنان در مواجهه با رفتارهای درگیرانه است.

۴. مدیریت تنش: مدیران باید تلاش کنند تا در محیط کار، تنش و فشارهای اضافی را کاهش دهند. این شامل ارائه روش‌های مناسب برای مدیریت استرس، تعیین اهداف و کارهای مشترک و ایجاد فضای کاری دوستانه است.

۵. حمایت از کارکنان: سازمان‌ها باید کارکنان را در مواجهه با رفتارهای درگیرانه حمایت کنند. این شامل ایجاد فرصت‌های مناسب برای شکایت و گزارش رفتارهای درگیرانه، پشتیبانی در مواجهه با تنش‌های کاری و تلاش برای حل مسائل است.

به‌طورکلی، پیشگیری و مدیریت رفتارهای درگیرانه در محیط کار می‌تواند بهبود ارتباطات، افزایش همکاری و بهبود کیفیت کار را تضمین دهد. در این راستا، سازمان‌ها باید تلاش کنند تا با تعیین سیاست‌های مناسب، ارائه آموزش و فضای کاری مناسب، مدیریت تنش و حمایت از کارکنان، به پیشگیری و مدیریت رفتارهای درگیرانه در محیط کار بپردازند. همچنین، در صورت بروز رفتارهای درگیرانه، باید برای مدیریت و حل مسائل، سیاست‌های مناسب و فرآیندهای شفاف و قابل‌اعتماد تعیین کرد. درنهایت، در صورتی که رفتارهای درگیرانه موجب ایجاد مشکلات جدی شده باشد، ممکن است نیاز به تدوین سیاست‌ها و فرآیندهای قانونی جهت مدیریت آن‌ها باشد.

بازی‌های درگیری و جسارت

بازی‌های درگیری و جسارت در ادامه فصل آورده شده‌اند. دقت کنید توصیه کلی بر عدم استفاده از این بازی‌هاست.

تلخک دربار: تلخک فردی است که با تمسخر بقیه باعث خنده دربار شاه می‌شود. بازی تلخک به معنای استفاده از رفتارهای شوخی‌آمیز برای دست‌کم‌گیری دیگران است. این رفتارها ممکن است به‌منظور تحقیر، ذلت کردن،

دست کم گرفتن یا نادیده گرفتن فرد یا گروهی باشند. معمولاً از این رفتار در مواقعی استفاده می‌شود که فرد یا گروهی به شکلی بی‌عیب و نقص درآمده باشند و افراد دیگر تلاش می‌کنند تا ارزش یا جایگاه آن‌ها را کم کنند.

بج سینه: بج لباس و سیله‌ای است که به‌عنوان ابزار معرفی استفاده می‌شود. در واقع بج نشان سازمانی است که فرد به سینه می‌زند. بازی بج سینه به معنای نوعی جانب‌داری، معرفی و افتخار به مجموعه و گروهی است که فرد استفاده‌کننده عضو آن است.

حلیم همسایه: در ادبیات فارسی اصلاحی رایج است که می‌گوید "نون منو می‌خوری، حلیم همسایه رو هم می‌زنی". گرچه تعبیر مختلفی از این عبارت وجود دارد ولی جنبه منت‌گذاری آن مراد ما از بیان این اصطلاح است. این بازی به معنای منت‌گذاری در راستای درگیری است. منت‌گذاری با هدف تخریب یک رفتار منفی و مخرب است که به‌منظور آسیب زدن به فرد یا گروهی مورد نظر انجام می‌شود.

شعله خاموش: شعله‌های خاموش یا مرده به‌عنوان نماد بی‌توجهی به افراد شناخته می‌شود. بی‌توجهی به‌عنوان یک رفتار درگیرانه معمولاً به معنای نادیده گرفتن یا عدم توجه به موضوع یا فردی است که ممکن است در نتیجه ناخواسته‌ای ایجاد تعارض یا اختلاف شود. این نوع رفتار ممکن است به دلیل دلایل مختلفی ایجاد شود، از جمله عدم توافق، عدم علاقه، یا تمایل به اجتناب از مواجهه با موضوعی ناراحت‌کننده است.

اسب و میخ: در فرهنگ مغول، تصویر اسب و میخ که با یکدیگر تعادل می‌سازند، به معنای تفاوت‌ها و جدلهایی است که برای تعادل و تفاهم در زندگی و اجتماع لازم است. این بازی به معنای استفاده از جدل به‌عنوان رفتاری درگیرانه است. جدل به‌عنوان یک رفتار درگیرانه ممکن است در مواقعی رخ دهد که دو یا چند نفر با دیدگاه‌ها، نظرات و عقاید متفاوت درباره یک موضوع مواجه شوند.

روانشناسی تنبیهی: این بازی، یک بازی منفی است. استفاده از تکنیک‌های سخت و سرزنشی است. سرزنش به‌عنوان رفتار درگیرانه یک موضوع پیچیده است و می‌تواند به گونه‌های مختلفی تفسیر شود. سرزنش به معنای ابراز نارضایتی، انتقاد یا نقد نسبت به عملکرد، رفتار یا اعمال فردی است. اگرچه سرزنش در بعضی موارد می‌تواند مفید یا سازنده باشد و به کسب بهبود و یادگیری منجر شود، اما در بعضی موارد نیز می‌تواند ضررهایی را به همراه داشته باشد.

کوهستان معلق: کوهستان واژگون نمادی از لج‌بازی‌های رفتاری است. لج بازی به‌عنوان یک رفتار درگیرانه معمولاً به معنای رفتارهای غیرمحرمانه و تعرض‌آمیز نسبت به دیگران است. افرادی که به این نوع رفتار می‌پردازند، قصد دارند با ارتکاب اقداماتی نامناسب و نادرست، توجه دیگران را جلب کنند یا به نحوی به تحقیر و توهین به دیگران بپردازند.

آزرده کردن کودک درون: این بازی به معنای ناراحت کردن من احساساتی و عاطفی دیگران بوده و موجب ناراحتی و رنجش دیگران می‌شود. فراموش نکنید که این بازی یک بازی منفی است و توصیه نمی‌شود. آزرده سازی کودک درون و ناراحت کردن دیگران در رفتارهای درگیرانه می‌تواند به‌صورت متنوعی اتفاق بیافتد

آینه شکسته: آینه شکسته به‌عنوان سمبلی از ناسازگاری و ناهماهنگی شناخته می‌شود. این بازی به معنای داشتن مواضع منفی نسبت به طرف مقابل است. ممکن است در رفتارهای سیاسی برای وادار نمودن طرف مقابل به تغییر مواضع خود استفاده شود. این بازی معمولاً منفی است و به‌عنوان رفتار درگیرانه با استفاده از ناهماهنگی و ناسازگاری از آن یاد می‌شود.

مارمولک: مارمولک در برخی اسطوره‌ها و داستان‌ها به‌عنوان نمادی از تکذیب و انکار استفاده می‌شود. این موجود معمولاً به‌عنوان نمادی از شیطانیات، نیروهای شرور یا قدرت‌های تاریک در اسطوره‌شناسی ایرانی ظاهر می‌شود. مارمولک یک بازی منفی با استفاده از تکذیب و انکار است. تنها کاربرد آن در شروع تعارضات برای تغییر مواضع طرف مقابل است.

ابر سیاه: ابر سیاه به‌عنوان نمادی از سرزنش و محدودیت استفاده می‌شود. ابر سیاه یک بازی منفی بوده و مبتنی بر سرزنش طرف مقابل است از این رو ممکن است باعث لج بازی دیگران شود. سرزنش به‌عنوان یک رفتار درگیرانه معمولاً به تنبیه و انتقاد از عملکرد یا رفتار فرد یا افراد دیگر اشاره دارد.

تصویر کلیسا: استفاده از تصویر کلیسا به‌عنوان نمادی از توهم قدرت و تسلط دینی استفاده می‌شود. تصویر کلیسا یک بازی مبتنی بر توهم داشتن قدرت است که ممکن است باعث انزجار و نفرت دیگران شود. توهم قدرت به‌عنوان یک رفتار درگیرانه می‌تواند به وقتی رخ دهد که یک فرد یا گروه از افراد ادعاهای غیرواقعی و افراطی در مورد قدرت، توانمندی‌ها یا تأثیر خود داشته باشند. این رفتار ممکن است به‌منظور تحت‌فشارگذاری بر دیگران، تهدید کردن یا ایجاد تنش‌های اجتماعی با استفاده از توهم‌های مبتنی بر قدرت انجام شود.

بیل مکانیکی: بیل مکانیکی یکی از ابزارهای پرکاربرد تخریب ساختمان است. بازی بیل مکانیکی نیز یک بازی منفی است که مبتنی بر تخریب و توهین بوده به علاوه ممکن است منجر به فروپاشی رابطه شود. تخریب و توهین به عنوان یک رفتار درگیرانه معمولاً به تخریب شخصیت، اعتبار یا ارزش فرد یا افراد دیگر به منظور ایجاد تنش، کنار گذاشتن یا ایجاد اختلاف در روابط اشاره دارد. این نوع رفتارها می‌توانند به تعاملات منفی، درگیری‌ها و ایجاد مشکلات در محیط‌های اجتماعی منجر شوند.

شیر ماده: یکی از برجسته‌ترین رفتارهای شیرهای ماده این است که در حمله پیش‌دستی می‌کنند. بازی شیر ماده نیز اشاره به این دارد که بهترین دفاع حمله است. اصطلاح "بهترین دفاع حمله است" به معنای این است که در یک مواجهه یا درگیری، بهتر است به جای انتظار و دفاع، به فرد یا موقعیت حمله کنید.

فنجان قهوه: فنجان قهوه گرچه دارای ظرافت است ولی سمبلی از ظرفیت کم نیز می‌باشد. بازی فنجان قهوه یک بازی منفی بوده و نشان‌دهنده هوش هیجانی ضعیف و عدم تسلط به خود است. عدم تسلط بر خود در رفتارهای درگیری آمیز به معنای عدم کنترل و مدیریت مناسب احساسات، عملکردها و واکنش‌های خود در مواجهه با موقعیت‌های تنش آمیز و درگیری است.

اشک شوق: اشک شوق نماد و سمبلی از احساسات فراوان است. بازی اشک شوق نشان از حالتی دارد که طرفین هیجانی بوده و منطقی نیستند. هیجانی بودن در رفتارهای درگیری آمیز به معنای تجربه احساسات شدید در موقعیت‌های درگیری است. این احساسات ممکن است شامل خشم، ترس، اضطراب، عصبانیت، اشتیاق، ترشح آدرنالین و سایر واکنش‌های شدید به موقعیت‌های تنش آمیز باشد.

کلاه تاج: کلاه دارای نماد تاج سمبلی از سلطه‌طلبی است. کلاه تاج بازی سلطه‌گری در رفتارهای درگیرانه است. این بازی یک بازی منفی است و نشانه توجه صرفی به منافع خود است. سلطه‌گری در رفتارهای درگیری آمیز به معنای تلاش برای به دست آوردن و تحت کنترل گرفتن قدرت، کنترل یا تسلط بر دیگران است.

صفحه خط افتاده: صفحه خط افتاده نمادی از تکرار صداهای نامطلوب است. بازی صفحه خط افتاد نیز متداول در تعارضات بوده و به معنای این است که مواضع خود را تکرار می‌نماییم. پافشاری و تکرار مواضع در تعارضات به معنای اصرار بر ادامه و پابندی به نظرات، نقاط نظر، یا مواضع خود در مواجهه با یک تعارض یا اختلاف نظر است.

صلیب شکسته: صلیب شکسته نمادی از ارتش هیلتر و جنگ‌طلبی است. بازی صلیب شکسته به معنای استفاده از پرخاش در رفتارهای درگیرانه است. این بازی یک بازی منفی بوده و به مفهوم بی‌احترامی به طرف مقابل است. این رفتار ممکن است شامل استفاده از ابزارهای فیزیکی برای تهدید یا آسیب زدن دیگران، بحران‌های کلامی و شفاهی، تهدیدها، توهین‌ها و اقدامات خشونت‌آمیز باشد. پرخاش معمولاً به شدت تنش‌آمیز است و می‌تواند به آسیب‌های جسمی و روحی منجر شود.

کوسه: کوسه در آب‌های کم‌عمق شنا می‌کند و این بازی نشان‌دهنده سطحی‌نگری دارد. بازی کوسه نیز به معنای خودخواهی از سر سطحی‌نگری و نگرش برد-باخت است. خودخواهی در رفتارهای درگیری‌آمیز به معنای تمرکز بیش‌ازحد بر نیازها، مطالبات و مصالح شخصی خود و نادیده گرفتن نیازها و حقوق دیگران است. افراد خودخواه در مواجهه با موقعیت‌های درگیری، به تمرکز بر اهداف و خواسته‌های خود می‌پردازند و اغلب تلاش می‌کنند تا به اهداف خود برسند بدون در نظر گرفتن تأثیرات یا نیازهای دیگران.

مدال المپیک: رقابت در رفتارهای درگیرانه به معنای تلاش برای برتری و پیروزی بر دیگران در مواجهه‌ها و تعارضات است. این رفتار معمولاً به منافع شخصی افراد توجه دارد و آن‌ها تمایل دارند تا با هر قیمتی برتری را کسب کنند. رقابت در رفتارهای درگیرانه می‌تواند به صورت متقابل باشد و دو طرف یا چند طرف در تلاش برای غلبه بر یکدیگر باشند.

سگ شکاری: بازی سگ شکاری به معنای اجیر کردن افراد از داخل یا خارج شرکت برای ناراحت کردن دیگری می‌باشد. اجیر کردن دیگران و ایجاد ائتلاف با آن‌ها درگیری‌ها و مواجهات اجتماعی می‌تواند تأثیرات مختلفی داشته باشد. این تأثیرات به وابستگی به موقعیت، هدف، و شیوه اجرایی این ائتلاف‌ها متغیر است.

اسب جنگی: اسب جنگی به بازی اشاره دارد که زمانی اتفاق می‌افتد که منبعی دیگر مزیت مالی مستقیم ندارد ولی می‌توان به‌جای حذف این منبع در راستای تضعیف رقیب از آن بهره برد. این راهبرد به معنای تخصیص منابع و تلاش به نحوی که رقیب را به استفاده از منابع و انرژی‌های خود بیش‌ازحد برانگیخته و خسته کند، از منابع خود به صرفه استفاده کند، و در نتیجه در مسیریابی از عملیات یا به دست آوردن اهداف خود کاسته شود.

مرغ همسایه: در ادبیات فارسی از اصطلاح "مرغ همسایه غاز است" استفاده می‌کنیم. یعنی چشم به دیگران داشته و داشته خود را در نظر نمی‌گیریم. مرغ همسایه یک بازی منفی بوده و به معنای مقایسه خود با طرف مقابل یا دیگران است. مقایسه خود با دیگران به معنای انجام مقایسه‌های مداوم بین خود و دیگران، اغلب در ابعاد مختلف از جمله اجتماعی، اقتصادی، ظاهری، توانمندی‌ها و موفقیت‌ها است. دقت کنید که مقایسه خود با دیگران دارای یک فرآیند و نتایجی است. بیابید این فرآیند و نتایج را باهم بررسی کنیم. در فرآیند مقایسه خود با دیگری یکی از این دو اتفاق رخ می‌دهد:

❖ دنیای خود را به اندازه یک فرد کوچک می‌کنید

❖ یک فرد را به اندازه خدا برای خود بزرگ می‌کنید

لذا با توجه به فرآیندی که ذکر شد این کار صحیح نیست. از سوی دیگر در نتیجه مقایسه خود با دیگری یکی از این حالات ممکن است رخ دهد:

❖ من بهتر از او هستم: در نتیجه نیازی به تلاش برای بهتر شدن ندارم

❖ من هم سطح او هستم: پس هنوز او از من بهتر نشده و حالا حالاها وقت هست که خودم را بهتر از او کنم.

❖ من ضعیف‌تر از او هستم: او بهتر از من است و تلاش برای رسیدن به او فایده‌ای ندارد.

همان‌طور که گفته شد نتایج مقایسه خود با دیگری نیز در هر سه حالت نتیجه نامطلوبی است، چرا که انگیزه و اراده لازم برای تلاش را به ارمغان نمی‌آورد.

فصل هشتم

بازی‌های منفی دیگران (شناخت نیرنگ‌ها)

رفتارهای نیرنگ آلود به معنای رفتارهایی است که برخلاف انتظارات اخلاقی و قوانین اجتماعی انجام می‌شود و از نظر اخلاقی و اجتماعی غیرقابل قبول هستند. این رفتارها معمولاً در محیط‌های کاری، تجاری، اجتماعی و حتی خانوادگی مشاهده می‌شوند و می‌توانند خسارات و ضررهایی را به دنبال داشته باشند. به‌عنوان مثال، برخی از رفتارهای نیرنگ آلود در محیط کار شامل موارد زیر هستند:

۱. متهم کردن دیگران بدون دلیل مشخص: این رفتار شامل سوءاستفاده از قدرت و موقعیت در شرکت است که مدیران برخی اوقات دیگران را به جرمی متهم می‌کنند تا از خود دور کنند.

۲. انتقال مسئولیت: برخی از افراد در محیط کار از انتقال مسئولیت برای جلوگیری از پذیرش خطاهای خودداری می‌کنند.

۳. توهین به دیگران: این رفتار شامل توهین به دیگران و سوءاستفاده از قدرت و موقعیت در شرکت است.

۴. سوء استفاده از دیگران: برخی از افراد در محیط کار از دیگران برای رسیدن به هدف‌های خود سوء استفاده می‌کنند.

۵. نقض حریم شخصی: این رفتار شامل نقض حریم شخصی دیگران و سوءاستفاده از اطلاعات شخصی است. در کل، رفتارهای نیرنگ آلود به شرایط مختلفی بستگی دارد و ممکن است در محیط کاری و غیرکاری رخ دهند. به‌هرحال، این رفتارها باعث افت اعتماد و تضعیف روابط اجتماعی و کاری می‌شوند و باید با تلاش برای ترویج اخلاقیات و انضباط اجتماعی، کاهش یابند.

رفتارهای نیرنگ آلود معمولاً باعث ایجاد بی‌اعتمادی و عدم اعتماد به نفس در محیط کاری و زندگی اجتماعی می‌شود. این رفتارها ممکن است باعث خسارت‌های مالی، روابطی و اجتماعی شود و باعث کاهش انگیزه و اعتماد به دیگران در محیط کار و زندگی شود.

رفتارهای نیرنگ آلود در محیط کاری همچنین می‌توانند باعث کاهش کیفیت کار و افزایش نرخ اشتباهات شوند. این رفتارها می‌توانند باعث ایجاد فضای نامناسبی برای کارمندان شوند و باعث کاهش رضایت کارمندان از کار خود شوند. در نتیجه، برای مدیران و رهبران شرکتها بسیار مهم است تا با رعایت اصول اخلاقی و اجتماعی، فضای کاری سالم و با اعتماد برای کارکنان خود ایجاد کنند و از رفتارهای نیرنگ آلود جلوگیری کنند. همچنین، این رفتارها در زندگی اجتماعی نیز ممکن است باعث تخریب روابط دوستانه، خانوادگی و عاطفی شوند و باعث کاهش کیفیت زندگی افراد شوند. بنابراین، برای ایجاد فضای اجتماعی سالم و با اعتماد، باید به اصول اخلاقی و اجتماعی توجه کرد و از رفتارهای نیرنگ آلود جلوگیری کرد.

اهمیت شناخت رفتارهای نیرنگ آلود

شناخت رفتارهای نیرنگ آلود بسیار مهم است چرا که با شناخت و آگاهی از این رفتارها، می‌توان از آنها جلوگیری کرد و در صورت رخ دادن، به‌طور سریع واکنش نشان داد. همچنین، شناخت این رفتارها به مدیران و رهبران شرکتها کمک می‌کند تا در ایجاد فضای کاری سالم و با اعتماد برای کارکنان خود، موفق باشند. با شناخت رفتارهای نیرنگ آلود، می‌توان به‌راحتی اقدامات لازم را برای جلوگیری از این رفتارها انجام داد و به‌صورت پیشگیرانه برای کنترل و مدیریت این رفتارها در محیط کاری و زندگی اجتماعی اقدام کرد. همچنین، شناخت این رفتارها به ما کمک می‌کند تا در برابر آنها مقاومت کنیم و برای محافظت از خودمان و دیگران اقدامات لازم را انجام دهیم.

شناخت رفتارهای نیرنگ آلود به ما کمک می‌کند تا بهتر بفهمیم که چگونه باید با این رفتارها برخورد کنیم. با شناخت این رفتارها، می‌توانیم بهتر مشخص کنیم کدام رفتارها به‌عنوان نیرنگ آلود شناخته می‌شوند و چگونه باید با آنها برخورد کنیم.

علاوه بر این، شناخت رفتارهای نیرنگ آلود به مدیران و رهبران شرکتها کمک می‌کند تا در ایجاد فضای کاری سالم و با اعتماد برای کارکنان خود، موفق باشند. با شناخت این رفتارها، مدیران می‌توانند سیاست‌های لازم برای مقابله با آنها را در نظر گرفته و از رفتارهای نیرنگ آلود جلوگیری کنند.

همچنین، شناخت رفتارهای نیرنگ آلود به ما کمک می‌کند تا بهتر بتوانیم روابط خود را با دیگران مدیریت کنیم. با شناخت این رفتارها، می‌توانیم بهتر به رفتارهای دیگران پاسخ دهیم و از رفتارهای نیرنگ آلود جلوگیری کنیم.

همچنین، شناخت این رفتارها به ما کمک می‌کند تا بهتر بفهمیم که چگونه رفتارهای خودمان می‌توانند بر روابط با دیگران تأثیر بگذارند و از نیرنگ آلودی در رفتارهای خودمان جلوگیری کنیم.

در کل، شناخت رفتارهای نیرنگ آلود به ما کمک می‌کند تا در محیط کاری و زندگی اجتماعی، رفتارهای سالم و با اعتمادی را ایجاد کنیم و از رفتارهای نیرنگ آلود جلوگیری کنیم.

تکنیک‌های رفتار نیرنگ آلود

رفتارهای نیرنگ آلود یا رفتارهایی که می‌توانند بر روابط اجتماعی، روابط کاری و کیفیت زندگی تأثیر منفی داشته باشند، به شکل‌های مختلفی از جمله زیر عمل می‌کنند:

۱. انتقاد: انتقادهای بی‌مورد و ناشی از نگرانی‌های غیرمنطقی ممکن است باعث بروز نیرنگ آلود در رابطه با دیگران شوند.

۲. ناراحتی: ابراز ناراحتی به صورت مداوم و بدون دلیل ممکن است باعث ناامیدی و بی‌اعتمادی دیگران نسبت به شما شود.

۳. تغییر نظر: تغییر نظر بدون دلیل ممکن است باعث کاهش اعتماد و اطمینان دیگران نسبت به شما شود.

۴. عدم پاسخگویی: عدم پاسخگویی به ارتباطات و تعاملات ممکن است باعث بروز نیرنگ آلود در رابطه با دیگران شود.

۵. کاستی از احترام: کاستی از احترام به دیگران و نادیده گرفتن نیازها و مشکلات آن‌ها ممکن است باعث بروز نیرنگ آلود در رابطه با آنان شود.

۶. رویارویی: در این تکنیک، شخصی که از طرف دوم قرار دارد، برای کسب منافع خود، تلاش می‌کند تا به هر قیمتی از طرف مقابل برنده شود. این تکنیک معمولاً با ایجاد تنش و رقابت بیش‌ازحد، به آسیب رساندن به روابط کاری می‌انجامد.

۷. سوءاستفاده: در این تکنیک، شخصی که از طرف دوم قرار دارد، به کمک حرف‌های نیرنگی و بازی‌های ذهنی، سعی می‌کند تا از طرف مقابل بهتر عمل کند و به منافع خود برسد.

۸. تکنیک گذار: در این تکنیک، شخصی که از طرف دوم قرار دارد، با تأخیر در انجام کارها و برداشتن وقت بیشتر، سعی می‌کند تا از طرف مقابل بهره بیشتری ببرد. این تکنیک معمولاً با خسارت به شرکت و روابط کاری با همکاران انجام می‌شود.

برای پیشگیری و مدیریت رفتارهای نیرنگ آلود، می‌توانید از روش‌های زیر استفاده کنید:

۱. ارتباط باز: برقراری ارتباط باز و درک مشکلات و نیازهای دیگران کمک می‌کند تا از بروز نیرنگ آلود در رابطه با آنان جلوگیری شود.

۲. احترام: احترام گذاشتن به دیگران و درک نیازهای آنان می‌تواند باعث کاهش بروز نیرنگ آلود در رابطه با آنان شود.

۳. دیدگاه مثبت: برخورد با دیگران به دیدگاه مثبت و بهره‌مندی از توانمندی‌هایشان می‌تواند باعث افزایش اعتماد و کیفیت روابط شود.

۴. پاسخگویی به ارتباطات: پاسخگویی به ارتباطات و تعاملات می‌تواند جلوی بروز نیرنگ آلود در رابطه با دیگران را گرفت.

۵. مدیریت استرس: مدیریت استرس و ابراز نگرانی‌ها به شکل منطقی و درست می‌تواند از بروز رفتارهای نیرنگ آلود جلوگیری کند.

شناخت رفتارهای نیرنگ آلود و استفاده از روش‌های مناسب برای مدیریت این رفتارها می‌تواند بهبود کیفیت روابط شما با دیگران، ایجاد فضای کاری و زندگی اجتماعی سالم و با اعتماد و بهبود کیفیت زندگی شما و دیگران کمک کند. باید تأکید کنیم که استفاده از بازی‌های نیرنگ در محیط کسب‌وکار اخلاقی نیست و به شدت توصیه نمی‌شود. تکنیک‌های نیرنگ معمولاً برای کسب منافع شخصی به هزینه دیگران استفاده می‌شوند و ممکن است باعث افزایش تنش‌ها و تعارضات در روابط اجتماعی شود..

به‌طور کلی، استفاده از تکنیک‌های نیرنگ در محیط کاری نه تنها غیراخلاقی است، بلکه همچنین ممکن است باعث صدمات برای شرکت و روابط کاری با همکاران شود. بهترین راه برای برقراری روابط کاری مؤثر و پایدار، استفاده از روش‌های با احترام و صادقانه است.

بازی‌های نیرنگ

بازی‌های نیرنگ و فریب در ادامه این فصل توضیح داده می‌شوند. لازم به ذکر است که ترجیحاً از این بازی‌ها استفاده نکنید.

گدای‌لال: این بازی هنگامی استفاده می‌شود که فرد دارای قدرت و منابع زیادی بوده ولی دیگران به وی شک دارند. لذا وی سعی می‌کند که خود را فردی ساده، مثبت و قابل اعتماد نشان دهد. به عبارتی این بازی به معنای تحریف اذهان در راستای فریب می‌باشد. تحریف اذهان یکی از تکنیک‌های معمول استفاده شده در رفتارهای فریب و نیرنگ است. این تکنیک به معنای تغییر یا تحریف اطلاعات واقعی به منظور هدایت جریان‌های مختلف انسانی به سمت خواسته‌های فردی است. تحریف اذهان می‌تواند به‌طور مؤثری روی عقل و احساسات افراد تأثیر بگذارد و آن‌ها را به سمت تصمیم‌گیری‌هایی هدایت که درست نیستند.

خاک بی‌آلایش: خاک بی‌آلایش نماد و سمبلی از معمولی بودن است و این بازی به معنای معمولی نشان دادن خود هنگام استفاده از تکنیک‌ها و یا به هنگام شرایط سخت و بحرانی است. نشان دادن خود به معنای ابراز ویژگی‌ها، عملکرد یا هویت خود به دیگران است. تأثیر معمولی نشان دادن خود در رفتارهای فریب و نیرنگ می‌تواند مختلف باشد و به وابسته از موقعیت و هدف فرد در این رفتارها باشد.

سکوت ژاپنی: معروف است که ژاپنی‌ها در اختلافات سکوت نموده ولی برنامه‌های خود را دنبال می‌کنند. سکوت یک عنصر مهم در رفتارهای فریب و نیرنگ است و می‌تواند تأثیر مهمی بر فرآیند فریب داشته باشد. این تأثیر می‌تواند مثبت یا منفی باشد و به وابسته از موقعیت و رفتار فرد در استفاده از سکوت باشد.

هالو: یک بازی منفی است و به مفهوم سادگی و پذیرش مواضع طرف مقابل است ولی گاهی به‌عنوان رفتار سیاسی برای فریب طرف مقابل است. دقت کنید که ادامه این بازی نشانه ضعف است. سادگی یکی از عوامل مهم در رفتارهای فریب و نیرنگ است و می‌تواند تأثیرات مهمی در فرآیند فریب داشته باشد.

مرداب تاریک: نماد مرداب به معنای محیطی که پنهان‌کاری و تزویر در آن رخ می‌دهد، استفاده می‌شود. این نماد به معنای ریا، تزویر و فریبندگی است. بازی مرداب نیز جز بازی‌های فریب است و رویکرد آن استفاده از تزویر می‌باشد.

خصوصیت پنهان: این بازی به‌طور خلاصه بیان می‌کند که هیچ‌وقت کسی را حذف نکنید شاید روزی به درد خورد. لذا برای حفظ انسجام هم شده اختلافات را آشکار نکنید. حفظ ارتباط با دیگران می‌تواند در رفتارهای فریب و نیرنگ تأثیر مهمی داشته باشد. این تأثیرات می‌توانند مثبت یا منفی باشند و به وابسته از نوع ارتباط و اهداف فرد در رفتارهای فریب باشند.

پینوکیو: شخصیت پینوکیو، که در اثر کارلو کالدی نوشته شده است، به‌عنوان یک نماد برای دروغ‌گویی و بزرگنمایی از دروغ استفاده می‌شود. بازی پینوکیو به معنای استفاده از دروغ برای فریب دیگران است. پیشنهاد می‌شود از این بازی استفاده نکنید چرا که استفاده از دروغ برای فریب دیگران عملی نه‌تنها اخلاقی نادرست است، بلکه ممکن است پیامدهای جدی داشته باشد.

باتلاق عمیق: باتلاق عمیق نماد محیطی که فرد را گمراه می‌کند: باتلاق محیطی است که راه‌یابی در آن دشوار است. بنابراین، باتلاق به‌عنوان نمادی از محیطی که فرد را در گمراهی و بی‌هدفی نگه می‌دارد، به کار می‌رود. بازی باتلاق عمیق به معنای گمراه کردن دیگران در راستای فریب آن‌ها می‌باشد. گمراه کردن دیگران باعث فریب آن‌ها می‌شود زمانی که شما با استفاده از تاکتیک‌ها یا رفتارهایی سعی می‌کنید تا آن‌ها را به اعتقادات یا اقداماتی که شما می‌خواهید ترغیب کنید، درحالی‌که آنچه شما می‌گویید یا انجام می‌دهید، با واقعیت مغایرت دارد.

قلب یخی: قلب یخی به‌عنوان یک نماد، به وضعیتی اشاره می‌کند که فرد دلسرد و بی‌احساسی است. بازی قلب یخی به معنای دلسرد کردن دیگران در راستای فریب آن‌هاست. دلسرد کردن دیگران به‌منظور فریب آن‌ها یک راه از طریق ساختن فاصله و ترکیب غلط از رفتارها و عملکردها است تا آن‌ها به اشتباه باور کنند که شما به اهداف شما علاقه دارید یا از آن‌ها مراقبت می‌کنید، درحالی‌که واقعیت ممکن است مغایر باشد.

قفس پرنده: در فرهنگ‌های مختلف قفس پرنده یکی از نمادهای تداعی‌کننده سوء استفاده احساسی است. استفاده از سوء استفاده‌های احساسی یکی از بازی‌های فریب دیگران می‌باشد. استفاده از سوء استفاده احساسی به‌منظور فریب دیگران عموماً به استفاده از تکنیک‌ها و رفتارهایی اشاره دارد که بر اساس استفاده از احساسات و عواطف دیگران، آن‌ها را به گمراهی و تصمیم‌گیری‌های نادرست سوق می‌دهند.

ماکت چشم‌نواز: ماکت چشم‌نواز به‌عنوان سمبلی از تحریف و نقصان، به معنای عدم صداقت و عدم وفاداری به حقایق و واقعیت‌ها استفاده می‌شود. این بازی به رفتارها و گفتارهایی اشاره می‌کند که در ظاهر جذاب و عالی به نظر می‌رسند، اما در عمل نقصان و تحریفاتی را نهان می‌کنند و از جنبه‌های مهم و اساسی موضوع غافل هستند.

دعوای زرگری: دعوای زرگری به‌طورکلی نشانگر تضاد و مخالفت مصنوعی و ساختگی است که بین دو یا چند نفر برای تقلب در برابر شخص سوم یا دیگران بروز می‌دهد. دعوای زرگری یکی از متداول‌ترین بازی‌های فریب می‌باشد.

قمارباز خیره: یکی از بزرگ‌ترین تکنیک‌های قماربازان حرفه‌ای و به‌ویژه پوکر بازان استفاده از بلوف است. بازی قمارباز حرفه‌ای به معنای استفاده از بلوف در راستای فریب بقیه می‌باشد. بلوف زدن به معنای اطلاعات یا مطالب نادرست یا متقلبانانه ارائه دادن به دیگران است و می‌تواند تأثیرات منفی و مضر بر رفتار و اعتماد دیگران داشته باشد

پلیس خوب - پلیس بد: یکی از پرکاربردترین صحنه‌هایی که در فیلم‌های پلیسی و جنایی مشاهده می‌شود تحت عنوان "پلیس خوب" و "پلیس بد" شناخته می‌شود. "پلیس خوب" و "پلیس بد" رفتاری است که در بازجویی متهمان به کار می‌رود. در این شیوه ابتدا "پلیس بد" وارد اتاق بازجویی می‌شود و با استفاده از خشونت یا رفتارهای خشن، متهم را تحت فشار قرار می‌دهد. سپس "پلیس خوب" وارد می‌شود، "پلیس بد" را از اتاق بیرون می‌فرستد و با استفاده از روش‌های مهربانانه دلجویی، اعتماد و همکاری متهم را به دست می‌آورد. این بازی نه تنها در بازجویی بلکه در سیاست و مدیریت نیز مشهود است. در این بازی دو فرد همدست یا یکدیگر به‌گونه‌ای رفتار می‌کنند که شما از دست یکی ناراحت شوید و از دست دیگری خوشحال. به این صورت احتمال اعتماد شما به فردی که شما را خوشحال کرده است بیشتر است و او می‌تواند از اعتماد شما سو استفاده کند و این‌گونه است که فریب می‌خورید. گرچه این بازی، یک بازی هوشمندانه است ولی بازی منفی نیز می‌باشد.

وارونگی دیو: معروف است که دیوها برعکس آنچه به آن‌ها گفته می‌شود عمل می‌کنند. بازی وارونگی دیو به معنای این است رفتار خلاف تصمیم در راستای فریب انجام شود. رفتار خلاف توقعات دیگران به‌عنوان یک استراتژی فریب دادن می‌تواند تأثیرات مختلفی داشته باشد و افراد را به شک و تردید در مورد اهداف یا ادعاهای شما بکشاند.

سیلاب افکار: سیلاب افکار نمادی از ذهن مشوش است. بازی سیلاب افکار به معنای ایجاد جنگ روانی در راستای کاهش تمرکز و فریب دیگران است. جنگ روانی به معنای استفاده از تکنیک‌ها و روش‌های روانی برای تأثیرگذاری بر دیگران و کنترل رفتارهای آن‌ها است. این تکنیک‌ها ممکن است شامل ترفیع، انتقام، تهدید، محرکات انفعالی، و سایر روش‌هایی باشند که با هدف محکوم کردن، فریب، متقاعدسازی، یا تغییر رفتار افراد به کار می‌روند.

آیس برگ: مردم معمولاً با دیدن صحنه‌هایی از آیس برگ تنها به‌سادگی سطحی آن‌ها توجه می‌کنند و ادراکی از بخشی از کوه‌های یخی که زیر سطح آب قرار دارد، ندارند. ساده فرض کردن دیگران به معنای اعتقاد به صداقت و صداقت آن‌ها در تعاملات و ارتباطات است.

شاه طوطی: شاه طوطی نمادی از پرحرفی است. بازی شاه طوطی به معنای پرحرفی در راستای فریب دیگران است. پرحرفی به معنای توانایی ایجاد و تأثیرگذاری در مکالمات و تعاملات اجتماعی است.

رژ آبی: رژ آبی به‌عنوان سمبلی از طفره رفتن شناخته می‌شود. این بازی به معنای استفاده از تکنیک طفره رفتن در راستای فریب دیگران است. طفره رفتن به معنای کذب یا ارائه اطلاعات نادرست به دیگران است.

روپاره مکار: داستان معروف زاغ و روباه یکی از داستان‌هایی است که نشان‌دهنده این است که روباه حیوان حیله‌گیری است. بازی روباه مکار با اقتباس از این داستان به معنای زیر سؤال بردن دیگری برای فریب اوست. زیر سؤال بردن دیگران به‌طور کلی به‌عنوان یک مهارت ارتباطی مثبت و مفید در تعاملات مشاهده می‌شود. اما در برخی موارد، زیر سؤال بردن ممکن است به‌عنوان یک استراتژی برای فریب دادن دیگران مورد استفاده قرار گیرد.

ساعت شنی: ساعت شنی نمادی از ابزاری است که با مشاهده آن حس می‌کنیم زمان دیرتر می‌گذرد. بازی ساعت شنی به معنای اتلاف وقت در راستای فریب دیگران است. اتلاف وقت به معنای هدر رفتن زمان در امور بی‌ارزش یا بدون تأثیر مثبت است.

دیوان‌سالار: دیوان‌سالاری نمادی از کاغذبازی‌های بی‌بوده است بازی دیوان‌سالار نیز به درخواست اطلاعات فنی و اسناد معتبر در راستای فریب دیگران است. درخواست اطلاعات فنی و اسناد معتبر به‌طور عمومی به‌عنوان یک روش معقول و معتبر برای جمع‌آوری اطلاعات و آگاهی از دیگران در موارد مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد.

فصل نهم

بازی‌های ارتباطی متقابل (تعامل)

رفتارهای تعاملی در محیط کسب‌وکار شامل رفتارهایی هستند که به برقراری روابط مؤثر و پایدار با همکاران، مشتریان، رقبا و دیگر افراد در محیط کاری کمک می‌کنند. برخی از رفتارها عبارت‌اند از:

۱. ارتباط صمیمی: برقراری ارتباط صادقانه با همکاران، مشتریان و دیگر افراد در محیط کار، می‌تواند به برقراری رابطه‌ای مؤثر و با احترام کمک کند. ارتباط صمیمی شامل بیان نظرات، احترام به دیگران، گوش دادن به نیازهای دیگران و به اشتراک‌گذاری اطلاعات مفید است.

۲. همکاری و تعاون: همکاری و تعاون با همکاران و دیگر افراد در محیط کار، می‌تواند به دستیابی به اهداف مشترک کمک کند. با همکاری و تعاون، افراد می‌توانند در تلاش برای دستیابی به هدف مشترک، با یکدیگر همکاری کنند و با اشتراک‌گذاری تجربیات خود، کیفیت کار را تضمین کنند.

۳. احترام به دیگران: احترام به دیگران شامل توجه به نظرات، احترام به خصوصیات فردی، احترام به حریم شخصی و توجه به نیازهای دیگران است. با احترام به دیگران، می‌توانید روابط خود را با همکاران، مشتریان و دیگر افراد در محیط کار، مستحکم و پایدار کنید.

۴. دقت متعهدانه: توجه به جزئیات شامل توجه به جزئیات کار، اهتمام به جزئیات و توجه به جزئیات حسابداری و مالی است. با توجه به جزئیات، می‌توانید به بهبود کیفیت کار، بهبود روابط با مشتریان و همکاران و به دستیابی به هدف خود کمک کنید. به عبارتی دقت زیاد در کار میزان نیاز به تعامل را افزایش می‌دهد و افراد را در شرایطی قرار می‌دهد که همراهی بیشتری در جهت منافع همه‌جانبه داشته باشند.

۵. قدردانی از دیگران: قدردانی از دیگران شامل ارائه تقدیر به همکاران، مشتریان و دیگر افراد در محیط کار است. با قدردانی از دیگران، می‌توانید روابط خود را با همکاران و مشتریان بهبود بخشید و اعتماد بین خود را افزایش دهید.

در کل، این رفتارهای تعاملی می‌توانند به بهبود روابط کاری، بهبود کیفیت کار و دستیابی به هدف مشترک کمک کنند. بهترین روش برای برقراری روابط مؤثر با دیگران، استفاده از روش‌های با احترام و صادقانه است. به‌عنوان مثال، با برقراری ارتباط باز و صادقانه با همکاران، مشتریان و دیگر افراد در محیط کار، می‌توانید روابط خود را با آن‌ها بهبود بخشید. همچنین، با همکاری و تعاون با همکاران و دیگر افراد در محیط کار، می‌توانید به دستیابی به اهداف مشترک کمک کنید. با احترام به دیگران، می‌توانید روابط خود را با همکاران، مشتریان و دیگر افراد در محیط کار، مستحکم و پایدار کنید. همچنین، با توجه به جزئیات کار و اهتمام به جزئیات، می‌توانید به بهبود کیفیت کار کمک کنید و با ارائه تقدیر به همکاران، مشتریان و دیگر افراد در محیط کار، می‌توانید اعتماد بین خود را افزایش دهید.

به‌طور کلی، رفتارهای تعاملی در محیط کاری، به بهبود روابط کاری، بهبود کیفیت کار و دستیابی به هدف مشترک کمک می‌کنند. بهترین روش برای برقراری این رفتارها، استفاده از روش‌های با احترام و صادقانه است.

اهمیت رفتارهای تعاملی

رفتارهای تعاملی در محیط سازمان بسیار مهم و حیاتی هستند زیرا به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم تأثیرات عمیقی در عملکرد و موفقیت سازمان دارند. در زیر به برخی از دلایل اهمیت رفتارهای تعاملی در محیط سازمان پرداخته شده است:

۱. بهبود ارتباطات: رفتارهای تعاملی مؤثر، باعث بهبود ارتباطات درون سازمان می‌شود. ارتباطات بهتر به معنی درک بهتر و صحیح‌تر نیازهای مشتریان، همکاران و مدیران است که باعث می‌شود که به بهترین شکل ممکن به نیازها و مشکلات پاسخ داده شود.

۲. تقویت همکاری: رفتارهای تعاملی مؤثر باعث تقویت همکاری و تعامل میان اعضای سازمان می‌شود. همکاری مؤثر به معنی توانایی کارگروهی در رسیدن به اهداف است که بدون رفتارهای تعاملی مؤثر، امکان‌پذیر نخواهد بود.

۳. بهبود رضایت مشتریان: رفتارهای تعاملی مؤثر در سازمان باعث بهبود رضایت مشتریان می‌شود. زیرا افرادی که رویکرد مناسبی در برابر مشتریان دارند، بهترین خدمات را ارائه می‌دهند و مشتریان را با خود همراه می‌کنند.

۴. افزایش میزان انگیزه کاری: رفتارهای تعاملی مؤثر باعث افزایش میزان انگیزه کاری افراد می‌شود. زیرا افرادی که محیط کاری مثبت و پویا دارند، بیشتر به انجام کار خود علاقه‌مند خواهند بود و احساس خود را بهتر می‌کنند.

۵. بهبود کیفیت کار: رفتارهای تعاملی مؤثر باعث بهبود کیفیت کار می‌شود. زیرا افرادی که با همکاران، مشتریان و مدیران خود به بهترین شکل ممکن ارتباط برقرار می‌کنند، اطمینان دارند که به بهترین شکل ممکن از منابع و ابزارهای موجود استفاده خواهند کرد.

۶. دستیابی به هدف‌های سازمانی: رفتارهای تعاملی مؤثر باعث دستیابی به هدف‌های سازمانی می‌شود. زیرا افرادی که در محیطی با رفتارهای تعاملی مؤثر فعالیت می‌کنند، بهترین تصمیمات را می‌گیرند و از بهترین روش‌ها برای دستیابی به هدف‌های سازمانی استفاده می‌کنند.

به‌طور کلی، رفتارهای تعاملی در محیط سازمان بسیار مهم هستند زیرا به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در دستیابی به موفقیت سازمانی، تأثیر بسزایی در تعاملات داخلی و خارجی سازمان دارند. بهبود این رفتارها باعث بهبود ارتباطات، همکاری، رضایت مشتریان، انگیزه کاری، کیفیت کار و دستیابی به هدف‌های سازمانی می‌شود. به همین دلیل، بسیاری از سازمان‌ها به برنامه‌های آموزشی و توسعه مهارت‌های ارتباطی و تعاملی برای کارکنان خود اهمیت می‌دهند.

تکنیک‌های رفتار تعاملی

تکنیک‌های رفتارهای تعاملی می‌توانند به شما کمک کنند تا روابط مثبت و مؤثری را در محیط کسب‌وکار برقرار کنید. تعدادی از این تکنیک‌ها را بررسی می‌کنیم:

۱. گوش دادن فعال: برای برقراری روابط مؤثر، اولین قدم مهم گوش دادن فعال است. به همکاران و همکارانتان با تمرکز و تمام توجه گوش دهید و نظرات، ایده‌ها و نیازهای آن‌ها را بفهمید. به سؤالاتشان پاسخ دهید و به ایشان احساس می‌کنید که شما به آن‌ها اهمیت می‌دهید.

۲. ارتباط بدنی مؤثر: از طریق زبان بدن خود، احساسات، واکنش‌ها و همدلی خود را نشان دهید. اصطلاحات صوری مثبت و لبخندهای صادق، نشانه‌هایی از ارتباط بدنی مؤثر هستند که به شما کمک می‌کنند اعتماد و همبستگی را در محیط کار ایجاد کنید.

۳. قدردانی و تشویق: قدردانی از تلاش‌ها و انجام کارهای خوب همکاران از اهمیت بالایی برخوردار است. به همکاران تشویق کنید و از آن‌ها بابت موفقیت‌ها و دستاوردهایشان تبریک بگویید. این نشان می‌دهد که شما به رفع ارزش‌ها و توانمندی‌های آن‌ها توجه دارید.

۴. همکاری و تیم‌سازی: همکاری و تیم‌سازی در محیط کسب‌وکار اساسی است. به همکاران کمک کنید تا به‌خوبی با یکدیگر هماهنگ شوند و برای رسیدن به اهداف مشترک کار کنند.

۵. راهبرد ارتباطی روشن: استفاده از راهبرد ارتباطی روشن و مؤثر به شما کمک می‌کند پیام‌هایتان را به دیگران منتقل کنید. برنامه‌ریزی، بیان هدف‌ها و انتظارات به‌طور صریح، بیان کردن نیازها و ترتیب‌های اولویت‌بندی شده درک راهبردهای کسب‌وکار می‌تواند در برقراری ارتباط مؤثر کمک کند.

۶. حل مسئله و تسلط بر تعارضات: در محیط کار، ممکن است با تعارض‌ها و مسائل مواجه شوید. مهارت در حل مسئله و تسلط بر تعارضات می‌تواند به شما کمک کند بهترین راه‌حل‌ها را برای مسائل پیش رو پیدا کنید و به تعامل مثبت و سازنده با همکاران و همکارانتان بپردازید.

به‌طورکلی، استفاده از تکنیک‌های رفتارهای تعاملی می‌تواند به شما در ایجاد روابط مثبت، ارتقای همکاری و ایجاد محیط کار پویا و پرانرژی کمک کند. این تکنیک‌ها می‌توانند به شما در بهبود ارتباطات، تقویت روابط و افزایش بهره‌وری در محیط کسب‌وکار کمک کنند. نکته پایانی این بخش از فصل این است که همواره سعی کنید در ارتباطات متقابل از مثلث شوم زیر دوری کنید. (۱) حسادت (۲) حقارت (۳) خیانت

بازی‌های تعاملی

در بخش پایانی این فصل به بازی‌های تعاملی اشاره شده است. این بازی‌ها جز بهترین بازی‌ها بوده و توصیه ما استفاده از آن‌ها می‌باشد.

هفت‌سین: در جشن نوروز و آیین هفت‌سین، هر سینی که بر روی میز قرار می‌گیرد، نمادی از همراهی و همبستگی است. بازی هفت‌سین به معنای همراهی در راستای رفتارهای تعاملی در سازمان به معنای همکاری، همبستگی و ایجاد روابط مثبت و سازنده بین اعضای سازمان است. این نوع رفتارها به‌منظور تقویت همکاری، ارتباطات سازنده و رشد سازمانی به کار می‌روند.

دیاگرام ون: نمودار ون یک نمودار ترسیمی است که از دایره‌ها برای نشان دادن ارتباطات و تلاقی بین مجموعه‌ها استفاده می‌کند. این نمودار برای نمایش روابط میان مجموعه‌ها و تلاقی عناصر مشترک بین آن‌ها استفاده می‌شود. در نمودار ون، هر دایره نمایانگر یک مجموعه است و مناطق تلاقی بین دایره‌ها نشان‌دهنده عناصر مشترک بین مجموعه‌ها است. این مناطق تلاقی به‌عنوان قسمت‌های مشترک بین مجموعه‌ها شناخته می‌شوند. بازی دیاگرام ون هم به معنای امتیازدهی و توجه به منافع همه ذی‌نفعان در فعالیت‌های مختلف است.

دلفین: یکی از بهترین سبک‌های رفتارها و بازی‌های سیاسی است. بازی دلفین بازی اجتماعی بودن است. دلفین‌ها برخلاف بسیاری از حیوانات دیگر، یک سازمان اجتماعی پیچیده دارند. آن‌ها گروهی زندگی می‌کنند و در آن‌ها رفتارهای اجتماعی پیچیده از جمله تبادل غذا و مراقبت از جوانان دیده می‌شود. اجتماعی بودن و رفتارهای تعاملی ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند. اجتماعی بودن به معنای تمایل و توانایی فرد در برقراری ارتباط و تعامل با افراد دیگر است

تعظیم کره‌ای: تعظیم در فرهنگ کره به‌عنوان یکی از نمادهای دلجویی سریع شناخته می‌شود. بازی تعظیم کره‌ای نیز به معنای دلجویی سریع و توانایی سرعت در پاسخ به وضعیت‌های چالش‌برانگیز است. افرادی که توان دلجویی سریع دارند، معمولاً قادرند با تسلط و سرعت به مواقع ناگهانی و غیرمنتظره واکنش نشان دهند. آن‌ها می‌توانند به‌سرعت تحلیل کنند، تصمیمات سریع بگیرند و عملکرد مناسب را از خود به نمایش بگذارند.

نقاشی دیواری: در برخی فرهنگ‌ها، نقاشی دیواری به‌عنوان نمادی از میانجیگری و تسهیل‌کنندگی در ارتباطات به کار می‌رود. نقاشی دیواری می‌تواند بین دو جامعه یا گروه متعارف باشد و روابط را تسهیل و تقویت کند. میانجی‌گری به وضعیتی اشاره دارد که یک عامل یا چند عامل بین رفتارهای افراد در تعامل‌های اجتماعی قرار می‌گیرند و تأثیر مثبت یا منفی بر رفتارها و نتایج نهایی تعامل دارند.

آینه‌قدی: آینه‌قدی در فرهنگ‌های مختلف به‌عنوان نمادی از انتقادپذیری در نظر گرفته می‌شود. آینه نشان می‌دهد که فرد یا سازمان آماده است تا به‌صورت صادقانه و بدون پنهان‌کاری به نقد و انتقادات خود نگاه کند و از آن‌ها برای بهبود خود استفاده کند. به عبارتی بازی آینه به مفهوم پذیرفتن انتقادات به‌جا و درست دیگران است. انتقادپذیری به معنای توانایی پذیرش و درک انتقادات و نقدها است.

سایه‌روشن: سایه‌روشن یکی از نمادها و سمبل‌هایی است که معمولاً به مفاهیمی چون امیدواری، راهنمایی، حفاظت و حمایت اشاره می‌کند. هنگامی که سایه با روشنی ترکیب می‌شود، نمادی از تعادل، تضاد و واحدی ایجاد می‌شود. بازی سایه روشن به معنای این است که در مواقع مناسب به سخت‌گیری و در مواقع دیگر به آسان‌گیری متمایل شوید تا تعاملات مؤثرتری برقرار کنید و با توجه به شرایط و نیازهای مختلف عمل کنید. به عبارت دیگر بهتر است که در ابتدای ارتباط با دیگران سخت‌گیر بوده و در صورت ظرفیت داشتن دیگران آسان‌گیر باشیم.

شاه‌کلید: در برخی فرهنگ‌ها، شاه‌کلید به‌عنوان نمادی برای باز کردن درها و راه‌حل‌های جدید تفسیر می‌شود. بازی شاه‌کلید به معنای این است که در صورت بروز تعارض و نداشتن نظر مشترک در طرف مقابل تقاضای بررسی داشته باشیم. تقاضای بررسی مجدد می‌تواند تأثیرات متنوعی بر تعامل و حل تعارض داشته باشد.

آب و رودخانه: آب به‌عنوان نماد انعطاف و جریان متعادل رودخانه به‌عنوان نمادی از تغییرات در طی تعاملات تعبیر می‌شوند. آب همیشه از مسیری مختلف می‌گذرد و توانایی پیشروی خود را در مسیرهای جدید نشان می‌دهد. بازی آب و رودخانه به معنای داشتن رفتار تعاملی منعطف و داینامیک است.

لبخند فرانسوی: بازی لبخند فرانسوی به معنای این است که به هنگام بروز عصبانیت و خشم تلخ‌ترین حرف‌های خود را با چهره‌ای مثبت و داشتن لبخند بیان کنیم. لبخند زدن به هنگام خشم یک راهکار ارتباطی ممکن است که به ایجاد تعاملات مثبت‌تر و کاهش تنش‌ها در ارتباط با دیگران کمک کند. این رفتار نشانه از کنترل هوش هیجانی و توانایی مدیریت مناسب احساسات است.

آسمان نیلگون: آسمان صاف و نیلگون نمادی از آسمانی است که همه افراد آن را دوست دارند و باعث آزار هیچ فردی نیست. بازی آسمان نیلگون به معنای مؤدب بودن در تعامل با دیگران است. رفتار مؤدبانه تأثیر بسیار مهمی بر تعامل با دیگران دارد و می‌تواند به بهبود ارتباطات و روابط انسانی کمک کند.

خواب کروکودیل: معروف است که کروکودیل با یک چشم باز می‌خوابد. باز بودن یک چشم این حیوان به هنگام خواب باعث هوشیار ماندن وی می‌باشد. بازی خواب کروکودیل اشاره می‌کند که برای تعامل با دیگران باید هوشیار باشید. هوشیاری (یا آگاهی) به معنای داشتن آگاهی از محیط و وضعیت‌های اطراف و دارا بودن توانایی تحلیل و ارزیابی صحیح این اطلاعات است.

هری پاتر: زمان و مجموعه فیلم‌های هری پاتر جز مشهورترین آثار هنری جهان محسوب می‌شوند. شخصیت هری پاتر نماد و سمبلی از رفتارهای گوناگون است. یکی از مهم‌ترین این موارد مهندسی رفتاری که در فعالیت‌های وی دیده می‌شود. با دوستان خود به یک شیوه، با اساتید خود به یک شیوه، با دشمنان خود به یک شیوه و با همگی گروه‌های مخاطبان خود رفتار مشخصی دارد. این روش به مهندسی رفتار معروف است و بازی هری پاتر نیز به معنای مهندسی رفتار بر اساس مخاطب است.

گرگ وال استریت: گرگ وال استریت نام یک فیلم سینمایی مشهور است. شخصیت این فیلم تکنیک‌های متنوعی را در راستای ثروتمندشدن در بازار بورس آمریکا به کار می‌گیرد. یکی از مهم‌ترین این ویژگی‌ها که در دیالوگ‌های فیلم مشهود است بله گو نبودن وی است. بازی گرگ وال استریت نیز به معنای این است تابع صددرصدی نظرات دیگران بودن شیوه خوبی برای تعامل نیست. عدم بله گویی (با قدرت گفتن "نه") در تعامل‌های انسانی تأثیر مهمی دارد و می‌تواند رفتارهای تعاملی را تحت تأثیر قرار دهد.

بخش سوم: بازی‌های واکنشی

فصل دهم

بازی‌های قاطعیت و اقتدار

مفهوم قاطعیت

قاطعیت و رفتار قاطعانه به معنای اعمال و رفتارهایی است که مستقیم، صادقانه و هماهنگ با عقاید، ارزش‌ها و احساسات فرد هستند. فردی که قاطعانه عمل می‌کند، دارای اعتمادبه‌نفس و اطمینان به ارزشمندی دیدگاه‌ها و افکار خود است. رفتار قاطعانه به این معنا است که فرد در تصمیم‌گیری‌ها و اعمالش، بدون تردید و تردید داشتن، به آرمان‌ها و ارزش‌های خود وفادار است. او از قدرت عقلانی و درونی خود برای تحلیل و انتخاب بهترین راه‌حل‌ها استفاده می‌کند و بر اساس این تحلیل‌ها عمل می‌کند. فرد قاطع، به مسیر و تصمیماتی که مطابق با ارزش‌ها و اصول شخصی اوست، پایبند است و نمی‌پذیرد که تحت فشار و تأثیر دیگران قرار گیرد. به بیان دیگر رفتار قاطعانه به معنای قطعیت و قطعنامه در تصمیم‌گیری‌ها و رفتارها است. فرد قاطع، به‌صورت روشن و مطلق، تصمیمات خود را اعلام و اجرا می‌کند و از اینکه دیگران ممکن است ناراضی یا ناموافق باشند، ترسی ندارد. او در صحت و صداقت اقدامات خود اطمینان دارد و ممکن است حتی با مواجهه با مخالفت‌ها و مقاومت‌ها، پابرجا و پایدار بماند.

به‌طورکلی، قاطعیت و رفتار قاطعانه نشان‌دهنده قوت داخلی فرد و تمایل او به عمل به‌طور صادقانه و منطقی است. این ویژگی به فرد اجازه می‌دهد تا مسیر زندگی خود را با اعتماد و اطمینان به خود انتخاب کند و در برابر تأثیرات و فشارهای خارجی قائل به تغییر نشود.

هنگامی که درباره مهارت رفتار قاطعانه صحبت می‌کنیم ممکن است بسیاری تصور کنند که مراد ما مهارت نه گفتن است. نه گفتن و رفتار قاطعانه دو مفهوم متفاوت هستند، اگرچه ممکن است در برخی موارد با یکدیگر ترکیب شوند. ولی در مجموع معنای متفاوتی از یکدیگر دارند. نه گفتن به معنای عدم پذیرش یا رد کردن یک درخواست، پیشنهاد یا ایده است. وقتی که شما "نه" می‌گویید، به معنای عدم تمایل یا توافق با موضوعی خاص

هستند. این می‌تواند به دلیل عدم موافقت با محتوا، عدم توانایی وقت یا منابع، یا عدم تطابق با ارزش‌ها و اهداف شخصی باشد. همچنین نه گفتن می‌تواند به صورت موقت یا دائم باشد و ممکن است با توضیحات و دلایلی برای عدم پذیرش همراه باشد. اما در رفتار قاطعانه، فرد به‌طور صریح و قاطعانه بیان می‌کند چه چیزهایی را می‌خواهد، چه حقوقی دارد، و چگونه مایل است با دیگران رفتار کند. رفتار قاطعانه از میان گزینه‌های مختلف راه‌حل، تصمیمی را انتخاب می‌کند که بهترین منافع و نیازهای فرد را تأمین کند، درحالی‌که به دیگران احترام می‌گذارد و حقوقشان را نقض نمی‌کند. بنابراین، اگرچه نه گفتن می‌تواند بخشی از رفتار قاطعانه باشد، اما رفتار قاطعانه گسترده‌تر است و شامل بیان نیازها، حقوق و مرزهای فرد در برابر دیگران است. رفتار قاطعانه نشان‌دهنده یک روش قاطع و صریح در برقراری ارتباط و اعمال است، درحالی‌که نه گفتن فقط به پاسخ رد کردن یک درخواست خلاصه می‌شود.

دقت کنید که نکته بسیار مهم و اساسی در بازی‌های قاطعیت فهم این نکته است که رفتار قاطعانه به معنای سلطه‌طلبی نیست. رفتار قاطعانه به این معناست که فرد به خود و خواسته‌ها، ارزش قائل است و با اعتمادبه‌نفس کامل، علاوه بر ابراز احساسات و نظرات خود، با رفتاری محترمانه جلوی تحمیل نظرات دیگران بر تصمیماتش را می‌گیرد. علاوه بر این، فرد قاطع در عمل به تصمیمات خود، با انضباط و پشتکار بالا برخورد می‌کند و می‌داند که او خودش است که آفریننده تمام لحظات و فرمانروای زندگی خودش است.

ویژگی‌های فرد قاطع و رفتار قاطعانه

همان‌طور که در بخش قبلی بیان شد رفتار قاطعانه بیانگر قدرت فرد در قبول و عمل به خواسته‌ها و نیازهای خود است و بر اساس ارزش‌ها و اصول شخصی او عمل می‌کند. این نوع رفتار مستلزم انعطاف‌پذیری و احترام به حقوق دیگران است و هدف آن تحقق خواسته‌ها و اهداف فرد در کنار حفظ احترام و ارزشمندی دیگران است. افراد قاطع، ویژگی‌های رفتاری مشترکی دارند که به شکل شخصیت قاطع در آنها تجلی می‌یابد. مهم‌ترین ویژگی‌های افراد قاطع را می‌توان در گزاره‌های زیر خلاصه کرد:

۱. اطمینان به نفس: افراد قاطع، اعتمادبه‌نفس قوی دارند و به قدرت و توانایی‌های خود اعتماد دارند. آن‌ها از ارزشمندی و صحت عقاید و تصمیمات خود مطمئن هستند.

۲. صداقت: افراد قاطع، صادقانه بیان می‌کنند چه چیزهایی را می‌خواهند و چه حقوقی دارند. آنها از واضح بودن در بیان احساسات، نظرات و مرزهای شخصی خود پیروی می‌کنند. به عبارتی صراحت کلام یکی از ویژگی‌های افراد قاطع است. این به معنای بیان صادقانه و روشن فکر، نظرات و احساسات خود است. افراد صریح، بدون پنهان کاری یا ایجاد ابهام، به طور مستقیم و واضح می‌گویند آنچه در ذهن و قلبشان است.

۳. احترام به خود و دیگران: افراد قاطع، به خود و به حقوق خود احترام می‌گذارند، همچنین به دیگران احترام می‌نهند و به حقوق و نیازهایشان احترام می‌گذارند. آنها در تعامل با دیگران نیز بر احترام و توجه به حقوق آنان تأکید می‌کنند.

۴. انضباط شخصی: افراد قاطع، در عمل به تصمیمات و ارزش‌های خود انضباط شخصی بالایی دارند. آنها می‌توانند در مواجهه با فشارها، ترغیبات و تأثیرات مختلف که دیگران ممکن است بر آنها بگذارند، مقاومت کنند.

۵. تعامل محترمانه: افراد قاطع، در تعامل با دیگران به صورت محترمانه عمل می‌کنند. آنها متوجه هستند که برای رسیدن به هدف‌ها و تحقق خواسته‌هایشان، نیاز به همکاری و احترام به دیگران دارند.

۶. انتخاب آگاهانه: افراد قاطع، در تصمیم‌گیری‌ها به صورت آگاه و با دانش کافی عمل می‌کنند. آنها به دقت و با توجه به ارزش‌ها، اصول و اهداف شخصی خود، انتخاب‌هایی را می‌کنند که با همخوانی با خواسته‌ها و نیازهایشان باشد.

جالب است بدانید اگر در رفتار کسی قاطعیت وجود نداشته باشد، به احتمال فراوان رفتارهای منفعلانه در وی دیده خواهد شد. این موضوع را در فصل بازی‌های منفعلانه توضیح خواهیم داد. فقط دقت کنید که بازی‌های منفعلانه معمولاً هوشمندانه هستند، ولی رفتارهای منفعلانه غالباً هوشمندانه نیست و نشان در ضعف دارند. سؤال مهم این فصل است که چگونه می‌توان قاطعیت را کسب کرده و آن را حفظ نمود؟ آنچه در این فصل از کتاب دنبال می‌کنیم نیز پاسخ به همین سؤال است. ما در ادامه فصل ما روش‌هایی را در قالب بازی‌های قاطعیت به شما معرفی می‌کنیم که اجرای آنها می‌تواند یاری بخش شما در جهت اکتساب و حفظ قاطعیت باشد. اما به کارگیری آنها به تناسب شرایط محیطی و زمانی است.

تاکتیک‌های قاطعیت و رفتار قاطعانه

تکنیک‌های رفتار قاطعانه، روش‌هایی هستند برای ارتباط مؤثر، بیان نیازها و دیدگاه‌های خود درحالی‌که به حقوق دیگران احترام می‌گذارید. برخی از مهم‌ترین تاکتیک‌های رفتار قاطعانه شامل موارد ذیل هستند:

۱. استفاده از کلمه من در صحبت کردن: از جملات دارای کلمه من برای بیان احساس خود درباره یک موقعیت استفاده کنید. به‌عنوان مثال، "من احساس ناراحتی می‌کنم وقتی شما در حین گفتگوی ما متوقف می‌کنید."
 ۲. گوش دادن فعال: به فرد دیگر گوش دهید و نشان دهید که نقطه‌نظر او را درک می‌کنید. این کمک می‌کند تا ارتباط خوبی برقرار شود و احتمال بروز سوء تفاهم کاهش یابد.
 ۳. زبان بدن: از زبان بدن حرفه‌ای و با اعتمادبه‌نفس استفاده کنید، مانند برقراری تماس چشمی و نگاه‌داشتن بازوهای آویزان. این نشان می‌دهد که شما اعتمادبه‌نفس و قاطعیت در رفتار و گفتار خود دارید.
 ۴. مهارت نه گفتن یاد بگیرید که وقتی نیاز است، بله نگویید. مهم است که مرزها را تعیین کنید و نیازهای خود را در اولویت قرار دهید.
 ۵. صراحت در بیان: با شفافیت در مورد آنچه می‌خواهید، درخواست خود را به‌طور مستقیم بیان کنید. به‌عنوان مثال، "اگر به من فضای کاری بدهید تا به پروژه‌ام بپردازم، قدردانی می‌کنم."
 ۶. توجه به واقعیت‌ها: در بیان نظری دیدگاه خود به واقعیت‌ها پایبند باشید و از بزرگنمایی و استنباط‌های نادرست خودداری کنید.
 ۷. استفاده از کلمات مثبت: از کلمات مناسبی استفاده کنید که به راه‌حل تمرکز کند و به‌جای مسئله، راهکار را نشان دهد. به‌عنوان مثال، "اگر می‌توانیم شیوه‌هایی پیدا کنیم که برای هر دوی ما مؤثر باشد، آن را ترجیح می‌دهم."
- در تکنیک‌های مذاکرات تجاری نیز همواره بیان می‌شود که برای یک مذاکره مؤثر روى منافع تمرکز کنید نه

روى مواضع

۸. پذیرفتن مسئولیت: به عهده گرفتن نتایج اقدامات خود و اجتناب از سرزنش کردن دیگران بسیار مهم است، این نشان می‌دهد که شما مسئولیت‌پذیر هستید و قابل اعتماد هستید. هرچقدر کسب اعتماد موفق‌تر عمل کنید، بالادستان به شما اختیارات بیشتری را تفویض خواهند کرد و اختیارات بیشتر معادل افزایش توان شما برای کسب اقتدار و قاطعیت است.

۹. همدردی: با احترام به احساسات و نگرانی‌های دیگران همدردی کنید. این کمک می‌کند تا ارتباط خوبی برقرار شود و پایه‌ای برای احترام متقابل بنیان‌گذاری شود. فراموش نکنید برای حفظ قاطعیت و اقتدار نیاز به قدرت دارید و برای اکتساب قدرت لازم است که شبکه ارتباطی و تعداد همراهان خود را بیشتر کنید. لذا مخصوصاً در بدو ورود به یک محیط سعی کنید با استفاده از شیوه‌هایی مانند همدردی افراد را به حامیان خود تبدیل کنید. حامیان بیشتر منشأ کسب و حفظ اقتدار خواهند بود.

۱۰. مرزبندی رفتاری: با تعیین مرزها، مراقبت از حریم خود و برجسته‌سازی جایگاه شخصیتی و سازمانی اجازه ندهید همه افراد با شما احساس راحتی و صمیمیت کنند. دقت کنید در هرگونه رفتاری ابتدا جنبه و ظرفیت طرف مقابل را بسنجید و سپس اقدام کنید.

۱۱. بازخورد ساندویچی: با استفاده از بازخورد ساندویچی، انتقادات سازنده را ارائه دهید. با شروع با یک نظر مثبت، بیان مسئله و پایان با یک نظر مثبت دیگر. این تکنیک کمک می‌کند تا انتقادات نرم شود و به راحتی پذیرفته شود. فارغ از موضوع اقتدار و قاطعیت دقت به این نکته ضروری است که جامعه‌شناسی محیطی نقش بسیار پر رنگی در رفتارها ایفا می‌کند. در فضای فرهنگی مردم ایران افراد انتقادپذیری مفهوم کم‌رنگی است، لذا در تعامل با آن‌ها اگر ۱۰ ضعف در کار آن‌ها می‌بینید همه ضعف یا بیشتر از آن را بیان نکنید. با ادبیات و لحنی نرم به ۲ مورد آن بپردازید. مثلاً بگوئید که کارهای بسیار خوبی در این زمینه صورت گرفته است. به نظر در این ۲ مورد می‌توان به راهکارهایی فکر کرد و

۱۲. اجتناب از پوزش: از پوزش بیش‌ازحد یا بی‌دلیل اجتناب کنید. این ممکن است باعث کاهش اعتمادبه‌نفس و کم کردن قاطعیت شما شود. فراموش نکنید پوزش می‌تواند حداقل به صورت موقت افراد را در موضع بالاتری نسبت به آنچه هستند قرار دهد.

۱۳. استفاده از شوخی: با استفاده از شوخی در موقعیت‌های تنش، اوضاع را آرام کنید. این کمک می‌کند تا رابطه برقرار شود و ارتباط مؤثرتری برقرار کنید.

۱۴. زبان هنر: استفاده از المان‌های هنری مؤثرترین شیوه ارتباطی بین انسان هاست. حتماً دقت نموده‌اید که گاهی یک نقاشی معانی متعدد و متنوعی را در خود جای می‌دهد که سال‌ها در مورد این مفاهیم بحث شده است. لذا تا جایی که ممکن است (تا جایی که اصول اقتدار نامبرده زیر سؤال نروند) سعی کنید از تکنیک‌های هنری مانند تمثیل، داستان و ... استفاده کنید.

۱۵. آگاهی: در فصل پیش بیان کردیم که یکی از ریشه‌های قدرت تخصص و دانش است، داشتن اطلاعات درست در زمینه‌های مختلف کاری و شخصی فضای سو استفاده را بر بسیاری از افراد می‌بندد. فراموش نکنید اگر افراد احساس کنند که از ناآگاهی شما می‌توانند سو استفاده کنند، به شیوه‌های مختلف این کار را تکرار خواهند نمود. با گنجاندن این تکنیک‌های رفتار قاطعانه در سبک ارتباطات خود، در روابط شخصی و حرفه‌ای خود، می‌توانید به‌طور قابل توجهی سطح تأثیرگذاری خود را بیشتر کنید.

بازی‌های قاطعیت و رفتار مقتدرانه

برای داشتن قاطعیت و رفتار مقتدرانه می‌توانید از بازی‌های زیر استفاده کنید:

ترازوی عدالت: ترازوی عدالت نشانگر مفهومی است که در آن همه افراد برای دستیابی به یک نظام عادلانه و متعادل تحت یک استاندارد مشترک قرار می‌گیرند. این سمبل نشان می‌دهد که همه افراد حقوق و وظایف مساوی دارند و باید به عادلانه برخورد شود و بازی ترازوی عدالت نیز به معنای رفتار محترمانه در راستای قاطعیت و اقتدار است.

جدیت آلمانی: جدیت آلمانی به معنای ویژگی‌ها و رفتارهایی است که به‌طور معمول به مردم آلمان نسبت داده می‌شود. این عبارت نشان‌دهنده ویژگی‌هایی مانند دقت، نظم، پایبندی به قوانین و قواعد، روشنگری و عملی بودن است. به عبارتی بازی جدیت آلمانی به معنای تمایل به انجام کارها با دقت و دقیق بودن، رعایت زمان، انضباط شخصی، پیگیری اهداف و حرفه‌ای‌گری در انجام وظایف است.

قلب شکسته: قلب شکسته به‌عنوان نمادی از اعتراف و پذیرش خطاها و ضعف‌ها در برخی فرهنگ‌ها استفاده می‌شود. این نماد نشان می‌دهد که فرد آماده است به‌طور صادقانه از اشتباهات خود اعتراف کند و مسئولیت آن‌ها را بپذیرد. این بازی در زمره پایه‌های قاطعیت و اقتدار است و به مفهوم معرفی درست خود و نشان دادن حساسیت‌ها و تمایلات خود می‌باشد. معرفی درست خود باعث ایجاد قاطعیت رفتاری می‌شود زیرا به دیگران نشان می‌دهد که شما خودآگاهی و اعتمادبه‌نفس دارید.

گربه سگ: در رفتارشناسی حیوانات گفته می‌شود که اگر به سگ محبت کنید، او شما را به‌عنوان خدای خود تلقی می‌کند و بالاتر می‌داند. اما اگر به گربه محبت کنید، گربه خود را خدا خواهد دید و احساس می‌کند از شما بالاتر است. لذا در بازی‌های قاطعیت توجه داشته باشید که با توجه به ظرفیت و برداشت طرف مقابل مواضع خود را اعلام کنید. اگر فرد ظرفیت داشت با استفاده از بیان صریح مواضع خود را شفاف کنید و اگر طرف مقابل ظرفیت نداشت با استفاده از رفتارهای غیررسمی مانند بیان یک داستان منظور خود را منتقل کنید.

عینک نارنجی: عینک نارنجی به مفهوم دیدن واقعیت‌های زندگی و نه سوءتفاهم‌ها و سوءبرداشت‌ها و نارنجی دیدن همه‌چیز است. واقع‌گرایی به معنای تمایل به تمرکز بر واقعیت‌ها و حقایق آنچه واقعیت خارج از ذهن و مستقل از تصورات و خیالات فرد است، است. واقع‌گرایان به تجربه و مشاهده‌های مستقیم واقعیت‌ها اهمیت می‌دهند و سعی می‌کنند از تصورات و خیالات بیش‌ازحد خودداری کنند.

شعله آتش: شعله آتش به‌عنوان سمبلی از رفتار آشکار، نمادی است که به‌صراحت و قابل‌مشاهده بودن رفتار و عملکرد اشاره می‌کند، چرا که آتش، با نور و حرارت خود، به‌صورت آشکار و قابل‌لمس، وجود و فعالیت خود را نشان می‌دهد. شعله آتش به‌عنوان سمبل رفتار آشکار، نمادی از صراحت و وضوح در بیان احساسات و نیازها است. بازی شعله آتش به معنای رو بازی کردن، آشکار کردن مواضع و نظرات خود است.

بیر در کمین: بیرها به مدت طولانی در کمین می‌ماند تا به شکار مناسب برسند. آن‌ها به صبر و تمرکز بالا برای تشخیص وقت مناسب و شکار فرصت‌هایی که برای آن‌ها موفقیت‌آور است، نیاز دارند. این شکارها ممکن است به مدت‌زمانی طولانی به طول بیانجامد تا بیر بتواند به‌طور مؤثر شکار خود را انجام دهد. بازی بیر در کمین به معنای پیگیری صبورانه در راستای نشان دادن قاطعیت است.

بلوط انگلیسی: درخت بلوط انگلیسی به‌عنوان نماد مقاومت و استقلال شناخته می‌شود. بلوط‌ها ساختاری قوی و مقاوم دارند و می‌توانند در برابر بادهای قوی، طوفان‌ها و شرایط آب و هوایی سخت مقاومت نشان دهند. بازی بلوط انگلیسی به معنای داشتن استقلال و مقاومت‌های استقلال محور در محیط‌های مختلف بوده و هدف نهایی آن اثبات قاطعیت است.

بامبوی چینی: بامبو به‌عنوان نمادی از اصرار و قدرت در فرهنگ چین معروف است. بامبو در اوج رشد خود در عرض چند هفته به ارتفاع بزرگی می‌رسد و با مقاومت در برابر باد و شرایط نامساعد، نشان می‌دهد که اصرار قوی و قدرت رشد را دارد. بازی بامبوی چینی به معنای اصرار در رسیدن به خواسته‌ها در راستای داشتن قاطعیت است. اصرار می‌تواند به ایجاد قاطعیت رفتاری کمک کند زیرا باعث می‌شود تا شما در مواجهه با موانع و چالش‌ها، ادامه دهید و به هدف خود پایبند باشید.

شمشیر سامورایی: شمشیر سامورایی به‌عنوان نماد شجاعت به دلیل ویژگی‌ها و تاریخچه‌ای که در ارتباط با آن وجود دارد، شناخته می‌شود. بازی شمشیر سامورایی بیان می‌کند که برای داشتن قاطعیت، شجاعت لازم است. شجاعت به‌عنوان یکی از ویژگی‌های مهم انسانی، می‌تواند به شما کمک کند تا قاطعیت رفتاری داشته باشید. وقتی که شجاعت دارید، به راحتی می‌توانید تصمیم‌های مهم بگیرید و از اصول و ارزش‌های خود پیروی کنید، حتی در مواجهه با موانع و مشکلات.

رعدوبرق: رعدوبرق به‌عنوان سمبل سرعت و تسریع در فرهنگ‌های مختلف استفاده می‌شوند. این سمبل نشان می‌دهد که شخص توانایی دارد تا با سرعت و کارایی بالا عمل کند و به سرعت به هدف خود نزدیک شود. بازی رعدوبرق نیز به معنای داشتن سرعت عمل در کار و واکنش سریع به اتفاقات در راستای داشتن قاطعیت می‌باشد. واکنش سریع می‌تواند به ایجاد قاطعیت رفتاری کمک کند زیرا شما به سرعت در مواجهه با وضعیت‌ها و فرصت‌ها عمل می‌کنید و از این طریق از دست دادن فرصت‌ها و ایجاد تردیدات جلوگیری می‌شود.

نقشه جغرافیا: نقشه جغرافیا به ما اجازه می‌دهد که به جزئیات و جزئیات مکانی پرداخته و به تفصیل عناصر مختلف جغرافیایی را بررسی کنیم. ما می‌توانیم از طریق نقشه‌ها به مقیاس‌ها و اندازه‌ها دسترسی پیدا کنیم و به‌طور دقیق جزئیات مکانی را مورد بررسی قرار دهیم. این قابلیت نقشه جغرافیا باعث می‌شود که به‌عنوان نمادی از جزئی‌نگری شناخته شود. بازی نقشه جغرافیا به معنای استفاده از جزئی‌نگری در نشان دادن قاطعیت است.

ذکاوت آتنا: آتنا یکی از خدایان یونان و نمادی از خرد و ذکاوت است. بازی ذکاوت آتنا اشاره به این دارد که یکی از هوشمندانه‌ترین رفتارهای قاطعانه استفاده از گفت‌وگو برای حل مسائل است. گفت‌وگو می‌تواند تأثیر بسیار مهمی بر رفتار قاطعانه فرد داشته باشد. وقتی افراد در یک فرآیند گفت‌وگو شرکت می‌کنند، می‌توانند دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و اطلاعات خود را به اشتراک بگذارند و به دیگران تأثیر بدهند.

لفظ قلم: اصطلاح لفظ قلم برای بیان ادبیات مؤدبانه و رسمی استفاده می‌شود. بازی لفظ قلم به معنای رسمی بودن در راستای نشان دادن قاطعیت است. رسمیت (یا اعتبار) به معنای شناخته شدن و احترام‌گذاری به اعمال و تصمیمات یک شخص یا سازمان است. رسمیت می‌تواند تأثیر مهمی در رفتار قاطعانه داشته باشد و در ارتباط‌ها و تصمیمات افراد تأثیرگذار باشد.

درخت زندگی: در بسیاری از فرهنگ‌ها درخت زندگی نمادی از تنوع است. بازی درخت زندگی به معنای استفاده از تنوع تکنیکی و رفتاری برای نشان دادن رفتار قاطعانه است. تنوع تکنیکی در مفهوم استفاده از روش‌ها و راهکارهای مختلف برای حل مسائل و انجام کارها می‌تواند تأثیر بسیار مهمی بر رفتار قاطعانه داشته باشد. این تنوع تکنیکی می‌تواند به افراد کمک کند تا بهترین راه‌حل‌ها را انتخاب کنند و تصمیم‌های بهتری بگیرند.

دم خروس: اصطلاح "دم خروس رو باور کنیم یا قسم حضرت عباس رو" به معنای مشاهده رفتار نامناسب برجسته است. بازی دم خروس اشاره می‌کند که در صورت مشاهده دروغ‌گویی عیان، ترسی از برجسته کردن و افشا نداشته باشید و به راحتی به روی طرف مقابل بیاورید. هشدار رفتار نامناسب به‌عنوان یک عامل مهم در تربیت و تنظیم رفتار افراد می‌تواند تأثیر بزرگی در رفتار قاطعانه آن‌ها داشته باشد.

گره دم حجله: گره را دم حجله کشتن به معنای نشان دادن قدرت از ابتدا است. بازی گره حجله را می‌توان با این اصلاح خلاصه کرد که "جنگ اول به از صلح آخر". نشان دادن قدرت به دیگران از ابتدای رابطه می‌تواند تأثیر بزرگی در رفتار قاطعانه در ارتباط‌ها داشته باشد. وقتی شخصی از ابتدای یک رابطه نشان دهد که او دارای توانایی‌ها، مهارت‌ها و قدرت است، ممکن است این رفتار می‌تواند تأثیرات مختلفی داشته باشد.

فصل یازدهم

بازی‌های تدافعی

رفتارهای تدافعی

رفتارهای تدافعی در محیط کسب‌وکار، به هر نوع رفتاری اشاره دارد که به منظور حفظ جایگاه، حقوق و مزایای فرد یا سازمان، انجام می‌شود. این رفتارها ممکن است توسط کارمندان، مدیران یا هر فرد دیگری که در محیط کسب‌وکار حضور دارد، انجام شود. برخی از رفتارهای تدافعی در محیط کسب‌وکار عبارت‌اند از:

۱. مطالبه حقوق و مزایا: این شامل طلب کردن افزایش حقوق، تعدیل ساعات کاری، درخواست مزایای بیشتر و با حقوق و مزایای بیشتر برای کارمندان می‌شود.

۲. مبارزه با سوءاستفاده: این شامل مبارزه با هر نوع سوءاستفاده، از جمله سوءاستفاده از قدرت، سوءاستفاده از منابع سازمانی، سوءاستفاده از اطلاعات و یا سوءاستفاده از امتیازات و مزایای سازمانی می‌شود.

۳. مبارزه با تبعیض: این شامل مبارزه با هر نوع تبعیض، از جمله تبعیض نژادی، تبعیض جنسیتی، تبعیض در برابر افراد با وضعیت اجتماعی پایین و یا تبعیض در برابر افراد با وضعیت جسمانی خاص می‌شود.

۴. مبارزه با نامناسب بودن رفتارهای مدیران: این شامل مبارزه با رفتارهای نامناسب مدیران، از جمله رفتارهای بی‌احترامی، رفتارهای تحریک‌آمیز و یا رفتارهای تبعیض‌آمیز می‌شود.

۵. مبارزه با عدم شفافیت: این شامل مبارزه با عدم شفافیت در مورد تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، عدم شفافیت در مورد اطلاعات مالی و یا عدم شفافیت در مورد سیاست‌های سازمانی می‌شود.

۶. انکار: در این رفتار، فرد تلاش می‌کند برای مواجهه با مشکلات و مسئولیت‌ها از آن‌ها عبور کند و آن‌ها را نادیده بگیرد. به‌جای مواجهه با چالش‌ها، فرد تلاش می‌کند تا مسئولیت را به دیگران منتقل کند یا واقعیت را تغییر دهد.

۷. ضدانتقاد: در این رفتار، فرد تمایل دارد به جای قبول انتقادها و نقدها، با مقابله و تهدید به طرف مقابل پاسخ دهد. فرد در تلاش است تا تحلیل کننده‌ی نقدها را تحت فشار قرار دهد و از خود دفاع کند.

۸. حمله شخصی: در این رفتار، فرد تلاش می‌کند با حمله به شخصیت یا ویژگی‌های شخصی طرف مقابل، توجه را از خود خودش به طرف مقابل منتقل کند. این رفتار معمولاً به ایجاد درگیری و نفرت منجر می‌شود و به جای حل مسئله، باعث تشدید تنش‌ها می‌شود.

۹. تعصب و جدایی: در این رفتار، فرد تلاش می‌کند از همکاری و تعامل با دیگران خودداری کند و با خود و گروه خود تمایل به جدایی داشته باشد. فرد ممکن است به انزوا برود و از همکاری و تبادل اطلاعات با دیگران خودداری کند.

۱۰. رقابت بیش‌ازحد: در این رفتار، فرد تلاش می‌کند برای حفظ جایگاه و تأیید خود، به‌طور بیش‌ازحد رقابت کند. این رفتار ممکن است منجر به بروز تعارضات و نفرت‌ها در محیط کار شود و باعث کاهش همکاری شود.

۱۱. سرپوش گذاشتن: در این رفتار، فرد تلاش می‌کند مسئله‌ها و درگیری‌ها را پوشش دهد و آن‌ها را به‌طور مستقیم مورد بحث قرار ندهد. این رفتار ممکن است باعث عدم حل مسئله و تشدید شود.

این رفتارها می‌توانند به‌منظور حفظ حقوق و مزایای فرد یا سازمان به کار گرفته شوند. با این حال، شاید برخی از این رفتارها باعث افزایش تنش و تعارض در محیط کسب‌وکار شوند. به همین دلیل، بهتر است که سازمان‌ها سیاست‌های مناسبی را برای تعامل با این رفتارهای تدافعی در محیط کسب‌وکار تدوین کنند. به‌عنوان نمونه، این سیاست‌ها می‌توانند شامل ارائه مکانیزم‌های شفاف و قابل‌اعتماد برای حل اختلافات، ارائه فرصت‌هایی برای بحث و گفتگو، حمایت از شفافیت و شناخته شدن حقوق و مزایای کارمندان و همچنین تشویق به ارائه ایده‌های خلاقانه و نوآورانه باشند. همچنین، مدیران باید سعی کنند که با برقراری ارتباطات با کارمندان و شنیدن نیازها و مشکلات آن‌ها، مسائل را بهبود بخشند و محیط کار را بهبود بخشند. درنهایت، ارتباطات صادقانه میان کارمندان و مدیران می‌تواند بهبود روحیه کاری و افزایش همکاری در محیط کسب‌وکار را به دنبال داشته باشد.

به یاد داشته باشید که ریشه رفتارهای تدافعی در محیط کسب‌وکار ممکن است در مواجهه با فشارها، انتقادها، اختلافات و تهدیدها باشد. این نوع رفتارها معمولاً به‌منظور حفظ جایگاه و منافع فردی یا گروهی استفاده می‌شوند و می‌توانند به تشدید درگیری‌ها و کاهش همکاری و اثربخشی کار تیمی منجر شوند. لذا برای حل

مسائلی که در پی این رفتارها ممکن است ایجاد شوند به جای خود مسئله به ریشه‌های آن توجه کنید. نکته مهم دیگر این است که رفتارهای تدافعی ممکن است در کوتاه‌مدت به نظر برخی از افراد کارآمد واقع شوند، اما در بلندمدت به تشدید درگیری‌ها و کاهش همکاری بین همکاران منجر می‌شوند. برای ایجاد روابط سالم و مؤثر در محیط کسب‌وکار، بهتر است از رویکردهای سازنده و همکارانه استفاده کنید و مهارت‌های ارتباطی، حل مسئله و همکاری را تقویت کنید.

اهمیت رفتارهای تدافعی در محیط کسب‌وکار

رفتارهای تدافعی در محیط کار بسیار مهم هستند و می‌توانند تأثیر مستقیمی بر روی بهبود عملکرد و موفقیت سازمان داشته باشند. رفتارهای تدافعی در کسب‌وکار اهمیتی برخاسته از موارد زیر دارند:

۱. حفظ منافع فردی: رفتارهای تدافعی ممکن است به فرد در حفظ منافع و موقعیت شخصی خود در سازمان کمک کند. این رفتارها به فرد امکان می‌دهند تا در برابر فشارها و تهدیدهای ممکن، خود را محافظت کند و به مصالح شخصی خود اولویت بدهد.

۲. حفظ قدرت و مقام: در برخی موارد، رفتارهای تدافعی به فرد کمک می‌کنند تا قدرت و مقام خود را در سازمان حفظ کند. این رفتارها به فرد امکان می‌دهند تا در مواجهه با رقبا و رقابت‌های داخلی، جایگاه و نفوذ خود را حفظ کند.

۳. مقابله با انتقادات و نقدها: رفتارهای تدافعی ممکن است به فرد در مقابله با انتقادات و نقدها کمک کند. این رفتارها به فرد امکان می‌دهند تا به دفاع از خود و مواجهه با انتقادات به صورت مؤثرتری بپردازد و از تأثیرات منفی آن‌ها کاسته شود.

۴. حفظ تعادل روانی: رفتارهای تدافعی ممکن است به فرد در حفظ تعادل روانی خود در مواجهه با فشارها و نزاعات کمک کند. این رفتارها به فرد امکان می‌دهند تا از عدم رضایت و ناراحتی خود نسبت به موقعیت‌های نامطلوب پرداخته و احساس کنترل بیشتری را تجربه کند.

۵. حفظ محیط کار سالم: رفتارهای تدافعی می‌توانند به عنوان یک مکانیزم حفاظتی در محیط کار عمل کنند و به کارمندان کمک می‌کنند تا از مشکلات مختلفی مانند سوءاستفاده، تبعیض، نامناسب بودن رفتارهای مدیریتی و عدم شفافیت دفاع کنند.

۶. ارتقای فرهنگ سازمانی: رفتارهای تدافعی می‌توانند به‌عنوان یک ابزار برای ارتقای فرهنگ سازمانی عمل کنند. با بالا بردن سطح آگاهی کارمندان در مورد حقوق و مزایا، قوانین و مقررات و همچنین با تشویق کارمندان به برخورداری از حقوق و مزایای آنان، فرهنگ سازمانی متقابل و پویاتر خواهد شد.

۷. تقویت روابط کاری: رفتارهای تدافعی می‌توانند به‌عنوان یک ابزار برای تقویت روابط کاری عمل کنند. با تشویق کارمندان به همکاری و تعامل با یکدیگر، مشکلات را بهتر حل کرد و بهبود عملکرد سازمان را به دست آورد.

۸. افزایش بهره‌وری: رفتارهای تدافعی می‌توانند باعث افزایش بهره‌وری در محیط کار شوند. با حل مشکلات و رفع موانع، کارمندان به‌طور مستقیم در بهبود فعالیت‌های سازمانی شرکت خواهند کرد.

۹. جلوگیری از اختلافات: رفتارهای تدافعی می‌توانند به‌عنوان یک مکانیزم جلوگیری از اختلافات در محیط کار عمل کنند. با تشویق کارمندان به بیان نیازها و مشکلات خود، موانع و اختلافات زودتر شناسایی و حل خواهند شد.

با توجه به اینکه رفتارهای تدافعی در محیط کار دارای اهمیت بسیاری هستند، سازمان‌ها باید سیاست‌های مناسبی را برای تشویق و حمایت از این رفتارها ارائه دهند. همچنین، باید به کارمندان آموزش داده شود که چگونه باید رفتارهای تدافعی در محیط کار را انجام دهند و به آن‌ها یادآوری شود که این رفتارها به نفع همه افراد سازمان هستند. در نتیجه، بهبود محیط کار و افزایش بهره‌وری و کارایی سازمان به دست می‌آید. مهم است به خاطر داشت که رفتارهای تدافعی در کسب‌وکار ممکن است نتایج کوتاه‌مدت مثبتی داشته باشند، اما در بلندمدت ممکن است باعث کاهش همکاری و روابط مؤثر در سازمان شود. به همین دلیل، اهمیت بیشتری باید بر روی رفتارهای سازنده، همکاری و مؤثر در محیط کسب‌وکار قرار گیرد که به تعامل، همکاری و حل مسئله متمرکز شده‌اند.

تکنیک‌های رفتارهای تدافعی

تکنیک‌های رفتارهای تدافعی در کسب‌وکار می‌توانند به شما کمک کنند در مواجهه با فشارها و نزاعات، به‌طور مؤثرتر و سازنده‌تر عمل کنید. در زیر تعدادی از این تکنیک‌ها را ذکر می‌کنم:

۱. تمرکز بر واقعیت: در مواجهه با نزاعات و فشارها، مهم است که بر روی واقعیت‌ها و اطلاعات موجود تمرکز کنید. از اطلاعات قابل اثبات و داده‌های مستند استفاده کنید تا به صورت محکم و مبتنی بر اطلاعات واقعی به موضوعات پاسخ دهید.

۲. ارتباط مؤثر: مهارت‌های ارتباطی مؤثر می‌تواند در رفتارهای تدافعی کمک کند. مهارت‌هایی مانند گوش دادن فعال، انتقال پیام‌های مؤثر، صحبت کردن با روش همکارانه و استفاده از سؤالات باز می‌تواند در مواجهه با نزاعات کمک کنند.

۳. تأخیر واکنش: در صورتی که درگیری‌ها و نزاعات بین شما و دیگران رخ داد، تأخیر در واکنش ممکن است کمک کند تا احساسات شما آرام شود و از پاسخ‌های تند و عاطفی خودداری کنید. زمانی که آرام شدید، می‌توانید با صحبت کردن منطقی‌تر و سازنده‌تر به مسئله پردازید.

۴. مذاکره و توافق: در صورت مواجهه با نزاعات و درگیری‌ها، استفاده از مهارت‌های مذاکره و توافق می‌تواند به شما کمک کند. سعی کنید به دنبال راه‌حل‌های منصفانه و متقابل باشید که برای هر دو طرف قابل قبول باشد و به جای ایجاد تقابل، همکاری و توافق را ترویج دهید.

۵. تمرکز بر مسئله: در مواجهه با نزاعات و درگیری‌ها، تمرکز خود را بر روی مسئله اصلی نگه‌دارید. از تمرکز بر واقعیت‌ها و موضوعات مهم برای حل مسئله استفاده کنید و از تمرکز بر احساسات و مراعات شخصی خودداری کنید.

۶. ارائه دلایل و توجیه‌ها: در صورتی که در مواجهه با انتقادات و اختلافات هستید، سعی کنید دلایل و توجیه‌های منطقی و مستند را ارائه کنید. با ارائه آمار، داده‌ها و اطلاعات قابل اثبات، می‌توانید مواجهه را در صورت لزوم تحت تأثیر قرار دهید.

۷. همکاری و هماهنگی: در مواجهه با نزاعات و درگیری‌ها، سعی کنید با همکاران و افراد مرتبط همکاری و هماهنگی داشته باشید. برقراری ارتباط و همکاری با دیگران می‌تواند به شما در حل مسائل و مدیریت درگیری‌ها کمک کند.

۸. تمرین تحمل و کنترل استرس: درگیری‌ها و نزاعات می‌توانند منجر به تنش‌ها و استرس شود. تمرین‌هایی مانند مدیتیشن، تنفس عمیق و ورزش می‌توانند به شما کمک کنند استرس را کاهش دهید و درگیری‌ها را به صورت سازنده‌تر مدیریت کنید.

توجه داشته باشید که هدف اصلی باید حل مسئله و ایجاد روابط سازنده باشد. در مواجهه با نزاعات و درگیری‌ها، بهتر است از تکنیک‌هایی استفاده کنید که به حل مسئله، توافق و همکاری کمک کنند تا به نتیجه‌ای مثبت و سازنده برسید.

بازی‌های تدافعی

در ادامه این فصل به بازی‌های تدافعی اشاره شده است:

پازل شکسته: پازل شکسته نماد عدم درک متقابل است. عدم تطابق بین ادراک افراد منجر به شروع بازی و رفتارهای سیاسی تدافعی می‌شود. رفتار سیاسی تدافعی در مواجهه با عدم درک و عدم فهم طرف مقابل به معنای واکنش‌ها و رفتارهایی است که به منظور حفظ و تقویت موقعیت و دیدگاه خود در مقابل طرف مقابل اتخاذ می‌شود. این نوع رفتار معمولاً در شرایطی که احساس می‌شود طرف مقابل نمی‌تواند یا نمی‌خواهد درک و فهم صحیحی از موضوعی داشته باشد، نمایان می‌شود.

جام رنج: جام رنج نماد و سمبلی از شرمنده سازی طرف مقابل است. رفتار شرمنده سازی راستای رفتارهای سیاسی تدافعی است و به معنای اظهار پوزش و قبول مسئولیت برای عدم درک و فهم متقابل می‌باشد. این نوع رفتار ممکن است به منظور تسهیل فرآیند ارتباط و ایجاد تعامل سازنده با طرف مقابل نیز به کار گرفته شود.

فونیکس: فونیکس پرنده‌ای است که توان تحمل بارهای سنگین را دارد و پس از مرگ از خاکستر خود بازتولید می‌شود. فونیکس یا قنوس در فرهنگ‌های مختلف به عنوان سمبلی از تاب‌آوری شناخته می‌شود. تاب‌آوری در راستای رفتارهای سیاسی تدافعی بوده و به معنای توانایی مقابله و تحمل فشارها، تنش‌ها و مواجهه با موقعیت‌های دشوار است. در مواجهه با عدم درک و عدم فهم طرف مقابل، تاب‌آوری می‌تواند به شما کمک کند تا بهترین راه‌ها را پیدا کرده و به صورت سازنده و کارآمد به موقعیت پاسخ دهید.

شطرنج کهن: از دیرباز شطرنج به عنوان یک بازی حاوی مفاهیم استراتژیک در دنیا مطرح بوده است. یکی از مهم‌ترین مفاهیمی که با نام شطرنج گره خورده است، مانور می‌باشد. مفهوم مانور در اینجا به معنای استفاده از یک ترفند یا راهبرد است که به منظور جلوگیری از حمله یا تهدیدی که توسط طرف مقابل ایجاد می‌شود، استفاده می‌شود. این ترفند می‌تواند شامل ارائه اطلاعات خاصی باشد که به طرف مقابل ارائه می‌شود تا او را جذب کرده و از حمله کردن یا تهدید کردن به سازمان جلوگیری شود.

عقاب پیر: یک داستان انگیزشی معروف در مورد عقاب بیان می‌کند که عقاب پیر می‌تواند چندین سال بیشتر عمر کند. برای این کار عقاب باید چند چالش بزرگ را بگذراند، ابتدا از طوفانی سخت باید عبور کند که بال هایش در آن آسیب می‌بیند. در مرحله بعدی باید در اقدام طاقت‌فرسا نوک خود را به صخره‌ای بکوبد و بشکند. در ادامه نوک جدیدی رشد می‌کند و عقاب باید با نوک جدید خود تمامی پره‌های خود را بکند و بعد از این فرآیند زندگی جدیدی به وی عطا می‌شود. بازی عقاب پیر به معنای دست‌وپنجه نرم کردن با چالش‌های بزرگ و به چالش کشیدن دیگران است. به چالش کشیدن طرف مقابل در راستای رفتار تدافعی به منظور برقراری بحث و گفتگو سازنده و تبادل نظر درباره موضوعات مختلف است.

گنبد تیتانیوم: مقاوم‌ترین فلز دنیا، تیتانیوم است. تیتانیوم یک فلز سبک و بسیار قوی است که در برابر خستگی و خوردگی مقاومت بالایی دارد بازی گنبد تیتانیوم به معنای رفتار ضد تخریب است. رفتار ضد تخریب در راستای رفتارهای تدافعی به معنای ارائه واکنش‌های مثبت و سازنده به جای واکنش‌های منفی و تخریبی در برابر نظرات و دلایل طرف مقابل است.

زنجیر فولادی: زنجیر فولادی به معنای مانعی برای برخی از رفتارهاست. بازی زنجیر فولادی نیز به معنای خویش‌داری است. خویش‌داری در رفتار تدافعی نقش مهمی را ایفا می‌کند. خویش‌داری به معنای آگاهی از خود، ارزش‌ها، محدودیت‌ها و نیازهای شخصی خود است.

بادیگارد مجازی: بسیاری از رفتارها مانند نه گفتن شاید به ظاهر ساده به نظر برسند ولی تأثیر شگفتی در حفظ منافع دارند، بازی بادیگارد مجازی به معنای نه گفتن در راستای رفتارهای تدافعی است. نه گفتن (یا انجام ندادن) می‌تواند تأثیر مثبتی بر توانمندی فرد در رفتارهای تدافعی داشته باشد.

سپر بلا: این بازی به معنای انداختن تقصیر به گردن دیگران بوده و به عنوان رفتاری تدافعی و رویکردی که اغلب به عنوان "تدافع ناسالم" یا سپر بلا شناخته می‌شود، می‌تواند موجب تشدید تعارضات و فاصله‌ای بین شما و افراد دیگر شود. در واقع، در این رویکرد، تمرکز بیشتری بر اثبات برتری و محکم نگه‌داشتن خود و ارجاع مشکلات و عواقب منفی به دیگران قرار می‌گیرد.

حلقه ازدواج: حلقه ازدواج نمادی از وفاداری در بسیاری از فرهنگ‌هاست. بازی حلقه ازدواج به معنای وفاداری در راستای رفتارهای تدافعی می‌باشد. در این بازی افراد با ماندن در سازمان و رفتارهای طبق مقررات و تحمل شرایط خود را به‌عنوان فردی وفادار به سیستم نشان می‌دهند. کاربرد این بازی نیز در تغییر شرایط به نفع خود با تکیه بر صبوری و تحمل می‌باشد.

ارباب حلقه‌ها: فیلم سینمایی ارباب حلقه به‌عنوان یکی از برترین آثار سینمایی تاریخ بوده و یکی از نمادهای خوب این سریال تأثیر داشتن دوستان و ایجاد ارتباط دوستانه بر توانمندی افراد در دفاع از خود است. بازی ارباب حلقه‌ها به معنای یارکشی و ایجاد شبکه ارتباط انسانی در راستای اهداف تدافعی است.

شیردال پارسی: در ادبیات کهن و باستانی ایران آمده است که شیر نمادی از قدرتمندترین جانور زمینی و عقاب نیز نمادی از قدرتمندترین جانور در آسمان بوده است. ترکیب این دو با هم سازنده شیردال است. شیردال توسط مردم امپراتوری پارس به‌عنوان نگهبان و مدافع شناخته می‌شده است. بازی شیردال پارسی به معنای توسعه منابع در راستای تقویت توانمندی رفتارهای تدافعی است.

خاکستر آتش: خاکستر آتش به‌عنوان نمادی از رعایت حداقل‌ها به‌عنوان رفتار تدافعی شناخته می‌شود. بازی خاکستر آتش نیز به این معناست که در صورتی که هیچ‌گونه راهی برای تعامل با طرف مقابل نداشتید، به حداقل‌های رفتاری بسنده کنید. رعایت حداقل‌های رفتاری به معنای رفتارهای مناسب و قابل قبول اجتماعی است که از افراد در مواقع مختلف انتظار می‌رود.

جنگ اشکانی: اشکانیان در جنگ‌های خود ابتدا با گریز آن‌ها را به داخل مناطق خاصی می‌کشاندند و سپس حمله متقابل را اجرا می‌کردند. بازی جنگ اشکانی به معنای حمله متقابل در رفتارهای تدافعی است. حمله متقابل یک نوع از رفتارهای تدافعی است که زمانی رخ می‌دهد که یک فرد به‌عنوان پاسخ به حمله یا تهدید دیگری، خود به حمله می‌پردازد.

فصل دوازدهم

بازی‌های کناره‌گیری یا خنثی

رفتارهای کناره‌گیری شامل رفتارهایی است که فرد به دلیل ترس از شکست، ناراضی بودن از وضعیت فعلی، عدم اطمینان به خود، یا عدم تعهد به اهداف و مسئولیت‌ها، از رسیدن به اهداف و حل مسائل کناره‌گیری می‌کند. رفتارهای کناره‌گیری و خنثی در محیط کسب‌وکار می‌تواند در بسیاری از موارد به‌عنوان یک بازی مورد استفاده قرار بگیرد. برای مثال در برخی موارد، اتخاذ تصمیم نگران‌کننده و پرخطر می‌تواند به معنی عدم پذیرش مسئولیت باشد، اگر یک مدیر، تصمیمی را اتخاذ کند که در صورت عدم موفقیت، باعث وارد شدن خسارت به شرکت شود، ممکن است به‌جای اتخاذ این تصمیم، به یکی از زیرمجموعه‌های خود این تصمیم را واگذار کند یا اینکه برای این تصمیم مسئولیتی قبول نکند. این رفتار کناره‌گیری نشان‌دهنده عدم پذیرش مسئولیت و نگرانی از پیامدهای ممکن است. از سوی دیگر در برخی موارد، تصمیم به اتخاذ عمل یا عدم عمل می‌تواند با خطراتی همراه باشد. در این موارد، رفتار خنثی می‌تواند به‌عنوان یک بازی مؤثر مورد استفاده قرار گیرد. به‌طور مثال، اگر یک شرکت مبلمان با شکایتی از یکی از مشتریانش روبرو شود و احتمال پیروزی در دادگاه برای شرکت کم باشد، شرکت ممکن است تصمیم بگیرد که به‌جای مقابله با این مشتری، به‌صورت خنثی به این مشکل بپردازد و از توافق با مشتری استفاده کند تا به شرایط مطلوبی برسد.

در کل، رفتارهای کناره‌گیری و خنثی در محیط کسب‌وکار بسته به شرایط و موقعیت متفاوتی ممکن است مورد استفاده قرار گیرند و تصمیم‌گیری در این زمینه بسته به تحلیل دقیق شرایط و پیامدهای ممکن، باید انجام شود.

اهمیت رفتارهای کناره‌گیری و خنثی

رفتارهای کناره‌گیری در محیط کسب‌وکار اهمیت زیادی دارند. به‌طورکلی رفتارهای کناره‌گیری در محیط کسب‌وکار می‌تواند به شما کمک کند تا بروز تنش‌های بیشتر را کاهش دهید، روابط خود با همکاران و مشتریان خود را حفظ کنید و احترام بیشتری در میان آن‌ها به دست بیاورید. همچنین، این رفتارها می‌تواند به شما کمک کند تا با داشتن مهارت‌های مذاکره و کاهش تنش‌ها، بهترین تصمیم‌ها را بگیرید و در نتیجه موفقیت بیشتری در کار خود داشته باشید. مهم‌ترین مواردی که اهمیت این رفتارها را بیشتر مشخص می‌کند شامل موارد زیر هستند:

۱. کاهش بروز تنش: در محیط کسب‌وکار، ممکن است با مسائل و تنش‌هایی روبرو شوید. در این موارد، رفتار کناره‌گیری می‌تواند به شما کمک کند تا از بروز تنش‌های بیشتر جلوگیری کنید. به‌عنوان مثال، در صورتی که با یک همکار یا مشتری با مشکلی مواجه شوید، به‌جای ورود به یک بحث گرم، می‌توانید با کناره‌گیری و به تعویق انداختن بحث، اجازه دهید که هر دو طرف بهترین تصمیم را بگیرند.

۲. حفظ روابط: رفتار کناره‌گیری می‌تواند به شما کمک کند تا روابط خود با همکاران و مشتریان خود را حفظ کنید. در برخی موارد، ورود به یک بحث گرم می‌تواند به شما کمک کند تا مسئله را حل کنید، اما به دلیل روحیه منفی و بحث‌های گرم ممکن است روابط شما با طرف مقابل آسیب ببیند. در این موارد، کناره‌گیری و به تعویق انداختن بحث می‌تواند به شما کمک کند تا روابط خود با طرف مقابل را حفظ کنید.

۳. افزایش احترام: رفتار کناره‌گیری می‌تواند به شما کمک کند تا احترام بیشتری در میان همکاران و مشتریان خود به دست آورید. در برخی موارد، ورود به بحث‌های گرم و پرخاشگرانه می‌تواند به شما کمک کند تا مسئله را حل کنید، اما این رفتار ممکن است باعث شود که همکاران و مشتریان شما را به‌عنوان یک فرد پرخاشگر و ناپایدار ببینند. در این موارد، کناره‌گیری و به تعویق انداختن بحث می‌تواند به شما کمک کند تا احترام بیشتری در میان همکاران و مشتریان خود به دست آورید. از سوی دیگر رفتارهای خنثی در کسب‌وکار نیز بسیار مهم هستند. رفتار خنثی در محیط کسب‌وکار می‌تواند به شما کمک کند تا اعتماد بیشتری در میان همکاران و مشتریان خود به دست آورید، روابط خود با آن‌ها را تقویت کنید و از اتخاذ تصمیمات نادرست جلوگیری کنید. همچنین، با داشتن رفتار خنثی، می‌توانید بهترین تصمیم‌ها را بگیرید و در نتیجه موفقیت بیشتری در کسب‌وکار خود داشته باشید. برخی از مهم‌ترین منافع که با رفتارهای خنثی می‌توان به دست آورد شامل موارد زیر هستند.

۱. افزایش اعتماد: رفتار خنثی می‌تواند به شما کمک کند تا اعتماد بیشتری در میان همکاران و مشتریان خود به دست آورید. در برخی موارد، ممکن است شما نتوانید به سؤالاتی که از شما پرسیده می‌شود، پاسخ دهید یا به یک بحث گرم و پرخاشگرانه وارد شوید. در این موارد، رفتار خنثی می‌تواند به شما کمک کند تا اعتماد طرف مقابل را به دست آورید، زیرا طرف مقابل می‌بیند که شما به‌عنوان یک فرد خنثی و حرفه‌ای با مشکلات برخورد می‌کنید.

۲. توسعه روابط: رفتار خنثی می‌تواند به شما کمک کند تا روابط خود با همکاران و مشتریان خود را تقویت کنید. در برخی موارد، ورود به بحث‌های گرم و پرخاشگرانه ممکن است باعث شود که روابط شما با طرف مقابل آسیب ببیند. در این موارد، رفتار خنثی می‌تواند به شما کمک کند تا روابط خود با همکاران و مشتریان خود را تقویت کنید، زیرا شما نشان می‌دهید که برای حل مسئله، بهترین راه را انتخاب می‌کنید.

۳. جلوگیری از اتخاذ تصمیمات نادرست: در برخی موارد، اتخاذ تصمیمات نادرست می‌تواند باعث بروز مشکلات بیشتر در کسب‌وکار شما شود. در این موارد، رفتار خنثی می‌تواند به شما کمک کند تا تصمیمات نادرستی را اتخاذ نکنید و بهترین تصمیم را بگیرید.

تکنیک‌های رفتار کناره‌گیرانه و خنثی

تکنیک‌های رفتار کناره‌گیرانه و خنثی در محیط کسب‌وکار می‌تواند به شما کمک کند تا در برخورد با مسائل و تنش‌های مختلف، بهترین راهکار را پیش بگیرید. دقت کنید رفتارهای کناره‌گیری و خنثی دو الگوی رفتاری متفاوت در محیط کسب‌وکار هستند. هرکدام از این رفتارها نقش و تأثیر مختص خود را در ارتباطات و کارکرد سازمانی دارند.

الف- رفتار کناره‌گیری: رفتار کناره‌گیری به معنای اجتناب یا اجتناب از مواجهه با مسائل، مشکلات یا تصمیم‌گیری‌های دشوار است. افراد با رفتار کناره‌گیری تمایل دارند به‌راحتی از مسئولیت‌ها یا وظایف پیچیده فرار کنند و ممکن است به‌جای روبرو شدن با مشکلات، آن‌ها را نادیده بگیرند یا برای حل آن‌ها تلاش نکنند. مشاهده رفتار کناره‌گیری در محیط کسب‌وکار می‌تواند منجر به مشکلاتی مانند کاهش بهره‌وری، کاهش کیفیت خدمات یا محصولات، و عدم رضایت مشتریان گردد. از جمله رفتارهای کناره‌گیری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. تکنیک کناره‌گیری: در این تکنیک، شما با کناره‌گیری از بحث گرم و پرخاشگرانه، می‌توانید به تعویق انداختن بحث و مشاوره با دیگران پرداخته و برای حل مسئله از بهترین راهکار استفاده کنید. این تکنیک می‌تواند به شما کمک کند تا تنش‌ها را کاهش دهید و بهترین تصمیم را بگیرید.

۲. انتقال مسئولیت به دیگران و جلوگیری از پذیرش مسئولیت‌ها: در این تکنیک فرد به دلیل ترس از شکست و ناتوانی، مسئولیت را به دیگران واگذار می‌کند و هیچ‌گونه اقدامی برای حل مسئله نمی‌کند.

۳. تأخیر یا عدم انجام وظایف مهم و ضروری: در این تکنیک فرد به دلیل ترس از انجام نادرست اقدام، اقدام خود را به تعویق می‌اندازد و تا زمانی که ناچار به برخورد با مسئله نشده، از انجام آن خودداری می‌کند.

۴. عدم مشارکت در تصمیم‌گیری‌های گروهی و اجتناب از تعامل با همکاران: عدم مشارکت در تصمیم‌گیری‌های گروهی و اجتناب از تعامل با همکاران، به معنی عدم شرکت فعال در فرآیندهای گروهی و تعامل با همکاران در محیط کار است.

۵. فرار: در این تکنیک فرد به دلیل ترس از شکست و ناتوانی، از مواجهه با مسئله فرار می‌کند و هیچ‌گونه اقدامی برای حل آن نمی‌کند.

در کل، تکنیک‌های رفتار کناره‌گیرانه در محیط کسب‌وکار می‌تواند به شما کمک کند تا در برخورد با مسائل و تنش‌های مختلف، بهترین راهکار را پیش بگیرید. با داشتن مهارت‌های رفتار کناره‌گیرانه و خنثی، می‌توانید روابط خود با همکاران و مشتریان خود را تقویت کرده و بهترین تصمیمات را در کسب‌وکار خود بگیرید.

ب- رفتار خنثی: رفتار خنثی به معنای عدم ابراز احساسات شدید یا نقد آشکار است. رفتارهای خنثی به رفتارهایی اشاره دارد که در آن‌ها فرد به‌طور مستقیم نظری قضاوت خاصی را ابراز نمی‌کند و تمایلی به تعبیر، پذیرش یا مخالفت با نظر دیگران ندارد. این رفتارها برای حفظ صلح، جلوگیری از تنش‌ها و ایجاد یک محیط خوب و متعادل میان افراد مورد استفاده قرار می‌گیرند. افراد با رفتار خنثی تمایل دارند تا در برخورد با مسائل مورد نظری تصمیم‌گیری‌ها، نه به‌شدت مثبت و نه به‌شدت منفی عمل کنند. آن‌ها ممکن است در مواجهه با انتخاب‌ها و تصمیم‌ها کناره بگیرند و احساسات خود را پنهان کنند. رفتار خنثی در برخی موارد می‌تواند مفید باشد. با این حال، در برخی موارد، این رفتار ممکن است منجر به عدم تصمیم‌گیری‌های مؤثر و عدم مشارکت در فرآیندهای تصمیم‌گیری گردد.

رفتارهای خشتی می‌توانند به ایجاد فضایی مناسب برای گفت‌وگو و تعاملات سازنده کمک کنند و در حل اختلافات و مشکلات میان افراد مؤثر باشند. این رفتارها به افراد کمک می‌کنند تا با دیگران در روابط متنوع و چالش‌برانگیز، همراهی کنند و با دیدگاه‌ها و احساسات مختلف سازگاری داشته باشند. رفتار خشتی در محیط کسب‌وکار می‌تواند به‌عنوان یک تکنیک مؤثر برای حفظ اختلافات کاری و حفظ صلح در محیط کاری مورد استفاده قرار گیرد. در زیر تعدادی از تکنیک‌های رفتار خشتی در محیط کسب‌وکار آورده شده است:

۱. گوش دادن فعال: گوش دادن به نظرات و دیدگاه‌های دیگران بدون دخالت و انتقاد می‌تواند یک روش خشتی‌گری مؤثر باشد. این اجازه می‌دهد تا دیگران به آرامی نظرات خود را بیان کنند و احترام به نقاط نظر آن‌ها نشان داده شود.

۲. اجتناب از جانب‌داری: به‌عنوان یک فرد کارمند یا رهبر، مهم است که در تصمیم‌گیری‌ها و انجام وظایف، از جانب‌داری و ترجیح دادن یک گروه یا شخص به ضرر دیگران خودداری کنید. صورتی که بخواهید نظری را ابراز کنید، می‌توانید از یک دیدگاه خشتی و بدون تحمل نسبت به دیگران استفاده کنید تا از ایجاد تنش در محیط کار جلوگیری کنید.

۳. اطلاع و آگاهی بالا از مسائل: بهتر است که مسائل مختلف کاری و سازمانی را به‌دقت مطالعه کنید و فرصت دهید تا اطلاعات کاملی را به دست آورید. این کار ممکن است به شما کمک کند تا با اطلاعات کافی و بدون تعصب تصمیم‌گیری کنید. تا زمانی که اطلاعات کافی به دست نیابده‌اید به بهانه کسب اطلاعات بیشتر رفتار خاصی از خود نشان ندهید. فراموش نکنید صبوری به شما کمک خواهد کرد که وضعیت درونی محیط را بهتر درک کنید.

۴. عدم شرکت در محاکمه‌های روانی: بعضی از محیط‌های کاری ممکن است با محاکمه‌های روانی و تفکرهای گروهی مواجه شوند. در این موارد، تا حد امکان، خود را از این نوع تفکرات دور نگاه‌دارید و به‌جای آن تمرکز خود را بر روی کار و مسئولیت‌های خود بگذارید.

۵. رفتار محترمانه حرفه‌ای: در محیط کاری، تعامل با همکاران و مدیران به شیوه‌ای حرفه‌ای و با احترام برخورد کنید. اجتناب از اظهارنظرهای تند و نقد بی‌پایه می‌تواند باعث حفظ صلح در محیط کاری شما شود.

۶. استفاده از منابع و مدل‌های استنادی: در مواجهه با اختلافات یا تصمیم‌گیری‌های دشوار، به‌جای اظهار نظر شخصی، از منابع و مدل‌های استنادی و مستند استفاده کنید تا تصمیمات خود را بر اساس اطلاعات معتبر بگیرید. در این تکنیک استفاده از اصطلاحات خنثی و عدم استفاده از اصطلاحاتی که ممکن است به نظر شخصی و یا تحریک‌کننده برای دیگران بیاید، می‌تواند به شما در ایجاد روابط مؤثر کمک کند.

۷. اعلام نقاط ضعف و قوت: در بحث‌ها و مذاکرات، نقاط قوت و ضعف هر گزینه را با دقت بیان کنید و به این ترتیب توانایی ارزیابی خنثی و موضوعی داشته باشید.

۸. اجتناب از انجام دخالت‌های ناخواسته: در مواقعی که شما اختیارات مستقل ندارید، از انجام دخالت‌های ناخواسته در مسائل مختلف خودداری کنید و اجازه دهید کارشناسان و افراد صلاحیت‌دار تصمیم‌گیری‌ها را بر عهده بگیرند. همچنین در برخی موارد ممکن است با ایده‌ای مواجه شوید که نظر شخصی را در آن بیان نشده باشد و طرفداری نداشته باشد. در این موارد، بهتر است تلاش کنید تا به بهبود موقعیت کمک کنید، به‌جای آن که نظر خود را ابراز کنید. برای مثال روی منافع عمومی سازمان و منافع اجتماعی مانور دهید.

در کل، رفتار خنثی در محیط کسب‌وکار برای حفظ روابط مؤثر و کاهش تنش‌های محیط کار بسیار مهم است. با استفاده از تکنیک‌های مناسب، می‌توانید این هدف را بهتر دنبال کنید.

اهمیت رفتار خنثی در محیط کسب‌وکار این است که باعث حفظ همکاری و ارتباطات مثبت میان اعضای تیم و همچنین جلوگیری از تشدید تنش‌ها و تضادهای می‌شود.

این رفتارها ممکن است به نظر فرد برای حفاظت از خود و کاهش ریسک‌ها مفید باشد، اما در طولانی‌مدت باعث ایجاد مشکلات بیشتر و افزایش ترس و ناتوانی در فرد می‌شود. برای رفع رفتارهای کناره‌گیری، فرد باید از خودش شروع کند و با تمرین و تلاش برای خودشناسی و افزایش اعتمادبه‌نفس، به سمت رفع این رفتارها حرکت کند. همچنین، کمک از روانشناس و مشاور نیز می‌تواند در این راه مفید باشد...

در نهایت، مدیریت این نوع رفتارها در محیط کسب‌وکار نیازمند بررسی و فهم علت این رفتارها است. در برخورد با رفتار کناره‌گیری، لازم است به افراد با احترام و شفافیت پاسخ داده شود و ایجاد فضایی برای بحث‌ها و رفع ابهامات می‌تواند کمک‌کننده باشد. به‌علاوه، تشویق افراد به ابراز نظرات خود و مشارکت فعال در تصمیم‌گیری‌ها می‌تواند از رفتار خنثی جلوگیری کند و به بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری کمک کند.

بازی‌های کناره‌گیری و خنثی

بازی‌هایی که در راستای رفتارهای کناره‌گیرانه و خنثی مورد استفاده قرار می‌گیرند موارد زیر هستند:

هزارتو: هزارتو نمادی از پیچیدگی جادویی می‌باشد. بازی هزارتو به معنای کناره‌گیری و خروج از بازی در هنگام حساسیت و پیچیدگی بالا می‌باشد. کناره‌گیری از فعالیت به هنگام پیچیدگی مسائل به معنای دست کشیدن از ادامه یک فرآیند یا وظیفه می‌باشد.

برگ زیتون: برگ زیتون سمبلی از صلح و آرامش است. بازی برگ زیتون به معنای تشویق به کناره‌گیری در بازی‌های باخت-باخت و بازی‌های کودک-کودک که طرفین هیجانی رفتار می‌کنند و منطقی نیستند، است. در این شرایط کناره‌گیری به صلح و آرامش همه‌جانبه کمک کرده و باعث می‌شود از تله‌هایی چون درگیری و مجادله و تخریب جلوگیری به عمل آید. این بازی یکی از راهکارهای مهم در ایجاد صلح و پیشگیری از تنش‌ها و تعارض‌ها است.

شیردریایی: شیر دریایی نمادی از شخصیت‌های خجالتی و کم رو بوده که منافع وی پایمال می‌شود. دقت کنید این بازی لزوماً منفی نیست و می‌تواند گاهی باعث نفوذ در شبکه دیگران شود. این بازی باید موقت به کار گرفته شود و اگر به‌طور دائمی استفاده شود باعث ضعف می‌شود، به‌طور خلاصه شیردریایی به معنای این است که موقتاً از منافع خود چشم‌پوشی کرده و از بازی کردن مستقیم کناره‌گیری می‌کنیم به امید آنکه فرصت بهتری نصیب ما شود.

اتاق تاریک: نشستن در اتاق تاریک رفتاری است که افراد منزوی نشان می‌دهند. اما در اینجا مراد از اتاق تاریک پرهیز از خودنمایی و تلاش در سکوت می‌باشد. این بازی نوعی بازی کناره‌گیری برای داشتن تمرکز و تسلط بیشتر است. پرهیز از خودنمایی می‌تواند به کناره‌گیری کمک کند زیرا وقتی که شما از خودنمایی کمتری بهره می‌برید و به‌جای آن به دیگران توجه می‌کنید، می‌توانید به شیوه‌ای که از خود شما بیشتر به دیگران مرتبط است عمل کنید.

پرچم سفید: پرچم سفید به عنوان یک نماد کوتاه آمدن و پیام صلح و تسلیم شدن استفاده می‌شود. در زمان جنگ‌ها و تنش‌های بین‌المللی، پرچم سفید اغلب به عنوان نشانه‌ای از تمایل به صلح و پایان جنگ استفاده می‌شود. بازی پرچم سفید به معنای کوتاه آمدن همه جانبه و سلطه پذیری است

غزل خداحافظی: غزل خداحافظی اغلب به عنوان یک سمبل ادبی برای بیان احساسات جدایی، وداع، ترحم و درد خداحافظی استفاده می‌شود. بازی غزل خداحافظی به معنای کناره‌گیری به جهت نداشتن منابع بوده و یا اینکه بخواهیم دیگران ما را در بازی‌های بعدی یاری کنند. کناره‌گیری به دلیل کمبود منابع می‌تواند مزایا و معایب خود را داشته باشد.

شلاق چرمی: در برخی از فرهنگ‌ها آمده است که برخی از اربابان جامعه با بستن شلاق چرمی به کمر خود سعی در این داشتند که قدرت خود را بالا نشان دهند. به عبارتی شلاق چرمی سمبلی از توهم اهمیت داشتن برای بقیه است. بازی شلاق چرمی به این معناست که با تصور اینکه به دنبال ما خواهند آمد، سازمان را ترک می‌کنیم.

دست آویزان: در برخی فرهنگ‌ها، آویزان کردن دست‌ها به عنوان یک سمبل عدم مشارکت و عدم تمایل به همکاری استفاده می‌شود. این نشان می‌دهد که فرد یا گروهی تمایلی به ارائه کمک، همکاری یا مشارکت ندارند و دست‌هایشان را در حالت بی‌حرکت و آویزان می‌گذارند. بازی دست آویزان به معنای عدم همکاری و مشارکت در راستای کناره‌گیری می‌باشد.

تنبلی کوالا: کوالا به علت سبک زندگی خاص خود که بیشترین بخش روز را به خوابیدن و استراحت کردن اختصاص می‌دهد، به نماد تنبلی تبدیل شده است. بازی کوالا به معنای تنبلی و بی‌تفاوتی به کار در راستای کناره‌گیری است. استفاده از تنبلی در راستای کناره‌گیری، به عبارتی عمدتاً عدم انجام وظایف و فعالیت‌های مرتبط با فرآیند کناره‌گیری است

خواب زمستانی: خواب زمستانی نمادی از عدم فعالیت و قبول زحمت است. بازی خواب زمستانی نیز به معنای عدم مسئولیت‌پذیری در راستای کناره‌گیری یا اجتناب از مسئولیت‌ها و وظایف مرتبط با یک وظیفه یا نقش خاص به کار می‌رود. این بازی به صورت عدم تعهد و عدم پذیرش مسئولیت‌های مرتبط با یک وظیفه، و عدم انجام آن‌ها است. عدم مسئولیت‌پذیری یکی از معضلاتی است که ممکن است در راستای کناره‌گیری از وظایف و مسئولیت‌ها به وجود آید.

جسد متحرک: استفاده از جسد متحرک می‌تواند نمادی از عدم اعتراض یا بی‌تفاوتی باشد. به عبارتی، ظاهری زیبا و متحرک که عدم اعتراض و بی‌تفاوتی را نشان می‌دهد. بازی جسد متحرک به معنای در حاشیه بودن و عدم توجه و اعتراض است. این بازی یک بازی منفی کناره گیرانه است و ممکن است فرد را راحت طلب تربیت کند.

قلب خاموش: قلب خاموش به کسی اشاره دارد که در ارتباطات و برقراری روابط، احساسات و انگیزه‌های خود را نشان نمی‌دهد یا به‌طور عمدی بی‌انگیزه و کم‌انرژی است. این واژه به‌طور خاص به کم‌کاری، بی‌اعتنایی و عدم علاقه به موضوعات و اعمال مشخصی اشاره می‌کند. بازی قلب خاموش به معنای کم‌کاری و بی‌انگیزگی در راستای کناره‌گیری است.

فیل سفید: معروف است که پادشاهی فیل سفیدی را به علت کمیاب بودن آن خرید. پس از مدتی مباشرین وی اعلام کردند که این فیل نه تنها مزیتی ندارد بلکه هزینه‌های سنگین نگهداری دارد. اما پادشاه بر حفظ فیل تأکید می‌کرد و استدلال وی این بود که برای این فیل هزینه زیادی شده است. بازی فیل سفید به معنای کناره‌گیری و نیفتادن در دام هزینه‌های بیشتر به خاطر هزینه‌های سابق است. کناره‌گیری زمانی که هزینه‌های زیادی به شما تحمیل می‌شود یک راهکار منطقی و اقتصادی است.

بخش چهارم: بازی‌های شبکه سازی

فصل سیزدهم

بازی‌های ورود و حفظ شبکه

شبکه سازی به معنی برقراری و توسعه رابطه با افراد و سازمان‌ها است که می‌تواند در محیط کسب‌وکار بسیار مفید باشد. شبکه سازی به شما این امکان را می‌دهد که با افرادی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با صنعت و حوزه کاری شما ارتباط دارند، آشنا شوید و رابطه با آن‌ها برقرار کنید. برخی از مزایای شبکه سازی در محیط کسب‌وکار شامل موارد زیر است:

۱. کسب اطلاعات بیشتر: شبکه سازی به شما این امکان را می‌دهد که با افرادی که در حوزه کاری شما فعالیت می‌کنند، آشنا شوید و از تجربیات و دانش آن‌ها بهره ببرید.
۲. ایجاد فرصت‌های شغلی: با شبکه سازی، افراد می‌توانند با کسانی که در حوزه کاری شما فعالیت می‌کنند، آشنا شوند و از فرصت‌های شغلی بیشتری بهره‌مند شوند.
۳. افزایش فروش و درآمد: شبکه سازی به شما این امکان را می‌دهد که با مشتریان جدید آشنا شوید و به فروش و درآمد خود اضافه کنید.
۴. ارتقای شخصیت: با شبکه سازی، می‌توانید با افرادی که در حوزه کاری شما فعالیت می‌کنند، آشنا شوید و باعث ارتقای شخصیت خود شوید.
۵. افزایش امتیاز درون‌سازمانی: شبکه سازی باعث افزایش امتیاز درون‌سازمانی شما می‌شود. زیرا با برقراری رابطه با افرادی که در سازمان شما فعالیت می‌کنند، می‌توانید روابط خود را با همکاران، مدیران و افرادی که در سطح بالاتری از سازمان فعالیت می‌کنند، بهبود بخشید.
۶. اشتراک‌گذاری اطلاعات: شبکه سازی به شما این امکان را می‌دهد تا با دیگران اطلاعات و تجربیات خود را به اشتراک بگذارید و از دیگران نظرات و بازخوردهای مفید دریافت کنید.

در کل، شبکه سازی در محیط کسب و کار بسیار مهم است و به شما امکان می دهد تا با افرادی که در حوزه کاری شما فعالیت می کنند، آشنا شوید و رابطه با آن ها برقرار کنید. از طریق شبکه سازی، می توانید اطلاعات بیشتری درباره صنعت و بازار خود به دست آورید، فرصت های شغلی بیشتری پیدا کنید، فروش و درآمد خود را افزایش دهید، شخصیت خود را ارتقا دهید و روابط خود در داخل و خارج سازمان را بهبود بخشید. بنابراین، برای داشتن یک کسب و کار موفق، شبکه سازی یکی از عوامل کلیدی است که باید آن را در نظر داشته باشید.

اهمیت شبکه سازی در محیط کسب و کار

شبکه سازی در محیط کسب و کار بسیار مهم است و می تواند تأثیر قابل توجهی بر رشد و موفقیت شغلی و کسب و کار شما داشته باشد. در زیر به برخی از اهمیت های شبکه سازی در محیط کسب و کار اشاره خواهیم کرد:

۱. افزایش فرصت ها در کسب و کار: با ایجاد و نگهداری روابط قوی با افراد مختلف در صنعت یا حوزه کسب و کار خود، فرصت های متنوع و بیشتری برای شما ایجاد می شود. از طریق این روابط، شما می توانید اطلاعات و اخبار جدید را به دست آورده و از فرصت های شغلی و تجاری بهره برداری کنید.

۲. افزایش ارتباطات تجاری: با شبکه سازی، می توانید ارتباطات تجاری قوی تری برقرار کنید. این ارتباطات می توانند شامل شراکت های تجاری، مشتریان جدید، تأمین کنندگان و همکاران حرفه ای باشند. این ارتباطات می توانند به شما در رشد و توسعه کسب و کار کمک کنند.

۳. به اشتراک گذاری منابع و تجربیات: با شبکه سازی، شما می توانید به منابع، تجربیات و دانش دیگران دسترسی پیدا کنید. این منابع می توانند شامل اطلاعات صنعتی، نکات عملی و راهنمایی های کسب و کاری باشند. این اشتراک گذاری منابع می تواند به شما کمک کند از خطاها و اشتباهات دیگران یاد بگیرید و در مسیر رشد و توسعه خود پیشرفت کنید.

۴. پشتیبانی و توانمندسازی: شبکه سازی باعث می شود که شما در محیط کسب و کار خود یک جامعه حمایت کننده از همکاران و همکارانتان داشته باشید. این جامعه می تواند به شما در مواجهه با چالش ها و مشکلات، ارائه راهکارها و پشتیبانی لازم را ارائه کند. همچنین، با شبکه سازی می توانید از تجربه و توانمندی های دیگران بهره برداری کنید و خود را بهبود بخشید.

۵. ایجاد شناخت برند شخصی: با شبکه سازی، می‌توانید شناخت برند شخصی خود را در صنعت و بازار ایجاد کنید. با برقراری روابط با افراد تأثیرگذار و شناخته‌شده در حوزه کاری خود، می‌توانید به‌عنوان یک منبع قابل اعتماد و ماهر در حوزه خود شناخته شوید.

به‌طورکلی، شبکه سازی در محیط کسب‌وکار به شما کمک می‌کند تا فرصت‌های شغلی و تجاری را گسترش دهید، از منابع و تجربیات دیگران بهره‌برداری کرده پیشرفت کنید. این شبکه‌ها به شما در ایجاد روابط مثبت و مؤثر، ارتباطات تجاری قوی‌تر و ایجاد اعتماد کمک می‌کنند.

تکنیک‌های شبکه سازی

برخی از تکنیک‌هایی که در شبکه سازی می‌تواند مفید و مؤثر واقع شود، شامل موارد زیر است:

۱. شرکت در رویدادهای شبکه سازی: شرکت در رویدادهای شبکه سازی مثل کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها و جلسات تجاری، به شما این امکان را می‌دهد تا با افراد جدید آشنا شوید و رابطه با آن‌ها برقرار کنید.

۲. استفاده از شبکه‌های اجتماعی: شبکه‌های اجتماعی مانند LinkedIn، Facebook و Twitter، به شما این امکان را می‌دهند که با افرادی که در صنعت شما فعالیت می‌کنند، آشنا شوید و با آن‌ها در ارتباط باشید.

۳. ایجاد یک وبلاگ: ایجاد یک وبلاگ مرتبط با حوزه کاری شما، می‌تواند به شما کمک کند تا محتوای مفیدی را با دیگران به اشتراک بگذارید و با افراد جدید آشنا شوید.

۴. ملاقات با افراد موفق: ملاقات با افراد موفق در صنعت خود، می‌تواند به شما کمک کند تا از تجربیات آن‌ها بهره ببرید و روابط خود را با آن‌ها برقرار کنید.

۵. ایجاد روابط بلندمدت: ایجاد روابط بلندمدت با افرادی که در حوزه کاری شما فعالیت می‌کنند، به شما کمک می‌کند تا به‌عنوان یک قطب تخصصی در صنعت خود شناخته شوید.

۶. ارائه خدمات رایگان: ارائه خدمات رایگان به افرادی که قصد دارید با آن‌ها رابطه برقرار کنید، می‌تواند به شما کمک کند تا به‌عنوان یک فرد قابل اعتماد و متعهد شناخته شوید.

۷. مشارکت در انجمن‌های حرفه‌ای: مشارکت در انجمن‌های حرفه‌ای مرتبط با حوزه کاری شما، می‌تواند به شما کمک کند تا با افراد جدیدی آشنا شوید و از تجربیات و دانش آن‌ها بهره ببرید.

در کل، شبکه سازی در محیط کسب و کار می‌تواند به شما کمک کند تا روابط خود را با افرادی که در حوزه کاری شما فعالیت می‌کنند، بهبود بخشید. با استفاده از تکنیک‌های شبکه سازی مناسب، می‌توانید روابط خود را با همکاران، مشتریان و افرادی که در سطح بالاتری از سازمان فعالیت می‌کنند، به بهبود بخشید و از فرصت‌های شغلی، اطلاعات و تجربیات دیگران بهره ببرید. مهم‌ترین نکته در شبکه سازی این است که باید روابط خود را با صداقت و اعتمادسازی برقرار کنید و به دیگران ارزش افزوده ایجاد کنید تا از شما در آینده حمایت کنند.

بازی‌های شبکه سازی

بازی‌های شبکه سازی جر معروف ترین و پر کاربردترین بازی‌های هستند. سعی در استفاده از آن‌ها داشته باشید. در ادامه این بازی‌ها توضیح داده شده‌اند.

بیزینس کارت: بیزینس کارت ابزار و نمادی برای توسعه ارتباطات است. بازی بیزینس کارت در محیط‌های مختلفی می‌تواند صورت گیرد و هدف از این بازی ایجاد و تحکیم پایه‌های قدرت است. در این بازی افراد سعی می‌کنند خود را به منابع قدرت، روسا و افراد دارای نفوذ شرکت نزدیک کرده و اعتماد آن‌ها را جلب نمایند

لئون حرفه‌ای: لئون حرفه‌ای نام یک فیلم سینمایی مشهور است و نمادی از حرفه‌ای بودن در محیط‌های مختلف است. این بازی به معنای رفتار حرفه‌ای بری توسعه شبکه ارتباطات است. حرفه‌ای بودن و نگاه حرفه‌ای به کار به‌طور معمول به توسعه شبکه کاری شما کمک می‌کند. یک نگاه حرفه‌ای به معنای انجام کارها با دقت، اخلاق حرفه‌ای، و توانایی ایجاد و حفظ روابط مثبت با افراد دیگر است.

سال گودمن: سال گودمن یکی از شخصیت‌های معروف دنیای سینمایی است و نام و کیلی با مهارت‌های انسانی متنوع است. بازی سال گودمن به معنای استفاده از مهارت‌های اجتماعی برای توسعه شبکه ارتباطات است. مهارت‌های اجتماعی و توسعه شبکه‌های ارتباطی در مجموعه مهارت‌های مهمی هستند که به شما کمک می‌کنند در مواقع مختلف ارتباط مؤثری با افراد دیگر برقرار کنید و شبکه‌های ارتباطی خود را توسعه دهید.

فرزانگی سلیمان: بازی فرزانگی سلیمان به معنای استفاده از دانش برای توسعه شبکه کاری است. دانش یکی از عوامل کلیدی در توسعه شبکه کاری می‌باشد و تأثیر مهمی بر ارتقاء ارتباطات حرفه‌ای و رشد شخصی و حرفه‌ای افراد دارد.

شام آخر: شام آخر نام تابویی از لئوناردو داوینچی است. این تابلو معنای و نمادهای گسترده‌ای در دل خود دارد و برای مدت طولانی مورد بررسی جامعه بوده است. در این تابلو می‌توان نمادهای معنایی از ناراحتی، خیانت، وفا و ... را به صورت هم‌زمان پیدا کرد و از این رو یکی از آثاری که نفوذپذیری زیادی در جامعه داشته است، شام آخر است. بازی شام آخر به معنای استفاده از تکنیک‌های نفوذ به شبکه ارتباطات انسانی برای موفقیت است. نفوذ به شبکه ارتباطات انسانی به معنای ورود به شبکه‌های مختلف افراد و برقراری ارتباط با آنها است. این فرآیند معمولاً به منظور ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه حرفه‌ای، یادگیری، و تبادل اطلاعات انجام می‌شود.

استدلال سقراط: سقراط یکی از فلاسفه‌ای است که به استدلال‌های جامع و عمیق شهره است. از این رو بازی استدلال سقراط به معنای اقناع دیگران برای شبکه سازی است. اقناع دیگران می‌تواند تأثیر مهمی بر شبکه سازی اجتماعی داشته باشد. زمانی که شما توانایی اقناع دیگران را داشته باشید، می‌توانید افراد را متقاعد کنید که با شما همکاری کنند، اطلاعات و منابع خود را به اشتراک بگذارند، و به شما در توسعه شبکه ارتباطات کمک کنند.

سوگند مقدس: در هر آئین و مذهبی سوگند خوردن رفتاری است که اعتمادآفرین است، بازی سوگند مقدس به معنای ایجاد اعتماد در راستای ورود به شبکه و شبکه سازی است. اعتماد یکی از عوامل مهم در تأثیرگذاری بر شبکه سازی کاری و ارتباطات حرفه‌ای است. زمانی که افراد به شما اعتماد داشته باشند، احتمال برقراری و توسعه ارتباطات حرفه‌ای با آنها بسیار بالا می‌رود.

صبر ایوب: صبر ایوب به‌عنوان نمادی از صبر و شکیبایی، در فرهنگ اسلامی شناخته شده است. بازی صبر ایوب به معنای استفاده از صبر در راستای متقاعدسازی، فرصت‌یابی و توسعه شبکه کاری می‌باشد. صبر یکی از مهارت‌های مهم در توسعه شبکه کاری و ارتقاء ارتباطات حرفه‌ای است.

جان استفن آکواری: جان استفن آکواری یک کشاورز تانزانایی بود که در المپیک ۱۹۶۸ در مسابقه دو مارا تن آخر شد. از او به‌عنوان یکی از نمادهای المپیک یاد می‌شود چرا که استقامت وی در به پایان رساندن مسیر با وجود مصدومیت ستودنی است. این بازی به معنای استقامت در توسعه شبکه است.

کریستال درخشان: کریستال درخشان به‌عنوان نمادی از حقیقت‌جویی شناخته می‌شود. این بازی به این معناست که اگر سؤالی از شما پرسیده شد، حقیقت را بگوئید تا شبکه کاری شما توسعه بهتری پیدا کند.

روانشناسی فروید: این بازی به معنای استفاده از روانشناسی فرد مقابل (یا افراد دیگری که با آن‌ها در توسعه شبکه کاری خود ارتباط برقرار می‌کنید) می‌تواند تأثیر مهمی بر توسعه شبکه کاری شما داشته باشد. تفاوت‌های فردی، شخصیت، نیازها، انتظارات و رفتارهای افراد مختلف می‌تواند در تعاملات و روابط حرفه‌ای تأثیرگذار باشد.

پوست کرگدن: مهم‌ترین شاخصه پوست کرگدن ضخامت بالای آن است. این بازی نیز به معنای داشتن آستانه تحمل بالا در توسعه شبکه کاری است. توسعه شبکه کاری به تحمل بالایی نیاز دارد تا بتواند با موفقیت در محیط‌های مختلف عمل کند. آستانه تحمل بالا به معنای توانایی افراد و سازمان‌ها در مقابله با فشارها، مشکلات، و استرس‌های مختلف است. این توانایی می‌تواند تأثیر مهمی در توسعه و پایداری شبکه کاری داشته باشد.

سیاست چرچیل: وینستون چرچیل، علاوه بر کارنامه‌ی رهبری خود در طول جنگ جهانی دوم، به‌عنوان یک سیاستمدار برجسته در طول دوران زندگی خود در بریتانیا شناخته می‌شود. سیاست داشتن در برخورد با دیگران به معنای اتخاذ یک سری رویکردها، قوانین، و راهبردها در ارتباطات و تعاملات با افراد و گروه‌های مختلف است. این سیاست‌ها و راهبردها می‌توانند به بهبود ارتباطات، افزایش تعامل مثبت، جلب همکاری‌های مؤثر و در نهایت شبکه سازی موفق کمک کنند.

بی‌رحمی هیتلر: برای توسعه شبکه گاهی باید مانند هیتلر بی‌رحم بود و برای رسیدن به نتایج مطلوب برخی را قربانی و حذف کرد. بی‌رحمی در تعاملات اجتماعی و توسعه شبکه کاری افراد تأثیرات متفاوتی می‌تواند داشته باشد، و این تأثیرات ممکن است مثبت یا منفی باشند. بی‌رحمی به معنای عدم مراعات احساسات و نیازهای دیگران، تمایل به کسب مزیت شخصی بدون توجه به اثرات منفی بر دیگران و عدم توجه به تجربه و احساسات دیگران است.

پیشگویی نوستر آداموس: نوستر آداموس نماد و سمبلی از پیش‌گویی و پیش‌بینی اتفاقات مهم است. این بازی به معنای استفاده از پیش‌بینی بنانه برای توسعه شبکه کاری است. پیش‌بینی درست می‌تواند تأثیر مهمی بر توسعه و تقویت شبکه کاری داشته باشد. شبکه کاری به ایجاد و حفظ ارتباطات حرفه‌ای با افراد دیگر و به اشتراک‌گذاری منابع و اطلاعات ارتباطی می‌انجامد.

چابکی هرمس: هرمس یکی از خدایان یونان باستان است و به سرعت عمل همراه با خرد مشهور است. به عبارتی بازی چابکی هرمس به معنای واکنش سریع و مناسب به رفتارهای دیگران است. واکنش سریع و چابک به وضعیت‌ها و فرصت‌های جدید در محیط کار و شبکه کاری می‌تواند تأثیر قابل توجهی داشته باشد.

حلقه اتحاد: در بسیاری از فرهنگ‌ها و تاریخ‌ها، حلقه اتحاد یا حلقه هم پیوندی نمادی از وفاداری، همبستگی و اتحاد است. این نماد معمولاً به‌عنوان نمادی از اتصال و اتحاد بین افراد، گروه‌ها، جوامع و فرهنگ‌ها استفاده می‌شود. حلقه به‌صورت یک حلقه بسته نمایانگر پیوند و ارتباط مستدام بین اعضا و اجزای یک مجموعه است. بازی حلقه اتحاد نیز به معنای هم پیوندی برای توسعه شبکه کاری می‌باشد.

درخت کاملیا: کاملیا به‌عنوان نماد احترام خاص به شخصیت‌های مهم، مقامات، رویدادها و مناسبت‌های مذهبی و رسمی استفاده می‌شود. بازی درخت کاملیا به معنای نمک‌گیر کردن دیگران و فرصت سازی برای توسعه شبکه کاری می‌باشد. احترام ویژه به دیگران می‌تواند تأثیرات مثبت بسیاری بر توسعه شبکه کاری شما داشته باشد. احترام به دیگران نه‌تنها نمایانگر اصالت شخصیت شماست، بلکه می‌تواند ارتباطات حرفه‌ای شما را تقویت کرده و به توسعه شبکه کاری شما کمک کند.

هلال ماه: هلال ماه به‌عنوان نماد ایمان به خداوند، نور و روشنایی، تغییر و تجدیدنظر و همچنین نماد شروع و پایان ماه مورد استفاده قرار می‌گیرد. اهمیت و معنای آن در هر فرهنگ و مذهب ممکن است متفاوت باشد، اما این نماد در کل به نمادی از ایمان و معنویت تلقی می‌شود. بازی هلال ماه به معنای ایمان و باور داشتن به شبکه است. ایمان داشتن به شبکه کاری و اهمیت آن می‌تواند تأثیرات مهمی بر توسعه شبکه کاری شما داشته باشد. ایمان به شبکه کاری به معنای اعتقاد به این است که ارتباطات حرفه‌ای و شبکه ارتباطی شما قادر به ایجاد فرصت‌ها، ارزش‌ها و توسعه حرفه‌ای است.

بت اعظم: در فرهنگ‌های باستانی بت‌ها عناصر و ابزارهایی برای ارتباط با خدا بوده‌اند. به عبارتی بت‌ها واسطه ارتباطات روحانی بودند و از این‌رو بازی بت اعظم به معنای توسعه شبکه کاری با استفاده از واسطه‌ها می‌باشد. واسطه‌یابی به معنای نقش تعاملی که فرد یا سازمانی در ارتباط میان دیگر افراد یا سازمان‌ها دارد، است.

ماندالا: ماندالا به معنای دایره است و نمادی هندسی از ظرف روح و ظرف اخلاق می‌باشد. بازی ماندالا به معنای اخلاقی بودن در توسعه شبکه کاری است. اخلاقی بودن در توسعه شبکه کاری تأثیرات بسیار مثبتی دارد و می‌تواند به شما کمک کند تا ارتباطات حرفه‌ای خود را بهبود بخشید و شبکه کاریتان را توسعه دهید.

پنگوئن سفید: در برخی فرهنگ‌ها، پنگوئن به‌عنوان نمادی از پاکی، بی‌گناهی و بردباری شناخته می‌شود. این نماد به تأکید بر اجتناب از بدی و حفظ کیفیت‌های مثبت در رفتار و زندگی اشاره دارد. بازی پنگوئن سفید اشاره دارد به اینکه برای توسعه شبکه کاری خود باید از افراد منفی فاصله بگیرید.

عقرب سیاه: عقرب سیاه نمادی از سوء تفاهم‌ها و سو برداشت‌هایی است که می‌تواند ارتباطات و شبکه ارتباطی افراد را با چالش مواجه سازد. بازی عقرب سیاه به معنای تلاش برای دوری از سوء تفاهم می‌باشد. دوری از سوء تفاهم یعنی جلوگیری از عدم درک صحیح و یا انتقال نادرست اطلاعات و پیام‌ها در فرآیند ارتباطات. توجه داشته باشید که سوء تفاهم می‌تواند تأثیرات منفی بسیاری بر توسعه شبکه کاری شما داشته باشد.

دریای پهناور: دریای پهناور نماد و سمبلی از دسترسی است. دریا به‌قدری بزرگ است که همه مردم می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. بازی دریای پهناور به این معناست که برای توسعه شبکه کاری همواره در دسترس باشید. در دسترس بودن، به معنای آماده و قابل دسترس بودن برای تعاملات و ارتباطات حرفه‌ای است.

جام شراب: در بسیاری از فرهنگ‌ها نحوه قرارگیری لیوان‌های شراب در یک میز نمایانگر آداب سرویس و مصرف شراب می‌باشد. بازی جام شراب به معنای رعایت آداب تعامل با بقیه در جهت توسعه شبکه کاری می‌باشد. رعایت آداب حرفه‌ای در تعاملات و ارتباطات حرفه‌ای تأثیرات مثبت بسیاری بر توسعه شبکه کاری شما دارد. آداب حرفه‌ای شامل نهاده‌ها، قوانین، و رفتارهایی است که در محیط کاری و تعاملات حرفه‌ای باید رعایت شوند.

عروسک ماتروشکا: در فرهنگ روسی، عروسک ماتروشکا به‌عنوان نمادی از خانواده‌دار بودن شناخته می‌شود. بازی عروسک ماتروشکا به معنای این است که خانواده‌دار بودن می‌تواند به توسعه شبکه کاری شما کمک کند. خانواده داشتن تأثیر بزرگی بر توسعه شبکه کاری فرد دارد. خانواده به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های زندگی اجتماعی فرد، نه تنها تأثیر بر زندگی شخصی و روابط خانوادگی او دارد، بلکه می‌تواند به توسعه شبکه کاری و حرفه‌ای او نیز کمک کند.

سیاهچاله: سیاهچاله‌های فضایی با قدرت و شدت فراوانی هر چیزی که به آن‌ها نزدیک باشد را به درون خود می‌کشند. به عبارتی سیاهچاله‌ها رفتاری حریص گونه دارند. بازی سیاهچاله به معنای دوری از حرص و طمع در راستای توسعه شبکه کاری است. حریص نبودن و رفتار منصفانه در تعاملات حرفه‌ای تأثیر بزرگی بر توسعه شبکه کاری دارد. وقتی فرد به‌عنوان یک فردی که در تعاملات خود از رفتار منصفانه و عدالت‌خواهانه پیروی می‌کند شناخته می‌شود، این می‌تواند به شکل‌دهی به ارتباطات حرفه‌ای و توسعه شبکه کاری او کمک کند.

آفتاب تاریک: آفتاب تاریک به معنای آفتابی است که روشنی‌بخش نیست. این بازی به معنای عدن استفاده از افرادی است که نمی‌توانند عضوی از شبکه باشند. همکاری با افراد ناشایسته و نامناسب می‌تواند تأثیرات منفی بر توسعه شبکه کاری شما داشته باشد. افراد ناشایسته معمولاً شامل افرادی هستند که اختلاف‌های اخلاقی یا حرفه‌ای دارند و همکاری با آن‌ها ممکن است به شما آسیب برساند.

بخش پنجم: ضمائم

فصل چهاردهم

بازی‌های بزرگان کسب‌وکار

در دنیای کسب‌وکار، بزرگان و شخصیت‌های برجسته‌ای وجود دارند که به دلیل تأثیر و اثرگذاری‌های بزرگ خود در حوزه کسب‌وکار، شهرت فراوانی دارند. در زیر به برخی از بزرگان دنیای کسب‌وکار اشاره شده است:

۱. بیل گیتس (Bill Gates): بنیانگذار مایکروسافت و یکی از ثروتمندترین افراد جهان است. بیل گیتس در حوزه فناوری اطلاعات تأثیر چشمگیری داشته و نقش بزرگی در توسعه نرم‌افزارهای کامپیوتری و صنعت تکنولوژی دارد.

۲. استیو جابز (Steve Jobs): بنیانگذار و مدیر عامل سابق شرکت اپل، شخصیت بزرگی در عرصه فناوری بود. استیو جابز با طراحی و ابتکار محصولات محسولاتی مانند آیفون، آیبود و مکینتاش، اثر بسزایی در تغییرات نوآورانه در صنعت تکنولوژی داشت.

۳. وارن بافت (Warren Buffett): یکی از مشهورترین سرمایه‌داران جهان است. بافت به‌عنوان سرمایه‌گذار و مدیر عامل شرکت برکشایر هاتاوی، در زمینه سرمایه‌گذاری، ارزش‌گذاری شرکت‌ها و ساختار سرمایه‌گذاری تأثیر زیادی داشته است.

۴. ایلان ماسک (Elon Musk): بنیانگذار و مدیر عامل شرکت‌های فضایی SpaceX و تسلا موتورز است. ایلان ماسک با توسعه تکنولوژی‌های نوآورانه مانند خودروهای الکتریکی به‌عنوان یک بزرگان صنعت تکنولوژی شناخته می‌شود.

۵. جف بزوس (Jeff Bezos): بنیانگذار و مدیر عامل سابق شرکت آمازون است. جف بزوس با توسعه و رشد شرکت آمازون به یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های تجارت الکترونیکی جهان تبدیل شد و تأثیر قابل‌توجهی در صنعت خرده‌فروشی آنلاین داشت.

۶. مارک زاکربرگ (Mark Zuckerberg): بنیانگذار و مدیر عامل شرکت فیسبوک است. مارک زاکربرگ با ایجاد و رشد شبکه اجتماعی فیسبوک، نقش مهمی در ارتقای ارتباطات و تأثیرگذاری بر رسانه‌های اجتماعی داشته است.

۷. دونالد ترامپ: دونالد ترامپ (Donald Trump) کارآفرین و سیاستمدار آمریکایی است که به‌عنوان رئیس جمهور آمریکا فعالیت کرده است. ترامپ قبل از اینکه رئیس جمهور آمریکا شود، یک کارآفرین ثروتمند بوده است و بسیاری از تکنیک‌های رفتاری او در کسب‌وکار و سیاست مورد بررسی جوامع جهانی می‌باشد.

۸. جان راکفلر: جان راکفلر، تاجر، بانکدار و فیلاتروپی آمریکایی بود راکفلر عضو مؤسس خانواده راکفلر بود که در صنعت نفت و بانکداری بسیار تأثیرگذار بود. او به‌عنوان یکی از ثروتمندترین افراد تاریخ و یکی از نخستین میلیاردرهای جهان شناخته می‌شود. راکفلر در طی زندگی خود بانک‌های بزرگی را تأسیس کرده و صنعت نفت را به‌طور قابل توجهی تحت کنترل خود درآورد..

این شخصیت‌ها و به‌عنوان الگوها و مراجعهای اصلی برای کارآفرینان و کسب‌وکارها محسوب می‌شوند. در این فصل بازی‌ها و تکنیک‌های برخی از بزرگان نام برده شده آورده شده‌اند. فراموش نکنید مراد ما از بازی‌های بزرگان و بازی‌هایی که در این فصل به آن‌ها اشاره شده است، **تکنیک‌ها، اصول، توصیه‌ها و روش‌هایی** هستند که این بزرگان در فعالیت‌های خود به کار برده اند.

بازی‌های بیل گیتس (اصول، روش‌ها و توصیه‌ها)

بیل گیتس، کارآفرین و یکی از ثروتمندترین افراد جهان، تکنیک‌های رفتاری مؤثری را برای دستیابی به موفقیت و رهبری توصیه می‌کند. در زیر به برخی از این تکنیک‌ها اشاره شده است.

❖ **تعیین اهداف مشخص:** بیل گیتس تأکید دارد که برای دستیابی به موفقیت، لازم است اهداف خاص

و مشخص داشته باشیم. به‌عنوان مثال، اگر هدف شما ایجاد یک شرکت فناوری است، باید اهدافی را

تعیین کنید مانند توسعه یک محصول نوآورانه، جذب سرمایه‌گذاران، و رسیدن به سهم بازار

مشخصی.

- ❖ **تمرکز بر چیزی که بهترین هستید:** بیل گیتس توصیه می‌کند که روی نقاط قوت خود تمرکز کنید. مثلاً اگر در برنامه‌نویسی برتر هستید، تلاش کنید روی توانایی‌های خود در این حوزه تمرکز کنید و به آن‌ها بیشتر بپردازید.
- ❖ **مدیریت زمان:** بیل گیتس به مدیریت زمان مؤثر توجه زیادی می‌کند. برنامه‌ریزی دقیق و الزامی است. مثلاً ممکن است برنامه‌ریزی کنید که هر روز صبح یک ساعت را به مطالعه و به‌روزرسانی مهارت‌های فنی خود اختصاص دهید.
- ❖ **ایجاد شبکه ارتباطی قوی:** برقراری روابط قوی و ساختن شبکه ارتباطی مؤثر از اهمیت بالایی برخوردار است. این به شما کمک می‌کند تا از دانش و تجربیات دیگران بهره‌برداری کنید و از فرصت‌های جدید بهره‌مند شوید. به‌عنوان مثال، شرکت در رویدادها و کنفرانس‌های مرتبط با حوزه کاری شما می‌تواند فرصت مناسبی برای برقراری ارتباط با افراد موفق و متخصص باشد.
- ❖ **پیوستن به گروه‌های مؤثر:** به‌علاوه، بیل گیتس توصیه می‌کند که به گروه‌ها و انجمن‌هایی با محتوای مرتبط با علاقه‌ها و هدف‌های شما بپیوندید. این امکان را به شما می‌دهد تا با افرادی با نگرش مشابه آشنا شوید و از تجربیات آن‌ها بهره‌برداری لازم را داشته باشید.
- ❖ **یادگیری مستمر:** بیل گیتس بر اهمیت یادگیری مستمر و کسب دانش و مهارت‌های جدید تأکید می‌کند. با یادگیری مداوم می‌توانید به شرایط تغییرات پاسخ دهید و جلوی رقبا را بگیرید.
- ❖ **پشتکار و انعطاف‌پذیری:** ساختن یک حرفه موفق یا یک کسب‌وکار به وجود آوردن چالش‌ها و سختی‌ها نیاز دارد. بیل گیتس به شخص‌ها توصیه می‌کند که پشتکار و انعطاف‌پذیری را تقویت کنند و در برابر مشکلات پیش رو مقاومت کنند. این نگرش به شما امکان می‌دهد از شکست‌ها یاد بگیرید، استراتژی‌هایتان را تغییر دهید و در نهایت به هدف‌های خود برسید.
- ❖ **فعالیت‌های خیریه:** بیل گیتس به خاطر تلاش‌های خیریه‌اش شناخته‌شده است. او بر اهمیت برگشت دادن به جامعه و تأثیر مثبت در جهان تأکید می‌کند. درگیر شدن با خیریه در زندگی شما، از طریق کمک‌های مالی، کار داوطلبانه یا فعالیت‌های اجتماعی، می‌تواند احساس هدف و رضایت را به شما بدهد.

❖ **همکاری و هم‌تیمی:** همکاری کردن کلیدی برای دستیابی به نتایج بزرگ است. بیل گیتس بر اهمیت ساختن تیم‌های مؤثر و همکاری با دیگران تأکید می‌کند. با بهره‌گیری از مهارت‌ها و دیدگاه‌های متنوع تیم، می‌توانید به مسائل پیچیده پاسخ دهید، ایده‌های نوآورانه تولید کنید و بیش از آنچه به‌تنهایی می‌توانستید انجام دهید، به نتایج برسید.

❖ **انطباق‌پذیری و تفکر آینده‌نگر:** در جهانی که به‌سرعت در حال تغییر است، انطباق‌پذیری و تفکر آینده‌نگر بسیار مهم است. بیل گیتس به افراد توصیه می‌کند که تکنولوژی‌های جدید را بپذیرند، روندها را پیش‌بینی کنند و به تفکر استراتژیک درباره آینده بپردازند. این نگرش به شما امکان می‌دهد تا فرصت‌های ظهوری را شناسایی کرده و تصمیماتی آگاهانه برای حفظ موفقیت بگیرید.

بازی‌های استیو جابز (اصول، روش‌ها و توصیه‌ها)

استیو جابز، مؤسس شرکت اپل و یکی از بزرگ‌ترین کارآفرینان و نوآوران تکنولوژی در تاریخ است. او با استفاده از تکنیک‌های رفتاری مختلف، توانست یک شرکت پیشرو را به وجود آورده و محصولاتی که طراحی کرده بسیار محبوب و مورد توجه قرار دهد. در زیر، به برخی از تکنیک‌های رفتاری استیو جابز اشاره شده است:

❖ **تمرکز بر تجربه کاربر:** استیو جابز همواره تأکید داشت که تکنولوژی باید ساده و قابل استفاده برای کاربران باشد. او به طراحی محصولاتی با رابط کاربری بسیار ساده و زیبا علاقه داشت و تلاش می‌کرد تا تجربه کاربری فوق‌العاده‌ای را برای مشتریان خلق کند.

❖ **ایجاد تمایز:** استیو جابز به خلق محصولاتی با تمایز قوی اهمیت می‌داد. او تلاش می‌کرد تا محصولات اپل را از رقبا تمایز دهد و به‌عنوان یک برند منحصربه‌فرد در ذهن مشتریان جا بیندازد. این تمایز معمولاً از طریق طراحی زیبا، کیفیت بالا و نوآوری در محصولات اپل به دست می‌آمد.

❖ **استفاده از روش‌های بازاریابی اثربخش:** استیو جابز با استفاده از روش‌های بازاریابی خلاقانه و اثربخش، توانست محصولات اپل را به‌صورت گسترده معرفی کند. او از استراتژی‌هایی مانند عرضه محصولات با تأخیر، برگزاری رویدادهای خاص مانند نمایشگاه‌های آیفون و استفاده از تبلیغات جذاب استفاده می‌کرد.

- ❖ **لحظه‌سازی مناسب:** استیو جابز همواره توانسته است لحظه‌های مناسبی را برای رونمایی از محصولات اپل انتخاب کند. او با ایجاد تعطیلات محصولات و رویدادهای خاص، هیجان و توقع را در مشتریان به اوج می‌رساند.
- ❖ **پیروی از شعار "Think Different":** استیو جابز همواره از برنامه‌های بازاریابی خلاقانه و بی‌نظیری استفاده می‌کرد. او به دنبال تغییر شکل دادن به جهان بود و این مفهوم را از طریق شعار "Think Different" در تبلیغات اپل به نمایش می‌گذاشت. این شعار به معنای تفکر و رویکرد متفاوت بود و برای جلب توجه و الگوبرداری از آن الهام گرفته شد.
- ❖ **توجه به جزئیات:** استیو جابز به خاطر توجه دقیق و دقت ویژه به جزئیات شناخته می‌شد. او باور داشت که حتی جزئیات کوچکی از یک محصول مانند انتخاب فونت یا قرارگیری دکمه‌ها می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی بر تجربه کاربری داشته باشد. جابز بر کمال‌گرایی تأکید داشت و تیم‌هایش را تحت‌فشار قرار داد تا محصولاتی را ارائه دهند که طراحی و اجرای بی‌عیب و نقص داشته باشند.
- ❖ **ساده‌سازی محصول:** جابز به ساده‌سازی و کمال‌گرایی باور داشت. وی هدفمندی برای حذف پیچیدگی‌های غیرضروری و ساده‌سازی تجربه کاربری را داشت. با حذف ویژگی‌های غیرضروری و تمرکز بر عملکردهای اصلی، جابز محصولاتی را ایجاد کرد که هوشمندانه و زیبا به نظر می‌رسیدند.
- ❖ **رویکرد مشتری‌مدار:** جابز به‌شدت به درک نیازها و آرزوهای مشتریان متعهد بود. وی باور داشت که نوآوری باید تحت تقاضای مشتریان قرار گیرد، نه تحت تحقیقات بازار یا گروه‌های تمرکز. جابز توانایی ذاتی داشت تا پیش از اینکه مشتریان خود این مطلب را بدانند، پیش‌بینی کند که آن‌ها چه می‌خواهند، که این امر به اپل امکان ساخت محصولاتی نوآورانه مانند آیفون و آیپد را می‌دهد.
- ❖ **مهارت‌های ارائه:** جابز یک ارائه‌دهنده و داستان‌سرا استثنایی بود. وی توانایی جذب حضور مخاطبان و ایجاد هیجان درباره محصولات اپل را داشت. جابز از تکنیک‌هایی مانند ایجاد انتظار، استفاده از تصاویر جذاب و ارائه سخنرانی‌های جذاب و قانع‌کننده برای به خاطر سپردن اثر بر جمعیت هدف خود استفاده می‌کرد.

❖ **اصرار، انعطاف و تحمل:** جابز به خاطر تعقیب بی‌وقفه برای برتری و ابتکار در خود و عدم قبول کم‌توانی شناخته می‌شد. او در طول شغل خود با چالش‌ها و برخورد با مشکلات متعددی مواجه شد، از جمله اخراج شدن از آبل در دهه ۱۹۸۰. با این حال، جابز مقاومت قابل توجهی را نشان داد و با بازگشتی موفق به آبل، آن را به موفقیت بی‌سابقه‌ای رساند. تعهد بی‌وقفه او به تئوری و یقین درباره بازگشت از شکست، جنبه‌های الهام‌بخشی از رویکرد رفتاری او هستند.

❖ **استانداردهای بالا و کنترل کیفیت:** جابز استانداردهای بسیار بالا و عالی را داشت و از تیم‌های خود برتری می‌طلبید. او به حفظ کنترل کیفیت دقیق بر محصولات آبل باور داشت و تضمین می‌کرد که هر جزئی با استانداردهای دقیق او همخوانی داشته باشد. این تأکید بر کیفیت به آبل کمک کرد تا شهرتی در تولید محصولات برتر، قابل‌اعتماد و نوآورانه کسب کند.

بازی‌های وارن بافت (اصول، روش‌ها و توصیه‌ها)

وارن بافت (Warren Buffett) یکی از سرمایه‌گذاران برجسته و موفق در جهان است. او در طول سال‌ها تکنیک‌های رفتاری مختلفی را به کار برده است که به او در انجام تصمیمات سرمایه‌گذاری کمک کرده‌اند. در زیر به برخی از این تکنیک‌ها اشاره می‌کنیم:

❖ **سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی با فعالیت مشخص:** بافت به‌عنوان یک سرمایه‌گذار بلندمدت، تمرکز خود را بر سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که فعالیت آن‌ها را به راحتی می‌فهمد، قرار می‌دهد. او به‌دقت به صنعت و مدیریت شرکت‌ها نگرینسته و تحلیل عمیقی از عملکرد آن‌ها انجام می‌دهد قبل از اینکه سرمایه خود را در آن‌ها سرمایه‌گذاری کند.

❖ **اندازه‌گیری ارزش طولانی‌مدت:** بافت به‌جای تمرکز بر تغییرات قیمت کوتاه‌مدت، بر روی ارزش طولانی‌مدت شرکت‌ها تمرکز می‌کند. او معتقد است که ارزش واقعی یک شرکت باید بر اساس عملکرد آن در طول زمان و قدرت تولید سود آتی آن تعیین شود.

- ❖ **خرید در زمان‌های بحرانی:** وارن بافت به‌عنوان یک سرمایه‌گذار تأملی، در زمان‌های بحرانی و صدمات بازار به خرید سهام علاقه‌مند است. او معتقد است که در طول موج‌های نزولی بازار، فرصت‌های خرید پررنگ‌تر می‌شوند.
- ❖ **تمرکز بر سودآوری طولانی‌مدت:** بافت به‌جای تمرکز بر رشد سریع، بر سودآوری طولانی‌مدت تأکید می‌کند. او به دنبال شرکت‌هایی است که قادر به تولید سود پایدار و بهره‌وری هستند.
- ❖ **اعتقاد به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های معروف:** بافت به شرکت‌های قوی و معروف اعتقاد دارد و به آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌کند. وی درک دقیقی از شرکت‌ها و مدیریت آن‌ها دارد و بر اساس آن تصمیمات سرمایه‌گذاری خود را می‌گیرد.
- ❖ **مدیریت ریسک:** وارن بافت به مدیریت ریسک بسیار مهم است. او تمایلی به سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها با ریسک بالا ندارد و ترجیح می‌دهد در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری کند که ریسک کمتری دارند و قدرتی نسبتاً بالا در بازار دارند. این رویکرد او به معنای حفظ سرمایه و جلوگیری از ضررهای بزرگ در صورت حدوث ریسک‌های ناخواسته است.
- ❖ **اعتماد به دانش خود:** وارن بافت به‌شدت به تحلیل و دانش خود اعتماد دارد. او به دنبال شرکت‌هایی است که طرح کسب‌وکار ساده دارند و قادر به تولید سود قابل پیش‌بینی هستند. با استفاده از دانش و تجربه خود، او تصمیمات سرمایه‌گذاری را می‌گیرد و به‌طور معمول از تنبلی در گرفتن تصمیمات مهم پرهیز می‌کند.
- ❖ **سرمایه‌گذاری در صنایع شناخته‌شده:** به‌جای سرمایه‌گذاری در هر صنعت، بافت به تمرکز بر روی صنایعی که با آن‌ها آشنا است و تجربه‌ای دارد، تمایل دارد. این رویکرد به او اجازه می‌دهد تا به‌طور دقیق‌تری درباره عوامل کلیدی و مشکلات صنعت تصمیمات بهتری بگیرد.
- ❖ **انتخاب شرکت‌های با مزیت رقابتی قوی:** وارن بافت به شرکت‌هایی علاقه‌مند است که مزیت رقابتی قوی دارند و قادر به حفظ موقعیت رقابتی خود در بازار هستند. او به دنبال شرکت‌هایی است که بر اساس فناوری، برند، هزینه‌های پایین یا ساختارهای توزیع منحصربه‌فرد، قدرت رقابتی بالایی دارند.

- ❖ **سرمایه‌گذاری در شرکت‌های پایدار سودآور:** وارن بافت به دنبال شرکت‌هایی است که قدرت تولید سود پایدار و قابلیت تولید درآمد طولانی‌مدت دارند. او تمایلی به سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی که در گذشته سودآوری قابل توجهی داشته‌اند نشان می‌دهد و از تاریخچه سودآوری در طول زمان استفاده می‌کند.
- ❖ **قدرت تحمل برای استقرار بلندمدت:** وارن بافت به‌طور معمول برای سرمایه‌گذاری بلندمدت معروف است و از استراتژی حرفه‌ای خرید و نگهداری (buy and hold) استفاده می‌کند. او تمایلی به خرید و فروش فرکانس بالا ندارد و به‌جای آن، تمرکز خود را بر روی سهامی که به نظر او ارزش طولانی‌مدت دارند، می‌گذارد.
- ❖ **تأکید بر یادگیری مداوم:** وارن بافت به‌طور مداوم به دنبال یادگیری و بهبود استراتژی‌های خود است. او به مطالعه و تحلیل بازارها، صناعت‌ها و شرکت‌ها اختصاص می‌دهد و تجربیات جدید را در تصمیمات سرمایه‌گذاری جدید خود اعمال می‌کند.
- ❖ **انتخاب شرکت‌های با مدیریت قوی:** وارن بافت به‌شدت به کیفیت مدیریت شرکت‌ها توجه می‌کند. او به دنبال شرکت‌هایی است که توسط مدیران قوی و با تجربه اداره می‌شوند و قادر به اجرای استراتژی‌های موفق هستند. وجود یک تیم مدیریتی قوی برای بافت بسیار مهم است.
- ❖ **عدم تأثیرگذاری احساسات:** وارن بافت به‌عنوان یک سرمایه‌گذار تأملی، تلاش می‌کند تا از تأثیر احساسات در تصمیمات سرمایه‌گذاری خود پرهیز کند. او در طول سال‌ها تجربه کسب کرده و توانایی کنترل احساسات خود را در تصمیمات سرمایه‌گذاری بهبود داده است.
- ❖ **تمرکز بر ارزش:** وارن بافت به‌جای تمرکز بر تغییرات قیمت کوتاه‌مدت، بر تعیین ارزش واقعی شرکت‌ها تمرکز می‌کند. او معتقد است که ارزش واقعی یک شرکت باید بر اساس قدرت تولید سود و جریان نقدینگی آن تعیین شود. این رویکرد به او اجازه می‌دهد تا شرکت‌هایی با ارزش و پتانسیل رشد بالا را شناسایی کند.

بازی‌های مارک زاکربرگ (اصول، روش‌ها و توصیه‌ها)

مارک زاکربرگ، مؤسس و رئیس هیئت‌مدیره شرکت متا، شخصیتی معروف در عرصه فناوری و کسب‌وکار است. او در طول سال‌ها از تکنیک‌های رفتاری مختلف برای رشد و موفقیت فردی و شرکت خود استفاده کرده است. در زیر به برخی از این تکنیک‌ها اشاره شده است:

❖ **رهبری توجه محور:** زاکربرگ بر رهبری توجه محور تأکید دارد. او به ارتباط مستقیم با کارکنان خود، گوش کردن به نیازها و نگرانی‌های آن‌ها و ایجاد فضای باز برای بحث و تبادل نظر می‌پردازد. این رویکرد به او کمک می‌کند تا مدیریت بهتری بر ارتباطات و فرهنگ‌سازمانی خود داشته باشد و باعث افزایش مشارکت و تعامل درون‌سازمانی شود.

❖ **تمهد به نوآوری:** زاکربرگ بر ضرورت نوآوری و تغییر مداوم تأکید می‌کند. او تشویق می‌کند تا تیم خود را به چالش کشیده و به دنبال راهکارهای جدید و بهتر برای مسائل مختلف باشند. او به ایجاد فضایی برای آزمایش خطا و سعی و خطا تشویق می‌کند و از این مجموعه تجربیات برای رشد و بهبود استفاده می‌کند.

❖ **تمرکز بر کارکنان:** زاکربرگ به ارزشمندی کارکنان خود و نقش اساسی آن‌ها در موفقیت شرکت اعتقاد دارد. وی توجه زیادی به ارتقاء مهارت‌ها و توسعه حرفه‌ای کارکنان می‌کند و به آن‌ها اجازه می‌دهد تا به‌طور فعال در تصمیم‌گیری‌ها و فرآیندهای سازمانی شرکت دخیل شوند.

❖ **استراتژی رشد خارجی:** زاکربرگ در طول سال‌ها از راهبردهای رشد خارجی استفاده کرده است. او با همکاری با سایر شرکت‌ها و استراتژی‌های همگرایی و ادغام، شرکت فیس‌بوک را توسعه داده است. این استراتژی‌ها به او کمک کرده است تا بازارهای جدید را فتح کند و فعالیت‌های خارجی را گسترش دهد.

❖ **ارتباطات عمومی:** زاکربرگ به ارتباطات عمومی و تعامل با جامعه بسیار اهمیت می‌دهد. او به‌طور مداوم با رسانه‌ها، سیاستمداران، و مردم در ارتباط است و سعی می‌کند تا تأثیر مثبتی بر عموم جامعه داشته باشد. او نیز در زمینه فعالیت‌های خیریه و اهداف اجتماعی تعهدات قابل‌توجهی دارد و

برنامه‌هایی اصولی و حرفه‌ای مانند "Chan Zuckerberg Initiative" را برای حمایت از آموزش، بهبود سلامت و حل مشکلات جامعه تشکیل داده است.

❖ **استراتژی محصول:** زاکربرگ در توسعه محصولات جدید نقش مهمی داشته است. او به ایده‌پردازی، تحقیق و توسعه محصولات نوآورانه و بهبود خدمات مشتریان توجه ویژه‌ای دارد. این استراتژی به او کمک کرده است تا تنوع محصولات متا را افزایش داده و سهم بازاری بزرگی در صنعت داشته باشد.

❖ **استفاده از داده‌ها:** زاکربرگ از داده‌ها و تحلیل آن‌ها برای گرفتن تصمیمات استراتژیک استفاده می‌کند. او به داده‌های کاربران فیس‌بوک دسترسی دارد و از آن‌ها برای بهبود محصولات، تجربه کاربری و توجیه تبلیغات استفاده می‌کند. این رویکرد، او را در جلب توجه تجار و تبلیغات آنلاین مؤثر می‌سازد.

❖ **الگوی رشد:** مارک زاکربرگ به الگوی رشد اعتقاد دارد که به معنای این است که او به قدرت یادگیری و توسعه شخصی اعتقاد دارد. او چالش‌ها را پذیرفته، شکست‌ها را به‌عنوان فرصتی برای رشد می‌بیند و تیم خود را تشویق می‌کند تا الگوی مشابهی را به خود بگیرند. این رویکرد به او این امکان را می‌دهد که به‌طور مداوم نوآوری کند و با شرایط متغیر سازگار شود.

❖ **شفافیت:** مارک زاکربرگ برای شفافیت تأکید دارد. او به ایجاد فرهنگی از ارتباط باز که ایده‌ها و بازخوردها بتوانند به آزادی جریان داشته باشند، اعتقاد دارد. علاوه بر این، او در فعالیت‌هایی درگیر شده است تا عملکردها و سیاست‌های متا را شفاف‌تر کند و به نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و امنیت پاسخ دهد.

❖ **توسعه چابک:** مارک زاکربرگ از رویکرد توسعه چابک پیروی می‌کند که بر فرآیندهای توسعه تکراری و قابل انعطاف تأکید دارد. این روش شامل تولید نمونه اولیه سریع، آزمایش و تکرار بر اساس بازخورد کاربر است. با پذیرش چابکی، مارک زاکربرگ اطمینان حاصل می‌کند که متا بتواند به‌سرعت به تقاضاهای بازار پاسخ دهد و محصولاتی را ارائه دهد که نیازهای کاربران را برطرف کنند.

- ❖ **استخراج استراتژیک:** مارک زاکبرگ برای گسترش دامنه فیس‌بوک و بهبود ارائه‌های آن از استخراج‌های استراتژیک استفاده کرده است. مثال‌هایی از این استخراج‌ها شامل خرید اینستاگرام، واتساپ و ... می‌باشند. این استخراج‌ها به فیس‌بوک کمک کرده‌اند تا به گروه‌های کاربری جدید دست یابد، نمایندگی‌های محصولات خود را تنوع بخشیده و با رقبا رقابتی بماند.
- ❖ **تأثیر اجتماعی:** مارک زاکبرگ به عزم قوی خود در قبال تأثیر اجتماعی و خیریه ابراز کرده است. همراه با همسرش، پرسیلا چان، او موسسه چان زاکبرگ را تأسیس کرده است که به هدف مقابله با چالش‌های اجتماعی از جمله آموزش، بهداشت و پژوهش علمی می‌پردازد. از طریق این ابتکار، مارک زاکبرگ علاقه خود به بهره‌برداری از فناوری و منابع برای بهبود جامعه را به اثبات می‌گذارد.
- ❖ **چشم‌انداز بلندمدت:** مارک زاکبرگ چشم‌انداز بلندمدتی برای رشد و تأثیر فیس‌بوک دارد. او بر تمرکز بر ساخت محصولات و پلتفرم‌های پایدار و دائمی که بتوانند به نیازهای کاربران در حال تغییر پاسخ دهند، تمرکز دارد. این دیدگاه بلندمدت به او امکان می‌دهد تا با چالش‌ها سازگار شود و تصمیمات استراتژیکی بگیرد که با اهداف کلان سازگار باشد.

بازی‌های جف بزوس (اصول، روش‌ها و توصیه‌ها)

- جف بزوس، بنیانگذار و مدیرعامل شرکت آمازون، نیز استراتژی‌ها و تکنیک‌های خاصی را در رفتار و رهبری خود به کار می‌برد. در زیر، تکنیک‌های رفتاری جف بزوس را برای شما توضیح می‌دهیم:
- ❖ **تمرکز بر مشتری:** یکی از اصول اساسی جف بزوس در راهبری آمازون، تمرکز بر مشتریان است. او به مشتریان خود اولویت می‌دهد و تلاش می‌کند تا نیازها و خواسته‌های آن‌ها را درک کند. این رویکرد باعث شده است که آمازون به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و پیشروترین شرکت‌های دنیا در زمینه خدمات مشتریان شناخته شود.
 - ❖ **نوآوری و خلاقیت:** جف بزوس به نوآوری و خلاقیت بسیار اهمیت می‌دهد. او تمایل دارد تا تیم خود را بر اساس ایده‌پردازی و پیشرفت مستمر تشویق کند و دانش و تجربه‌های جدید را به کار

گیرد. این رویکرد باعث شده است که آمازون در حوزه‌های مختلف مانند فناوری ابری، هوش مصنوعی و ریانتیک پیشرو باشد.

❖ **اصرار بر توانمندی‌های تیم:** بزوس به توانمندی‌ها و استعداد‌های افراد در تیم خود بسیار اهمیت می‌دهد. او تمایل دارد تا بهترین افراد را جذب کند و آن‌ها را به موفقیت تشویق کند. بزوس به توانایی سرعت عمل و تصمیم‌گیری در تیم خود نیز اهمیت می‌دهد.

❖ **تسهیل فرآیند تصمیم‌گیری:** بر اساس گزارش‌ها، جف بزوس تمایل دارد تا فرآیند تصمیم‌گیری در آمازون را تسهیل کند. او به دنبال حذف موانع برای تصمیم‌گیری سریع و انعطاف‌پذیر است و تمایل دارد تا عملکرد واحدها و تیم‌ها را مستقیماً ارزیابی کند.

❖ **فرهنگ کاری متمرکز بر داده:** آمازون با تمرکز بر فرهنگ کاری متمرکز بر داده شناخته می‌شود و این در گردش کار و تصمیم‌گیری‌ها نمود پیدا می‌کند. بزوس به داده‌ها و اطلاعات عملیاتی و تجزیه و تحلیل‌های مشترک اهمیت می‌دهد و تصمیم‌گیری‌ها را بر اساس آن‌ها انجام می‌دهد.

❖ **تحمل ریسک و شکست:** بزوس تحمل ریسک و شکست را در سازمان خود ترویج می‌دهد. او معتقد است که برای رسیدن به نوآوری و موفقیت ریسک‌ها را بپذیریم و از شکست‌ها به‌عنوان یک فرصت برای یادگیری استفاده کنیم.

❖ **تمرکز بر نگاه بلندمدت:** بر اساس رویکرد جف بزوس، باید برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌ها به‌صورت بلندمدت صورت بگیرد. او به این باور است که برنامه‌ریزی و اجرا برای آینده بلندمدت شرکت بسیار مهم است و باید از پیش‌بینی‌ها و راهبردهای استراتژیک استفاده کرد.

❖ **تعهد قوی:** جف بزوس به تعهد بسیار قوی در رسیدن به اهداف خود و موفقیت شرکتش اعتقاد دارد. او تمایل دارد تا به عملکرد برتر و عالی در هر زمینه‌ای توجه کند و در راستای آن تلاش کند.

❖ **تمرکز بر جزئیات:** بزوس به جزئیات بسیار توجه می‌کند و از کیفیت و دقت در انجام کارها اطمینان حاصل می‌کند. او به‌دقت در طراحی محصولات و خدمات، بهبود فرآیندها و کیفیت عالی تولیدات توجه می‌کند.

- ❖ **جسارت و پیشروی:** بزوس تمایل دارد تا بر مبنای جسارت و پیشروی در راهبری شرکت عمل کند. او به دنبال کشف و توسعه روش‌ها و فرصت‌های جدید است و نمی‌ترسد از پیشبردن ایده‌هایی که ممکن است به نظر دیگران جسورانه به نظر برسند.
- ❖ **تحمل فشار:** بزوس در مواجهه با فشارهای زیاد و مشکلات، تحمل قوی دارد. او تمایل دارد تا به‌عنوان رهبری قوی و استوار در مواجهه با چالش‌ها و مشکلات عمل کند و سرنوشت شرکت را در دست خود بگیرد.
- ❖ **فرهنگ کار تیمی:** بزوس به ایجاد فرهنگ کار تیمی و همکاری مؤثر بین اعضای تیم تأکید می‌کند. او به ایجاد یک محیط کاری که افراد بتوانند باهم همکاری کنند و به اشتراک بگذارند، اهمیت می‌دهد.
- ❖ **برنامه‌ریزی استراتژیک:** بزوس به برنامه‌ریزی استراتژیک بلندمدت علاقه‌مند است. او تمایل دارد تا با تحلیل بازار، رقابت و راهبردهای استراتژیک، برنامه‌ریزی کند و آینده شرکت را پیش‌بینی کند.
- ❖ **ارتقاء مستمر:** بزوس به ارتقاء مستمر و به‌روزرسانی دانش و مهارت‌های خود و تیمش اهمیت زیادی می‌دهد و آموزش را جز جداناپذیر فعالیت‌های انسانی خود تلقی می‌کند.

بازی‌های ایلان ماسک (اصول، روش‌ها و توصیه‌ها)

- ایلان ماسک، کارآفرین و مدیرعامل شرکت‌هایی مانند تسلا و اسپیس‌ایکس، در طول سال‌ها تکنیک‌های رفتاری مختلفی را به کار برده است. در زیر، به برخی از تکنیک‌های رفتاری مشهور ایلان ماسک اشاره می‌کنیم:
- ❖ **ارتباط مستقیم و صریح:** ایلان ماسک به‌طور مستقیم و صریح با کارکنان، رسانه‌ها و جمعیت صحبت می‌کند. او اغلب نظرات و ایده‌های خود را به‌طور علنی بیان می‌کند و از راه‌های مختلفی مانند توییت و مصاحبه‌های رسانه‌ای به ارتباط با مردم می‌پردازد.
 - ❖ **رهبری تحول‌گرا:** ایلان ماسک به‌عنوان یک رهبر تحول‌گرا شناخته می‌شود و توانایی بالایی در الهام‌بخشیدن به تیم‌های خود دارد. او از دیدگاه بلندمدت و هدفمند برای توسعه فناوری‌های پیشرفته استفاده می‌کند.

- ❖ استفاده از رسانه‌های اجتماعی: ایلان ماسک فعالیت‌های خود را در رسانه‌های اجتماعی به‌خوبی بهره‌برداری می‌کند. او از توییتر به‌طور فعال برای ارتباط با مخاطبان استفاده می‌کند و اغلب درباره ایده‌ها، طرح‌ها و تحولات شرکت‌های خود صحبت می‌کند.
- ❖ ریسک‌پذیری و نوآوری: ایلان ماسک به‌عنوان یک کارآفرین نوآور شناخته می‌شود و به جرئت ریسک می‌پذیرد. او به دنبال پیشبرد تکنولوژی‌های پیشرفته و راه‌حل‌های نوین در حوزه‌هایی مانند خودروسازی، فضاپیماها و انرژی است. این ریسک‌پذیری و هدفگذاری بلندمدت باعث شده تا ایلان ماسک به یکی از شخصیت‌های برجسته و الهام‌بخش در صنعت فناوری تبدیل شود.
- ❖ تمرکز بر جزئیات: ایلان ماسک به تفصیل و جزئیات کارها توجه زیادی دارد. او به‌طور دقیق به جزئیات مهم پروژه‌های خود می‌پردازد و از تحلیل دقیق علمی برای رسیدن به نتایج دقیق استفاده می‌کند.
- ❖ الهام‌بخشی و مشارکت: ایلان ماسک توانایی الهام‌بخشی افراد را دارد و به تیم‌های خود اجازه می‌دهد که در تصمیم‌گیری‌ها و فرآیندهای خلاقانه شرکت کنند. او از نظرات و ایده‌های افراد بهره می‌برد و از آن‌ها در بهبود و بهینه‌سازی فرآیندهای شرکت استفاده می‌کند.
- ❖ تطبيق با تغییرات: ایلان ماسک قدرت بالایی در تطبیق با تغییرات و مواجهه با مشکلات دارد. او از تجربیات گذشته خود در مواجهه با چالش‌ها و خطاها استفاده می‌کند و به‌سرعت در طراحی راه‌حل‌های جدید و اجرای آن‌ها عمل می‌کند.
- ❖ شفافیت و انعطاف‌پذیری: ایلان ماسک به شفافیت در کارهای خود تأکید می‌کند و از کارکنان و جمعیت انتظار دارد که با اطلاعات کافی درباره روند و تصمیم‌گیری‌های شرکت آشنا شوند. همچنین، او در مواجهه با تغییرات و شرایط جدید انعطاف‌پذیری بالایی دارد و به‌سرعت تطبیق می‌کند.

بازی‌های دونالد ترامپ (اصول، روش‌ها و توصیه‌ها)

دونالد ترامپ، سابقه‌ای به‌عنوان کارآفرین و سیاستمدار دارد و به مدت چندین دهه در عرصه تجارت و سیاست فعالیت کرده است. او نیز از برخی تکنیک‌های رفتاری خاص برای جذب و تحریک پابندی طرفداران خود استفاده کرده است. در زیر به برخی از این تکنیک‌ها اشاره می‌کنیم:

- ❖ **استفاده از زبان ساده و مستقیم:** ترامپ به‌طور معمول از زبان ساده و قابل‌فهم برای جمعیت عمومی استفاده می‌کند. او از اصطلاحات ساده و جملات کوتاه استفاده می‌کند تا پیام‌های خود را به راحتی به مخاطبان منتقل کند.
- ❖ **تکرار پیام‌ها:** ترامپ از تکنیک تکرار پیام‌ها برای تثبیت آن‌ها در ذهن مخاطبان خود استفاده می‌کند. او از عبارات و شعارهایی ساده و قابل حفظ استفاده می‌کند که به تکرار آن‌ها در صحبت‌ها و تبلیغات خود، برانگیختگی و شناخت بالایی را به دنبال دارد.
- ❖ **ایجاد احساس تهدید و خطر:** ترامپ اغلب از تکنیک ایجاد احساس تهدید و خطر درباره مسائلی مانند مهاجرت، تجارت بین‌المللی و امنیت ملی استفاده می‌کند. او با تأکید بر این مسائل، تلاش می‌کند تا احساس نگرانی و نیاز به پاسخ سریع را در مردم ایجاد کند و آن‌ها را متقاعد کند که نیاز به رهبری قوی‌تری دارند.
- ❖ **تمجید از خود و تأکید بر افتخارات:** ترامپ به‌طور مداوم درباره افتخارات و دستاوردهای خود صحبت می‌کند. او به این دستاوردها توجه زیادی می‌کند و آن‌ها را به‌عنوان معیارهای موفقیت و شایستگی خود ارائه می‌دهد. این تکنیک به او کمک می‌کند تا اعتمادبه‌نفس بالایی به مخاطبان خود منتقل کند و حمایت بیشتری به دست آورد.
- ❖ **استفاده از شبه‌علمیات و ارقام:** ترامپ اغلب از استفاده از ارقام و آمارها برای تقویت دلایل خود استفاده می‌کند. ترامپ از تکنیک‌های رفتاری که بر اساس ایجاد ارتباط عاطفی با مخاطبان و ایجاد تأثیر و تحریک آن‌ها برای حمایت از خود استوار استفاده می‌کند.

- ❖ استفاده از زبان قوی و عاطفی: ترامپ به‌طور معمول از زبانی با احساسات قوی استفاده می‌کند تا مخاطبان را به احساسات خاصی مانند خشم، نگرانی یا افتخار تحریک کند. او از اصطلاحات قوی و کلماتی با تأثیر بالا استفاده می‌کند تا احساس قدرت و قطعیت را در مخاطبان ایجاد کند.
- ❖ استفاده از تقطیع و تشدید: ترامپ به‌منظور جذب توجه و ایجاد تأثیر، از تکنیک تقطیع و تشدید استفاده می‌کند. او ممکن است به مسائل راهبردی را در قالب سؤالات ساده و محدود مطرح کند و سپس با تشدید آن‌ها و ارائه پاسخ‌های ساده و قاطع، تأثیر خود را تقویت کند.
- ❖ ساخت دشمنان و هدف‌گیری: ترامپ به‌طور مداوم دشمنان خود را تعریف و تبدیل به هدف‌های خود قرار می‌دهد. او ممکن است از تهدیدات، حمله‌ها و انتقادات علیه خود به‌عنوان یک ابزار برای تقویت پایبندی طرفداران و افزایش رقابت با دیگران استفاده کند.
- ❖ بهره‌برداری از رسانه‌های اجتماعی: ترامپ از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یک ابزار برای ارتباط مستقیم با طرفداران خود استفاده می‌کند. او از طریق توییتر و سایر پلتفرم‌ها، پیام‌های خود را به‌صورت مستقیم به مخاطبان منتقل می‌کند و ارتباط نزدیکی با آن‌ها برقرار می‌کند.
- ❖ استفاده از نقد و انتقاد: ترامپ اغلب با استفاده از نقد و انتقاد از موضع دیگران، خود را به‌عنوان یک مبارز برای مردم معرفی می‌کند. او ممکن است از انتقاد از سیاستمداران رقیب، رسانه‌ها و نخبگان استفاده کند تا خود را به‌عنوان یک شخص عادی و متفاوت از شخصیت سیاسی معرفی کند و اعتماد مردم را جلب کند.
- ❖ استفاده از تنش‌های اجتماعی: ترامپ اغلب از تنش‌ها و تقسیم‌پذیری اجتماعی برای جلب توجه و حمایت استفاده می‌کند. او ممکن است گروه‌های خاصی را مورد آزار و تهدید قرار دهد و از این تنش‌ها برای افزایش پایبندی طرفداران خود بهره‌برداری کند. این تکنیک می‌تواند باعث تشدید تقابلات اجتماعی و سیاسی شود، اما به همین دلیل، برخی از افراد ممکن است این روش را برای بهبود جامعه و واقعیت‌شناسی ندانسته باشند.

❖ استفاده از بحران‌ها و هرج و مرج: ترامپ معتقد است که بحران‌ها و هرج و مرج‌ها فرصت‌های مناسبی برای جلب توجه و تأثیرگذاری هستند. او ممکن است بحران‌های اقتصادی، مسائل امنیتی و سایر مسائل را به‌عنوان چالش‌های بزرگ برای کشور تشخیص دهد و خود را به‌عنوان راه‌حلی قوی برای حل این مشکلات معرفی کند.

❖ استفاده از تهدید به رفتار غیرقابل پیش‌بینی: ترامپ شهرتی برای لغو قراردادها، تهدید به انصراف از توافق‌ها و اتخاذ رفتار غیرقابل پیش‌بینی دارد. این روش به او کمک می‌کند تا نقش قدرتمندی را در روابط بین‌المللی و درون‌سازمانی ایفا کند و سایر طرف‌ها را به تغییر مواضع یا رفع مشکلات تحت فشار قرار دهد.

❖ استفاده از سبک گفتاری غیراستاندارد: ترامپ اغلب از سبک گفتاری خود برای جلب توجه استفاده می‌کند. او ممکن است از عبارات ساده و محاوره‌ای، تکرار عبارات کلیدی، استفاده از اصطلاحات غیررسمی و سبک غیراستاندارد در بیان خود استفاده کند. این تکنیک به او کمک می‌کند تا پیام‌های خود را به شکلی قابل فهم و جذاب برای مخاطبانش ارائه دهد و در ذهن آن‌ها بماند.

بازی‌های جان راکفلر (اصول، روش‌ها و توصیه‌ها)

جان راکفلر، کارآفرین برجسته و بنیانگذار شرکت استاندارد اویل تکنیک‌های رفتاری مختلف برای موفقیت و کنترل کسب‌وکار خود استفاده می‌کرد. در زیر، تکنیک‌های رفتاری کلیدی که جان راکفلر به آن‌ها متکی بود را بررسی می‌کنیم:

❖ اداره مؤثر و کنترل مالی: راکفلر با مدیریت دقیق و کنترل مالی دقیق از فرآیندهای کسب‌وکار خود، تلاش کرد برای کاهش هدر رفت و بهینه‌سازی عملکرد شرکت. او به اصول مدیریت علمی توجه کرد و فرآیندهای مشخص و استانداردی را برای بهبود کسب‌وکار ایجاد کرد.

❖ استراتژی بازاریابی و تبلیغات: راکفلر به تبلیغات و بازاریابی فوق‌العاده توجه می‌کرد. او از استراتژی‌های بازاریابی خلاقانه برای تبلیغ محصولات خود استفاده می‌کرد و برند "استاندارد اویل" را بر جامعه ثابت کرد.

- ❖ استفاده از شبکه عرضه و توزیع: راکفلر به ایجاد یک شبکه عرضه و توزیع قوی توجه داشت. او شرکت‌های رقیب را تهدید کرده و در نهایت بسیاری از شرکت‌های رقیب را به دست آورد. به این ترتیب، توانست کنترل بزرگی بر روی نفت و بازار نفت داشته باشد.
- ❖ قدرت مذاکره و توافقات تجاری: راکفلر برای افزایش تسلط خود روی صنعت نفت، توانست توافقات تجاری مهم با رقبا و شرکت‌های دیگر برقرار کند. او به‌طور فعال در مذاکرات تجاری شرکت می‌کرد و قدرت قراردادهای متقابل را به نفع خود استفاده می‌کرد.
- ❖ تمرکز بر کیفیت: راکفلر به تولید نفت با کیفیت و استاندارد توجه زیادی داشت. او با استفاده از فرآیندها و تکنولوژی‌های پیشرفته، کیفیت نفت را بهبود بخشید و تلاش کرد تا با محصولات با کیفیت بالا رقابت کند.
- ❖ استفاده از اقتصاد مقیاس: راکفلر با تجمیع و یکپارچه‌سازی فرآیندها و منابع، از اقتصاد مقیاس بهره‌برداری می‌کرد. او تولیدات خود را بزرگ کرده و هزینه‌های تولید را کاهش داد تا رقابتی قوی در بازار داشته باشد.
- ❖ استراتژی تسهیل‌کننده: راکفلر در تعامل با شرکت‌های رقیب و همکاران، استراتژی تسهیل‌کننده را به کار می‌برد. او توانست با برقراری توافقات و تعاملات مؤثر با شرکت‌های دیگر، همکاری و تبادل منافع را پیش ببرد.
- ❖ استفاده از دانش و تحقیقات: راکفلر به استفاده از دانش و تحقیقات پیشرفته علاقه زیادی داشت. او تلاش می‌کرد تا با به‌روزرسانی تکنولوژی‌ها و بهره‌گیری از دانش علمی، بهبود مداوم در عملکرد و کارایی شرکت خود را داشته باشد.
- ❖ فیلانترویی: راکفلر به‌عنوان یک فیلانترویست فعال شناخته می‌شود و در طول زندگی خود به اهدای مقدار قابل توجهی از ثروت خود به خیریه‌ها و نیازمندان پرداخت. او بنیاد راکفلر را تأسیس کرده و در زمینه‌هایی از جمله آموزش، علوم پزشکی و هنر فعالیت می‌کند.

فصل پانزدهم

هنر جنگیدن

مفهوم هنر جنگ

کتاب "هنر جنگ" (The Art of War) نوشته سن تزو (Sun Tzu) است. این کتاب به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین کتاب‌های راهبردی در تاریخ معتبر است. سن تزو، فیلسوف و رزمی‌دان چینی بود و در طول قرن پنجم پیش از میلاد زندگی می‌کرد. "هنر جنگ" به‌صورت یک راهنمای عملی و استراتژیک برای رهبران نظامی نگاشته شده است، اما اصول و تکنیک‌های آن در کارهای غیرنظامی نیز قابل استفاده است. این کتاب به‌طورکلی بر استراتژی‌ها و تاکتیک‌هایی تمرکز دارد که در جنگ و نبرد مؤثر هستند. اصولی که در "هنر جنگ" بیان شده است، شامل موارد زیر می‌شود:

- ❖ **برنامه‌ریزی و هدفگذاری:** کتاب توصیه می‌کند تا قبل از شروع هر نبردی، برنامه‌ریزی دقیقی انجام شود. شناخت دشمن، تحلیل محیط و ارزیابی منابع و قدرت‌ها برای رسیدن به برنامه‌ها و اهداف مهم است.
- ❖ **تاکتیک‌های نظامی:** "هنر جنگ" به تاکتیک‌های نظامی مختلفی می‌پردازد که شامل مسائلی مانند حمله و دفاع، استفاده از ترفندها، کنترل خطوط ارتباطی و ضربه زدن به نقاط ضعف دشمن است.
- ❖ **مدیریت منابع:** کتاب به اهمیت مدیریت منابع در جنگ اشاره می‌کند، از جمله استفاده مناسب از نیروها، جغرافیا، سرزمین‌ها و زمان.
- ❖ **روانشناسی جنگ و رهبری:** "هنر جنگ" به تأثیر عواطف و روان‌شناسی بر روی انتخاب‌ها و عملکرد در جنگ اشاره می‌کند. توجه به رهبری، انگیزه‌بخشی و تحلیل روانی دشمن برای کسب برتری مهم است.

❖ آموزش نیروی انسانی: کتاب توصیه می‌کند که آموزش نیروی انسانی نقش بسیار مهمی در جنگ دارد. زیرا نیروی انسانی، عنصر اساسی و حیاتی در عملیات نظامی است و توانایی‌ها، مهارت‌ها و آمادگی آن‌ها تأثیر مستقیم بر نتیجه نبردها و عملیات‌ها دارد.

❖ ارتباطات و اطلاعات: به‌طور کلی، "هنر جنگ" به استفاده از جاسوسان و جمع‌آوری اطلاعات از دشمن اشاره می‌کند. داشتن اطلاعات دقیق و موثق دربارهٔ دشمن و محیط، می‌تواند به رهبران نظامی کمک کند تا استراتژی‌های مناسب را انتخاب کنند و تصمیم‌گیری‌های صحیحی انجام دهند.

"هنر جنگ" در طول زمان به‌عنوان یک مرجع برای استراتژی و رهبری در حوزه‌های مختلف شناخته‌شده است و اصول آن به‌صورت گسترده از سربازان و رهبران نظامی تا کارآفرینان و مدیران استفاده می‌شود. ایده‌ها و اصول مطرح‌شده در این کتاب هنر جنگ، به‌عنوان راهنمایی برای تصمیم‌گیری استراتژیک و پیاده‌سازی آن در مواجهه با چالش‌ها و رقبا مورداستفاده قرار می‌گیرند. در این فصل از کتاب خلاصه‌ای از مهم‌ترین نکات و جملات این کتاب در ۶ عنوانی که به آن‌ها اشاره نموده‌ایم، آورده شده‌اند.

نکات مربوط به برنامه‌ریزی و هدف گذاری

- ❖ اگر جایی نباشد که دشمن خود را در آنجا مهیا نساخته باشد یعنی در همه جا آماده است و نیروهایش تقسیم شده‌اند پس جایی نیست که در آنجا ضربه‌پذیر باشد.
- ❖ همان‌طور که آب شکل ثابت ندارد در جنگ نیز شرایط دائمی وجود ندارد.
- ❖ هنگامی که دشمن دست به خدعه می‌زند و استراتژی‌های متعدد به کار می‌برد و آماده و منتظر ما نشسته است. اگر نقشه‌ای نکشیده باشیم بدون فکر پیش می‌رویم و با حقیر شمردن خطرات و با ورود به محله‌ای خطرناک با فاجعه به دام افتادن و یا مورد حمله قرار گرفتن روبرو می‌شویم.
- ❖ ابتدا وضعیت را سبک و سنگین کنید و سپس دست به کار شوید.
- ❖ کسی که کارشناس ضربه زدن به دشمن است ابتدا روحیه دشمن را تضعیف می‌کند و سپس بر وی چیره می‌شود.

- ❖ خبرگان هنر نظامی‌گری هنگامی‌که دشمن پرشور و هیجان است از وی می‌پرهیزند و هنگامی‌که سست و ضعیف است و سربازانش درد بازگشت به وطن دارند به وی حمله می‌کند. معنی در اختیار داشتن عامل روحیه همین است.
- ❖ هنگامی‌که گربه بر سوراخ موش مستقر می‌شود ده هزار موش هم جرئت بیرون آمدن ندارند.
- ❖ وقتی دشمن در موضع قدرت است باید نحوه ضربه زدن به وی را بدانید و هنگامی‌که سیر است باید راه گرسنه کردن او را بشناسید و زمانی‌که در حال استراحت است باید او را به کار وادارید.
- ❖ هنگام حمله اگر مطمئن باشید منطقه مورد حمله را تصرف خواهید کرد روشن است که دشمن از نقطه مورد حمله شما محافظت نمی‌کند.
- ❖ دشمن نباید بداند من در کجا به نبرد می‌پردازم زیرا در این صورت مجبور است در چندین نقطه خود را در حال آماده باش نگه دارد و در نتیجه کسانی که در این نقاط مقابل من قرار می‌گیرند کم خواهند بود.
- ❖ دشمن را بشناسید و خود را نیز بشناسید تا در نبرد با خطری مواجه نباشید وقتی شما دشمن را نمی‌شناسید ولی خود را میشناسید شانس پیروزی یا شکست شما برابر است.
- ❖ شکست ناپذیری مربوط به دفاع است و شانس و احتمال پیروزی در حمله و تهاجم.
- ❖ فرماندهی که قادر به ارزیابی امکانات نیست و یا از پیش‌بینی و درک و چالاکتی و انعطاف ناتوان است هنگامی‌که فرصت حمله پیش آید با گام‌های لرزان و مردد پیش میرود و دیدگانش با اضطراب به چپ و راست می‌چرخند و قادر به تهیه نقشه نخواهد بود. و اگر ساده دل و زودباور باشد به گزارشهای غیر موثق اعتماد می‌کند.
- ❖ اگر نتوانید طرحهای دشمن را در نطفه خفه کنید و پیمانهای اتحاد او را هنگامیکه در شرف انعقاد اند در هم بریزید برای نیل به پیروزی سلاحهای خود را تیز کنید.
- ❖ پیروزی هدف عمده و اصلی جنگ است و اگر این پیروزی خیلی دیر به دست آید سلاح‌ها کند و روحیه‌ها تضعیف می‌گردند.
- ❖ آنچه در جنگ اهمیت دارد حمله به استراتژی دشمن است.

- ❖ فرمانده باید از شکافها و ضعفهایی که در اثر فرسودگی و خستگی در نیروهای دشمن وجود دارد به نفع خودش استفاده کند.
- ❖ فرمانده عاقل نقشه‌های خود را با توجه به آرایش نظامی نیروهای دشمن تنظیم می‌کند.
- ❖ فرمانده آگاه همواره به ملاحظه و سنجش نیروی مخالف خود می‌پردازد و اقدامات لازم را به عمل می‌آورد تا دشمن نتواند از روی وضع او وضع خود را تنظیم کند.
- ❖ قدر و مرتبه فرمانده با ارزیابی وضعیت قبل از دست زدن به عملیات معلوم می‌شود.
- ❖ فرمانده قابل حساب شده به آغوش خطر میرود و بیهوده چنین نمی‌کند.
- ❖ هنگامی که موقعیت مقتضی بود با چالاکي و به‌طور قاطع وارد عمل می‌شود.
- ❖ قابلیت انطباق با وضعیت موجود نکته مهمی است که همان‌طور که آب با رخساره زمین منطبق می‌شود همان‌طور باید در جنگ انعطاف به خرج داد.
- ❖ در اوضاع و احوال معین چیزی را از دست میدهیم که به هدف با ارزش تری دست یابیم. واگذاریهای اینچنانی پرده بر هدفی دور می‌افکند و این وجهه تازه ای از تیزهوشی یک کارشناس هنر جنگ است.
- ❖ هدف عملیات نظامی انهدام لشکر دشمن و خراب کردن شهرها و روستاهای آنها نیست.
- ❖ اسلحه‌ابزاری نامبارک است و فقط هنگامی باید به کار رود که راه دیگری در پیش نیست.
- ❖ سیاست، اساس جنگاوری است.
- ❖ پیروزی در پی محاسبات متعدد، و شکست نتیجه محاسبات اندک است.
- ❖ جنگ‌های طولانی، نتیجه ای جز سرافکنندگی در پی نخواهد داشت.
- ❖ حتی در صورت پیروزی تاکتیک را تکرار نکن
- ❖ از رویه یکسان پرهیز کن
- ❖ وقتی دشمن، خود را در همه جا قوی سازد، در همه جا ضعیف خواهد بود.
- ❖ پیروزی‌های بزرگ نیازمند ریسکهای بزرگ هستند. (بیل گیتس)
- ❖ موقعیت را بسنج، سپس حرکت را آغاز کن.

نکات مربوط به تاکتیک‌های نظامی

- ❖ به ستونهای نخبه دشمن حمله ننمایید
- ❖ جاده را بر دشمنی که به خانه خود باز می‌گردد مسدود نکنید
- ❖ برای دشمنی که محصور است باید راه گریزی باز گذاشت
- ❖ به دشمنی که بی رمق شده است تا بی‌نهایت فشار نیاورید
- ❖ دشمن را بیازمایید و از نقاطی که در آن ضعیف است آگاه شوید
- ❖ از راههای انحرافی پیشروی کنید و با انداختن طعمه جلوی دشمن او را سرگرم کنید
- ❖ کسی که هنر پیشروی مستقیم و غیر مستقیم را دارد پیروز خواهد شد
- ❖ بنای هنر فرماندهی بر این است که وقتی دشمن مواضع قدرتمندی دارد با وی مقابله نشود
- ❖ هنگامی که دشمن تظاهر به فرار می‌کند وی را تعقیب نکنید
- ❖ کسی که زمین را ابتدا اشغال می‌کند و منتظر دشمن میماند در موضع قدرت است و کسیکه دیرتر به محل میرسد و در دست زدن به جنگ شتاب می‌کند ناتوان شده است
- ❖ در محلهایی که باید به دشمن ضربه زد به یکباره سر برآورید و به سرعت به محلی که وی منتظر شما نیست نقل مکان کنید
- ❖ کسی که میخواهد خود را بی نظم بنمایاند و با این کار توجه دشمن را جلب کند باید سخت منضبط باشد تنها وقتی که فرد خیلی قوی باشد می‌تواند خود را ضعیف بنمایاند
- ❖ هنگامیکه به لحاظ عددی نیروهایتان کمتر از دشمن است باید قادر به نبرد در حال عقب نشینی باشید
- ❖ اگر دشمن نیرومند و من ناتوان باشم موقتا خود را کنار میکشم و از هرگونه درگیری می‌پرهیزم این کار برای زمانی است که شایستگی و لیاقت ژنرالها و قدرت تأثیر لشکریان برابر باشد
- ❖ فرمانده دشمن را عصبانی کنید و او را سرگردان و مشوش نمایید
- ❖ فرمانده دشمن را به‌گونه‌ای آشفته کنید که مسائل را به روشنی در نیابد و بی طرح و فکر و نقشه و گیج به سوی شما پیش راند

- ❖ مرتبا دشمن را در حال فعالیت نگاه دارید و خسته اش کنید
- ❖ هنگامی که دشمن به کمک جناح راست می آید به جناح جب حمله کنید و هنگامی که به کمک جناح چپ می آید به راست حمله کنید و با این کار نفس دشمن را بند بیاورید
- ❖ هنگامی که دشمن واحد و متحد است او را تقسیم کنید و پراکنده سازید
- ❖ در جایی که دشمن آماده نیست حمله کنید و هنگامی که منتظر به میدان آمدن شما نیست بر وی بتازید
- ❖ هنر جنگ به طور کلی بر پایه فریب و خدعه استوار است
- ❖ فرمانده قابل باید به هنرهای تکمیلی تظاهر و اختفاء و استتار نیز آراسته باشد و در عین اینکه ظاهری دشمن فریب و گمراه کننده ایجاد می کند به اختفاء و استتار وضع حقیقی و هدف نهایی خود بپردازد
- ❖ دشمن ۱۰ به یک است، باید آن‌ها را محاصره کنیم. اگر این نسبت ۵ به یک است، به آن‌ها حمله می کنیم. اگر ۲ به یک است نیروهایمان را به دو بخش مجزا تقسیم کنیم. اگر نیروها مساوی هستند می توان به جنگ ادامه داد. اگر به میزان ناچیزی نیروی کمتر داریم باید از جنگ بپرهیزیم و اگر در شرایط کاملا نابرابر قرار داریم باید بلافاصله از منطقه نبرد بگریزیم. بنابراین گرچه یک حمله لجوجانه و بی خردانه ممکن است با نیرویی کمتر از دشمن اتفاق بیفتد، ولیکن مطمئنا برای اتمام آن به نیروهای بیشتری نیاز است. از این منظر، فرمانده یک پناه و سد در مقابل دشمن محسوب می شود. اگر این پناه و سدکننده در تمام جهات باشد، در شرایط خوب و اگر ناقص و معیوب باشد، در شرایط ضعیفی قرار داریم.
- ❖ استاد جنگ نقشه های دشمن خود را بر هم می زند و پیمان های او را در هم می ریزد میان حاکم و وزیر، مقامات بالا و زیردستان، روسا و مرئوسان شکاف ایجاد می کند
- ❖ جنگ آوران باسابقه ابتدا شرایط شکست دشمن را فراهم می کنند و سپس منتظر فرصت مناسب برای اجرای آن می مانند یک جنگاور ورزیده و مدبر قادر است که از شکست خوردن پرهیز کند اما از شکست دادن دشمن نمی تواند مطمئن باشد

❖ ما در بحث روش‌های نظامی داریم که: اول سنجش، دوم تخمین نیروها، سوم انجام محاسبات، چهارم بررسی فرصت‌ها و پنجم پیروزی سنجش مرهون وضعیت منطقه نبرد، تخمین نیروها مرهون سنجش دقیق، انجام محاسبات تخمین نیروها، بررسی فرصت‌ها مرهون محاسبات و پیروزی مرهون بررسی فرصت‌هاست

❖ یک رزمنده با اشتباه نکردن جنگ را می‌برد اجتناب از اشتباه قطعیت پیروزی را به همراه دارد و آن به این معنی است که دشمن از قبل شکست خورده است بدین ترتیب رزمنده ماهر خود را در شرایطی قرار می‌دهد که شکست او غیرممکن می‌گردد و در همین حال حتی یک لحظه را هم برای شکست دشمن از دست نمی‌دهد این چنین است که یک استراتژیست موفق زمانی وارد نبرد می‌شود که نقشه‌های طراحی شده او نشانگر پیروزی قطعی است در صورتی که کسی که مقدر شده است شکست بخورد، ابتدا و بدون برنامه‌ریزی مبادرت به حمله می‌کند و انتظار دارد که بدون طراحی درست، به پیروزی برسد یک رهبر مدبر و دانا اصول اخلاقی را مراعات می‌کند و شدیداً به انضباط و پیروی از قوانین پایبند است به همین دلیل است که او قدرت حفظ و کنترل موفقیت‌ها را دارد

❖ واکنش سریع، تعیین کننده مرگ یا زندگی است

❖ آن گاه که نزدیک هستید، طوری نشان دهید که به نظر رسد در دوردست باشید وقتی دور هستید، آن‌گونه نشان دهید که به نظر رسد نزدیک هستید

❖ به ضعف و کوچکی تظاهر کن تا تکبر دشمن تقویت شود

❖ با یک ضربه تعادل حریف را برهم زن و او را ارزیابی کن

❖ دشمن را در کنج، محاصره نکنید؛ زیرا وقتی حس کند راه دیگری جز مردن ندارد، تا سر حد مرگ و با تمام قوا خواهد جنگید

❖ وقتی جنگاوران را در موقعیتی بدون راه گریز قرار می‌دهیم آن‌ها شهادتی جاودانی از خود بروز می‌دهند

نکات مربوط به مدیریت منابع

- ❖ جنگاوران نخست خود را شکست ناپذیر میسازند و سپس منتظر میمانند تا دشمن آسیب پذیر گردد
- ❖ شکست ناپذیری ما مربوط به ما و آسیب پذیری دشمن مربوط به اوست
- ❖ آنچه مربوط به من است میتوانم به انجام برسانم و آنچه مربوط به من نیست به هیچ وجه تضمین شده نیست
- ❖ هنگامی که وسایل کافی داریم دفاع می‌کنیم و هنگامی که وسایلمان بیش از اندازه کفایت است حمله می‌کنیم
- ❖ فرماندهی که نمیتواند به‌خوبی از منابع بهره‌گیرد لیاقت فرماندهی ندارد
- ❖ هنگامی که ارتش در رزمهای دراز مدت درگیر می‌شود منابع دولت کفایت نخواهد کرد
- ❖ اگر عوامل نیروی اخلاقی و معنوی و استعدادات عقلی (انسانی درست مورد استفاده قرار بگیرند کار (جنگ) قطعاً به پیروزی منجر می‌شود
- ❖ وحدت ملی از شرایط اساسی یک جنگ پیروزمندانه است
- ❖ برنامه‌ریزی و طراحی استراتژی مناسب از موارد اساسی در مدیریت منابع در جنگ است. باید برنامه‌ریزی دقیقی برای استفاده بهینه از منابع مالی، انسانی و لوازم و تجهیزات داشته باشید.
- ❖ برای بهره‌وری بالا، باید منابع را به‌طور مؤثر و بهینه تخصیص دهید. بررسی نیازهای عملیاتی و تمرکز بر اولویت‌های اصلی می‌تواند کمک کند تا منابع به‌درستی تخصیص داده شوند.
- ❖ هماهنگی و همکاری بین واحدها و تیم‌های مختلف نقش بسیار مهمی در مدیریت منابع در جنگ دارد. باید ارتباطات و هماهنگی بین نیروهای زمینی، هوایی و دریایی را تسهیل کنید تا منابع بهینه استفاده شوند.
- ❖ در جنگ، زمان بسیار ارزشمند است. بنابراین، باید منابع را به گونه‌ای مدیریت کنید که زمان بیشتری را صرف عملیات مؤثر کنید و تعویق‌ها را به حداقل برسانید.
- ❖ مراقبت و نگهداری منابع مهمی است که باید در نظر داشته باشید. تعمیرات منظم و نگهداری تجهیزات و لوازم جنگی از خرابی‌ها جلوگیری می‌کند و به صرفه‌جویی در منابع کمک می‌کند.

- ❖ سرمایه‌گذاری در آموزش و آماده‌سازی نیروها و تیم‌ها به‌طور مستمر توانمندی‌های جنگی را افزایش می‌دهد. باید منابع را برای آموزش، تمرینات و به‌روزرسانی تجهیزات اختصاص دهید.
- ❖ ارزیابی عملکرد و بهبود مستمر فرآیندها و روش‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. باید منابع را به گونه‌ای مدیریت کنید که بتوانید از تجربه‌های قبلی خود درس بگیرید و عملکرد خود را بهبود بخشید.
- ❖ مدیریت اطلاعات و امنیت در جنگ بسیار حائز اهمیت است. باید اطمینان حاصل کنید که منابع شما در امان هستند و اطلاعات حساس و استراتژیک محافظت می‌شوند.
- ❖ در جنگ، شرایط ممکن است به‌طور ناگهانی تغییر کنند. بنابراین، باید منابع خود را به گونه‌ای مدیریت کنید که بتوانید به تغییرات سریع و همچنین به عملیات‌های ناگهانی و پیش‌بینی‌نشده واکنش نشان دهید.
- ❖ از تجربیات گذشته و تحلیل عملکرد خود در جنگ استفاده کنید. بررسی نقاط قوت و ضعف و بهبود مستمر عملکرد شما می‌تواند به شما کمک کند تا منابع خود را بهبود دهید و در مقابل تهدیدات بهتر عمل کنید.

نکات مربوط به روانشناسی جنگ و رهبری

- ❖ خود را حریصانه بر روی طعمه‌هایی که به شما عرضه می‌شود متمرکز نکنید
- ❖ ماهی که در آرزوی طعمه است صید می‌شود و لشکریانی که به طعمه طمع می‌کنند شکست می‌خورند
- ❖ به دشمن نشان دهید راه نجاتی برایش باقی است و بفهمانید راه دیگری غیر از مرگ وجود دارد سپس او را بکوبید
- ❖ اگر آدمیزاد بداند راه دیگری برایش نیست تا سرحد مرگ می‌جنگد
- ❖ انرژی خود را صرف کشتن نکنید
- ❖ کسی که تمامی لشگر را در تعقیب یک امتیاز خاص به راه می‌اندازد به آن نخواهد رسید

- ❖ کسیکه می‌خواهد به نقطه ای معین برسد مسیری طولانی و پر پیچ و خمی را تعقیب می‌کند و آن را به یک راه کوتاه مبدل می‌سازد و بدیاری را به امتیاز تبدیل می‌کند و برای تحریک دشمن وی را به اشتباه می‌اندازد و فریب می‌دهد و آنگاه به چالاکي می‌تازد
- ❖ مسئولیت یک ارتش میلیونی بر دوش یک تن است و وی نیروی محرکه روحیه ارتش است
- ❖ اگر ارتشی فاقد روحیه باشد فرمانده آن ارتش ایمان خویش را از دست می‌دهد
- ❖ آرامش و متانت باعث می‌شود فرماندهان خبره زیر بار حوادث از پای در نیایند
- ❖ کسیکه قادر است دشمن را با میل خودش به میدان بکشاند برای این کار به او امتیازاتی می‌دهد و این‌گونه موفق می‌شود
- ❖ اگر بدون خستگی راهی طولانی را پیموده اید به این دلیل است که در جاده انتخابی شما دشمن حضور ندارد
- ❖ اطمینان به نگهداری چیزی که از آن دفاع می‌کنید به این معنی است که دشمن به نقطه ای که از آن دفاع می‌شود حمله نمی‌کند
- ❖ کارشناسان جنگی وقتی غیرقابل لمس و بدون حضور مادی باشند از خود نشانی باقی نمی‌گذارند و بدینگونه دشمن را در اختیار خود می‌گیرند
- ❖ دشمن وقتی در مقابل خبرگان تهاجم و حمله قرار می‌گیرد نمی‌داند در کجا باید از خود دفاع کند و هنگامی که با کارشناسان تدافع روبرو است نمی‌داند به کجا حمله برد
- ❖ مرد دلیر میدانند چگونه نبرد کند مرد محتاط میدانند چگونه از خود دفاع کند و مرد خردمند میدانند چگونه مشورت کند
- ❖ وقتی افرادی را تحت فرمان دارید باید به هرکس مسئولیتی واگذارید که در وضعیت مورد نظر از پس آن برآیند و مناسب لیاقت آنان باشد
- ❖ فرماندهی که موفق به یافتن شخص صاحب کفایتی شود قرین موفقیت است
- ❖ فرمانده برای جلب بدبختی نسبت به ارتش خود ۳ راه در پیش دارد

- ❖ زمانی که میدانند نباید پیشوری کند دستور به پیشروی دهد یا وقتی نباید عقب نشینی کند دستور به عقب نشینی دهد
- ❖ وقتی فرمانده از امور نظامی سر در نمی‌آورد در اداره آن‌ها مشارکت جوید و افسران را گمراه کند
- ❖ زمانی که فرمانده به کلیه مسائل نظامی جاهل است و در اجرای مسئولیتها دخالت می‌کند این کار روحیه و اعتماد افسران را از بین می‌برد
- ❖ اگر فرماندهی شجاع نباشد نتوانست بر تردیدها غالب شود و طرحهای بزرگ در اندازد
- ❖ فرمانده آگاه نباید تحت تأثیر قرار بگیرد ممکن است در حال عقب نشینی بجنگد اما چنان به سرعت عقب میشیند که رسیدن به او ناممکن است هدف او از عقب نشینی جلب دشمن است تا تعادل او را برهم زند و برای حمله متقابل قطعی وضعیتی مناسب فراهم کند برخلاف ظاهرشان، این عقب نشینی ها تهاجمی هستند
- ❖ فرمانده قابل پیش از ورود به کارزار موجب پراکندگی نیروهای دشمن می‌شود تا در نقاط انتخابی نیروهای دشمن کم باشد تا نتوانند در مقابل ضربات دفاع کنند
- ❖ یکی از وظایف فرمانده برانگیختن تغییرات و برگرداندن جهت آن به نفع خویش است
- ❖ فرمانده برجسته ناشیانه و بیهوده در دام نمی‌افتد محتاط ولی قاطع است و میفهمد راههایی هست که نباید قدم در آن نهاد، لشکریانی هستند که نباید به آن‌ها حمله کرد و شهرهایی هستند که نباید محاصره نمود و مواضعی هستند که نباید به آن‌ها تعرض کرد و فرمانهایی هستند که نباید در مواقعی اجرایشان کرد
- ❖ فرماندهی که قادر به کنترل شکیبایی خود نیست نیروهایش را وادار به حمله ای به مانند رفت و آمد دسته جمعی مورچه ها می‌کند که نتیجه آن کشته شدن حداقل یک‌سوم از مردان جنگی اش می‌شود درحالی‌که هیچ پیروزی ای هم به دست نیاورده است و او مسوول اثرات فاجعه آمیز یک چنین محاصره بی نتیجه‌ای خواهد بود
- ❖ به سه طریق یک فرمانده می‌تواند باعث شکست نیروهایش بشود:

۱. در صورتی که از عدم اطاعت نیروهای تحت امر خویش مطلع باشد و در عین حال دستور پیشروی و یا حمله مجدد بدهد
 ۲. در صورتی که بخواهد به مانند شاهان و امپراتوران با نیروهای زیرمجموعه اش رفتار کند که این طرز عمل باعث بی تابی و بی قراری سربازان می شود
 ۳. در صورتی که در به کارگیری افسران، صلاحیت و توانایی های آن ها را در نظر نگیرد که این کار باعث سلب اعتماد و از دست رفتن انگیزه آن ها می شود
- ❖ زمانی که ارتش بی قرار و بی اعتماد است، مطمئناً مشکلاتی از طریق دشمنان ایجاد می شود و این دقیقاً سبب بروز هرج و مرج در ارتش و به صفر رساندن امکان پیروزی خواهد شد
 - ❖ بالاترین درجه از هنر جنگاوری، در غلبه بدون جنگ بر دشمن است
 - ❖ سرعت، جوهره جنگ می باشد
 - ❖ افروختن جنگ، بسیار آسان تر از خلق صلح است
 - ❖ با سرنیزه می توان حکم راند اما نمی توان به آن تکیه کرد
 - ❖ با صبر از فاجعه جلوگیری کنید
 - ❖ هرگز تسلیم نشوید
 - ❖ یک صد پیروزی در یک صد جنگ، اوج کاردانی یک فرمانده نیست متتهای هنرمندی یک فرمانده، مطیع کردن دشمن بدون هر گونه جنگ است
 - ❖ کسی که برای پیروزی فقط به زور شمشیر تکیه می کند، فرمانده لایقی نیست
 - ❖ جنگ، بازی خطرناکی است
 - ❖ به او حمله کن، آن زمان که انتظارش را ندارد؛ از نقاط قوت وی پرهیز کن و به نقاط ضعیف وی ضربه بزن و همچون آب، کسی را یارای مقابله با تو نیست
 - ❖ اگر آب قادر است گاهی ضرباتی همچون سنگ وارد آورد، تنها به دلیل داشتن حرکت آبی و شتاب بالاست

- ❖ فرمانده مجرب به جای آن که پیروزی را از افراد تحت فرمان بخواهد، پیروزی را در دل موقعیت ها و فرصت‌ها می جوید
- ❖ کسی که قادر است دشمن را وادار به انجام کارهای مورد نظرش کند، این مهم را با واگذاری منافی به دشمن انجام می دهد
- ❖ فریب طعمه ها را نخورید
- ❖ تمنای سرعت در انجام امور را از خود دور کنید
- ❖ وقتی راهی صحیح و کاملاً منطقی می بینی، عمل کن و منتظر دستورات نباش!
- ❖ آن کس که دارای دوراندیشی لازم نیست و دشمن را دقیقاً مورد ارزیابی قرار نمی دهد، قطعاً شکست خواهد خورد
- ❖ وقتی جنگاوران قوی و افسران ضعیف باشند، سپاه نافرمان می گردد
- ❖ از مسئولیت های فرمانده آن است که صبور، مرموز، منصف و خوددار باشد
- ❖ از شر شک و تردید خلاص شوید
- ❖ اگر زندگیت در خطر نیست، خود را به ستیز میفکن

نکات مربوط به آموزش نیروی انسانی

- ❖ میتوان به چگونگی پیروزی علم و آگاهی یافت ولی با این آگاهی لزوماً پیروز نمیشوند
- ❖ قبل از هر چیز صفاتی که برای یک فرمانده ضرورت دارد عبارت‌اند از:
 ۱. روشن بینی و دورنگری
 ۲. هنر برقراری هماهنگی
 ۳. توانمندی تدوین طرح و نقشه
 ۴. توانمندی ارزیابی استعداد
- ❖ چنانچه مطالب تعلیم شده واضح نباشد و دستورها کاملاً تشریح نشده باشند تقصیر از فرمانده است اما هنگامی که تعلیمات تشریح شدند ولی مطابق قوانین به مرحله اجرا در نیامدند افسران مجرم اند
- ❖ اگر افسران تعلیمات جدی ندیده باشند در نبرد مضطرب و نگران میشوند

- ❖ اگر فرماندهان به‌خوبی ساخته و تربیت نشده باشند وقتی در برابر دشمن قرار میگیرند از درون از پای در می‌آیند
- ❖ کسی جنگ را می‌برد که بداند چه موقع حمله کند و چه موقع نه
- ❖ کسی جنگ را می‌برد که بداند چگونه با نیروهای زیردست و بالادست تعامل و همکاری داشته باشد
- ❖ آن کس که فنون پیروزی را می‌داند، لزوماً پیروز میدان‌ها نیست
- ❖ کسی جنگ را می‌برد که با تمام نیروهای تحت امر خویش به یک روش صحیح و مهربانانه رفتار کند
- ❖ کسی جنگ را می‌برد که خود و نیروهایش آماده و منتظر شرایط غیرآماده دشمن باشد
- ❖ کسی جنگ را می‌برد که توانایی‌های نظامی دارد و باعث دخالت حکمران و یا پادشاه در جنگ نمی‌شود
- ❖ کسب پیروزی، با آگاهی داشتن از عامل بالا قابل دسترسی است بنابراین باید گفت: اگر شما خود و دشمنان را بشناسید، از نتایج حاصله از صدها جنگ نباید هراسی داشته باشید اگر شما خود را بشناسید ولیکن دشمن را شناسید، برای هر پیروزی که به دست می‌آورید از رنج یک شکست نیز بی بهره نخواهید بود اما اگر نه خود را می‌شناسید و نه دشمن را، در تمام جنگ‌ها شکست خواهید خورد

نکات مربوط به ارتباطات و اطلاعات.

- ❖ اطلاعات به‌تنهایی کافی نیستند؛ باید آن‌ها را تحلیل و ارزیابی کنید تا به دستاوردهای قابل استفاده و آمارهای معتبر برسید. استفاده از تحلیلگران حرفه‌ای و فناوری‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات می‌تواند در این بخش به شما کمک کند.
- ❖ اولین موضوعی که باید مدنظر قرار گیرد، شناخت منطقه نبرد و جایی که نیروهای دشمن می‌تواند شکل بگیرد، می‌باشد مقایسه نیروهای خودی با نیروهای دشمن از طریق این اطلاعات به دست می‌آید ما همچنین می‌توانیم شانس خود را در جنگ با دشمن مورد تجزیه و تحلیل قرار دهیم و اگر بررسی، نشانگر برتری نیروهای ما باشد، پیروزی در راه است

- ❖ اگر خود را و دشمن را به خوبی بشناسی، حتی در صد جنگ در خطر نیستی
- ❖ آن چه در دست من است می‌توانم انجام دهم، ولی آنچه در گرو عملکرد دشمن باشد، نامعلوم است
- ❖ باید یک سیستم جامع و کارآمد برای جمع‌آوری اطلاعات ایجاد کنید. این شامل استفاده از جاسوسان، ساماندهی ارتباطات و شبکه‌های اطلاعاتی مختلف می‌شود. همچنین، از فناوری‌های پیشرفته مانند سنسورها، دستگاه‌های جاسوسی، فضای مجازی و رصد از دور می‌توانید استفاده کنید.
- ❖ در حین جنگ، امنیت اطلاعات بسیار حائز اهمیت است. باید از ابزارها و فناوری‌های رمزنگاری، شبکه‌های محرمانه و سیستم‌های امنیتی برای حفاظت از اطلاعات مهم خود استفاده کنید. همچنین، باید آموزش‌های مربوط به امنیت اطلاعات را برای نیروهای خود فراهم کنید.
- ❖ برقراری ارتباطات مؤثر و سریع میان تیم‌ها، واحدها و فرماندهان اهمیت بسیاری دارد. از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته مانند رادیو، شبکه‌های مخابراتی و سیستم‌های اطلاعاتی استفاده کنید تا ارتباط مستمر و سریع برقرار شود.
- ❖ در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها، باید از اطلاعات واقع‌گرایانه و قابل‌اعتماد استفاده کنید. تأیید اطلاعات قبل از گرفتن تصمیم‌های حیاتی بسیار مهم است. در جنگ، شرایط و اطلاعات به‌طور مداوم تغییر می‌کنند، بنابراین باید اطلاعات خود را به‌روزرسانی کنید و با تغییرات جدید آشنا شوید. این شامل مانیتورینگ رویدادها، تحلیل داده‌ها و دریافت گزارش‌های به‌روز است.
- ❖ تجزیه و تحلیل اطلاعات دشمن می‌تواند برای شناخت نقاط ضعف و قدرت آن‌ها و همچنین پیش‌بینی حرکات و عملیات آینده آن‌ها بسیار مفید باشد. بنابراین، باید به‌دنبال جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات دشمن باشید. در صورت امکان، باید اطلاعات خود را با واحدهای دیگر و شرکای مربوطه به اشتراک بگذارید. این کار می‌تواند به تقویت همکاری و تعامل میان تیم‌ها و افزایش قابلیت‌های نظامی کمک کند.
- ❖ در پایان هر عملیات، باید عملکرد اطلاعاتی خود را ارزیابی کنید و از تجربیات خود در آینده استفاده کنید. این شامل شناسایی نقاط قوت و ضعف، اصلاح مشکلات و بهبود فرآیندها و سیستم‌های اطلاعاتی است.

فصل شانزدهم

استراتژی خوب/استراتژی بد

مقدمه‌ای بر نقش استراتژی در کسب‌وکار

استراتژی‌ها در کسب‌وکار نقش بسیار حائز اهمیتی دارند و تأثیر قابل توجهی در موفقیت یا شکست یک سازمان دارند. در ادامه، تأثیر استراتژی خوب و استراتژی بد را در کسب‌وکار بررسی می‌کنیم:

تأثیر استراتژی خوب:

❖ هدفگذاری: استراتژی خوب به کسب‌وکار کمک می‌کند تا هدف‌های واضحی را تعیین کند و به‌طور

مداوم به دستیابی به آن‌ها تمرکز کند. هدف‌های مشخص و قابل اندازه‌گیری، برای تیم‌ها و کارکنان

امکان برنامه‌ریزی و اجرای مناسب را فراهم می‌کنند.

❖ تطبيق با محیط: استراتژی خوب به کسب‌وکار امکان می‌دهد تا با محیط کسب‌وکار خود تطبیق پیدا

کند. این شامل تحلیل بازار، شناخت رقبای، شناخت مشتریان و درک تغییرات در عرضه و تقاضا

می‌شود. با توجه به این تحلیل‌ها، استراتژی‌های مناسب می‌توانند تعیین و اجرا شوند تا کسب‌وکار

بتواند بازار را به‌خوبی به خود اختصاص دهد.

❖ تفکر استراتژیک: استراتژی خوب کسب‌وکار را به تفکر استراتژیک وا می‌دارد. این به معنای ارزیابی

گزینه‌های مختلف، تصمیم‌گیری استراتژیک و برنامه‌ریزی برای دستیابی به اهداف است. تفکر

استراتژیک به کسب‌وکار کمک می‌کند تا بازدهی و سودآوری بهبود یابد و از فرصت‌های رقابتی

بهره‌برداری کند.

تأثیر استراتژی بد:

❖ عدم هماهنگی: استراتژی بد ممکن است باعث عدم هماهنگی در سازمان شود. اگر استراتژی‌ها و اهداف تضاد داشته باشند یا با ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی تناسب نداشته باشند، هماهنگی درونی کاهش می‌یابد و عملکرد سازمان تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

❖ عدم تطبیق با محیط: استراتژی بد می‌تواند باعث عدم تطبیق با محیط کسب‌وکار شود. اگر استراتژی‌ها و رویکردهای انتخاب شده تغییرات در بازار را نادیده بگیرند و با تغییرات رقبا و نیازهای عرضه و تقاضا همخوانی نداشته باشند، کسب‌وکار ممکن است از رقابت قدرتمندترها عقب بماند و رشد و توسعه نکند.

❖ عدم انعطاف‌پذیری: استراتژی بد ممکن است باعث عدم انعطاف‌پذیری در کسب‌وکار شود. اگر استراتژی‌ها و رویکردهای انتخاب شده قابلیت سازگاری با تغییرات و شرایط جدید را نداشته باشند، کسب‌وکار نمی‌تواند به‌صورت مؤثر به تغییرات پاسخ دهد و از فرصت‌ها استفاده کند.

❖ عدم تمرکز: استراتژی بد ممکن است باعث عدم تمرکز در کسب‌وکار شود. اگر استراتژی‌ها بی‌هدف و پراکنده باشند و بر روی همه جنبه‌ها و عرصه‌ها تمرکز نکنند، کسب‌وکار نمی‌تواند به بهترین شکل منابع و ظرفیت‌های خود را بهره‌برداری کند.

بنابراین، استراتژی‌های خوب و بد در کسب‌وکار تأثیرات متفاوتی دارند. استراتژی خوب می‌تواند به کسب‌وکار کمک کند تا هدفگذاری صحیح، تطبیق با محیط، تفکر استراتژیک و هماهنگی داشته باشد. در مقابل، استراتژی بد ممکن است باعث عدم هماهنگی، عدم تطبیق با محیط، عدم انعطاف‌پذیری و عدم تمرکز شود.

به‌عنوان مثال بیابید تأثیر استراتژی خوب و استراتژی بد را در جنگ بین فرانسه و انگلیس در سال ۱۸۰۵ بررسی کنیم. جنگ بین انگلستان و فرانسه در سال ۱۸۰۵ به‌عنوان بخشی از جنگ ناپلئونی معروف است و با نام "جنگ ترافالگار" شناخته می‌شود. این جنگ در تاریخ ۲۱ اکتبر ۱۸۰۵ بین ناوگان دریایی انگلیسی و فرانسوی-اسپانیایی در نزدیکی سواحل ترافالگار در جنوب غربی اسپانیا رخ داد. در آن زمان، ناپلئون بناپارت، فرمانده ارتش فرانسه، به همراه ناوگان دریایی فرانسوی و اسپانیایی، قصد داشت تا ناوگان دریایی بریتانیا را شکست دهد و از طریق تهدید تجارت دریایی انگلیس، اقتدار آن‌ها را تضعیف کند.

اما در جنگ ترافالگار، ناوگان دریایی بریتانیا تحت فرماندهی آدمیرال هوراتیو نلسون، پیروز شد. ناوگان بریتانیا موفق شد ناوهای فرانسوی-اسپانیایی را شکست داده و تعداد زیادی از آنها را غرق کند. این پیروزی بزرگ به انگلیس کمک کرد تا ناوگان دریایی فرانسه و اسپانیا را در منطقه کنترل کند و از تهدید ناپلئون بریتانیا راحت تر می‌کرد. جنگ ترافالگار به‌عنوان یکی از پیروزی‌های بزرگ ناوگان دریایی بریتانیا در دوران جنگ ناپلئونی شناخته می‌شود. این جنگ تأثیر قابل‌توجهی در تعیین سرنوشت جنگ‌های بعدی داشت و درگیری‌هایی مانند جنگ واترلو در سال ۱۸۱۵ را تحت تأثیر قرار داد. اما شکست فرانسه در برابر انگلستان در جنگ سال ۱۸۰۵، به علت چندین عامل بود. در زیر به برخی از دلایل اصلی این شکست اشاره شده است:

۱. استراتژی کلی ناپلئون: استراتژی ناپلئون برای مبارزه با انگلستان شامل بستن قفل قاره‌ای بریتانیا بود. او می‌خواست از طریق قطع روابط تجاری انگلستان با اروپا و تهدید تجارت دریایی آن، اقتدار انگلیس را تضعیف کند. اما این استراتژی با شکست مواجه شد زیرا انگلیس توانست با حاکمیت بریتانیا را ایجاد کند و مسیر تجاری خود را حفظ کند.
۲. ناوگان دریایی انگلیس: ناوگان دریایی بریتانیا در این دوران بسیار قوی و حرفه‌ای بود. آدمیرال هوراتیو نلسون به‌خوبی از تاکتیک‌های نظامی استفاده کرد و توانست ناوگان فرانسوی-اسپانیایی را در جنگ ترافالگار شکست دهد. ناوگان بریتانیا به دلیل تجربه، آموزش و تجهیزات بالا توانست برتری دریایی خود را نشان دهد.
۳. نقص‌های سازمانی فرانسه: نظام سازمانی و مدیریت ناوگان دریایی فرانسه در آن زمان نقص‌هایی داشت. تناقضات داخلی، کاوش‌های سیاسی و نداشتن اهداف واضح در سازمان‌دهی ناوگان، تأثیر منفی بر عملکرد آنها داشت. علاوه بر این، ناوهای فرانسوی و اسپانیایی به‌طورکلی کمتر به‌روزرسانی شده بودند و از نظر تجهیزات و آموزش نمی‌توانستند با ناوگان بریتانیا رقابت کنند.
۴. عوامل جغرافیایی: موقعیت جغرافیایی انگلستان به‌عنوان یک جزیره به آن امکان می‌دهد تا بتواند در مقابل تهدیدات دریایی مقاومت کند. انگلستان از جنگ ترافالگار بهره‌برد و توانست با تسلط بر ناوگان فرانسوی و اسپانیایی، خطری را برای خود کاهش دهد.

۵. استراتژی و تاکتیک جنگی دو کشور: آرایش جنگی دو ستونه به عنوان یکی از عوامل مهم در پیروزی انگلستان بر فرانسه در جنگ سال ۱۸۰۵، نقش مهمی را ایفا کرده است. آرایش جنگی دو ستونه به معنای تقسیم نیروهای نظامی به دو ستون است که یک ستون در مقابل دشمن می‌ایستد و ستون دیگر در حال حرکت و مانور است. مهم‌ترین مزایایی که استفاده از این آرایش برای انگلستان به ارمغان آورد را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

❖ انعطاف‌پذیری: آرایش دو ستونه امکان انعطاف‌پذیری بیشتری را برای نیروهای انگلیس فراهم می‌کند. نیروهایی که در حال حرکت هستند، می‌توانند به راحتی به نقاط مختلف منتقل شوند و با تغییر موقعیت و راهبرد، بهترین راه‌حل را برای مقابله با دشمن پیدا کنند.

❖ توازن نیروها: آرایش دو ستونه به نیروهای انگلیس امکان می‌دهد تا نیروهای خود را در سطح جبهه به طور بهینه توزیع کنند. یک ستون می‌تواند در مقابل حملات دشمن مقاومت کند و دشمن را به تعامل مستقیم و مبارزه مجبور کند، درحالی‌که ستون دیگر می‌تواند به عنوان نیروی مهاجم عمل کند و از طریق حرکت و مانور، به نقاط ضعف دشمن حمله کند. این توزیع تعادلی در نیروها به انگلیس کمک کرد تا در مقابل حملات فرانسه مقاومت کند و هم‌زمان برای شکست دشمن حمله کند.

❖ ارتباطات و هماهنگی: آرایش دو ستونه بهبود ارتباطات و هماهنگی بین نیروها را تسهیل می‌کند. نیروهای در حال حرکت می‌توانند به راحتی با ستونی که در مقابل دشمن قرار دارد، ارتباط برقرار کنند و اطلاعات را به اشتراک بگذارند. این ارتباطات به نیروها کمک می‌کند تا به صورت هماهنگ و هم‌زمان عمل کنند و بهترین استفاده را از تجربه و توانایی‌های همدیگر ببرند. این امر می‌تواند در برابر دشمنی مثل فرانسه که دارای نیروهای متعددی است، بسیار مؤثر باشد.

بنابراین، آرایش جنگی دو ستونه در جنگ سال ۱۸۰۵ نقش مهمی در پیروزی انگلستان بر فرانسه داشت. این آرایش به انگلیس انعطاف‌پذیری بیشتری در مقابله با استراتژی‌های فرانسه فراهم کرد، توازن نیروها را حفظ کرد و ارتباطات و هماهنگی بین نیروها را بهبود بخشید. همه این عوامل باعث شدند که انگلستان بتواند در جنگ ۱۸۰۵ از نیروهای فرانسه پیشی بگیرد و پیروز شود.

از این رو در این فصل علاوه بر بررسی چندین مثال از استراتژی خوب و استراتژی بد، در ادامه به بیان آن نکاتی خواهیم پرداخت که می‌تواند در انتخاب استراتژی درست مؤثر باشد. هدف ما از ارائه این فصل این است که ضمن آشناسازی مخاطب با مفهوم استراتژی، راهکارهای مناسبی برای انتخاب استراتژی، تاکتیک و تکنیک بازی-ها برای وی فراهم کرده باشیم و در زمینه کاربرد درست‌تر بازی‌ها به مخاطبان خود کمک کنیم.

استراتژی خوب

استراتژی خوب (Good Strategy) یک استراتژی است که به سازمان کمک می‌کند تا به دستاوردهای برتر و عملکرد موفقی دست یابد و در مقابل چالش‌ها و رقبا به‌خوبی عمل کند. استراتژی خوب باید به‌طور کلی با هدف‌ها و نیازهای سازمان همخوانی داشته باشد و منجر به پیشرفت و رشد سازمان در طولانی‌مدت شود. به‌طور کلی، یک استراتژی خوب باید شامل موارد زیر باشد:

- ❖ **تحلیل محیطی:** استراتژی خوب باید بر اساس تحلیل دقیق و جامعی از محیط داخلی و خارجی سازمان تعیین شود. این شامل شناخت رقبا، مشتریان، بازار، فناوری‌ها و عوامل محیطی دیگر است.
- ❖ **هدفمندی:** استراتژی خوب باید هدف‌های واضح داشته باشد. استراتژی در واقع نقشه راه و تصویری است که نشان می‌دهد سازمان در آینده می‌خواهد کجا باشد و هدف‌ها مراحل و مسیرهای مشخصی هستند که برای رسیدن به آن چشم انداز باید طی شوند.
- ❖ **تمایز:** استراتژی خوب باید شامل راهکارهای برتر و منحصر به فردی باشد که سازمان را از رقبا متمایز می‌کند و قابلیت رشد و پیشرفت را فراهم می‌کند. این استراتژی‌ها باید بر اساس مزیت‌های رقابتی، قابلیت‌های داخلی سازمان و فرصت‌های بازار تعیین شوند.
- ❖ **اجراپذیری و عملیاتی‌سازی:** استراتژی خوب باید قابلیت اجرا و عملیاتی‌سازی داشته باشد. برای این منظور، باید طرحی واضح برای اجرای استراتژی و تخصیص منابع، زمانبندی و مسئولیت‌پذیری مناسب وجود داشته باشد.

❖ انعطاف‌پذیری و تطبیق: استراتژی خوب باید قابلیت تطبیق با تغییرات محیطی و رقابتی را داشته باشد. سازمان باید توانایی تغییر استراتژی را در صورت نیاز داشته باشد و به محیط خارجی و نیازهای مشتریان واکنش نشان دهد.

❖ ارزیابی و بهبود مداوم: استراتژی خوب استراتژی است که به سازمان کمک می‌کند تا به دستاوردهای برتر و عملکرد موفق دست یابد و در مقابل چالش‌ها و رقبا به‌خوبی عمل کند. استراتژی خوب باید به‌طورکلی با هدف‌ها و نیازهای سازمان همخوانی داشته باشد و منجر به پیشرفت و رشد سازمان در طولانی‌مدت شود.

استراتژی خوب بر اساس تحلیل دقیق و جامعی از محیط داخلی و خارجی سازمان تعیین می‌شود. که شامل شناخت رقبا، مشتریان، بازار، فناوری‌ها و عوامل دیگر است. استراتژی خوب باید یک چشم انداز و هدف‌های واضح داشته باشد که نشان‌دهنده مسیری است که سازمان در آینده می‌خواهد طی کند. برای این کار لازم است:

۱- رویکرد شفاف و مشخص داشته باشید

استراتژی‌های "Best Fit" و "Best Practice" دو رویکرد مختلف در مدیریت استراتژیک هستند. در ادامه، تفاوت‌های اصلی بین این دو استراتژی را بررسی می‌کنیم:

❖ رویکرد Best Fit: رویکرد Best Fit به معنای تطبیق استراتژی سازمان با محیط خاص و شرایط منحصربه‌فرد آن است. در این رویکرد، سازمان با توجه به نیازها، منابع و قابلیت‌های خود، استراتژی منحصربه‌فردی را تعیین می‌کند که بهترین تطابق را با محیط خود دارد. این رویکرد بر این اصل تمرکز دارد که هیچ استراتژی عمومی و متحد‌الشکلی وجود ندارد و استراتژی باید به‌صورت خاص برای هر سازمان و شرایط آن طراحی شود.

❖ رویکرد Best Practice: رویکرد Best Practice به معنای اجرای استراتژی‌ها و روش‌های استاندارد و مدل‌های موفق در صنایع و سازمان‌های مختلف است. در این رویکرد، سازمان سعی می‌کند از بهترین شیوه‌ها و روش‌های استراتژیکی که در صنعت یا بازار مشخصی بازدهی خوب داشته‌اند، بهره‌برداری کند. این رویکرد فرض می‌کند که وجود یک استراتژی استاندارد و متحد‌الشکل می‌تواند به سازمان کمک کند تا به بهترین عملکرد و نتایج ممکن دست یابد.

تفاوت‌های اصلی بین رویکردهای **Best Fit** و **Best Practice** عبارت‌اند از:

- ❖ **تمرکز:** رویکرد **Best Fit** بر تطبیق سازمان با محیط متمرکز است، درحالی‌که رویکرد **Best Practice** بر استفاده از مدل‌ها و روش‌های استاندارد تمرکز دارد.
 - ❖ **انعطاف‌پذیری:** رویکرد **Best Fit** اجازه می‌دهد که سازمان با توجه به شرایط منحصر به فرد خود، استراتژی خاصی را انتخاب کند و در صورت نیاز آن را تغییر دهد. در مقابل، رویکرد **Best Practice** بیشتر به مدل‌ها و روش‌های استاندارد پایبند است و تغییرات کمتری اعمال می‌کند.
 - ❖ **منابع و قابلیت‌ها:** رویکرد **Best Fit** بیشتر به نیازها و قابلیت‌های سازمان توجه می‌کند و استراتژی را بر اساس آن‌ها تعیین می‌کند. درحالی‌که رویکرد **Best Practice** بر روی استفاده از مدل‌ها و روش‌های استاندارد تمرکز دارد و بیشتر به ارتقای تطابق سازمان با این مدل‌ها توجه می‌کند.
 - ❖ **اصالت:** رویکرد **Best Fit** بیشتر به تفاوت‌ها و شرایط خاص هر سازمان توجه دارد و استراتژی را بر اساس آن تعیین می‌کند. از سوی دیگر، رویکرد **Best Practice** بیشتر روی استفاده از روش‌های استاندارد تأکید دارد و بر روی اصول عمومی و قابل انتقال تمرکز می‌کند.
- به‌طور خلاصه، رویکرد **Best Fit** تأکید دارد که استراتژی باید با محیط و شرایط خاص سازمان تطبیق یابد، درحالی‌که رویکرد **Best Practice** تلاش می‌کند با استفاده از مدل‌ها و روش‌های استاندارد به بهترین عملکرد و نتایج دست یابد. هر رویکرد ممکن است در شرایط خاصی موفقیت بیشتری داشته باشد و انتخاب بین این دو باید بر اساس شرایط و نیازهای سازمان انجام شود.
- ۲- توجه کنید که استراتژی خوب غیرمنتظره است.
- استراتژی خوب به دلایل زیر غیرمنتظره است.
- ❖ **دیدگاه نوآورانه:** استراتژی خوب ممکن است از دیدگاه‌های نوآورانه و خلاقانه برخوردار باشد. زمانی که سازمان‌ها به دیدگاه‌های تازه و جدید پرداخته و از الگوهای رایج خارج شوند، استراتژی‌های غیرمنتظره شکل می‌گیرند که می‌تواند آن‌ها را از رقبای متمایز کند و به نتایج برتری دست یابد.

❖ **تحلیل دقیق و جامع:** استراتژی خوب ممکن است بر اساس تحلیل دقیق و جامعی از محیط داخلی و خارجی سازمان تعیین شود. این تحلیل می‌تواند اطلاعات و نقاط قوتی را کشف کند که به سازمان امکان می‌دهد از راهبردهای مناسب استفاده کند.

❖ **توانایی تطبیق:** سازمان‌هایی که توانایی تطبیق با تغییرات سریع و ناگهانی را دارند، ممکن است به راحتی استراتژی‌هایی را پیاده سازی کنند که غیرمنتظره به نظر می‌رسند. آن‌ها می‌توانند با تغییر در عوامل محیطی و رقابتی، راهبردهای جدیدی را برای خود تعیین کنند که به نتایج بهتری منجر می‌شوند.

❖ **ابتکار و رهبری قوی:** رهبرانی که ابتکار و توانایی خلاقیت قوی دارند، می‌توانند استراتژی‌هایی غیرمنتظره را برای سازمان خود تعیین کنند. آن‌ها ممکن است ریسک‌پذیری بالا داشته باشند و از راهبردهای نوین و پیشرو استفاده کنند که به تحقق اهداف برتر و نتایج متمایزی منجر می‌شوند.

❖ **شناخت عمیق از مشتریان:** شناخت عمیق از نیازها و خواسته‌های مشتریان می‌تواند به سازمان کمک کند تا استراتژی‌هایی را ارائه دهد که غیرمنتظره و جدید به نظر می‌رسند. با توجه به محدودیت‌ها و نیازهای مشتریان، سازمان ممکن است راهبردهایی را پیشنهاد دهد که باعث رضایت بیشتر مشتریان و دستیابی به مزیت رقابتی شوند.

به‌طورکلی، استراتژی‌های خوب و غیرمنتظره زمانی شکل می‌گیرد که سازمان توانایی تفکر خلاقانه، تحلیل دقیق، تطبیق با تغییرات، رهبری قوی و شناخت عمیق از مشتریان را داشته باشد. این عوامل می‌توانند برای سازمان مزیت رقابتی و اثربخشی بیشتر ایجاد کنند و استراتژی غیرمنتظره را به وجود آورند. برای فهم بهتر این موضوع لازم است که دو کیس را بررسی کنیم.

کیس اول در مورد عرضه ویندوز ۹۵ توسط مایکروسافت در سال ۱۹۹۵ است. عرضه ویندوز ۹۵ توسط مایکروسافت در سال ۱۹۹۵ یک رویداد بزرگ در تاریخ صنعت فناوری اطلاعات بود. ویندوز ۹۵ با معرفی ویژگی‌هایی مانند رابط کاربری گرافیکی (GUI) نسبت به نسخه‌های قبلی ویندوز، تجربه کاربری بهتری را به کاربران ارائه کرد. این نسخه از ویندوز عمدتاً به‌عنوان یک سیستم عامل شخصی استفاده می‌شد و مورد استقبال بسیاری از کاربران قرار گرفت. در همین زمان اپل با مشکلات مدیریتی مواجه بود. به‌طورکلی در دهه ۱۹۹۰

میلادی، اپل با مشکلات مدیریتی، رقابت شدید با مایکروسافت و تغییرات در بازار کامپیوتر روبرو بود. این مشکلات باعث شد که چندین بار نزدیک به ورشکستگی شود و در نهایت به تغییرات سازمانی عمده‌ای نیاز داشته باشد. به عبارت شفاف‌تر مایکروسافت از ضعف رقیب بهترین بهره را برد و با ارائه محصول خوب در زمانی که رقبا موضع ضعیفی داشتند، نه تنها جایگاه خود را تثبیت کرد، بلکه زمینه سازی برای انحصار بازار با ویندوز XP را فراهم نمود.

این داستان بیان کننده یک تفاوت مهم بین استراتژی و برنامه است. فراموش نکنید که استراتژی فرصت محور است ولی برنامه دستور محور و زمان محور می‌باشد. در این داستان نیز مایکروسافت متناسب با فرصت پیش آمده بهره‌مندی لازم از شرایط را برده است.

کیس دوم مربوط به عملیات طوفان صحرا در سال ۱۹۹۱ است. در سال ۱۹۹۱، عراق توسط حکومت صدام حسین کویت را اشغال کرد. این عمل توسط جامعه بین‌الملل به‌عنوان یک تهدید جدی به امنیت منطقه و حاکمیت کویت محکوم شد. در پاسخ به این تهدید، یک تشکیلات نظامی بین‌المللی تحت نام "ائتلاف بین‌المللی" (متشکل از بیش از ۳۰ کشور) تشکیل شد تا از کویت در مقابل تهاجم عراق دفاع کند.

عملیات نظامی آزادسازی کویت، طوفان صحرا نامگذاری شد. طوفان صحرا (همچنین به‌عنوان عملیات درخشش برای آزادسازی کویت نیز شناخته می‌شود). این عملیات، یک عملیات نظامی بین‌المللی بود که به رهبری ائتلاف بین‌المللی اجرا شد. هدف اصلی این عملیات، آزادسازی کویت و برکناری نیروهای عراقی از آن بود.

طوفان صحرا در ۱۷ ژانویه ۱۹۹۱ با حمله هوایی گسترده به عراق آغاز شد و در طول چند هفته به حملات خاکی و دریایی گسترده تبدیل شد. نیروهای ائتلاف بین‌المللی به سرعت به کویت حمله کردند و عراقی‌ها را از آن خارج کردند. این عملیات باعث آزادسازی کویت و پایان جنگ خلیج فارس شد.

بنابراین، طوفان صحرا به‌عنوان نامی برای عملیات نظامی بین‌المللی استفاده می‌شود که به آزادسازی کویت از اشغال عراق و پایان جنگ خلیج فارس منجر شد. نکته موجود در این عملیات نیز استفاده از استراتژی غیر منتظره است. در آن زمان دولت‌های ائتلاف می‌دانستند که عراق پیش‌بینی ائتلاف علیه خود در منطقه حساس خلیج فارس را ندارد. لذا از عدم پیش‌بینی درست صدام حسین به‌عنوان فرصتی استفاده کردند و عملیات را اجرا نمودند.

۳-قبل از انتخاب استراتژی توانمندی‌های خود را کشف کنید (استراتژی خوب بر کشف قدرت مبتنی است) گفتیم که استراتژی فرصت محور است. اما دقت کنید هرچقدر هم یک فرصت جذاب باشد، برای بهره‌مندی از آن باید به توانمندی خود دقت کنیم. لذا همیشه کشف قدرت را برای تدوین استراتژی در نظر داشته باشید. بیاید یک مثال در این زمینه را باهم بررسی کنیم. **داستان داوود(ع) و جالوت**: نبرد جالوت و داوود یکی از مهم‌ترین نبردهای تاریخی است که در قرن ۱۰ پیش از میلاد رخ داد. این نبرد میان داوود، پادشاه بنی‌اسرائیل، و جالوت یا گلیات، فرمانده ارتش فلسطینیان بوده است. این نبرد در راستای کنترل مناطق آبادی و تمدنی بین دو قوم صورت گرفت. با توجه به منابع دینی و تاریخی، جالوت فردی قدرتمند و با تجربه بود. از طرف دیگر، داوود در آن زمان فقط یک پادشاه نسبتاً جوان و تازه‌کار بود و نیروهایش به نسبت جمعیت فلسطین کمتر بود. داوود قبل از نبرد، با استفاده از **مهارت خود در تیراندازی**، یک سنگ را با استفاده از قلاب به **سمت سر** جالوت پرتاب کرد و او را به قتل رساند. این کار داوود را به پیروزی در نبرد جالوت و دستیابی به قدرت و تأثیر بیشتر در منطقه کمک کرد. نبرد جالوت و داوود طبق اساطیر و منابع دینی، نقطه عطفی در تاریخ بنی‌اسرائیل و پیروزی نسبی آنها بر فلسطینیان بود. این نبرد به داوود امکان را بخشید تا پادشاهی خود را تثبیت کند و بعدها او را به یکی از بزرگ‌ترین پادشاهان بنی‌اسرائیل تبدیل کند. همان‌طور که می‌بینید داوود بر اساس توانمندی خود(قدرت) و نقطه ضعف رقیب(فرصت) اقدام کرده است و پیروز شده است.

۴-نگرش اهرمی داشته باشید.

برای درک نگرش اهرمی لازم است توضیحاتی درباره اهرم ارشمیدس داده شود. اهرم ارشمیدس یک نوع اهرم مکانیکی است که توسط ارشمیدس، ریاضی‌دان یونانی باستان، توسعه داده شد. این اهرم شامل یک بار و یک محور چرخان است که حول نقطه اتکا قرار دارد. نیروی ورودی در این اهرم در نقطه اتکا (نقطه پیوستگی) اعمال می‌شود و نیروی خروجی در فاصله‌ای دیگر از نقطه اتکا ایجاد می‌شود. مزیت اصلی اهرم ارشمیدس در این است که با استفاده از آن می‌توان نیروی کوچکی را به نیروی بزرگ‌تر تبدیل کرد. این اهرم در کاربردهای مختلفی مانند بالابرها، ترازها، وسایل برقی و غیره مورد استفاده قرار می‌گیرد. لذا در تدوین استراتژی همواره به دنبال این باشید که با یک زحمت بیشتر از یک خروجی داشته باشید.

استراتژی بد

استراتژی بد یک استراتژی یا رویکرد نادرست یا ناموفق است که معمولاً به نتایج ناخوشایند منجر می‌شود. این استراتژی‌ها ممکن است به دلایل مختلفی ناموفق باشند، از جمله عدم درک صحیح از وضعیت، نقص در برنامه‌ریزی، قضاوت نادرست، عدم توانایی در تصمیم‌گیری مناسب و غیره.

استراتژی بد می‌تواند در هر زمینه‌ای اتفاق بیفتد، از جمله مسائل مالی، مدیریت کسب‌وکار، روابط شخصی و حتی در بازی‌ها. معمولاً استراتژی‌های بد به‌طور واضح نتایج نامطلوب، ضرر یا عواقب منفی دیگری را به همراه دارند. در هر صورت، برای دستیابی به نتایج مطلوب و موفقیت، استفاده از استراتژی‌های مناسب و صحیح بسیار مهم است. این شامل برنامه‌ریزی مناسب، تصمیم‌گیری هوشمند، ارزیابی دقیق و تنظیم مجدد در صورت نیاز می‌شود. برای درک بهتر ویژگی‌های استراتژی بد در ادامه هر ویژگی را همراه یک داستان ساختگی بیان می‌کنیم.

❖ عدم هماهنگی با محیط: فرض کنید یک شرکت تولید کننده لوازم الکترونیکی به نام "نوآوران

الکترونیک" داشته باشیم. آن‌ها استراتژی بدی را اتخاذ می‌کنند و تصمیم می‌گیرند تنها به تولید تلویزیون‌های تابلویی CRT تمرکز کنند، درحالی‌که بازار به سمت تلویزیون‌های بسیار نازک LED و OLED در حال حرکت است. آن‌ها تصمیم می‌گیرند به علت هزینه نسبتاً کمتر تولید تلویزیون‌های قدیمی را ادامه دهند و به همین دلیل نتوانسته‌اند بازار جدید را درک کنند و به تغییرات پاسخ دهند. در نتیجه، بازار رقابتی را از دست می‌دهند و در نهایت شرکت تعطیل می‌شود.

❖ عدم بررسی و تحلیل مناسب: فرض کنید یک شرکت تولیدی مواد غذایی به نام "سلامتی سبز"

داریم. آن‌ها تصمیم می‌گیرند استراتژی جدیدی را اجرا کنند و محصولات جدیدی را به بازار عرضه کنند. اما آن‌ها بدون بررسی و تحلیل دقیق بازار، نیازها و سلیقه مشتریان، محصولات جدیدی را طراحی و تولید می‌کنند. به‌عنوان مثال، آن‌ها تصمیم می‌گیرند یک خوراکی بسیار تند و اسپایسی را به بازار عرضه کنند، درحالی‌که اکثریت مشتریان آن‌ها از غذاهای ملایم و کم اسپایسی ترجیح می‌دهند. به ناچار، این محصول جدید به دلیل عدم تطابق با نیازها و ترجیحات مشتریان، به فروش نمی‌رسد و شرکت با عدم موفقیت مواجه می‌شود.

❖ **اشتباه در تخصیص منابع:** فرض کنید دیوید یک کسب‌وکار کوچک با نام "سرگرمی دیجیتال" راه اندازی کرده است. با افزایش تقاضا برای محصولاتش، او تصمیم می‌گیرد تمام منابع خود را به تولید یک محصول جدید اختصاص دهد، به طوری که تمام تلاش و دستاوردهای گذشته را فراموش می‌کند. در نتیجه، سایر محصولات او که در حال حاضر در بازار می‌باشند، توقف تولید می‌شوند و مشتریان از دسترسی به آن‌ها محروم می‌شوند. این عدم تخصیص منابع صحیح باعث کاهش درآمد و رضایت مشتری می‌شود و نهایتاً باعث ضعف و نابودی کسب‌وکار می‌شود.

❖ **عدم توجه به نیازهای کارکنان:** یک شرکت فناوری به نام "آینده‌نگر تکنولوژی" داریم. مدیرعامل این شرکت تصمیم می‌گیرد تمام تمرکز خود را بر روی بهره‌وری و سودآوری قرار دهد و کاملاً از نیازها و رضایت کارکنان غافل شود. او تصمیم می‌گیرد ساعات کاری را به طور غیرمعمولی افزایش دهد، حقوق و مزایا را به طور ناچیزی کاهش دهد و هیچ توجهی به تعادل کار-زندگی نداشته باشد. این سیاست نادرست و عدم توجه به نیازهای کارکنان باعث کاهش انگیزه، رضایت و عملکرد آن‌ها می‌شود. در نتیجه، شرکت با از دست دادن استعدادهای با ارزش و افزایش نرخ اختلافات و خروج کارکنان مواجه می‌شود.

این داستان‌ها ویژگی‌های استراتژی بد را به خوبی نشان می‌دهند که چگونه عدم هماهنگی با بازار، عدم بررسی و تحلیل مناسب، نادرستی در تخصیص منابع و عدم توجه به نیازهای کارکنان می‌تواند به عواقب منفی و نامطلوبی برای سازمان منجر شود.

فصل هفدهم

اقیانوس آبی / اقیانوس قرمز

مفهوم اصطلاح اقیانوس آبی و اقیانوس قرمز

اقیانوس آبی و اقیانوس قرمز دو مفهوم استراتژیک در حوزه راهبرد کسب‌وکار هستند که توسط وی. چان کیم و رنه موبورن در کتابی به همین نام مطرح شده‌اند. این دو مفهوم به دو نوع استراتژی اشاره می‌کنند. در زیر توضیحات کاملی درباره هر کدام ارائه می‌شود:

۱. اقیانوس آبی (Blue Ocean): اقیانوس آبی به وضعیتی اشاره دارد که سازمان با ابتکار و نوآوری، بازاری جدید و تازه را خلق می‌کند که هنوز رقابت کمی در آن وجود ندارد. در این استراتژی، سازمان سعی می‌کند از رقابت مستقیم با سایر رقبا دوری کند و بجای آن، یک بازار جدید را شکل دهد که بر اساس نیازها، ترجیحات و خواسته‌های مشتریان منحصربه‌فرد است. با ایجاد ارزش بیشتر برای مشتریان، سازمان می‌تواند قدرت رقابتی قوی‌تری به دست آورد و از رقبا جدا شود. در اقیانوس آبی، سازمان به جای رقابت بر روی عوامل مانند کیفیت، قیمت و ترویج، بر روی کارآفرینی، نوآوری و ارتقاء ارزش مشتری تمرکز می‌کند.

۲. اقیانوس قرمز (Red Ocean): اقیانوس قرمز به وضعیتی اشاره دارد که سازمان در بازاری پر رقابت و پر اشباع فعالیت می‌کند. در این استراتژی، رقابت بین شرکت‌ها بر اساس عواملی مانند قیمت، کیفیت، ترویج و خدمات بیشتر است. سازمان‌ها در این حالت سعی می‌کنند به وسیله کاهش قیمت‌ها، بهبود کیفیت، افزایش ترویج و خدمات بیشتر، بازاری به خود جلب کنند و رقبا را شکست دهند. با این حال، این رویکرد در بلندمدت قابل پایداری نیست و ممکن است منجر به جنگ قیمت و کاهش سودآوری شود. به‌طور کلی، اقیانوس قرمز با تنش و رقابت شدید مرتبط است. مثال‌هایی از اقیانوس قرمز شامل شرکت‌هایی مانند شرکت‌های تولید خودروبی معمولی، صنعت لوازم خانگی و رستوران‌های سنتی است.

به‌طور کلی مفاهیم اقیانوس قرمز و اقیانوس آبی به این نکته اشاره می‌کنند که برای رشد و پیشرفت بیشتر، سازمان‌ها باید از رقابت‌های سنتی در اقیانوس قرمز خارج شده و به اقیانوس آبی متمرکز شوند. با خلق بازارهای جدید و استفاده از نوآوری، سازمان‌ها می‌توانند رقبا را برتری دهند و ارزش بیشتری برای مشتریان خود ایجاد کنند. از سوی دیگر اقیانوس آبی و اقیانوس قرمز به‌عنوان دو مفهوم استراتژیک مهم در حوزه راهبرد کسب‌وکار، به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا درک بهتری از روندهای بازار و رقبا داشته باشند و استراتژی‌های مناسبی را برای رشد و موفقیت طراحی کنند.

استراتژی‌های اقیانوس آبی

استراتژی‌های اقیانوس آبی بر اساس کتاب "اقیانوس آبی و اقیانوس قرمز" شامل مجموعه‌ای از اصول و روش‌ها هستند که به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا از رقابت مستقیم با سایر رقبا دوری کرده و یک بازار جدید و تازه را خلق کنند. در ادامه، به برخی از استراتژی‌های اقیانوس آبی اشاره شده است:

❖ **ترکیب و ادغام (Combination and Integration):** در این استراتژی، سازمان‌ها سعی

می‌کنند به‌عنوان یک ترکیب‌کننده، ویژگی‌ها، خدمات یا نیازهای مختلف را به یکدیگر ادغام کنند و محصولات یا خدماتی را ارائه دهند که در بازار وجود ندارد. این ترکیب می‌تواند از طریق ادغام صنایع، ارائه خدمات اضافی به محصولات یا ادغام ویژگی‌های مختلف محصول باشد.

❖ **عدم مصرف (Non-Consumption):** در این استراتژی، سازمان‌ها به‌جای رقابت بر روی بازار

مصرف‌کننده‌های موجود، به کشف بازارهایی می‌پردازند که هنوز از محصولات یا خدمات موجود بهره‌برداری نمی‌کنند. با شناسایی نیازها و ترجیحات گروه‌های غیرمصرف‌کننده، سازمان‌ها می‌توانند بازارهای جدید را شکل دهند.

❖ **ارزش‌آفرینی نوآورانه (Value Innovation):** در این استراتژی، سازمان‌ها سعی می‌کنند ارزش

جدیدی برای مشتریان ایجاد کنند. آن‌ها به‌جای رقابت بر روی مقایسه کیفیت و قیمت با رقبا، به استفاده از نوآوری‌ها، طراحی و خلاقیت تمرکز می‌کنند تا ارزش بیشتری برای مشتریان خود فراهم کنند.

❖ **خدمات جانبی (Adjacent Services):** در این استراتژی، سازمان‌ها به‌جای تمرکز بر یک محصول اصلی، خدمات جانبی یا محصولات مرتبط را به آن اضافه می‌کنند. این خدمات جانبی می‌توانند به مشتریان ارزش افزوده ارائه کنند و سازمان را متمایز کنند.

❖ **نیازهای جدید (New Needs):** در این استراتژی، سازمان‌ها سعی می‌کنند تا نیازهای جدیدی را شناسایی کنند و محصولات یا خدماتی را برای پاسخ به این نیازها ارائه دهند. آن‌ها می‌توانند با جستجو در بازار و گفتگو با مشتریان به شناسایی نیازهای ضروری که تاکنون مورد توجه نبوده‌اند بپردازند.

❖ **استخراج (Extraction):** در این استراتژی، سازمان‌ها سعی می‌کنند از منابع جدید و بی‌استفاده استفاده کنند یا از روش‌ها و فناوری‌های جدید استفاده کنند تا به بازارهای جدید و منحصربه‌فرد دسترسی پیدا کنند.

استراتژی‌های اقیانوس آبی معمولاً به منجر شدن به رشد و موفقیت سازمان‌ها منجر می‌شوند، زیرا آن‌ها را از رقابت مستقیم با سایر رقبای دور نگه می‌دارند و بازارهای جدید را توسعه می‌دهند.

استراتژی اقیانوس قرمز

استراتژی‌های اقیانوس قرمز به معنای رقابت در بازارهای موجود و تلاش برای کسب سهم بیشتر از بازار است. در این استراتژی، سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا با ارائه مزایا، کاهش قیمت یا تمرکز بر کیفیت، از رقبای خود پیشی بگیرند و بازار را به خود تسلیم کنند. در زیر، به برخی از استراتژی‌های اقیانوس قرمز اشاره می‌کنیم:

❖ **رقابت قیمتی (Price Competition):** در این استراتژی، سازمان‌ها تلاش می‌کنند با کاهش قیمت محصولات خود، رقبا را برای جذب مشتریان تحت فشار قرار دهند. این استراتژی معمولاً با کاهش هزینه‌ها، افزایش مقیاس تولید یا استفاده از روش‌های تولید ارزتر همراه است.

❖ **تمرکز بر کیفیت (Quality Focus):** در این استراتژی، سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا با بهبود کیفیت محصولات و خدمات خود، مشتریان را جذب کنند و رضایت آن‌ها را افزایش دهند. تمرکز بر کیفیت به‌منظور ایجاد تفاوت و مزیت رقابتی در بازار است.

❖ **تخصص و تمایز (Specialization and Differentiation):** در این استراتژی، سازمان‌ها

سعی می‌کنند تا با ارائه محصولات یا خدمات ویژه و منحصربه‌فرد، خود را از رقبا متمایز کنند. این ممکن است از طریق تخصص در یک حوزه خاص، طراحی منحصربه‌فرد، برندینگ قوی و ایجاد تجربه مشتری منحصربه‌فرد انجام شود.

❖ **گسترش محصول (Product Expansion):** در این استراتژی، سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا طیف

محصولات خود را گسترش دهند و محصولات جدید را به بازار عرضه کنند. این می‌تواند شامل اضافه کردن ویژگی‌ها، مدل‌های جدید، خدمات جانبی و محصولات مرتبط باشد.

❖ **رقابت در قیمت و کیفیت (Price and Quality Competition):** در این استراتژی، سازمان‌ها

تلاش می‌کنند تا هم‌زمان بهبود کیفیت و رقابت در قیمت را دنبال کنند. آن‌ها سعی می‌کنند تا با ارائه کیفیت بالا و قیمت مناسب، مزیت رقابتی خود را افزایش دهند.

❖ **ترویج و بازاریابی (Marketing and Promotion):** در این استراتژی، سازمان‌ها تلاش

می‌کنند تا از طریق استفاده از فعالیت‌های تبلیغاتی، بازاریابی و ترویج، نام و محصولات خود را بهتر شناسانده و مشتریان جدید را جذب کنند. این استراتژی شامل استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات آنلاین، فروش رویدادها و سایر روش‌های بازاریابی است.

نکته نهایی این فصل این است که به‌عنوان یک سازمان، باید با توجه به شرایط خاص خود و بازار مورد نظر، استراتژی‌های مناسب را انتخاب و پیاده‌سازی کنید. همچنین، ممکن است نیاز به ترکیب چند استراتژی باشد و باید به‌صورت استراتژیک عمل کنید و با تغییرات بازار و نیازهای مشتریان سازگار شوید.

مدیریت بحران سیاسی

مفهوم بحران سیاسی در کسب‌وکار

بحران رفتارهای سیاسی می‌تواند در سازمان‌ها به‌عنوان یک مسئله جدی مطرح شود. رفتارهای سیاسی به معنای استفاده از قدرت و تأثیر برای رسیدن به هدف‌های فردی و گروهی است و ممکن است منجر به مشکلاتی مانند ناهماهنگی، کشمکش‌های داخلی، کاهش کارآفرینی و نارضایتی کارکنان شود. در ادامه مضرات و تأثیر بحران رفتارهای سیاسی در سازمان را بررسی خواهیم کرد:

- ❖ **ناهماهنگی سازمانی:** رفتارهای سیاسی می‌توانند منجر به ناهماهنگی در سازمان شوند. زمانی که افراد برای رسیدن به هدف‌های شخصی خود از هم کناره می‌روند و به‌جای همکاری و هماهنگی، به رقابت می‌پردازند، عملکرد سازمان به خطر خواهد افتاد.
- ❖ **کشمکش‌های داخلی:** رفتارهای سیاسی می‌توانند منجر به کشمکش‌ها و تقابل‌های داخلی در سازمان شوند. افراد ممکن است سعی کنند با تشویق افراد دیگر یا ایجاد تقابل‌ها، بر تأثیر و قدرت خود در سازمان بیفزایند.
- ❖ **کاهش کارآفرینی:** رفتارهای سیاسی می‌توانند تأثیر منفی بر روی کارآفرینی در سازمان داشته باشند. زمانی که افراد به دلیل نگرانی از افتادن در تنگناهای سیاسی، از بیان ایده‌های خلاقانه و نوآورانه خود خودداری می‌کنند، سازمان قادر به بهره‌برداری از پتانسیل‌ها و فرصت‌های جدید نخواهد بود.
- ❖ **نارضایتی کارکنان:** رفتارهای سیاسی می‌توانند باعث نارضایتی کارکنان شوند. وقتی که اعمال سیاسی منجر به عدم عدالت، ترجیح برخورد با طرفدارهای سیاسی بر روی شایستگی و کارایی فردی می‌شود، کارکنان احساس نارضایتی و ناعدالتی می‌کنند که می‌تواند منجر به افت انگیزه و کاهش تعهد سازمانی شود.

به‌طور کلی برای مقابله با بحران رفتارهای سیاسی در سازمان، می‌توان اقدامات عمومی زیر را انجام داد:

❖ **توسعه یک فرهنگ سازمانی قوی:** ایجاد یک فرهنگ سازمانی که بر اصول همکاری، انصاف و

احترام متمرکز شود، می‌تواند به کاهش رفتارهای سیاسی در سازمان کمک کند. این شامل ارتقاء انصاف در تصمیم‌گیری‌ها، اعتماد سازمانی، ارزش‌گذاری شفافیت و تشویق به همکاری است.

❖ **ارتقاء مهارت‌های ارتباطی:** توسعه مهارت‌های ارتباطی سالم و سازنده میان اعضای سازمان

می‌تواند به کاهش رفتارهای سیاسی کمک کند. آموزش مهارت‌های ارتباطی، قدرت عرضه و گوش دادن فعال را تقویت کرده و از بروز سوء تفاهم‌ها و تداخل‌ها جلوگیری می‌کند.

❖ **ایجاد ساماندهی و شفافیت:** افراد باید درباره اهداف، سیاست‌ها و روند تصمیم‌گیری به‌طور

شفاف آگاهی داشته باشند. برقراری ساماندهی و ارائه اطلاعات به‌صورت شفاف و قابل‌درک، به افراد اعتماد می‌دهد و از بروز رفتارهای سیاسی جلوگیری می‌کند.

❖ **تشویق به همکاری و تیم‌محوری:** ایجاد فرصت‌ها و ساختارهایی که همکاری و تیم‌محوری را

ترویج کنند، می‌تواند رفتارهای سیاسی را کاهش دهد. ایجاد انگیزه برای همکاری، تشویق به اشتراک‌گذاری دانش و تجربه، و تشویق به توسعه روابط مثبت درون تیم‌ها می‌تواند از رفتارهای سیاسی جلوگیری کند.

❖ **رهبری قدرتمند:** رهبران سازمان می‌توانند با برقراری رهبری قدرتمند و انجام نقش مدل، به کاهش

رفتارهای سیاسی کمک کنند. ارتقاء انصاف، شجاعت، شفافیت و ارزش‌گذاری به ارزش‌های اخلاقی و حرفه‌ای می‌تواند به‌عنوان الگویی برای سایر اعضای سازمان عمل کند.

به‌طور کلی، برای مقابله با بحران رفتارهای سیاسی در سازمان، نیاز به اقدامات سیستماتیک و هماهنگ داریم که

شامل توسعه فرهنگ سازمانی متمرکز بر همکاری و انصاف، تقویت مهارت‌های ارتباطی، ایجاد شفافیت و ارتقا مقررات سازمانی هستیم. در ادامه این فصل به ابعاد مختلف و همچنین تکنیک‌های مدیریت رفتارهای سیاسی در

سازمان خواهیم پرداخت.

مدیریت بحران سیاسی در کسب‌وکار

مدیریت بحران‌های سیاسی در سازمان از اهمیت بالایی برخوردار است و نیازمند رویکردها و استراتژی‌های مشخصی است. در زیر، چند راهکار برای مدیریت بحران‌های سیاسی در سازمان آورده شده است:

- ❖ برنامه‌ریزی پیشگیرانه: بهترین راه برای مدیریت بحران‌های سیاسی، برنامه‌ریزی پیشگیرانه است. سازمان باید قبل از وقوع بحران، سیاست‌ها، روش‌ها و راهکارهایی را تدوین و پیاده‌سازی کند که بتواند رفتارهای سیاسی را کاهش دهد و پایه‌های سیستمی قوی را برای مدیریت بحران فراهم کند.
- ❖ شناسایی خطرات و آسیب‌پذیری‌ها: برای مدیریت بحران سیاسی، لازم است که سازمان خطرات و آسیب‌پذیری‌های مربوط به رفتارهای سیاسی را شناسایی کند. این شامل تحلیل محیط داخلی و خارجی، شناسایی عوامل مؤثر بر رفتارهای سیاسی و تشکیل گروه‌های کاری متخصص در این زمینه است.
- ❖ تدوین سیاست‌ها و راهکارها: سازمان باید سیاست‌ها و راهکارهایی را تدوین کند که به کاهش رفتارهای سیاسی و جلوگیری از بروز بحران‌های سیاسی کمک کند. این شامل تدوین قوانین و مقررات داخلی، ایجاد مراکز گزارش دهی مستقل، شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها و توسعه فرهنگ سازمانی سالم است.
- ❖ آموزش و آگاهی‌بخشی: آموزش و آگاهی‌بخشی به کارکنان درباره رفتارهای سیاسی و تأثیر آن‌ها بر سازمان، می‌تواند در کاهش بحران‌های سیاسی مؤثر باشد. آموزش مهارت‌های ارتباطی سالم، توانایی حل تعارض و مدیریت استرس نیز می‌تواند به کاهش بحران‌های سیاسی کمک کند.
- ❖ برقراری ارتباطات مؤثر: برقراری ارتباطات مؤثر و باز داشتن خطوط ارتباطی با کارکنان، می‌تواند در شناسایی زودهنگام بحران‌های سیاسی و اعمال تدابیر لازم کمک کند. فرصت‌هایی برای بحث و گفتگو با کارکنان، درک مشکلات و ...
- ❖ تشکیل تیم بحران: در صورت بروز بحران سیاسی، تشکیل یک تیم بحران با اعضای که تخصص و تجربه در این زمینه دارند، ضروری است. این تیم باید قدرت تصمیم‌گیری و اقدام سریع را داشته باشد و بتواند بحران را به‌صورت کارآمد مدیریت کند.

❖ روابط عمومی: در بحران‌های سیاسی، ارتباط با عموم و رسانه‌ها بسیار حائز اهمیت است. سازمان باید به‌صورت شفاف و قابل‌فهم به جامعه و رسانه‌ها توضیح دهد که چگونه بحران در حال مدیریت است و چه تدابیری اتخاذ می‌شود.

❖ ارزیابی و یادگیری: پس از پایان بحران، لازم است تا سازمان نتایج و عواقب بحران را ارزیابی کند و از آن‌ها برای بهبود رویکردها و استراتژی‌های آینده استفاده کند.

در کل، مدیریت بحران‌های سیاسی در سازمان نیازمند تدابیر پیشگیرانه، تحلیل خطرات، تدوین سیاست‌ها و راهکارها، آموزش و آگاهی‌بخشی، برقراری ارتباطات مؤثر، تشکیل تیم بحران، ارتباط با عموم، ارزیابی و یادگیری است. این راهکارها می‌توانند به سازمان کمک کنند تا بحران‌های سیاسی را بهبود بخشد و عملکرد سازمان را در مواجهه با چالش‌های سیاسی بهبود دهد. ابعاد عملیاتی و تکنیکال مدیریت بحران سیاسی را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد.

- ❖ شناسایی علائم بروز بحران
- ❖ روش‌های پیشگیری از بحران
- ❖ روش‌های جذب حامی
- ❖ روش‌های مداخله
- ❖ روش‌های تهاجمی مهاجم
- ❖ روش‌های نفوذی
- ❖ مهندسی رفتار
- ❖ اقدامات جانبی
- ❖ مدیریت بحران و رسانه
- ❖ مدیریت بحران و استراتژیهای ارتباطات

علائم بحران سیاسی

- در صورتی که با هریک از موارد زیر روبرو شدید، بدانید که ممکن است سازمان دچار بحران سیاسی شده باشد.
- ❖ از دست دادن کنترل امور: این وضعیت به معنای از دست دادن قدرت و نظارت بر فرآیندها و تصمیم‌گیری‌هاست. ممکن است در بحران‌های سیاسی، سازمان نتواند به‌درستی کنترل کند و فرآیندهای عملیاتی را به نحوی که باید انجام دهد، اداره کند.
 - ❖ کاهش درآمد: بحران‌های سیاسی می‌توانند منجر به کاهش درآمدهای سازمان شوند. مثلاً، ناپایداری در بازار، تحریم‌ها، تغییرات سیاسی و اقتصادی و... می‌تواند باعث کاهش فروش، تقلیل درآمد و کاهش سودآوری سازمان شوند.
 - ❖ افزایش هزینه: بحران‌های سیاسی ممکن است منجر به افزایش هزینه‌های سازمان شوند. به‌عنوان مثال، ناپایداری در بازار و اقتصاد، تحریم‌ها، تغییرات قوانین و مقررات و... می‌تواند باعث افزایش قیمت مواد اولیه، افزایش هزینه‌های نیروی کار، افزایش هزینه‌های حمل و نقل و... شوند.
 - ❖ افزایش بدهی: بحران‌های سیاسی می‌توانند منجر به افزایش بدهی سازمان شوند. به‌عنوان مثال، کاهش درآمدها و افزایش هزینه‌ها ممکن است سازمان را مجبور به استقراض و گرفتن وام‌ها کند تا به نیازهای مالی خود بپردازد.
 - ❖ ناتوانی در بازپرداخت بدهی: در صورت بروز بحران‌های سیاسی و افزایش بدهی، سازمان ممکن است ناتوان در بازپرداخت بدهی‌ها و وام‌ها شود. این موضوع می‌تواند منجر به مشکلات مالی و اعتباری جدی برای سازمان شود.
 - ❖ سوء رفتار حرفه‌ای: بحران‌های سیاسی ممکن است سبب رخداد سوء رفتار حرفه‌ای در سازمان شود. افراد ممکن است از فرصت‌های بحران‌های سیاسی برای عملیات غیرقانونی، فساد یا سوءاستفاده کنند.
 - ❖ عدم تعادل در تراز پرداخت‌ها: نامتعادل شدن بین درآمدها و هزینه‌ها، به‌عنوان "عدم تعادل در تراز پرداخت‌ها" است. این موضوع ممکن است باعث نقصان مالی و مشکلات نقدینگی در سازمان شود، زیرا درآمدها کافی نیستند تا هزینه‌ها و بدهی‌های سازمان را پوشش دهند.

دلایل ایجاد بحران رفتارهای سیاسی

دلایل ایجاد رفتارهای سیاسی در سازمان فراوان است، اما مهم‌ترین مواردی که می‌توان به آن‌ها اشاره نموده شامل موارد زیر می‌باشد.

- ❖ ضعف در انجام اقدامات لازم: این وضعیت به معنای عدم توانایی یا ناتوانی در انجام اقدامات و تدابیر لازم برای رسیدن به هدف یا حل مسئله است. ضعف در انجام اقدامات منجر به تاخیر در پیشرفت و عدم دستیابی به نتیجه مطلوب می‌شود.
- ❖ گره زدن سرنوشت خود با افراد در حال سقوط: این وضعیت به معنای برقراری ارتباط یا وابستگی به افراد یا سازمان‌هایی است که در حال سقوط و شکست هستند. با توجه به ارتباط با این افراد یا سازمان‌ها، ممکن است سرنوشت شما نیز به‌طور غیرمستقیم تحت تأثیر قرار گیرد و به مشکل بیفتید.
- ❖ حرکت بی برکت: این وضعیت به معنای حرکت یا پیشرفتی است که بدون دستیابی به نتیجه مطلوب یا پیوستگی و پیشرفت مداوم است. به عبارتی، این حرکت بی برکت بدون رشد یا توسعه واقعی است و ممکن است به تلف شدن منابع و انرژی منجر شود.
- ❖ ضعف در قدرت فکر: این وضعیت به معنای کاستی یا نقص در توانایی تحلیل، استنتاج و ارزیابی است. ضعف در قدرت فکر می‌تواند منجر به تصمیمات نادرست، ناپایداری در برنامه‌ریزی و ناتوانی در حل مسائل پیچیده شود.
- ❖ سیاست‌های انبساطی: این اصطلاح به معنای استفاده از سیاست‌هایی است که به‌منظور گسترش و توسعه فعالیت‌ها و تأثیرگذاری در مناطق و منابع جدید استفاده می‌شوند. سیاست‌های انبساطی ممکن است به دلیل نبود منابع کافی، عدم بررسی دقیق و تحلیل جامع، وابستگی نادرست به منابع جدید و... منجر به مشکلات و ریسک‌های بیشتری شود.
- ❖ نظریه رشد کاذب: این نظریه به معنای باور غلط یا نادرست به رشد و پیشرفت است. به‌طور عمده، نظریه رشد کاذب به معنای اشتباه فرد یا سازمان درباره قابلیت‌ها و توانمندی‌های خود و همچنین عدم تطابق با واقعیت اشاره دارد.

❖ نظریه رشد متعادل: نظریه رشد متعادل به معنای باور درست و متعادل به رشد و پیشرفت است. در این نظریه، فرد یا سازمان توانمندی خود را به طور واقع‌گرایانه ارزیابی می‌کند و بر اساس آن، تلاش می‌کند تا بهبود و پیشرفت خود را در زمینه‌های مختلف داشته باشد. نظریه رشد متعادل تأکید دارد که رشد و توسعه باید با توازن و هماهنگی با دیگر جنبه‌های زندگی صورت بگیرد، به طوری که از لحاظ فردی، اجتماعی و محیطی سودمند باشد.

تکنیک‌های مدیریت بحران سیاسی

به‌طور کلی از ۶ دسته از تکنیک‌هایی که در ادامه آورده می‌شود، برای مدیریت بحران سیاسی در محیط‌های مختلف از جمله کسب‌وکار استفاده کرد.

تکنیک‌های تهاجمی: تکنیک‌های تهاجمی در مدیریت رفتارهای سیاسی شامل استفاده از راهکارها و روش‌هایی است که به منظور تحقق هدف‌های سیاسی و تمرکز قدرت بر دیگران استفاده می‌شود. مهم‌ترین نکات مورد توجه در این زمینه عبارت‌اند از:

❖ هدفهای تهاجمی: این به معنای هدف‌هایی است که توسط فرد یا گروهی انتخاب می‌شوند و به منظور حمله یا تهاجم به دیگران استفاده می‌شوند. این هدف‌ها ممکن است شامل تسلط، تصاحب قدرت، کسب منافع مادی یا نفوذ در ساختارهای قدرتمند باشد.

○ منافع مادی: این به معنای منفعی است که به صورت مالی یا مادی برای فرد یا گروه قابل دستیابی هستند. این منافع شامل پول، ثروت، منافع اقتصادی و هرگونه فواید دیگری است که افراد می‌توانند به دست آورند.

○ تسکین روحی و روانی: این به معنای ارائه راحتی، آرامش و تسکین برای روح و روان فرد است. این می‌تواند از طریق رفع استرس، ارائه حمایت اجتماعی، و تأمین نیازهای روحی و روانی مختلف مانند اعتماد، ارتباطات مثبت، و احساس تعلق و عضویت در جامعه صورت بگیرد.

- **دفع ضرر:** این به معنای جلوگیری از وقوع صدمات، خسارات یا ضرر به فرد یا سازمان است. اقداماتی که برای دفع ضرر صورت می‌گیرد شامل برنامه‌ریزی ایمنی، استفاده از سیستم‌ها و فرآیندهای محافظتی، و انجام اقدامات پیشگیرانه می‌شود.
- ❖ **رفتار مهاجم:** این به معنای رفتارهایی است که به صورت تهاجمی و خشونت‌آمیز انجام می‌شوند. این رفتارها ممکن است شامل حمله به دیگران، تهدید، تحقیر، توهین یا استفاده از افراد قدرتمند برای تحقق هدف‌های شخصی یا گروهی باشد.
- ❖ **عوامل فردی بروز تهاجم:** این به معنای عواملی است که در فرد نقش دارند و برای بروز رفتار تهاجمی مؤثر هستند. این عوامل می‌توانند شامل ویژگی‌های شخصیتی مانند خشونت‌آمیز بودن، عدم توانایی در تنظیم هیجانات، بی‌توجهی به احساسات دیگران، عدم توانایی در حل مشکلات به صورت سازنده و تمایل به استفاده از راهکارهای خشونت‌آمیز به جای راهکارهای مشارکتی و همکاری باشند.
- **دیکتاتوری، اقتدارگرایی و ماکیاولی‌گری:** این عبارات به سه نمونه از الگوهای رفتاری مرتبط با تهاجم اشاره دارند. دیکتاتوری به معنای تمایل به تمرکز قدرت و کنترل کامل بر دیگران است، اقتدارگرایی به معنای تمایل به استفاده از قدرت برای رسیدن به مقاصد شخصی و ماکیاولی‌گری به معنای استفاده از تاکتیک‌ها و حیل‌های مکرر و برای رسیدن به هدف‌ها است.
- **کانون کنترل داخلی:** این به معنای وجود سازوکارها و مکانیسم‌هایی است که در سازمان یا جامعه ایجاد می‌شود تا رفتارهای تهاجمی را کنترل و مدیریت کند. این مکانیسم‌ها شامل قوانین، سیاست‌ها، ارزش‌ها و نظارت می‌شوند.
- **انتظار موفقیت بالا:** این به معنای تصور فرد یا گروه از خود و دیگران است که باید موفقیت بالایی را داشته باشند. این انتظار می‌تواند فشار روانی ایجاد کند و در برخی موارد باعث تمایل به استفاده از راهکارهای تهاجمی و خشونت‌آمیز برای رسیدن به موفقیت شود.

- **هوشیاری زیاد:** این به معنای حساسیت و آگاهی بالا از موقعیت‌ها و رویدادها است. فردی با هوشیاری زیاد ممکن است به‌سرعت علایق و نیازهای خود را تأمین کند، اما در مواردی ممکن است این هوشیاری به تمایل به تهاجم و خشونت منجر شود.
- **سرمایه‌گذاری سازمانی:** این به معنای سرمایه‌گذاری در منابع، زمان و تلاش برای توسعه و ارتقاء سازمان است. سازمان‌هایی که به‌طورکلی در سرمایه‌گذاری سازمانی کوچک و ناکافی هستند، ممکن است شاهد تهاجم و روش‌های رقابتی برای رسیدن به منافع دچار باشند.

❖ شرایط ایجاد تهاجم: شرایطی که باعث ایجاد تنش‌ها و تهاجم‌ها در محیط سیاسی می‌شوند. مثلاً رقابت شدید برای قدرت و منافع، عدم احترام به حقوق و نیازهای دیگران، نابرابری اجتماعی و اقتصادی و موارد مشابه.

- اعتماد کم: نبود اعتماد و عدم قدرت‌بخشی به یکدیگر در روابط سیاسی. این موضوع می‌تواند باعث تشدید تنش‌ها و کاهش همکاری و تعامل میان افراد و گروه‌ها شود.
- نقش مبهم: وجود عدم وضوح در نقش و مسئولیت افراد و گروه‌ها در محیط سیاسی. این موضوع می‌تواند باعث بروز ابهام، سوء تفاهم و تعارض در روابط سیاسی شود.
- وجود ائتلاف‌ها: تشکیل گروه‌ها و ائتلاف‌های سیاسی با اهداف مشترک. وجود ائتلاف‌ها می‌تواند منجر به ایجاد تقابلات و تضادها در محیط سیاسی شود.
- عدم تفاهم و توافق در هدف‌ها: عدم وجود یکپارچگی و توافق درباره هدف‌ها و اهداف سیاسی. این موضوع می‌تواند باعث بروز اختلافات و ناسازگاری در روابط سیاسی شود.
- اختلافات، تعارضات، تضاد و برخورد: وجود نیازها، ارزش‌ها و منافع متفاوت در محیط سیاسی که منجر به ایجاد اختلافات، تعارضات و تضادها می‌شود. این موضوع می‌تواند باعث بروز تنش‌ها و ناسازگاری‌ها در روابط سیاسی شود.

○ محیط نامطمئن: شرایط غیرقطعی و نامطمئن در محیط سیاسی که می‌تواند باعث ایجاد

نگرانی و عدم استقرار در روابط سیاسی شود. مثلاً تغییرات سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی ناگهانی و ناشناخته.

این عوامل می‌توانند به صورت جداگانه یا ترکیبی منجر به تضادها، ناسازگاری‌ها و تنش‌ها در روابط سیاسی شوند و پیشرفت و آرامش در محیط سیاسی را تهدید کنند.

جذب حامی: جذب حامی در مدیریت رفتارهای سیاسی بسیار مهم است. اهمیت این موضوع به دلیل موارد زیر قابل توجه است:

۱. افزایش تأثیر و قدرت: با جذب حامیان، قدرت و تأثیر شما در محیط سیاسی افزایش می‌یابد. حامیان شما می‌توانند به شما در رسیدن به اهداف سیاسی کمک کنند و به شما حمایت کنند، از شما حمایت عمومی جلب کنند و بر روند تصمیم‌گیری‌ها تأثیر بگذارند.

۲. حفظ پایداری و پشتیبانی: حامیان شما می‌توانند به عنوان پایه و پشتیبان شما در مواجهه با چالش‌ها و مخالفان عمل کنند. آن‌ها می‌توانند شما را در مواقع دشوار دفاع کرده و به شما کمک کنند تا در مقابل نیروهای مختلف و انتقادات مقاومت کنید.

۳. افزایش اعتماد و ارتباط: با جذب حامیان، ارتباط و اعتماد میان شما و حامیانتان تقویت می‌شود. اعتماد به شما به عنوان رهبر سیاسی و اعتقاد به اهداف و ارزش‌های شما می‌تواند به شما کمک کند تا در برابر نقدها و سؤالات مطرح شده قوی باشید و تأثیرگذاری بیشتری داشته باشید.

۴. افزایش امکانات و منابع: حامیان شما ممکن است به شما امکانات و منابع مالی و سیاسی فراهم کنند. آن‌ها می‌توانند به شما در تأمین منابع موردنیاز برای دستیابی به اهدافتان کمک کنند و به شما در رسیدن به جایگاه و قدرت بیشتر کمک کنند.

به‌طورکلی، جذب حامیان در مدیریت رفتارهای سیاسی به شما امکان می‌دهد تا قدرت و تأثیر خود را افزایش داده، پشتیبانی و حمایت دریافت کنید و به دستاوردهای بیشتری دست‌یابید. روش‌های جذب حامی در مدیریت رفتارهای سیاسی عبارت‌اند از:

- ❖ باور و اعتقاد به او: برقراری ارتباط و ارائه دلایل و برهان هایی که به حامی نشان دهند که نگرش‌ها و هدف‌های شما با او همخوانی دارد و باور و اعتماد او را به شما تقویت می‌کند.
- ❖ صداقت و پرهیز از پنهان‌کاری: رعایت صداقت و انتقال اطلاعات به شفافیت و بدون پنهان‌کاری به حامی. این روش باعث افزایش اعتماد و ارتباط با حامی می‌شود.
- ❖ شناخت جایگاه خود: درک صحیح و واقعی از جایگاه، نقش و تأثیر شما در حامی و همچنین در محیط سیاسی. این شناخت به شما کمک می‌کند تا به‌طور استراتژیک با حامی برخورد کنید و به شیوه‌ای که تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد، عمل کنید.
- ❖ برخورد دوستانه: برقراری رابطه دوستانه و صمیمی با حامی و ایجاد ارتباط انسانی قوی. این روش ممکن است باعث تقویت ارتباط و افزایش حمایت حامی نسبت به شما شود.
- ❖ سیاست و سعه‌صدر: درک و استفاده از سیاست و استراتژی های مناسب برای جلب و نگاه‌داشت حامی. همچنین، نشان دادن آمادگی برای پذیرش و همکاری با دیگران و گسترش دامنه همکاری سیاسی.
- ❖ پرهیز از زیاده‌طلبی: اجتناب از خواسته‌ها و اقدامات زیاده‌طلبانه و بیش‌ازحد درخواست‌هایی که ممکن است حامی را منجر کند یا باعث از دست دادن او شود.
- ❖ تأمین منافع حامی: توجه به مصالح و نیازهای حامی و تلاش برای تأمین آن‌ها. با توجه به اینکه افراد در تصمیم‌گیری‌های سیاسی اغلب به دنبال حفظ و بهبود منافع شخصی خود هستند، تأمین منافع حامی می‌تواند به جذب و حفظ حمایت او کمک کند.
- مداخله: مداخله برای حل بحران رفتارهای سیاسی در کسب‌وکار، به وسیله تدابیر و راهکارهایی که به‌صورت فعال در محیط سیاسی اجرا می‌شوند، انجام می‌شود. این مداخله‌ها به‌منظور مدیریت و تغییر رفتارها و عملکردهای سیاسی در سازمان‌ها و شرکت‌ها به کار می‌روند.
- ❖ تکنیک‌های رفتاری: تکنیک‌های رفتاری، مجموعه‌ای از روش‌ها و استراتژی‌هایی هستند که برای تغییر رفتار افراد با استفاده از تأثیرگذاری بر عوامل رفتاری استفاده می‌شوند. این تکنیک‌ها معمولاً بر اصول روانشناسی و علوم رفتاری مبتنی هستند و در بسیاری از حوزه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند.

تکنیک‌های رفتاری مداخله برای حل بحران رفتارهای سیاسی در کسب‌وکار ممکن است شامل موارد زیر باشد:

- افزایش انعطاف‌پذیری: این روش برای تغییر رفتارها و نگرش‌ها در محیط سیاسی استفاده می‌شود. با افزایش انعطاف‌پذیری، فرد یا گروه سیاسی قادر به تطبیق با تغییرات و شرایط جدید می‌شود و می‌تواند بهتر به مواجهه با تحولات سیاسی واکنش نشان دهد.
- حفظ روحیه: این روش برای حفظ انگیزه و انرژی مثبت در محیط سیاسی استفاده می‌شود. با حفظ روحیه، فرد یا گروه سیاسی قادر به مقابله با فشارها و مشکلات است و در مسیر رسیدن به اهداف خود پیشرفت می‌کند.
- خویش‌داری: این روش شامل آگاهی از خود، ارزیابی مستمر و بهبود شخصیت است. با خویش‌داری، فرد یا گروه سیاسی قادر به شناخت بهتر خواسته‌ها، محدودیت‌ها و توانمندی‌های خود می‌شود.
- مهندسی رفتار: این روش شامل طراحی و تغییر رفتارها به‌منظور حفظ اقتدار سیاسی است. با مهندسی رفتار، فرد یا گروه سیاسی قادر به تنظیم و کنترل رفتارهای خود در جهت حفظ قدرت و تأثیرگذاری است.
- پرهیز از حرکتی عجولانه: این روش شامل اجتناب از اقدامات عجولانه و غیرمتعادل در محیط سیاسی است. با پرهیز از حرکتی عجولانه، فرد یا گروه سیاسی قادر به ارزیابی دقیق‌تر و انتخاب بهتر راهبردها و تصمیمات خود می‌شود و می‌تواند عواقب ناخوشایند را کاهش دهد.
- مدیریت احساسات: این روش شامل معرفی صحیح احساسات، شفاف‌سازی، حساسیت‌ها و هم‌پیوندی در محیط سیاسی است. با مدیریت احساسات، فرد یا گروه سیاسی قادر به کنترل و مدیریت احساسات خود و دیگران در مواجهه با تنش‌ها و تعارضات سیاسی می‌شود.

- تسلط بر خود: این روش شامل کنترل و تسلط بر احساسات، به‌ویژه خشم و انفعالات قوی است. با تسلط بر خود، فرد یا گروه سیاسی قادر به حفظ آرامش و کنترل واکنش‌های خود در مواجهه با وقایع و مشکلات سیاسی می‌شود.
- مهندسی فکر: این روش شامل طراحی نقشه و تحلیل ضریب شعور در محیط سیاسی است. با مهندسی فکر، فرد یا گروه سیاسی قادر به طراحی استراتژی‌ها و برنامه‌های بهتر برای دستیابی به اهداف سیاسی هستند.
- فاصله‌گرفتن موقت یا حذف: این روش شامل گرفتن فاصله موقت از محیط سیاسی یا حذف عوامل محرک می‌شود. با فاصله‌گرفتن موقت یا حذف، فرد یا گروه سیاسی قادر به کاهش تنش‌ها و فشارهای محیطی می‌شود و بهبود روحیه و عملکرد خود را تجربه می‌کند.

❖ تکنیک‌های اجرایی: تکنیک‌های اجرایی در مدیریت بحران شامل روش‌ها و استراتژی‌هایی هستند که در زمان بحران و در فرآیند مدیریت آن به کار می‌روند. این تکنیک‌ها به‌منظور کاهش آسیب‌ها، مدیریت ریسک‌ها، حفظ امنیت و بازیابی زمانی که بحران رخ می‌دهد، به کار گرفته می‌شوند. تکنیک‌های اجرایی در مدیریت بحران سیاسی شامل موارد زیر هستند:

- اصلاح امور و جدیت در اصلاحات: این تکنیک به معنای اصلاح و بهبود مسائل و مشکلات موجود در سازمان است. با اجرای این تکنیک، تلاش می‌شود تا عواملی که باعث رفتارهای سیاسی نامطلوب در کسب‌وکار شده‌اند، تشخیص داده و با تغییرات موردنیاز، بهبود و اصلاح شوند.
- سیاست‌های انقباضی: این تکنیک شامل اتخاذ سیاست‌ها و راهبردهایی برای کاهش و کنترل رفتارهای سیاسی نامطلوب در کسب‌وکار است. با استفاده از سیاست‌های انقباضی، تلاش می‌شود تا محدودیت‌ها و معیارهای واضح برای رفتارهای سیاسی تعیین شود و تحت نظارت قرار گیرند، که می‌تواند به کاهش تعارضات و اصلاح رفتارهای ناپسند در سازمان کمک کند.

- یادگیری نکات آموزنده: این تکنیک متمرکز بر استفاده از تجربیات و درس‌هایی است که از رفتارهای سیاسی قبلی در کسب‌وکار به دست آمده است. با اجرای این تکنیک، تلاش می‌شود تا از اشتباهات گذشته یادگیری شود و راهکارهایی برای جلوگیری از تکرار رفتارهای ناپسند مشابه ارائه شود. این نکات آموزنده می‌تواند بهبود فرآیندها و رفتارهای سیاسی در کسب‌وکار را تسهیل کند.

اقدامات جانبی

اقدامات جانبی مدیریت بحران رفتارهای سیاسی در سازمان، اقداماتی هستند که در کنار تدابیر اصلی مدیریت بحران، برای کنترل و مدیریت رفتارهای سیاسی نامطلوب در سازمان انجام می‌شوند. این اقدامات می‌توانند شامل موارد زیر باشند:

❖ اقدامات جانبی – تدارکات

- استراتژی توسعه دایره نفوذ، جلب هواداران و ائتلاف (همگانی و خاص – اصلی و جانبی).
- استراتژی رهبری: (اگر شما رهبر می‌باشید، برنامه‌ها پتان چیست؟)
- استراتژی تیم رهبری: (اگر در تیم رهبری می‌باشید، هماهنگ باشید، شفاف باشید، حمایت کنید)
- استراتژی کناره‌گیری از تیم رهبری (در صورت ناهماهنگ بودن تیم)

❖ اقدامات جانبی – حرکات تهاجمی

- استراتژی محاصره: منابع خیلی زیادی نیاز دارید
- استراتژی مقابله یا حمله رو در رو: این استراتژی به منابع و استقامت بستگی دارد و اگر منابع طرف مقابل قوی باشد، حرکتی اشتباه است.
- استراتژی حمله نامنظم (چریکی): کوچکتر علیه بزرگتر استفاده می‌کند.
- استراتژی حمله جناحی: حمله به نقاط ضعف
- استراتژی حمله سریع: برای حفظ و جلوگیری از خنثی سازی تأثیرات

- استراتژی حمله جدید: در صورت ناکارآمد بودن حملات قبلی
- استراتژی جنگ نامتقارن
- استراتژی تهدید به ترک سازمان
- استراتژی ترک سازمان

❖ اقدامات جانبی - حرکات تدافعی

- تسخیر احساسات: وصف خویش، تأیید نظر، تحسین و ستودن، لطف و کمک، هم پیوندی، عذرخواهی
- استراتژی اثبات وفاداری
- استراتژی جلب رضایت
- استراتژی تبعیت، هماهنگی و همراهی
- استراتژی هجوم کاذب
- استراتژی استقامت: ماندن حتی با از دست رفتن همه چیز
- بازمانده موفق: در صورت خروج ضعیف ترها
- استراتژی برداشت: تحمل و استقامت برای رسیدن به نتیجه و بعد خروج

❖ اقدامات جانبی - عقب نشینی

- استراتژی عقب نشینی سریع: دفاع ممکن نیست (منابع محدود است) و باید فعلاً عقب نشینی کامل کرد

روش‌های نفوذی

تاکتیک‌های نفوذ، روش‌ها و استراتژی‌هایی هستند که به منظور تأثیرگذاری بر دیگران و تحقق اهداف خاص، استفاده می‌شوند. در زیر توضیح این تاکتیک‌ها داده شده است:

❖ ترغیب استدلالی یا اقتناع ایدئولوژیک: استفاده از استدلال‌ها و منطق برای قانع کردن دیگران و

ترغیب آن‌ها به پذیرش و دنبال کردن ایدئولوژی

❖ مشورت: درخواست نظر و پیشنهاد از دیگران به منظور به دست آوردن تأیید و همکاری آن‌ها.

- ❖ خشنودسازی: استفاده از اقدامات و رفتارهایی که بر دیگران تأثیر جذابیت و خشنودی داشته باشد، به‌منظور جلب حمایت و همکاری آن‌ها.
 - ❖ داد و ستد مشروع: ارائه تبادلات و معاملات عادلانه و قابل قبول به‌منظور ایجاد روابط مؤثر و حفظ تعامل مشروع با دیگران.
 - ❖ ائتلاف: ایجاد یک ائتلاف یا اتحاد با افراد یا گروه‌های دیگر به‌منظور افزایش نفوذ و تأثیر در تصمیم‌گیری‌ها.
 - ❖ فشار: استفاده از فشارها، تهدیدات یا اقداماتی که بر دیگران تأثیر منفی داشته باشد و آن‌ها را به انجام یا عدم انجام چیزی وادار کند.
 - ❖ توسل به مقامات عالی: استفاده از تأثیر یا پشتیبانی مقامات بالاتر در سازمان یا جامعه به‌منظور رسیدن به هدف‌ها و تحقق نفوذ بیشتر.
- این تاکتیک‌ها ممکن است در مختلف زمینه‌ها مورد استفاده قرار گیرند، از جمله سیاست، روابط عمومی، مدیریت سازمانی و تجاری و غیره.

مهندسی رفتار

- مهندسی رفتار یک رویکرد علمی است که اصول و تکنیک‌های روان‌شناختی، رفتاری و اجتماعی را به کار می‌گیرد تا رفتار افراد را در جهت تغییر و بهبود هدایت کند. هدف اصلی مهندسی رفتار، طراحی و اجرای تغییراتی است که بهبود عملکرد و نتایج مرتبط با رفتارها را ایجاد کند.
- مهندسی رفتار از مفاهیم و تکنیک‌های متنوعی استفاده می‌کند، از جمله:
- ❖ تحلیل رفتار: تحلیل و فهم دقیق رفتارهای مورد توجه با استفاده از روش‌های علمی و ابزارهای مانند مشاهده مستقیم، اندازه‌گیری و ثبت رفتار.
 - ❖ انگیزش: استفاده از نظریه‌ها و اصول روان‌شناختی برای ایجاد انگیزه و تشویق به رفتارهای مطلوب و حذف تشویق به رفتارهای نامطلوب.

❖ طراحی سیستم‌ها و محیط‌ها: طراحی محیط‌ها و سیستم‌های فیزیکی و اجتماعی به گونه‌ای که رفتارهای مطلوب تسهیل شده و رفتارهای نامطلوب کاهش یابند. به‌عنوان مثال، طراحی یک محیط کار به گونه‌ای که همکاری و تعامل میان افراد را ترویج کند.

❖ استفاده از تکنولوژی: استفاده از فناوری‌ها و ابزارهای مدرن برای تسهیل رفتارهای مطلوب و کاهش موانع رفتاری.

❖ تغییر روند و عادت‌ها: ایجاد تغییر در روند و عادت‌های مرتبط با رفتارها، از طریق توسعه عادت‌های جدید و کاهش عادت‌های نامطلوب.

مهندسی رفتار در حوزه‌های مختلفی مورد استفاده قرار می‌گیرد، از جمله بهبود عملکرد سازمانی، مدیریت منابع انسانی، بهبود سلامت روانی، آموزش و یادگیری، بازاریابی و طراحی محصولات، و مدیریت بحران رفتارهای سیاسی در سازمان.

فهرست زیر ارائه دهنده اصول مهندسی رفتار در مدیریت بحران رفتارهای سیاسی در محیط‌های مختلف می‌باشد:

❖ خوب بودن (بصداقت، مؤدب(سعه‌صدر و دوری از توهین)، آرام، باروشی مثبت، تعاملی، سنگین (به دور از ترس)، دوستانه، رعایت جایگاه، بدون اصرار)

❖ دوری از سادگی، برخورد ساده ولی ساده نپذفتن: برای دشمنان عادی ترین چیزها ...، تسلیم ساده نه، تحلیل محتوی

❖ سنجش موقعیت

❖ شناخت مؤمن، منافق و کافر: به هرکسی اعتماد نکنید (رفتار منافق: میانجی‌گری یا رای دادن به نفع یا علیه شخص خاص)

❖ هوشیاری چون عقاب: آیا راست می‌گویید؟

❖ جدا کردن تهاجم منطقی از تهاجم احساسی

❖ تحمل (مگر نیاز به پاسخ حمله باشد)

❖ عصبانیت نه، بی خیال نیز نه، آرام و مقتدر

❖ بی توجه به رفتارهای آنی

- ❖ حرکت فیلسوفانه: با درک عمیق در طرف مقابل و موقعیت اقدام کنید
- ❖ در بن بست: استفاده از جملات طلایی و کمک از جمع
- ❖ ایجاد چالش با بیان سؤال، وضعیت، اصول
- ❖ حتی المقدور نگفتن حرف آخر
- ❖ روشن کردن مسائل به دور از تعصب
- ❖ در صورت ادامه تهاجم گذشت نکنید: مداخله و حاضر جوابی
- ❖ پرهیز از رویه یکسان: از یک تاکتیک زیاد استفاده نکنید

سایر ابعاد مدیریت بحران رفتارهای سیاسی

بحران رفتارهای سیاسی می‌تواند به جوامع خارج از سازمان نیز کشیده شود و رسانه‌ها را با خود همراه کند. از این رو سه موضوع دیگر در این زمینه لازم است که مورد بررسی قرار گیرد.

- ❖ مدیریت بحران و ارتباطات
- ❖ مدیریت بحران و رسانه
- ❖ روش‌های پیشگیری از بحران

۱- مدیریت بحران و رسانه‌ها

مدیریت بحران رفتارهای سیاسی و رسانه‌ها در زمان‌های بحرانی بسیار حساس و پیچیده است. رفتارهای سیاسی و تأثیر رسانه‌ها در این زمانها می‌تواند اثرات مهمی بر جامعه و فرآیند مدیریت بحران داشته باشد. در ادامه به برخی نکات کلیدی در مدیریت بحران رفتارهای سیاسی و رسانه‌ها اشاره می‌کنیم:

- ❖ شفافیت و ارائه اطلاعات صحیح: مهم‌ترین عامل در مدیریت بحران، شفافیت و ارائه اطلاعات صحیح و دقیق است. مدیران بحران باید به جامعه اطلاعات صحیح درباره وقوع بحران، تأثیرات آن و تدابیر اتخاذ شده ارائه کنند. همچنین، لازم است که اطلاعات مرتبط با رفتارهای سیاسی و تأثیر رسانه‌ها نیز با شفافیت منتشر شوند.

❖ احترام به آزادی رسانه و نقش آن: در مدیریت بحران، اهمیت آزادی رسانه و نقش آن در انتقال اطلاعات و نظارت بر فرآیند مدیریت بحران باید مورد توجه قرار بگیرد. رسانه‌ها باید به‌طور آزاد و بدون تحریف اخبار و اطلاعات را منتشر کنند و مدیران بحران باید این نقش رسانه‌ها را احترام کنند و با آن‌ها همکاری کنند.

❖ هماهنگی با نهادهای سیاسی: در زمان‌های بحرانی، هماهنگی و همکاری با نهادهای سیاسی از جمله دولت و سایر نهادهای مرتبط بسیار حیاتی است. باید تلاش شود تا به توافقات و هماهنگی‌های لازم با این نهادها برسید و تمامی تصمیمات و اقدامات مدیریت بحران با هماهنگی صورت گیرد.

❖ کنترل شایعه‌ها و اطلاعات غلط: در زمان‌های بحران، شایعه‌ها و اطلاعات غلط می‌توانند رفتارهای سیاسی و تأثیر رسانه‌ها را تشدید کنند و به افزایش نگرانی‌ها و اضطراب‌ها منجر شوند. لذا، باید به کنترل شایعه‌ها و منتشر کردن اطلاعات دقیق و صحیح توجه کرد. همچنین، ارتباط مداوم با رسانه‌ها و ارائه اطلاعات به‌موقع می‌تواند کمک‌کننده باشد.

در کل، مدیریت بحران در مقابله با رفتارهای سیاسی و تأثیر رسانه‌ها نیازمند شفافیت، هماهنگی، کنترل شایعه‌ها و احترام به آزادی رسانه است. با رعایت این موارد، مدیران بحران می‌توانند تأثیر مثبتی بر فرآیند مدیریت بحران و ارتباط با جامعه داشته باشند. در ادامه برخی از تکنیک‌ها و اصول مؤثر در این زمینه فهرست شده‌اند:

- ❖ تماس‌های قبلی با خبرنگاران برای جلوگیری از اشتباهات بعدی
- ❖ بکارگیری استراتژی‌های برخورد با رسانه‌های افراطی
- ❖ پاسخگویی سریع به سئوالات منفی
- ❖ پاسخگویی به رسانه‌ها با روشی مثبت و برخورد از موضعی مثبت
- ❖ پرهیز از برخوردی خشن و خصمانه در مصاحبه‌های تنش‌زا
- ❖ پرهیز از پرحرفی، بیان پاسخهای کوتاه و با متناسب با نیاز مخاطب
- ❖ حاشیه رفتن کوتاه برای دور زدن سئوالات غیرمنصفانه و ایجاد ذهنیتی مثبت
- ❖ پاسخگویی مختصر و مفید

- ❖ رعایت ادب و بکارگیری یک رفتار و روش مثبت
- ❖ پاسخگویی به صورت قابل فهم
- ❖ فراهم کردن اطلاعات تکمیلی به صورت مکتوب
- ❖ سعی درک رسانه ها
- ❖ داشتن یک درک حرفه ای از نیازهای رسانه ها
- ❖ پرهیز از راهنمایی نادرست و دروغ
- ❖ پرهیز از بیان عبارت "اطلاعی ندارم"
- ❖ پرهیز از جدل و جر و بحث
- ❖ پرهیز از بیان مطالب تکراری
- ❖ ایجاد چالش بیشتر بجای توضیح اضافی

۲- مدیریت بحران و ارتباطات

مدیریت بحران در مواجهه با رفتارهای سیاسی و استراتژی‌های ارتباطات بسیار حساس و پیچیده است. در زمان‌های بحرانی، رفتارهای سیاسی و استراتژی‌های ارتباطات می‌توانند تأثیر بسیار قوی بر فرآیند مدیریت بحران و واکنش عمومی داشته باشند. در زیر به برخی نکات کلیدی در مدیریت بحران رفتارهای سیاسی و استراتژی‌های ارتباطات اشاره شده است:

- ❖ شفافیت و صداقت: در مواجهه با رفتارهای سیاسی و استراتژی‌های ارتباطات در زمان‌های بحرانی، شفافیت و صداقت بسیار مهم است. مدیران بحران باید ارتباطات خود را بر اساس اصول شفافیت و صداقت بنیان برده و به جامعه اطلاعات صحیح و دقیق درباره وقوع بحران، تدابیر اتخاذ شده و تأثیرات آن‌ها را ارائه کنند.
- ❖ هماهنگی با نهادهای سیاسی: در مدیریت بحران، هماهنگی با نهادهای سیاسی بسیار حیاتی است. باید تلاش شود تا با نهادهای سیاسی مرتبط همکاری و هماهنگی لازم را برقرار کرده و تصمیمات و اقدامات مدیریت بحران را با آن‌ها هماهنگ کنید. این کار می‌تواند به افزایش کارایی و پاسخگویی در مواجهه با رفتارهای سیاسی کمک کند.

❖ ارتباطات فعال و مداوم: در زمان‌های بحرانی، ارتباطات فعال و مداوم با جامعه بسیار مهم است. مدیران بحران باید از طریق رسانه‌ها، نشست‌های خبری، شبکه‌های اجتماعی و سایر وسایل ارتباطی به جامعه ارتباط برقرار کنند و اطلاعات مربوط به بحران را به مردم انتقال دهند. همچنین، باید از پاسخگویی به سؤالات و نیازهای جامعه بهره ببرند.

❖ مدیریت شایعه‌ها: در زمان‌های بحرانی، شایعه‌ها می‌توانند نقش مهمی در شکل‌گیری رفتارهای سیاسی و تأثیرات آن‌ها داشته باشند. بنابراین، مدیران بحران باید به کنترل و مدیریت شایعه‌ها توجه کنند. باید از طریق ارائه اطلاعات صحیح و دقیق، کاهش شایعه‌ها را به عهده ارتباطات عمومی: در زمان‌های بحرانی، ارتباطات عمومی قوی و مؤثر می‌تواند نقش بسیار مهمی در مدیریت رفتارهای سیاسی و تأثیر رسانه‌ها داشته باشد. باید استراتژی‌های ارتباطی مناسب را طراحی کرده و از وسایل ارتباطی مختلف مانند رسانه‌ها، وب‌سایت‌ها، رسانه‌های اجتماعی و ارتباط مستقیم با عمومی استفاده کرد. همچنین، نیاز است تا پیام‌های ارتباطی مناسبی به جامعه انتقال یابد که شامل اطلاعات دقیق، راهنمایی‌ها، توصیه‌ها و اقدامات مدیریتی باشد.

❖ تحلیل رسانه‌ها و رفتارهای سیاسی: در مدیریت بحران، باید به تحلیل رفتارهای سیاسی و نقش رسانه‌ها توجه کرد. بررسی و درک عواملی مانند تحرکات سیاسی، مواضع مختلف سیاسی، تأثیر رسانه‌ها و نحوه پوشش آن‌ها می‌تواند در برنامه‌ریزی استراتژی‌های مدیریتی مؤثر کمک کند. با درک عمیق از رفتارهای سیاسی و نحوه تأثیرگذاری رسانه‌ها، می‌توانید استراتژی‌های مناسبی در جهت کاهش تأثیر منفی و افزایش تأثیر مثبت اتخاذ کنید.

❖ انعطاف‌پذیری و تطبیق: در زمان‌های بحرانی، شرایط و رفتارهای سیاسی و رسانه‌ها ممکن است به‌طور پیوسته تغییر کنند. بنابراین، مدیران بحران باید انعطاف‌پذیری داشته باشند و توانایی تطبیق با شرایط جدید را داشته باشند. باید برنامه‌ها و استراتژی‌ها را بر اساس تغییرات موجود تنظیم کرده و بهبود مستمر را در نظر بگیرند.

در نهایت، مدیریت بحران رفتارهای سیاسی و استراتژی‌های ارتباطات به شفافیت، صداقت، هماهنگی، ارتباطات فعال، تحلیل و تطبیق نیازمند است. با اعمال این راهبردها، مدیران بحران می‌توانند در مواجهه با رفتارهای سیاسی و تأثیر رسانه‌ها بهبودی قابل توجه در فرآیند مدیریت بحران و ارتباط با جامعه داشته باشند. در ادامه فهرستی از تکنیک‌های قابل استفاده از در این زمینه ارائه شده است:

❖ حمله متقابل:

- اثبات منطقی و مستدل اشتباه طرف مقابل
- در صورت لزوم شکایت

❖ انکار بحران:

- تشریح عدم وجود بحران

❖ پذیرش بحران:

- پذیرش
- تشریح خارج از کنترل سازمان بودن
- تشریح بی‌تقصیری

❖ توضیح:

- پذیرش
- تشریح اینکه مثلاً آسیب زیاد جدی نبوده

❖ اقدامات اصلاحی:

- پذیرش
- انجام اقدامات اصلاحی و سالم سازی

❖ دلجویی:

- ابراز همدردی، همدلی

❖ عذر خواهی رسمی:

- قبول مسئولیت

○ عذر خواهی

۳-روش‌های پیشگیری از بحران

پیشگیری از بحران‌های مربوط به رفتارهای سیاسی می‌تواند به شکلی کلی و جامع مورد بررسی قرار بگیرد و روش‌های پیشگیری در مواجهه با بحران‌ها و مسائل مختلف، از جمله روش‌های جذب حامی، توسعه منابع و افزایش انعطاف‌پذیری به شرح زیر است:

❖ توسعه حمایت‌ها (روش‌های جذب حامی): در جهت پیشگیری از بحران‌ها، توسعه حمایت‌ها و

جذب حامیان بسیار مهم است. برای جذب حامیان، می‌توان از روش‌های زیر استفاده کرد:

○ شناسایی و ارتباط با سازمان‌ها، نهادها و افرادی که می‌توانند در مواجهه با بحران کمک

کنند و حامیان قوی باشند.

○ ارائه اطلاعات و آموزش‌های لازم به حامیان و آگاه‌سازی آن‌ها از اهمیت بحران و نقش

آن‌ها در پیشگیری و مدیریت آن.

○ ایجاد شبکه‌ها و روابط قوی با حامیان به‌منظور افزایش همکاری و تعامل در برابر

بحران.

❖ توسعه منابع: توسعه منابع مالی، انسانی و فیزیکی نقش مهمی در پیشگیری از بحران‌ها دارد.

روش‌های توسعه منابع شامل موارد زیر است:

○ تأمین منابع مالی و ایجاد بودجه‌های لازم برای پیشگیری و مدیریت بحران.

○ تقویت توانمندی‌های نیروی انسانی از طریق آموزش، آمادگی و ارتقاء دانش و

مهارت‌ها.

○ تأمین و تجهیز منابع فیزیکی و تکنولوژیکی موردنیاز برای مقابله با بحران‌ها.

❖ افزایش انعطاف‌پذیری: انعطاف‌پذیری در سازمان‌ها نقش مهمی در پیشگیری از بحران‌های رفتارهای سیاسی ایفا می‌کند. با انعطاف‌پذیری، سازمان‌ها قادرند به تغییرات و تحولات سیاسی و اجتماعی پاسخ دهند و تطابقی مناسب با محیط خود داشته باشند. این امر می‌تواند به جلوگیری از بروز تنش‌ها و تعارضات سیاسی کمک کند و سازمان را در موقعیتی قرار دهد که بتواند به‌صورت مؤثر و سازنده با بحران‌ها مقابله کند.

○ افزایش انعطاف‌پذیری در دانش: به معنای بروزرسانی و به‌روزرسانی دانش و اطلاعات مرتبط با بحران‌ها و روش‌های پیشگیری و مدیریت آن‌ها. این شامل دسترسی به منابع روزمره، برنامه‌ریزی آموزشی منظم و تحلیل و بررسی تجربیات گذشته است.

○ افزایش انعطاف‌پذیری در روابط: این شامل ارتقاء همکاری و هماهنگی بین نهادها، سازمان‌ها و افراد مختلف در جهت مقابله با بحران‌ها و مدیریت آن‌ها است. همچنین، ایجاد شبکه‌ها و ارتباطات قوی با سایر ارگان‌ها و جامعه برای تسهیل همکاری و تعامل در بحران نیز مورد سوم از افزایش انعطاف‌پذیری استفاده می‌کند.

○ افزایش انعطاف‌پذیری در سرمایه‌گذاری: این شامل گسترش نواحی سرمایه‌گذاری مختلف، تنوع‌بخشی در سبد سرمایه‌گذاری و تجزیه و تحلیل دقیق ریسک و بازده سرمایه‌گذاری است. هدف این روش، افزایش ظرفیت مالی و اقتصادی برای مقابله با بحران‌ها و تسهیل فرصت‌های جدید است.

با استفاده از این روش‌ها، می‌توان به‌طور کلی درک و مدیریت بهتر بحران‌ها را فراهم کرده و آمادگی برای پیشگیری و مقابله با آن‌ها را افزایش داد. توجه داشته باشید که در صورت عدم پیشگیری و مدیریت نامناسب بحران، ممکن است با چالش تشدید بحران مواجه شویم. در این خصوص ریسک از دست رفتن تعادل و بی اعتبار شدن مقامات کلیدی می‌باشد.

فصل نوزدهم

نظریه بازی‌ها

مقدمه‌ای بر نظریه بازی‌ها

یکی از پرمخاطب‌ترین و پرتکرارترین عناوینی که در علوم مختلف به آن پرداخته شده است، نظریه بازی است. در این فصل به نظریه بازی پرداخته شده است و مطالب را پاسخ با این سؤال که نظریه بازی چیست؟ شروع می‌کنیم. نظریه بازی، یک رشته از ریاضیات که در آن تصمیم‌گیری و رفتار افراد و نهادها در مواجهه با سناریوهای مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد، است. این نظریه در اصل به بررسی تعاملات استراتژیک بین عوامل مختلف می‌پردازد و می‌تواند در بسیاری از زمینه‌ها اعم از علوم اقتصادی، علوم سیاسی، علوم اجتماعی و حتی بیولوژی مورد استفاده قرار گیرد.

با توجه به نظریه بازی، هر عامل در مواجهه با تصمیم‌گیری، انتخاب‌های ممکن خود را بر اساس اهداف شخصی و تصمیمات سایر عوامل در نظر می‌گیرد. این عوامل می‌توانند فردیان، شرکت‌ها، سیاست‌گذاران یا هر نهاد دیگری باشند که در مواجهه با موقعیت‌های مختلف قرار می‌گیرند.

نظریه بازی با استفاده از ابزارهای ریاضی و مدل‌سازی، تلاش می‌کند تا به تحلیل و پیش‌بینی رفتار عوامل در شرایط مختلف بپردازد. در این تحلیل، مفروضاتی در مورد اهداف و تصمیمات عوامل قرار می‌گیرد و سپس با استفاده از مدل‌های ریاضی، تعاملات بین عوامل و نتایج ممکن را ارزیابی می‌کند.

عناصر اصلی در نظریه بازی عبارت‌اند از:

- ❖ بازی: موقعیتی که در آن عوامل با یکدیگر تعامل دارند.
- ❖ عامل‌ها: افراد یا نهادهایی که در بازی شرکت می‌کنند.
- ❖ استراتژی: تصمیماتی که هر عامل در بازی انتخاب می‌کند.
- ❖ پاداش: نتیجه‌ای که هر عامل در پیروی از استراتژی خود دریافت می‌کند.

با استفاده از نظریه بازی می‌توان مفاهیمی چون تعادل نش، تعادل نش بیشینه، تعادل نش استراتژیک و تعادل نش بیشینه استراتژیک را مورد بررسی قرار داد. این مفاهیم به ما کمک می‌کنند تا رفتار عوامل و نتایج ممکن در تعاملات استراتژیک را به‌طور دقیق‌تر درک کنیم.

در کل، نظریه بازی به ما امکان می‌دهد تا درک بهتری از تصمیمات استراتژیک و تعاملات بین عوامل را به دست آوریم و با استفاده از مدل‌های ریاضی، این تصمیمات را تحلیل کنیم. این نظریه در بسیاری از زمینه‌ها از جمله اقتصاد، علوم سیاسی، روابط بین‌الملل و مدیریت استراتژیک کاربرد دارد و به ما کمک می‌کند تا راه‌حل‌های بهینه برای مسائل پیچیده را پیدا کنیم.

تاریخچه مختصر نظریه بازی

تاریخچه نظریه بازی به دهه ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ برمی‌گردد، اما پایه‌های اولیه آن در دهه ۱۸۵۰ توسط دو ریاضیدان به نام‌های آوگوستین کورنو و جان فون نیومان ریشه می‌گیرد.

در سال ۱۹۲۸، جان فون نیومان و همکارانش در مقاله‌ای با نام "تئوری بازی‌ها و اقتصاد"، اصول و مفاهیم اولیه نظریه بازی را مطرح کردند. آن‌ها از ریاضیات و منطق ریاضی استفاده کردند تا مفاهیمی مختلف علمی را تعریف کنند. این کتاب، به‌عنوان یکی از اساس‌های اصلی نظریه بازی به حساب می‌آید و تأثیر بزرگی در توسعه آن داشت.

بعد از آن، نظریه بازی به‌تدریج در حوزه‌های دیگری مانند علوم اجتماعی و علوم سیاسی مورد استفاده قرار گرفت. پرفسور جان نش در سال ۱۹۵۰ مقاله‌ای با عنوان "تعادل در بازی‌ها" را منتشر کرد که تعادل نش نامیده می‌شود. در این مقاله، او تعریفی جدید از تعادل در بازی‌ها ارائه داد. بر اساس تعریف نش، یک تعادل نش در یک بازی، مجموعه‌ای از استراتژی‌ها است که هیچ‌یک از عوامل به‌تنهایی امکان بهبود وضعیت خود را ندارد، به شرطی که سایر عوامل همچنین استراتژی خود را حفظ کنند.

در دهه‌های بعدی، تحقیقات در زمینه نظریه بازی به‌شدت گسترش یافت و مفاهیم و روش‌های جدیدی مانند بازی‌های تکرارشونده، بازی‌های صفرمقدار، نظریه تصمیم‌گیری، و بازی‌های تکاملی مطرح شدند. از آن زمان تا کنون، نظریه بازی به‌عنوان یکی از اصولی‌ترین و کاربردی‌ترین حوزه‌های ریاضیات در تحلیل تعاملات استراتژیک در مواقع پیچیده شناخته شده است.

استفاده از نظریه بازی در حوزه‌های مختلف از جمله علوم اقتصادی، مدیریت استراتژیک، روابط بین‌الملل، علوم سیاسی، روانشناسی اجتماعی و زیست‌شناسی نشان می‌دهد که این نظریه یک ابزار قدرتمند در تحلیل تصمیمات و تعاملات انسانی است.

اهمیت و کاربردهای نظریه بازی

نظریه بازی به‌عنوان یک ابزار تحلیلی قدرتمند، در بسیاری از زمینه‌ها اهمیت و کاربرد زیادی دارد. در زیر به برخی از این کاربردها اشاره شده است:

- ❖ علوم اقتصادی: نظریه بازی در علوم اقتصادی به‌ویژه در حوزه میکرواقتصاد کاربرد فراوانی دارد. از طراحی استراتژی‌های قیمت‌گذاری، تعیین استراتژی‌های تولید و توزیع، تحلیل بازارهای رقابتی و نظام‌های اقتصادی، تعیین سیاست‌های رقابتی و تقسیم منابع، همه از نظریه بازی بهره می‌برند.
- ❖ مدیریت استراتژیک و تصمیم‌گیری: در مدیریت استراتژیک، نظریه بازی می‌تواند به تحلیل وضعیت‌های رقابتی، تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و مزیت رقابتی شرکت‌ها کمک کند. به‌عنوان مثال، در تصمیم‌گیری‌های مربوط به ورود به بازار جدید، تعیین قیمت، تقسیم بازار و تشکیل تحالفات استراتژیک، نظریه بازی می‌تواند راهنمای مفیدی باشد.
- ❖ زیست‌شناسی و علوم طبیعی: در زمینه زیست‌شناسی و علوم طبیعی، نظریه بازی می‌تواند به مدل‌سازی‌شناسی تعاملات بین گونه‌ها، رقابت در جمعیت‌های جانوری، تکامل همکاری و همچنین تحلیل رفتار جمعی ارگانیسم‌ها کمک کند.
- ❖ روانشناسی اجتماعی و علوم اجتماعی: نظریه بازی در زمینه روانشناسی اجتماعی و علوم اجتماعی نقش مهمی ایفا می‌کند. از طریق مدل‌سازی تعاملات اجتماعی، انتخاب‌های فردی و تأثیر گروه‌ها بر رفتار افراد می‌توان اندازه‌گیری و پیش‌بینی عملکرد اجتماعی را بهبود بخشید.
- ❖ علوم سیاسی و روابط بین‌الملل: در زمینه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، نظریه بازی به بررسی تعاملات استراتژیک بین دولت‌ها، سیاستمداران و گروه‌های سیاسی می‌پردازد. این نظریه می‌تواند در تحلیل مذاکرات، تعیین سیاست‌های خارجی، تحلیل تعارضات و همکاری‌های بین‌المللی، بررسی تأثیر تحریم‌ها و تعیین استراتژی‌های امنیتی و نظامی مورد استفاده قرار بگیرد.

❖ شبکه‌های اجتماعی و اینترنتی: با پیشرفت فناوری و رشد شبکه‌های اجتماعی و اینترنتی، نظریه بازی نقش مهمی در تحلیل تعاملات و رفتار افراد در این شبکه‌ها دارد. مطالعه رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی، تحلیل استراتژی‌های بازاریابی و تأثیر گروه‌ها و تحرکات گروهی در فضای آنلاین از جمله کاربردهای این نظریه است.

در کل، نظریه بازی با ارائه مدل‌ها و الگوریتم‌های ریاضی قدرتمند، به ما کمک می‌کند تا تعاملات استراتژیک و رفتار افراد در مواجهه با تصمیمات متقابل را درک کنیم. این نظریه در تحلیل و پیش‌بینی نتایج ممکن در موقعیت‌های پیچیده و تعاملات چند نفره مفید است و در بسیاری از زمینه‌های علمی و علوم اجتماعی کاربرد دارد.

انواع بازی‌ها و استراتژی‌های بازی بر مبنای نظریه بازی

معمای زندانیان: معمای زندانی یک معمای مشهور در نظریه بازی است که در سال ۱۹۵۰ توسط دو ریاضیدان به نام‌های مرکوس برن و توماس شلین بررسی شد. این معما به صورت زیر است:

فرض کنید دو زندانی به نام‌های آدم و براون به جرم یک جرم جنایی دستگیر شده‌اند. مقامات اطلاعاتی دارند که از توابع جرمی آن‌ها مطلع هستند، اما شواهد کافی برای اتهام‌زنی وجود ندارد. مقامات زندانی‌ها را در اتاق‌های جداگانه قرار می‌دهند و به هر کدام از آن‌ها یک پیشنهاد می‌دهند:

❖ اگر آدم اعتراف کند و براون ساکت بماند، آدم به‌طور خودکار آزاد شده و براون به مدت ۱۰ سال زندان می‌شود.

❖ اگر براون اعتراف کند و آدم ساکت بماند، براون به‌طور خودکار آزاد شده و آدم به مدت ۱۰ سال زندان می‌شود.

❖ اگر هر دو زندانی ساکت بمانند، هر کدام از آن‌ها به مدت ۱ سال زندان می‌شوند.

❖ اگر هر دو زندانی اعتراف کنند، هر کدام از آن‌ها به مدت ۵ سال زندان می‌شوند.

معمای زندانی بر این اساس است که هر زندانی در نظر دارد با توجه به اعتراف یا سکوت طول زندان خود را کمینه کند. اگر زندانی‌ها به‌صورت مستقل و بدون هماهنگی تصمیم بگیرند، بهترین استراتژی برای هرکدام از آن‌ها این است که اعتراف کند و زمان زندان را کمینه کند.

اما اگر زندانی‌ها به‌صورت هماهنگ تصمیم بگیرند، معمای جالبی برای بررسی به وجود می‌آید. اگر هر دو زندانی به‌صورت هماهنگ ساکت بمانند، هرکدام به مدت ۱ سال زندان می‌شوند که مجموع زمان زندان شدن آن‌ها ۲ سال است. اما اگر یکی از زندانی‌ها تصمیم بگیرد اعتراف کند و زمان زندان خود را کمینه کند، زندانی دیگر باید به مدت ۱۰ سال زندان شود. بنابراین بهترین استراتژی برای هر زندانی، اعتراف کردن است.

این معما نشان می‌دهد که درحالی که هر زندانی به‌صورت هماهنگ ساکت بماند، از نظر کلی بهینه نیست و هر زندانی می‌تواند با اعتراف خود زمان زندان خود را کاهش دهد. اما وجود اعتماد و هماهنگی بین زندانی‌ها امری مهم است که در این معما مورد بررسی قرار می‌گیرد. اگر زندانی‌ها به‌صورت هماهنگ تصمیم بگیرند، می‌توانند کل زمان زندان شدن را به‌صورت کلی کاهش دهند. اما این وابسته به اعتماد و هماهنگی بین زندانی‌ها است که آیا به این نتیجه می‌رسند یا نه.

در نظریه بازی، معمای زندانی به‌عنوان یک مثال برای بررسی تعاملات استراتژیک در مواقعی که منافع فردی با منافع کلی در تضاد است، استفاده می‌شود. این معما در مطالعه تعاملات اجتماعی، اقتصاد، علوم سیاسی و روانشناسی نقش مهمی دارد و به‌عنوان یک مدل ساده از تعاملات استراتژیک در نظریه بازی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

جنگ جنسیتی: مفهوم "جنگ جنسیتی" در نظریه بازی به بررسی تعاملات بین جنس‌های مختلف در مواقعی که منافع جنسیتی باهم در تضاد هستند، می‌پردازد. این مفهوم بر اساس فرضیه‌ای است که جنس‌ها در جامعه ممکن است درگیر رقابت‌ها و تعارضاتی باشند که به‌عنوان جنگ جنسیتی شناخته می‌شود.

در نظریه بازی، جنگ جنسیتی معمولاً با استفاده از مدل‌هایی مانند بازی همکاران و بازی تقسیم منافع بررسی می‌شود. در بازی همکاران، دو گروه یا جنس مختلف با هدف بالا بردن منافع جنسیتی خود درگیر هستند. هر گروه می‌تواند بین همکاری و رقابت تصمیم بگیرد. اگر هر دو گروه همکاری کنند، میزان منافع جنسیتی هر دو

گروه بالاتر خواهد بود. اما اگر یک گروه تصمیم بگیرد رقابت کند درحالی که گروه دیگر همچنان همکاری می‌کند، میزان منافع جنسیتی گروهی که رقابت می‌کند بیشتر خواهد بود.

در بازی تقسیم منافع، دو جنس با هدف تقسیم منافی که از یک منبع مشترک به دست می‌آید، درگیر هستند. هر جنس می‌تواند بین همکاری و تلاش برای کسب بیشترین منافع برای خود تصمیم بگیرد. اگر هر دو جنس به صورت همکارانه منافع را تقسیم کنند، منافع جنسیتی هر دو جنس برابر خواهد بود. اما اگر هر دو جنس تصمیم بگیرند بیشترین منافع را برای خود تلاش کنند، ممکن است منافع جنسیتی به شکل نامتقارن تقسیم شود و یکی از جنس‌ها بهره‌بردار بیشتری از منابع کسب کند. به‌طور کلی مطالعه جنگ جنسیتی در نظریه بازی به بررسی استراتژی‌ها و تعاملاتی که در قالب این تعارضات جنسیتی اتفاق می‌افتد، می‌پردازد.

بازی مرغ و تخم‌مرغ: بازی "مرغ و تخم‌مرغ" یک مثال معروف در نظریه بازی است که برای بررسی تعارض بین تصمیمات هم‌زمان دو بازیکن در مواجهه با رقابت منافع مورد استفاده قرار می‌گیرد. این بازی به صورت ساده به شرح زیر است:

- ❖ هر بازیکن می‌تواند بین دو انتخاب متمایز تصمیم بگیرد: "مرغ" یا "تخم‌مرغ".
- ❖ اگر هر دو بازیکن "مرغ" را انتخاب کنند، هرکدام جایزه کوچکی دریافت می‌کنند.
- ❖ اگر هر دو بازیکن "تخم‌مرغ" را انتخاب کنند، هر دو جایزه بزرگی دریافت می‌کنند.
- ❖ اگر یکی از بازیکنان "مرغ" را انتخاب کند و دیگری "تخم‌مرغ"، بازیکنی که "تخم‌مرغ" را انتخاب کرده است جایزه بزرگ‌تری دریافت می‌کند، درحالی که بازیکنی که "مرغ" را انتخاب کرده است هیچ جایزه‌ای دریافت نمی‌کند.

در این بازی، هر بازیکن سعی می‌کند بهترین نتیجه ممکن را برای خود به دست آورد. اگر هر دو بازیکن به‌طور هم‌زمان "تخم‌مرغ" را انتخاب کنند، نتیجه بهتری برای هر دوی آن‌ها نسبت به حالتی است که هر دو "مرغ" را انتخاب کنند. با این حال، در صورتی که یکی از بازیکنان تصمیم بگیرد "مرغ" را انتخاب کند درحالی که دیگری "تخم‌مرغ" را انتخاب کند، بازیکنی که "تخم‌مرغ" را انتخاب کرده است بهره‌برداری بیشتری خواهد داشت. این بازی به‌عنوان یک مثال از تعارض بین تصمیمات هم‌زمان در نظریه بازی استفاده می‌شود و اصول آن قابل تعمیم به مواقع دیگری است که تعارض منافع بین افراد وجود دارد.

شکارگاه گوزن: شکارگاه گوزن یک نوع معروف از بازی همکاری در نظریه بازی است. در این بازی، دو بازیکن در حال تصمیم‌گیری هستند که آیا به دنبال شکار گوزن هستند یا شکار خرگوش. هر بازیکن می‌تواند یکی از دو گزینه را انتخاب کند.

شکار گوزن مزیت بزرگی برای هر دو بازیکن دارد، زیرا گوزن بزرگ‌تر از خرگوش است و با همکاری بازیکنان می‌توان گوزن را شکار کرد که به هر دو بازیکن منافع بیشتری را به ارمغان می‌آورد. اما شکار گوزن دارای ریسک است، زیرا اگر یک بازیکن به دنبال شکار گوزن باشد و بازیکن دیگر به دنبال شکار خرگوش باشد، شکار گوزن بی‌نتیجه می‌ماند و هیچ‌یک از بازیکنان بهره‌ای نمی‌برند.

شکار خرگوش به‌تنهایی برای هر بازیکن ایمن و قطعی است، زیرا خرگوش کوچک‌تر و آسان‌تر قابل شکار است. بنابراین، اگر یک بازیکن به دنبال شکار خرگوش باشد و بازیکن دیگر به دنبال شکار گوزن باشد، بازیکنی که شکار خرگوش را انتخاب کرده است بهره‌ای کسب می‌کند درحالی‌که بازیکن دیگر خسارت می‌بیند.

مفهوم مهم در این بازی، تعادل بازی است. تعادل بازی در شکارگاه گوزن به دو نوع تعادل تقسیم پذیر (Divided Equilibrium) و تعادل تکاملی (Equilibrium Evolutionary) تقسیم می‌شود. در تعادل تقسیم پذیر، بازیکنان متقابل به توافقی می‌رسند و هر دو به دنبال شکار گوزن می‌روند. در تعادل تکاملی، بازیکنان تجربه می‌کنند و به مرور زمان، به یک تعادل پایدار می‌رسند که هر دو به دنبال شکار گوزن هستند.

بازی شکارگاه گوزن مفهومی مورد استفاده در نظریه بازی است و برای مطالعه تصمیم‌گیری همکاران پیچیده و تعاملات اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این مفهوم می‌تواند در موارد مختلفی مانند اقتصاد، علوم اجتماعی و زیست‌شناسی تعمیم یابد.

سکه های متناظر: سکه‌های متناظر یک نمونه دیگر از بازی در نظریه بازی است. در این بازی، دو بازیکن در حال انتخاب یکی از دو وضعیت مختلف برای سکه‌هایی که در دست دارند هستند. هر بازیکن می‌تواند سکه را به صورت رو باز یا خم کند.

اگر دو بازیکن باهم تطابق کنند و در دو وضعیت متناظر قرار بگیرند، یک بازیکن اگر سکه را رو باز کند، برنده می‌شود و بازیکن دیگر باختی در نظر گرفته می‌شود. برعکس، اگر هر دو بازیکن سکه را خم کنند، نیاز به توافق دوباره و تطابق دوباره دارند.

مهم‌ترین ویژگی این بازی همکاری و رقابت است. اگر تنها یکی از بازیکنان به دنبال برد و شکست باشد و بازیکن دیگر به دنبال تطابق با حریف خود باشد، بازیکن اول تمایل دارد سکه را برعکس انتخاب کند تا بتواند برنده شود. اما اگر هر دو بازیکن به دنبال برد باشند، آن‌ها ممکن است راهکارهایی برای تطابق داشته باشند و در نتیجه تعادلی در بازی شکل می‌گیرد. این بازی معمولاً برای مطالعه تعاملات رقابتی و استراتژی‌های مختلف در نظریه بازی استفاده می‌شود. این بازی می‌تواند در مواردی مانند رقابت در بازارهای مالی، تصمیم‌گیری‌های رقابتی در سیاست و استراتژی‌های رقابتی در علوم اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.

مدل‌های برتران و کورنو: Cournot Model و Bertrand Model دو مدل معروف در نظریه بازی برای مطالعه رقابت در بازارها هستند. هر دو مدل بر اساس فرضیات خاصی در مورد عملکرد بازار و تصمیم‌گیری شرکت‌ها ساخته شده‌اند.

در **Bertrand Model** فرض می‌شود که دو شرکت قیمت‌گذاری را در نظر می‌گیرند. هر شرکت قیمت خود را تعیین می‌کند و مشتریان به شرکتی می‌روند که قیمت پیشنهادی آن کمتر است. در این مدل، فرض می‌شود که محصول‌ها متقاضیان یکسانی دارند و هر دو شرکت برای جذب مشتریان قیمت خود را پایین‌تر می‌کنند. به عبارت دیگر، رقابت در این مدل بر اساس قیمت‌گذاری صورت می‌گیرد.

در **Cournot Model** فرض می‌شود که دو شرکت به صورت هم‌زمان و مستقل از یکدیگر تعیین تولید می‌کنند. هر شرکت تصمیم می‌گیرد چه میزان محصول تولید کند بر اساس تخمینی که از رفتار حریف خود می‌کند. این مدل بر اساس تصمیم‌گیری تولید محصول تأکید دارد و رقابت بر اساس حجم تولید صورت می‌گیرد. در هر دو مدل، بازیکنان (شرکت‌ها) تصمیم‌های خود را بر اساس رفتار حریفان خود گرفته و سعی می‌کنند استراتژی مناسبی را انتخاب کنند تا بهره‌وری بیشتری را کسب کنند. این مدل‌ها برای بررسی تعادل در رقابتی که بر اساس قیمت یا حجم تولید است مورد استفاده قرار می‌گیرند و در حوزه‌هایی مانند اقتصاد و مدیریت استراتژیک کاربرد دارند.

تراژدی عمومی: تراژدی عمومی یا **Tragedy of the Commons** یک مفهوم مهم در نظریه بازی و علوم اجتماعی است که به وضعیتی اشاره دارد که منابع مشترک به طور معمول به طور ناپایدار و غیر بهینه مدیریت می‌شوند. این مفهوم برای توصیف وضعیتی استفاده می‌شود که هر بازیکن در یک سیستم مشترک، به دنبال حفظ و بهره‌برداری از منافع شخصی خود است و این رفتار منجر به خرابی و تخریب منابع مشترک می‌شود. مثال معروفی از **Tragedy of the Commons**، استفاده از مرتع مشترک توسط گله‌داران است. هر گله‌دار تمایل دارد تعداد بیشتری گوسفند در مرتع خود پرورش دهد تا سود بیشتری کسب کند. اما اگر همه گله‌داران به همین شکل عمل کنند و تعداد گوسفندها را افزایش دهند، ظرفیت مرتع به سرعت برآورده و بهبود نخواهد یافت و در نتیجه، منابع مشترک به خطر می‌افتد و آسیب می‌بیند. در این مثال، هر گله‌دار به‌عنوان یک بازیکن در نظر گرفته می‌شود که تلاش می‌کند منافع شخصی خود را به دست آورد. اما به دلیل عدم وجود یک نظام مدیریتی مشترک و کنترل منابع، منجر به وقوع **Tragedy of the Commons** می‌شود.

این مفهوم در مواردی مانند حفاظت از محیط زیست، مدیریت منابع طبیعی، تقسیم عادلانه منابع و سیستم‌های اقتصادی نیز کاربرد دارد. برای جلوگیری از **Tragedy of the Commons**، نیاز به تعاون، تنظیمات قانونی، تعیین حقوق مالکیت و توزیع منابع به صورت عادلانه است.

تعادل نش: تعادل نش (**Nash equilibrium**) یک مفهوم مهم در نظریه بازی است که توسط جان فوربز نش (**John Forbes Nash**) در سال ۱۹۵۰ مطرح شد. در یک نقطه تعادل نش، هیچ بازیکن نمی‌تواند با تغییر استراتژی فردی خود تنها بهبود کند، به شرطی که استراتژی‌های دیگر بازیکنان ثابت باقی بمانند. در تعادل نش، هر بازیکن در نظر می‌گیرد که رفتار حریفان خود را می‌شناسد و از این اطلاعات برای تصمیم‌گیری استفاده می‌کند. بازیکنان در تعادل نش به صورت راهبردی عمل می‌کنند و استراتژی خود را با توجه به رفتار حریفان تنظیم می‌کنند. نتیجه این تعامل است که هیچ بازیکنی تمایل به تغییر استراتژی فردی خود ندارد، زیرا هر تغییری باعث کاهش منفعت فردی خود و افزایش منفعت حریفان خواهد شد.

تبادل نش می‌تواند در یک بازی تکراری یا بازی یکباره وجود داشته باشد و می‌تواند به صورت تکی یا چندگانه باشد. در بازی‌های دو نفره، تبادل نش معمولاً به صورت جفت پایداری (pairwise stability) تعریف می‌شود، که در آن هیچ دو بازیکنی نمی‌توانند هم‌زمان بهبود کنند.

تبادل نش به‌عنوان یک مفهوم کلیدی در نظریه بازی، در مطالعه رفتار و تعاملات اجتماعی و اقتصادی استفاده می‌شود. از آنجا که تبادل نش بر اساس رفتار راهبردی بازیکنان استوار است، می‌توان از این مفهوم برای پیش‌بینی نتایج و تحلیل استراتژی‌ها در مواردی مانند رقابت در بازارها، تصمیم‌گیری‌های سیاسی و تعاملات اجتماعی استفاده کرد.

لنچستر: دارندگان لنچستر (Lanchester) یک نظریه بازی را برای مدل کردن رقابت نظامی در سازمان‌ها و جنگ‌ها توسعه دادند. این نظریه بر اساس تحلیل رقابت بین دو یا چند طرف استوار است و به بررسی نتایج ممکن رقابت‌های نظامی می‌پردازد.

در نظریه لنچستر، دو مدل اصلی وجود دارد: مدل لنچستر اول و مدل لنچستر دوم.

❖ مدل لنچستر اول: این مدل برای بررسی رقابت بین دو تیم نظریه‌پردازی شده است. در این مدل، هر تیم دارای نیروی نظامی است که به صورت مستقل از دیگری عمل می‌کند. تیم‌ها در هر لحظه نیروی خود را به تیم دیگر می‌رسانند و نیروی مخالف را کاهش می‌دهند. مدل لنچستر اول در اصل بر اساس قوانین رشد و کاهش جمعیت میزان نظامی را در هر تیم مدل می‌کند. این مدل قابل استفاده در بررسی رقابت‌های نظامی به صورت کمی است.

❖ مدل لنچستر دوم: در این مدل، دو تیم نظامی دارای نیروی نظامی است که بر خلاف مدل اول، هم‌زمان عمل می‌کنند. هر تیم تلاش می‌کند نیروی مخالف را به حداقل برساند و همچنین خود را حفظ کند. در این مدل، نیروهای مخالف هم‌زمان مورد هدف هستند و قوانینی برای تغییر میزان نیروها در طول زمان تعریف می‌شوند.

استفاده از مدل‌های لنچستر در نظریه بازی، به ما امکان می‌دهد برای تحلیل و پیش‌بینی نتایج رقابت‌های نظامی و استراتژی‌های احتمالی طرفین استفاده کنیم. این مدل‌ها می‌توانند در مواردی مانند برنامه‌ریزی نظامی، تحلیل توان نظامی و تصمیم‌گیری‌های رقابتی مورد استفاده قرار بگیرند.

بر اساس مطالعات صورت گرفته در مورد مدل لنچستر، مشخص شده است که از این مدل در جنگ‌ها استفاده بسیاری می‌شود و ۹ گام برای پیروزی در جنگ توسط مدل لنچستر ارائه می‌شود که شامل موارد زیر است:

۱. اجماع با دیگر کشورها علیه دشمن کنید
۲. ابتدا دشمن را در زمینه‌های مختلف مانند اقتصاد تضعیف کنید و سپس حمله
۳. مطالبه فرصت کنید و منتظر فرصت برای حمله باشید
۴. سعی کنید تا مستقیماً درگیر نشوید و حدالمقدور با عملیات نیابتی پیشروی کنید
۵. سعی در کاهش هزینه‌های جنگ داشته باشید
۶. مدت زمان درگیری را کوتاه کنید
۷. ابتکار عمل در سطوح منازعه را در دست بگیرید
۸. ابتکار عمل در مدیریت تشدید و وخامت اوضاع را در دست بگیرید
۹. پیروی از آن شمامست

مدل بیومن: مدل بیومن یک مدل ساده در نظریه بازی است که برای مطالعه تعاملات استراتژیک بین دو بازیکن مورد استفاده قرار می‌گیرد. این مدل توسط متیاس بیومن و جان فون نویمان ارائه شده است و به‌عنوان یکی از پایه‌های نظریه بازی شناخته می‌شود. در مدل بیومن، یک بازی توسط چهار عنصر اساسی تعریف می‌شود:

- ❖ بازیکنان (Players): در این مدل، تعداد بازیکنان محدود است و معمولاً دو بازیکن وجود دارند. هر بازیکن تصمیم‌های استراتژیک خود را اتخاذ می‌کند.
- ❖ استراتژی‌ها (Strategies): هر بازیکن مجموعه‌ای از استراتژی‌ها را در اختیار دارد که می‌تواند انتخاب کند. استراتژی‌ها می‌توانند مربوط به تعیین قیمت، تولید محصول، رفتارهای مذاکره و غیره باشند.
- ❖ ماتریس پرداخت (Payoff Matrix): ماتریس پرداخت نشان‌دهنده پرداخت‌های ممکن برای هر بازیکن بر اساس استراتژی‌های انتخابی خود و استراتژی‌های بازیکن دیگر است. در این ماتریس، هر خانه نشان می‌دهد که بازیکنان با استراتژی‌های مشخص چه پرداختی دریافت خواهند کرد.

❖ تعادل نش (Nash Equilibrium): در مدل بیومن، مفهوم تعادل نش بسیار مهم است. تعادل نش به وضعیتی اشاره دارد که هیچ بازیکنی نمی‌تواند با تغییر استراتژی خود به‌تنهایی پرداخت خود را افزایش دهد. به‌عبارت‌دیگر، در تعادل نش هیچ بازیکنی حائز مزیت استراتژیک بیشتری ندارد و همه بازیکنان بهترین تصمیمات خود را بر اساس تصمیمات دیگران می‌گیرند.

مدل بیومن به‌عنوان یکی از مدل‌های ساده در نظریه بازی، امکان مطالعه تئوری و تحلیلی تعاملات استراتژیک را فراهم می‌کند. با استفاده از این مدل، می‌توان تصمیم‌مدل بیومن (Bihamn Model) که در نظریه بازی مورد‌استفاده قرار می‌گیرد، به‌صورت خاص در مورد بازی‌های دو نفره با استراتژی‌های گسسته (discrete strategies) استفاده می‌شود. در این مدل، هر بازیکن دو یا چند استراتژی گسسته را در اختیار دارد و برای انتخاب استراتژی، بازیکنان بر اساس تکراری بودن بازی و نتایج گذشته تصمیم می‌گیرند.

برای توضیح بهتر، بیابید با یک مثال ساده از مدل بیومن آشنا شویم. فرض کنید دو بازیکن در یک بازی مواجه هستند و هرکدام از آن‌ها دو استراتژی A و B را در اختیار دارند. هر بازیکن می‌تواند استراتژی خود را انتخاب کند و از ماتریس پرداخت مشخص می‌شود که هر بازیکن به توجه به استراتژی خود و استراتژی بازیکن دیگر چه پرداختی دریافت می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، ماتریس پرداخت نشان می‌دهد که در هر جفت استراتژی (A, A) ، (A, B) ، (B, A) و (B, B) ، هر بازیکن چه پرداختی کسب می‌کند.

کاربرد نظریه بازی در بازی‌های کسب‌وکار

برای کاربست نظریه بازی در کسب‌وکار باید ابتدا نگاه‌های روان‌شناختی به انسان داشته باشیم. چرا که کسب‌وکار به دنبال رفع نیازهای مردم است و باید دید چه نیازهایی در مردم وجود دارد. پاسخی که ما به رفتارهای افراد می‌دهیم در واقع بازی ما برای آن‌هاست و برای یک بازی درست لازم است نیازهای اساسی را بشناسیم که شامل موارد زیر هستند:

- ❖ نیاز عاطفی یا محرک: مانند محبت
- ❖ نیاز شناختی: مانند شناخت استعدادها
- ❖ نیاز ساختاری: زندگی با ساختار مانند برنامه‌های فردی (کار) و اجتماعی (مناسک) زندگی با ساختار به معنای کار و برنامه‌های اجتماعی می‌باشد.

اگر فردی نیازهایش به‌طور مناسبی رفع شود می‌گوییم که سلامت روانی دارد سلامت روانی شامل محبت، شناخته شدن (درک شدن)، با برنامه بودن (مفید بودن) است و در ارضاء واقعی نیازهای مادی، روانی و رشد مؤثر است.

نقطه مقابل که عدم سلامت روانی است با نتایجی همچون محرومیت عاطفی، کمبود محبت و روان پریشی در اثر محرومیت عاطفی همراه است. در اینجا راه‌حل نوازش کودک درون است که نوعی همراهی و حق دادن به طرف مقابل می‌باشد.

بعد از موضوع نیازها باید سبک زندگی افراد از منظر نظریه بازی بررسی گردد. در اینجا سه نوع صرف وقت با سه نوع بازی داریم که شامل موارد زیر می‌باشند.

❖ بازی‌های مثبت: صمیمیت

❖ بازی‌های منفی: وقت‌گذرانی بی‌په‌په و بدون صمیمیت

❖ بازی‌های خشن: مناسک، وقت‌گذرانی

بعد از بررسی نیازها و سبک زندگی به جنبه‌های روانی درونی افراد نیز باید توجه کرد که نظریه اریک برن در اینجا کمک زیادی به ما می‌کند. نظریه اریک برن یک روش شناختی روان‌درمانی است که به‌عنوان "تحلیل رفتاری" شناخته می‌شود. این نظریه بر اساس فرضیه‌هایی درباره ساختار ذهن و رفتار انسان‌ها استوار است و درک و تحلیل رفتار افراد را در مواقع مختلف بهبود می‌بخشد. بر اساس نظریه اریک برن، ذهن هر فرد شامل سه بخش است که به آن‌ها "وضعیت‌های من" (Ego States) می‌گویند:

۱. وضعیت منطقی (Parent Ego State): در این وضعیت، ذهن فرد تحت تأثیر قوانین و اعتقادات خانوادگی، محدودیت‌ها و توقعات مجتمع است. این وضعیت شامل الگوها و نمونه‌هایی است که از خانواده و محیط فرد دریافت می‌شود.

۲. وضعیت کودکانه (Child Ego State): در این وضعیت، فرد واکنش‌ها و رفتارهایی را نشان می‌دهد که در دوران کودکی تجربه کرده است. این وضعیت شامل خاطرات، احساسات، دلخواه‌ها و الگوهای رفتاری کودکی است.

۳. وضعیت بزرگسالی (Adult Ego State): در این وضعیت، فرد به صورت منطقی و بر اساس اطلاعات موجود، تصمیم‌گیری می‌کند و با دقت تجزیه و تحلیل می‌کند. این وضعیت شامل منطقی، عقلانیت و تصمیمات مستقل است.

نظریه اریک برن به منظور بهبود ارتباطات و روابط بین افراد و همچنین ارتقاء شناخت درباره خود و دیگران مورد استفاده قرار می‌گیرد. با تحلیل و درک وضعیت‌های من در فرد و در نقش‌ها و تعاملات مختلف، فرد می‌تواند رفتارهای نامطلوب را شناسایی و تغییر دهد و روابط سالم‌تری را برقرار کند... از دیدگاه اریک برن هر کدام از سه وضعیت بیان‌شده را می‌توان تحت عنوان سه من مورد بررسی نمود.

۱-والد Parent: والدین یا جانشین آنها - وضعیت بزرگسالی

❖ والد مستقیم: مثل من باش

❖ والد غیر مستقیم: مطابق میل من باش

۲- بالغ Adult: مستقل و واقع بین - وضعیت منطقی

۳-کودک Child: واکنش مشابه کودکی - وضعیت کودکانه

❖ کودک تطابق یافته: مطابق خواست والد

❖ کودک طبیعی: خود به خود

اینکه شما از کدام من خود استفاده می‌کنید و کدام من طرف مقابل را مورد هدف قرار می‌دهید سبک بازی شما را مشخص می‌کند. در اینجا لازم است که ارتباط بین نظریه اریک برن و نظریه بازی‌ها تشریح شود و سپس متناسب با آن تکنیک‌هایی برای بهره‌برداری از این نظریات بیان شوند.

نظریه بازی و نظریه اریک برن در واقع از دو زاویه مختلف به مطالعه رفتار انسانی و تصمیم‌گیری‌ها نگریسته و به تحلیل روابط انسانی می‌پردازند. هر دو نظریه درک عمیقی از رفتار انسانی را در شرایط تعاملی ارائه می‌دهند، اما با تمرکز بر جنبه‌های متفاوتی از رفتار و تصمیم‌گیری‌ها.

نظریه اریک برن به مطالعه وضعیت‌های من (Ego States) و تأثیر آنها بر رفتار افراد تکیه می‌کند. این نظریه معتقد است که رفتار افراد در مواقع تعامل با دیگران، به تأثیر وضعیت‌های من مربوط است. به طور مثال، یک فرد ممکن است در وضعیت منطقی (Parent Ego State) تصمیم‌گیری کند و الگوها و اعتقادات خانوادگی را بر

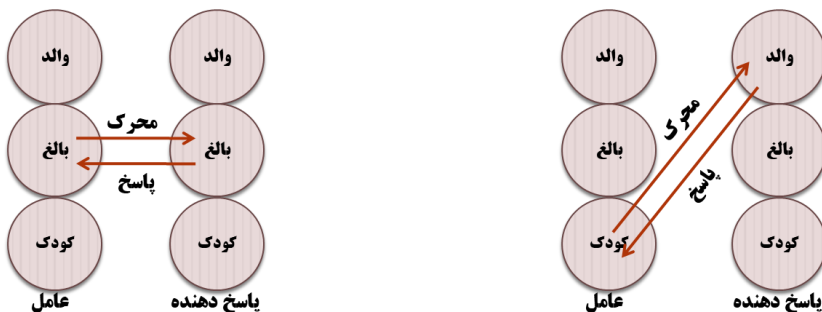
روی رفتار خود اعمال کند، یا در وضعیت کودکانه (Child Ego State) واکنش‌ها و رفتارهای کودکی را نشان دهد. در این نظریه، رفتار افراد را می‌توان با توجه به وضعیت‌های من آن‌ها تحلیل کرد و راهکارهایی برای بهبود رفتارهای نامطلوب ارائه داد.

نظریه بازی‌ها به بررسی تصمیمات و رفتار در شرایط تعاملی بین بازیکنان می‌پردازد. در این نظریه، بازیکنان با توجه به استراتژی‌ها و انتخاب‌های خود تصمیم‌گیری می‌کنند و پاداش‌ها و عواقب مرتبط با تصمیمات خود را دریافت می‌کنند. نظریه بازی‌ها به بررسی تعادل‌ها، استراتژی‌های بهینه و نتایج ممکن در شرایط تعاملی می‌پردازد. ارتباط بین این دو نظریه در این است که هر دو به مطالعه رفتار و تصمیم‌گیری‌های انسانی در شرایط تعاملی می‌پردازند. نظریه اریک برن با تمرکز بر وضعیت‌های من و تأثیر آن‌ها بر رفتار افراد، به تحلیل روابط فردی و ارتباطی می‌پردازد. درحالی‌که نظریه بازی‌ها با تمرکز بر تصمیمات و رفتارهای انسانی در شرایط تعاملی، به تحلیل روابط استراتژیک و تأثیر بازیکنان دیگر بر رفتار فرد می‌پردازد. در واقع، نظریه بازی‌ها می‌تواند به‌عنوان یک ابزار تحلیلی در قالب نظریه اریک برن استفاده شود. با توجه به وضعیت‌های من و تأثیر آن‌ها بر رفتار افراد، می‌توان بازی‌ها را به‌عنوان یکی از عوامل تعاملی در نظر گرفت. به‌طور مثال، فردی که در وضعیت منطقی قرار دارد، ممکن است در یک بازی استقلالی تصمیم بگیرد و استراتژی بهینه خود را به دست آورد. اما در یک بازی همکارانه، ممکن است به‌عنوان یک بازیکن همکار، تصمیمی را انتخاب کند که باعث بهبود نتایج کلی گروه شود. به‌عبارت‌دیگر، نظریه بازی‌ها می‌تواند به‌عنوان یک ابزار تحلیلی در مطالعه تأثیر وضعیت‌های من بر رفتار افراد در شرایط تعاملی استفاده شود. این ترکیب از دو نظریه می‌تواند به ما کمک کند تا بهتر درک کنیم که چگونه وضعیت‌های من و تصمیمات استراتژیکی که در شرایط تعاملی انتخاب می‌شوند، رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند و تأثیری بر دینامیک و نتایج این تعاملات دارند.

سبک‌های تبادلی - تعاملی: سبک‌های بازی شامل انواع تبادل‌ها می‌باشد. همان‌طور که گفته شد سه من در وجود هر فرد می‌باشد، یعنی هر فرد در هنگام تبادل با یکی از ابعاد من خود (والد، بالغ یا کودک) با یکی از ابعاد من دیگری (والد، بالغ یا کودک) ارتباط برقرار می‌کند و این ارتباط تبادل نامیده می‌شود. تبدلات بین فردی به‌طورکلی به دو دسته تبادل مکمل و تبادل متقاطع تقسیم می‌شود:

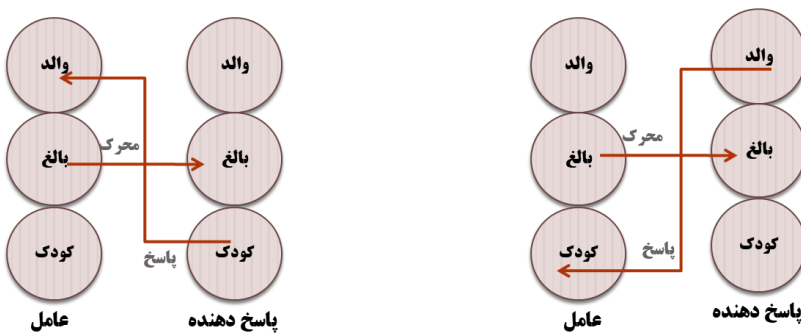
۱- تبادل های مکمل (Complementary Transaction): در این تبادل مسیر رفت و برگشت اطلاعات یکی

است. و در پی آن واکنش مناسب، مورد انتظار و طبیعی خواهد بود.



۲- تبادل متقاطع (Crossed Transaction): در این تبادل مسیر رفت و برگشت اطلاعات یکسان نیست و

تعامل مناسبی اتفاق نمی افتد. از این رو منشاء مشکلات اجتماعی تبادلات متقاطع است.

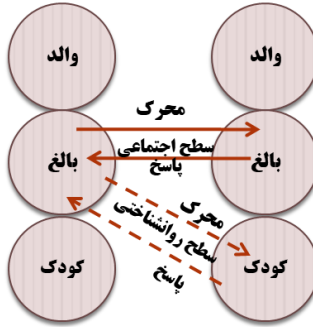


تبادلات مکمل خود به دو دسته تبادلات ساده و تبادلات نهفته تقسیم می شوند.

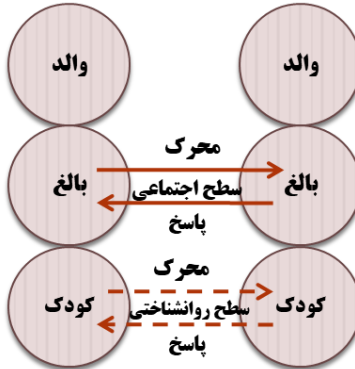
❖ تبادل ساده: تبادل مکمل که روزمره پیش می آید

❖ تبادل نهفته: تبادلی پیچیده است و به دو نوع زاویه دار و مضاعف تقسیم می شود

۱. تبادل زاویه دار: ارتباط با بالغ و کودک یک نفر (بازی منفی)



۲. تبادل مضاعف: ارتباط با بالغ و کودک یک نفر (بازی مثبت)



عناصر تحلیل بازی‌ها و تبدلات اجتماعی

اگر بخواهیم هر رفتار را بررسی کنیم باید عناصر مختلف آن رفتار از نگاه تئوری بازی و تئوری اریک برن بررسی شود سنجیده شود. مهم‌ترین این عناصر شامل ابعاد بازی، سطوح بازی، مفهوم و واقعیت یک بازی، تحلیل روانی بازی، نوع بازی، کاربرد مهارتی و امتیاز بازی است.

مهم‌ترین ابعاد یک بازی شامل موارد زیر است:

- ❖ انعطاف‌پذیری: بازی روتین یا جدید
- ❖ سرسختی: ادامه یا رها کردن بازی
- ❖ شدت: آسودگی یا حمله

شاخص دیگری که در تحلیل بازی‌ها باید بررسی شود سطوح بازی است. بازی می‌تواند سطوح زیر را داشته باشد:

- ❖ درجه یک: در برابر جامعه قابل‌اجراء است
- ❖ درجه دو: در برابر دیگران قابل‌اجراء نیست
- ❖ درجه سه: خطر آسیب روحی، جسمی و یا جدایی را دارد

مورد دیگر شناخت انواع بازی‌ها است. گرچه دسته‌بندی‌های متنوعی برای بازی‌ها وجود دارد ولی با توجه به اینکه ای‌نفضل در مورد نظریه بازی و نظریه اریک برن است، ترجیح بر معرفی دسته‌بندی زیر است:

- ❖ بازی‌های روانی: درباره ترس، آرامش، خودنمایی، تحقیر و ...
- ❖ بازی‌های جنسی: درباره مسائل جنسی
- ❖ بازی‌های مقایسه‌ای: مقایسه زن و مرد، مدیر و کارمند و ...
- ❖ بازی‌های اقتصادی: درباره سرمایه‌گذاری، موفقیت و ...
- ❖ بازی‌های یادگیری: مانند آزمون خطا و ...
- ❖ بازی‌های یک طرفه یا دو طرفه: یک نفر یا هر دو منتفع می‌شود

مورد بعدی مفهوم و واقعیت بازی است. در این مورد باید بررسی شود که به مسئله اساسی در این رفتار و بازی به‌طور خلاصه چیست.

مورد بعدی تحلیل روانی بازی است. در اینجا رفتار و بازی از عینک نظریه اریک برن مورد بررسی قرار می‌گیرد. مورد بعدی نیز مهارت و امتیاز است. در این مورد مهارت مورد استفاده هریک از طرفین و ارزش آن سنجیده می‌شود.

در ادامه این فصل چند مثال رفتار اجتماعی را همراه با برخی از این عناصر مورد بررسی قرار داده ایم.

بررسی چند مثال: به تحلیل و بررسی چند بازی و سبک تعاملی زیر توجه کنید.

۱- رویه ها و مناسک:

- ❖ مثال: سلام و احوال پرسی
- ❖ تشابه رویه ها و مناسک: دارای فرآیند
- ❖ تفاوت رویه ها و مناسک:
- ❖ منشاء مناسک: والد
- ❖ منشاء رویه ها: بالغ

۲- وقت گذرانی:

مثال: استراحت در اتاق اساتید یا مهمانی

مهارت: کودک درون هر فرد مراقب کودک درون دیگری است

نکته: اگر کودک، هم بازی خوبی نداشته باشد؟ ممکن است بازی را رها کند یا بدلیل منافع، فعلا صبر می‌کند.

۳- حالا گیت آوردم

مثال: گیردادن شوهر حسود

راه‌حل:

- ❖ بالغ: «بین اینجا کارت غلط بود.»
- ❖ بالغ: «حالا که گفتی متوجه شدم»

۴- اگر به خاطر تو نبود

مثال: خانم خانه دار علت خانه دار شدنش را اجبار همسر، یا بچه دار شدن می‌داند

مفهوم: زنی محدود شده و شوهری ستمگر

واقعیت: واقعیت چیست؟ شوهر تعصبات و تفکرات غلط دارد، - ولی ممکن است خانم نیز اعتماد به نفس یا

تخصص نداشته است

تحلیل روانی: کودک شوهر: ترس از دست دادن زن

امتیازات: هر بازی امتیازاتی دارد، امتیازات این بازی:

انواع امتیازات: امتیاز روانی (درونی و بیرونی)، امتیاز اجتماعی (دورنی و بیرونی)

۵-گناهکار

نقش ها: گناهکار، آزار دهنده، نجات دهنده، هالو، رابط

هدف بازی: تنبیه خود یا جلب حمایت

مثال:

❖ گناهکار: فرزند پسر ، من با دوستانم می خواهیم برویم شمال

❖ آزار دهنده: مادر، خجالت نمی کشی

❖ هدف پسر: جلب حمایت خانواده برای ازدواج

❖ راه حل: ابراز نظر منطقی

فصل بیستم

جملات ماندگار

مقدمه

در این فصل جملات ماندگار و آموزنده ای آورده شده است که در متن فصول قبلی به صورت مستقیم و غیرمستقیم مورد اشاره قرار گرفتند. این جملات بیان دیگری از بازی‌هایی می‌باشند که در کتاب به آن‌ها اشاره شده است. لازم به ذکر می‌باشد از آنجایی که فصول ۳-۱۳ این کتاب اشاره مستقیمی به بازی‌ها و دسته‌بندی آن‌ها داشتند، دیالوگ‌ها و جملات زیبا در این زمینه نیز بر اساس همان دسته‌بندی آورده شده‌اند.

نکته دیگر که قبل از بیان مطالب لازم است اشاره کنیم این است که چه در تکنیک بازی‌ها و چه در مطالب مرتبط با آن‌ها مانند جملات آورده شده، ممکن است شاهد تکرار باشید. این اتفاق از آن جایی رخ می‌دهد که یک تکنیک می‌تواند در شرایط مختلفی به کار برده شود و از آن جایی که بازی‌ها و تکنیک‌های آن‌ها نیز متناسب با شرایط استفاده می‌شود، تکرار برخی از جملات امکان‌پذیر است.

جملات بازی‌های رهبری

- ❖ "هدف یک رهبر، بردن افراد به سمت اهداف سازمانی است که بدون او، هرگز به آن‌ها نمی‌رسند."
- جان سی. ماکسول
- ❖ "یک رهبر خوب، انرژی و انگیزه را در تیم خود ایجاد می‌کند و آن‌ها را به چالش‌های بزرگ تشویق می‌کند." - ریچارد برانسون
- ❖ "رهبری وقتی به این فکر است که چگونه افراد را به بهترین خود تبدیل کند، بهترین نتایج را خواهد گرفت." - جیمز کوزسس
- ❖ "رهبری به معنای توانایی ایجاد اثرگذاری است، نه دستور دادن." - پیتر دراگر

- ❖ "یک رهبر بزرگ، افکار خود را بر روی افکار دیگران تمرکز می‌دهد و نه بر روی قدرت و مقام خود." - نلسون ماندلا
- ❖ "رهبری سازمانی باید به‌عنوان راننده ایستاده و در دستگاه مدیریتی سازمان، جهت و هدف را تعیین کند و با دیگران همراهی کند تا به آنجا برسند." - وارن بنیس
- ❖ "یک رهبر باید توانایی داشته باشد تا بتواند شناخته شود، قویترین و پرشورترین منبع انگیزه باشد و اعتماد و همبستگی را در سازمان ایجاد کند." - بیل گیتس
- ❖ "رهبری سازمانی به این معناست که افراد را به تحقق یک واقعیت نوآورانه و جذاب ترغیب می‌کنید و برای رسیدن به آن، از تمام توانمندی‌ها و استعدادهایشان بهره‌برداری می‌کنید." - وارن بنیس
- ❖ "نه تنها نیاز به رهبری در زمان‌های سخت است، بلکه در زمان‌های موفقیت هم نیاز به رهبری قوی وجود دارد." - الان مولایمون
- ❖ "رهبری این است که با افراد راه یابی کنید، نه به آن‌ها مسیر نشان دهید." - اگروپری
- ❖ "رهبری به معنای بودن در مسئولیت نیست، بلکه به معنای مراقبت از آنانی است که تحت مسئولیت شما هستند." - سایمون سینک
- ❖ "وظیفه رهبری تولید بیشتر از رهبران نه بیشتر از پیروان است." - رالف نیدر
- ❖ "یک رهبر واقعی اعتماد به نفس دارد که به تنهایی بایستد، شجاعتی دارد که تصمیم سخت را بگیرد و همدردی می‌کند تا به دیگران گوش دهد." - داگلاس مک‌آرتور
- ❖ "رهبری به معنای توانایی تبدیل چشم‌انداز به واقعیت است." - وارن بنیس
- ❖ "بزرگ‌ترین رهبر نه لزوماً کسی است که کارهای بزرگی انجام می‌دهد، بلکه اوست که افراد را به انجام کارهای بزرگ ترغیب می‌کند." - رونالد ریگان
- ❖ "رهبری به معنای برتری نیست، بلکه به معنای بهبود دیگران است." - بیل گیتس
- ❖ "هنر رهبری در نه گفتن است. گفتن بله بسیار آسان است." - تونی بلر
- ❖ "قیمت بزرگی، مسئولیت است." - وینستون چرچیل

- ❖ "یک رهبر کسی است که راه را می‌شناسد، راه را طی می‌کند و راه را به دیگران نشان می‌دهد." - جان سی. مکسول
- ❖ "رهبری به معنای کنترل بودن نیست. بلکه به معنای ایجاد یک چشم‌انداز است که دیگران را الهام می‌دهد تا پیروی کنند." - لائو تزو
- ❖ اگر بی هدف بیدار می‌شوید بهتر است بروید بخوابید
- ❖ اگر توانستید از طریق رهبری دیگران (تخصص، اعتمادسازی، روابط، عملکرد خوب، تأمین منافع و اخلاق خوب) در آن‌ها نفوذ کنید و گرنه همیشه سیاست (بازی گری خوب) داشته باشید ولی گاهی مجبور می‌شوید قدرت خود را به دیگران نشان دهید ولی هیچ‌گاه از آن استفاده نکنید
- ❖ اولین بازی، حفظ خونسردی و اعتماد به نفس است
- ❖ آگه رویایی دارید باید از آن محافظت نموده و برای دستیابی به آن تلاش کنید
- ❖ بازی خوب با باور اهداف شما شروع می‌شود راه رسیدن به آن را حتماً خواهید یافت
- ❖ خدایا به من توفیق بده تا آنچه میتوانم تغییر دهم را تغییر دهم و آنچه قابل تغییر نیست را بپذیرم و خردی که تفاوت این دو را تشخیص دهم
- ❖ پایان یک بازی، شروع بازی بعدی است
- ❖ یک لغزش هنگامی تبدیل به بحران می‌شود که به جای اصلاح، انکارش کنید
- ❖ یک بازی خوب متکی به بازیگر خوب، برگ برنده، معامله به موقع، اتحاد استراتژیک، دور زدن لازم و جدایی اجتناب ناپذیر است
- ❖ ما نباید بد بازی کنیم بسیاری از دیگران بد بازی می‌کنند آن‌ها به دیوار شکسته ای تکیه داده‌اند آن‌ها به سبز شدن درخت سوخته‌ای دل خوش کرده‌اند تحمل ما هم حدی دارد ولی ما تحمل می‌کنیم آن‌ها از خط قرمزها عبور کرده‌اند منافی که آن‌ها به دست آورده‌اند از باختن بدتر است زیرا ما را از دست داده‌اند
- ❖ شاه اگر عادل نباشد، ملک ویران می‌شود، خانه نزدیک دریا زود ویران می‌شود
- ❖ هنگام بحران و شکست، زمان یادگیری و تغییر است

- ❖ مدیریت، سیاست و زندگی به مفهوم مدیریت بحران دائمی، هماهنگی و همراهی با دیگران است
- ❖ دشمن، بیرون از خانه ما نیست، دشمن در خانه ماست، دشمن ما خود ما هستیم که سیاست نداشته و بازی درست را انجام نمی‌دهیم
- ❖ در هر کسب و کاری، اگر فرض کنیم هیچکس "صداقت" و "ظرفیت" ندارد، امکان سوءاستفاده و سوءتفاهم حداقل می‌شود
- ❖ موفقیت در دو کلمه خلاصه می‌شود: طلب و اراده دنیای قصه شما یک طوری است که خودتان باید خلقش کنید
- ❖ یک فرد خوب، نمی‌تواند بخوابد، چون همیشه ذهن او درگیر حل معماهاست، یک فرد بد هم نمی‌تواند بخوابد زیرا او همیشه عذاب وجدان دارد، ولی یک فرد باسیاست، خواب خوبی دارد!

جملات بازی‌های قدرت

- ❖ "قدرت، توان دیگران را ترساندن نیست؛ قدرت، خودکنترلی است." - تام ریدر
- ❖ "قدرت واقعی، آن است که شما را توانایی تغییر دهد." - جان ری. وودن
- ❖ "قدرت نه در پول است، بلکه در انتخاب‌ها است." - دان میلمن
- ❖ "قدرت به معنای ایجاد تغییر است، نه تنها برای خودتان بلکه برای دیگران نیز." - براندون بورچارد
- ❖ "قدرت در داشتن گزینه‌ها است، نه در استفاده از آن‌ها." - استنلی هوپکینز
- ❖ "قدرت را به کسی ندهید که برای آن آماده نیست." - ناپلئون بناپارت
- ❖ "قدرت برترین آزمون برای کاراکتر است." - مارتین لوتر کینگ جونیور
- ❖ "قدرت واقعی، قدرتی است که به دیگران آرامش می‌دهد." - مالکوم ایکس
- ❖ "قدرت چیزی نیست مگر زمانی که انرژی را از خود بیرون می‌کشد." - رالف والدو امرسون
- ❖ "قدرت حقیقی، آن است که شما را قادر به تغییر می‌کند." - ویلیام شکسپیر
- ❖ "قدرت فساد نمی‌کند. ترس فساد می‌کند... شاید ترس از دست دادن قدرت." - جان اشتاین‌بک
- ❖ "تقریباً همه مردان می‌توانند در برابر سختی‌ها مقاومت کنند، اما اگر می‌خواهید شخصیت یک مرد را آزمایش کنید، به او قدرت بدهید." - ابراهام لینکلن

- ❖ "اندازه‌گیری یک مرد، از آنچه با قدرت انجام می‌دهد، است." - پلاتون
- ❖ "قدرت، ابزاری نیست؛ بلکه خود هدف است." - جورج اورول
- ❖ "بزرگ‌ترین قدرت بسیار زمان‌بر است." - ای. جوزف کاسمن
- ❖ "با قدرت بزرگ مسئولیت بزرگ می‌آید." - ولتر
- ❖ "قدرت به شما داده نمی‌شود. شما باید آن را بگیرید." - بیونسه
- ❖ "قدرت نه فقط آنچه شما دارید است، بلکه آنچه دشمن فکر می‌کند شما دارید." - سائول آلینسکی
- ❖ "قدرت نه نیروی خام و پول است؛ قدرت در روح شماست." - فلا کوتی
- ❖ "قدرت آفرودیزیاک نهایی است." - هنری کیسینجر
- ❖ "دانش قدرت است." - سر فرانسیس بیکن
- ❖ "قدرت نه با ضربات سخت و مکرر، بلکه با ضربه‌ای صحیح نمایان می‌شود." - آنوره دو بالزاک
- ❖ "قیمت بزرگی مسئولیت است." - وینستون چرچیل
- ❖ "قدرت، توانایی انجام کارهای خوب برای دیگران است." - بروک آستور
- ❖ "تنها راه برخورد با قدرت، استفاده از آن است." - ویلیام لمب، دومین ویکانت
- ❖ "قدرت مانند یک خانم است... اگر باید به مردم بگویید که هستید، نیستید." - مارگارت تچر
- ❖ "رایج‌ترین راهی که مردم قدرت خود را تسلیم می‌کنند، این است که فکر می‌کنند قدرتی ندارند." - آلیس واکر

❖ بازی سخت در اولین بازی، به هنگام نداشتن منابع، نداشتن روابط، نداشتن دانش و تجربه، شروع می‌شود

- ❖ اگر میخواهید برنده شوید در زمینی بازی کنید که بازیگر بهتر از شما ندارد
- ❖ در بازی با دیگران سعی کنید شیر باشید و نه کفتار، یک شیر مردار نمی‌خورد در بازی افراد کوچک، همیشه نمی‌توان شیر بود و در موارد نادری برای ادامه حیات به خوردن مردار نیز توصیه شده بازی افراد کوچک و خوردن مردار اصلا توصیه نمی‌شود و لازم است با یک تغییر جهت استراتژیک، مسیر درست زندگی و کسب‌وکار را پیدا کرد

- ❖ ریشه در خاک داشتن، مانع تغییر، مانور و پیشرفت شما است
- ❖ گاهی مشکل شما نداشتن تیم خوب نیست شما تیم خوب را دارید مشکل این است که شما اصلا در بازی نیستید
- ❖ اگر کفگیر کسی به کف دیگ بخورد بهترین دوستانش فرار می‌کنند و یا دشمن می‌شوند
- ❖ رئیس بودن یعنی ۵۰ درصد با شما هستند ۲۰ درصد علیه شما و ۳۰ درصد هم باشما و هم علیه شما.
- ❖ هیچ‌کس والدین خود را انتخاب نکرده ولی بازی زندگی انتخاب خودش است
- ❖ آن که با خود برابری کردید بیم آن باشد که برتری جوید
- ❖ میشل اوباما: افراد قوی برای برنده شدن نیاز به تخریب دیگران ندارند

جملات بازی‌های جذب دیگران

- ❖ "شما نمی‌توانید همه مردم را جذب کنید، اما می‌توانید خود را به گونه‌ای طراحی کنید که آن‌ها شما را جذب کنند." - جیم رون
- ❖ "اگر می‌خواهید دیگران را جذب کنید، ابتدا باید خودتان را جذاب کنید." - کارل لاگرفلد
- ❖ "روش کاری بهتر این است که به جای تلاش برای جلب توجه دیگران، خودتان را به گونه‌ای متفاوت و منحصر به فرد بیان کنید تا آن‌ها به شما جذب شوند." - لیو بارنارد
- ❖ "جذابیت شما به تمامی احساسات شما بستگی دارد، نه فقط به ظاهری که دارید." - مارکوس اوریلیوس
- ❖ "شیوه بهترین جذب دیگران، کمک به آن‌ها در تحقق خواسته‌هایشان است." - ناپلئون هیل
- ❖ "جذب دیگران، هنری است که آموختن آن درک عمیقی از نیازها و آرزوهای آن‌ها را می‌طلبد." - برایان تریسی
- ❖ "بهترین راه برای جذب دیگران، نشان دادن احترام و توجه نسبت به آن‌ها است." - رالف والدو امرسون

- ❖ "پیشنهاد من برای جذب دیگران این است که آنها را به مسئله‌ای مشغول کنید که از خودتان بزرگ‌تر باشد." - دیل کارنگی
- ❖ "اگر می‌خواهید دیگران را جذب کنید، باید ابتدا به آنها گوش کنید و با دقت به نیازها و آرزوهایشان پاسخ دهید." - رویتر کیپلینگ
- ❖ "بهترین راه برای جذب دیگران، نشان دادن احساسات مثبت و مهربانی به آنها است." - ازیلا ویتتر
- ❖ "شما نمی‌توانید کسی را مجبور کنید که با شما ارتباط برقرار کند. اگر شخصی ارزش شما را قدردانی کند، تلاش می‌کند تا بخشی از زندگی شما باشد."
- ❖ "اصالت مغناطیسی است. وقتی به خودتان وفادار باشید، به‌طور طبیعی افرادی را جذب می‌کنید که با انرژی شما همخوانی دارند."
- ❖ "بزرگ‌ترین راه برای جذب افراد این است که به واقعاً به آنها علاقه‌مند باشید." - دیل کارنگی
- ❖ "برای جذب افراد مثبت، باید از درون خود شعاع مثبتی انتشار دهید." -
- ❖ "کلید جذب دیگران این است که ابتدا شخصیتی شوید که خودتان دوست دارید جذب کنید." - وین دایر
- ❖ "جذب افراد مناسب به زندگی شما نیازمند رها کردن افراد نادرست است." -
- ❖ "پرانرژیترین‌ها همدامنت می‌شوند."
- ❖ "برای جذب دیگران، تمرکز خود را بر ساختن ارتباطات قوی بگذارید نه جلب توجه."
- ❖ "بهترین راه برای جذب دیگران، بودن بهترین نسخه خودتان است."
- ❖ برای کار و دوستانان همیشه در دسترس باشید
- ❖ امروز شما مشکل دارید و من به شما کمک می‌کنم و فردا من مشکل دارم و شما به من کمک می‌کنید
- ❖ در خصوص بازی‌های خود با دوستان صمیمی خود صحبت کنید ابتدا به شما می‌خندند ولی بعدها شما را تحسین خواهد کرد

- ❖ مهندسی افکار عمومی، نفوذ و جذب دیگران از طریق مطالعه، تجربه، تفکر، تمرین و آمادگی قبلی برای گفتگو و سخنرانی، امکان‌پذیر است

جملات بازی‌های متقاعدسازی

- ❖ "هنر متقاعدسازی، هنر برقراری ارتباط است." - جیم رون
- ❖ "برای متقاعدسازی دیگران، باید ابتدا زبان آن‌ها را بشناسید و سپس به زبان آن‌ها صحبت کنید." - تونی رابینز
- ❖ "متقاعدسازی قدرتی است که با تمرین و آموزش قابل ارتقاء است." - زیگ زیگلار
- ❖ "برای متقاعدسازی دیگران، باید به آن‌ها احترام بگذارید و نیازها و مشکلات آن‌ها را درک کنید." - دیل کارنگی
- ❖ "بهترین راه برای متقاعدسازی، نشان دادن اثرات و مزایای عملکرد خود است." - رابرت چیلدینی
- ❖ "برای متقاعدسازی مؤثر، باید به دیدگاه و باورهای دیگران توجه کنید و آن‌ها را به‌صورت قدرتمند تأثیر بگذارید." - ناپلئون هیل
- ❖ "متقاعدسازی مؤثر به معنای تأثیرگذاری بر عقاید و اعمال دیگران است." - برایان تریسی
- ❖ "برای متقاعدسازی، باید با واقعیت‌ها کار کنید و ارائه دلایل قوی و قابل قبول باشید." - بنجامین فرانکلین
- ❖ "متقاعدسازی به معنای ایجاد ارتباط و اطمینان برقرار کردن است." - تام پیترز
- ❖ "برای متقاعدسازی، باید به عاطفه‌ها و منطق دیگران تأثیر بگذارید و آن‌ها را به طرف خواسته‌ها پتان هدایت کنید." - جان سی. ماکسول
- ❖ "بهترین راه برای متقاعدسازی، نشان دادن اثرات مثبت و تغییرات قابل ملاحظه است." - جیم رون
- ❖ "متقاعدسازی شامل درک نیازها و آرزوهای طرف مقابل و ارائه راه‌حلی است که به آن‌ها کمک می‌کند." - برایان تریسی
- ❖ "برای متقاعدسازی، باید بازیگوشی کنید و به‌طور فعال به نیازها و مشکلات طرف مقابل گوش دهید." - دیل کارنگی

- ❖ "متقاعدسازی شامل تأثیرگذاری بر عواطف و عقاید طرف مقابل است." - رابرت چیلدینی
- ❖ "برای متقاعدسازی، باید بر اعتماد ساختار بنیادی بین خود و طرف مقابل کار کنید." - ناپلئون هیل
- ❖ "متقاعدسازی شامل ارائه دلایل قوی، ارائه شواهد و استفاده از منطق است." - بنجامین فرانکلین
- ❖ "برای متقاعدسازی، باید به‌طور قاطع و با اعتمادبه‌نفس صحبت کنید و بر خودتان تمرکز کنید." -

تونی رابینز

- ❖ "متقاعدسازی شامل بهره‌گیری از اصول قدرت و تأثیر است." - رابرت جردین
- ❖ "برای متقاعدسازی خوب، باید با طرف مقابل همدلی کنید و ارتباط معناداری برقرار کنید." - دیل

کارنگی

- ❖ "متقاعدسازی شامل استفاده از دانش و اطلاعات قابل اعتماد است." - زیگ زیگلار
- ❖ بدترین کار، وعده دروغ به شریک و رفیق است
- ❖ مهم نیست که چه کسی ساز می‌زند و چه کسی میرقصد مهم این است که بعدش منافع چگونه تقسیم می‌شود

- ❖ کور وارد خانه مردم شو و لال از آنجا بیا بیرون
- ❖ از وقتی تصمیم گرفتم دیگه نبینم، خیلی چیزها را دیدم...
- ❖ مشتری مانند گنجشک لب بام است مراقب رفتار خود باشید
- ❖ اگر پیشنهاد شما را قبول نمی‌کنند! پیشنهادی دهید که نتوانند رد کنند!

جملات بازی‌های درگیری

- ❖ "درگیر شدن با دیگران، همیشه دو طرف را زخمی می‌کند." - بنجامین فرانکلین
- ❖ "چشم به چشم برای همه، دنیایی کور می‌سازد." - محمد علی
- ❖ "هیچ تبری نمی‌تواند دو بار به یک قلب برخورد کند، مگر اینکه خود وقتی از قلب عبور کند." -

شکسپیر

- ❖ "هیچ کس نمی تواند دوستی را با خشونت نگه دارد." - محمد علی
- ❖ "در جنگ و درگیری، هیچ برنده‌ای نیست، جز تلفات." - توماس کارلایل
- ❖ "وقتی با دیگران درگیری می کنید، در واقع با خودتان درگیری دارید." - واین دایر
- ❖ "درگیری‌های بی مورد بیشترین هدر رفت انرژی را در زندگی ما ایجاد می کنند." - دالای لاما
- ❖ "گاهی اوقات بهترین نبرد، نبردی است که نمی دهید." - جورج واشینگتن
- ❖ "تواضع و آرامش در برابر تندروی دیگران، بهترین پاسخ است." - تایریسیوس
- ❖ "درگیری‌ها دروازه‌هایی برای تلفات هستند، نه برای پیروزی." - ناپلئون بناپارت
- ❖ "درگیری‌ها باعث می شوند انرژی مثبت را از زندگی سلب کنند." - جیمز آرثر
- ❖ "درگیری‌ها به جای حل مشکلات، مشکلات را تسویه می کنند." - هنری کیسینجر
- ❖ "درگیری‌ها همیشه مسیرهایی را بسته می کنند، درحالی که همکاری آن‌ها را باز می کند." - جان ج. کوتر
- ❖ "درگیری‌ها مانند سوختن پول است، هیچ کس بهره‌ای نمی برد." - هنری فورد
- ❖ "درگیری‌ها به جای حل مسئله، موجب ایجاد سوء تفاهم و از بین بردن روابط می شوند." - رونالد ریگان
- ❖ "درگیری‌ها بیشترین هدر رفت انرژی و زمان را به همراه دارند." - جیمز آلن
- ❖ "درگیری‌ها تنها به تبعید و انزوا منتهی می شوند، درحالی که صلح به آزادی و روابط سالم منجر می شود." - مارتین لوتر کینگ جونیور
- ❖ "درگیری با دیگران تنها به تبدیل یک موضوع به یک مشکل بزرگ‌تر کمک می کند." - مهاتما گاندی
- ❖ "درگیری، راهی نیست برای حل مسئله؛ بهتر است به جستجوی راه‌حل همکاریان پردازید." - البرت اینشتین
- ❖ "درگیری با دیگران تنها باعث ایجاد فاصله و جدایی می شود، درحالی که همکاری و مشارکت به نتیجه‌ای بهتر می رساند." - استیون کووی

- ❖ "درگیری با بقیه مانع رشد و پیشرفت است؛ بنابراین، به جای آن سعی کنید به همکاری و تعامل مثبت بپردازید." - نلسون ماندلا
- ❖ "درگیری با دیگران تنها باعث اتلاف انرژی و زمان می‌شود؛ بهتر است به جستجوی راه‌حل‌های سازنده بپردازید." - آبراهام لینکلن
- ❖ "درگیری با دیگران تنها باعث ایجاد دشمنی و ناهمکاری می‌شود؛ به جای آن، سعی کنید به همدلی و همکاری روی بیاورید." - جان اسکاولز
- ❖ "درگیری با دیگران تنها باعث ایجاد تنش و ناراحتی می‌شود؛ بهتر است به دنبال راه‌حل‌های دیپلماتیک و همکاریانه بگردید." - هیلاری کلینتون
- ❖ به اعصاب خود مسلط باشید و خشم، نفرت و مخالفت خود را آشکار نسازید
- ❖ بی‌احترامی به دیگران اعلان جنگ به آن‌هاست
- ❖ ریشه سوء تفاهات در این است که گاهی دیگران شما را خیلی دست بالا می‌گیرند ولی شما فردی معمولی هستید و گاهی شما را خیلی دست پائین می‌گیرند و نگران واکنش و تلافی شما نیستند
- ❖ زبان سرخ سر سبز می‌دهد بر باد
- ❖ فقط از بروز مشکل، ناراحت نشوید، واکنش و بازی شما در برابر مشکل جای نگرانی بیشتری دارد
- ❖ همیشه تواضع نکنید و برای هر کسی نیز تواضع نکنید زیرا کوچک و سبک می‌شوید
- ❖ قبل از حمله به دیگران، باید فکر کرد و نه بعد از حمله
- ❖ بازی برد و باخت تداوم ندارد
- ❖ برای دشمنان شما عادی‌ترین چیزها غیرعادی است
- ❖ حتی اگر دهان شما پر از خون بود جلوی دشمنان، آب دهان خود را بیرون نریزید
- ❖ در برابر آدم خیلی بد اگر کوتاه بیایید حمله بدتری می‌کند
- ❖ چرچیل: بهترین واکنش به توهین، سکوت است

جملات بازی‌های تعاملی و ارتباطی

- ❖ "به دیگران برخورد کنید، همان‌طور که می‌خواهید با شما برخورد شود." - کنفوسیوس
- ❖ "رفتار خوب، زبان بین‌المللی همه انسان‌هاست." - دیل کارنگی
- ❖ "به دیگران چنان برخورد کنید که می‌خواهید به شما برخورد شود." - لوقا گریل
- ❖ "در تعاملاتان، با دیگران مثل آینه عمل کنید." - ماهاتما گاندی
- ❖ "به‌جای انتقاد و سرزنش، تشویق و قدردانی کنید." - دیل کارنگی
- ❖ "روشنفکری درست نیست مگر آنکه به‌اندازه کافی مهربان باشد." - لئون تولستوی
- ❖ "راه ساده‌ترین برای داشتن یک دوست، خود بودن است." - رالف والدو امرسون
- ❖ "احترام به انسانیت، بیشتر از هر دیگر چیزی نیاز داریم." - مالکوم ایکس
- ❖ "اگر می‌خواهید دوست داشته شوید، باید خودتان ابتدا دوست داشته باشید." - اریک بروفوس
- ❖ "با دیگران مانند آنچه می‌خواهید آن‌ها با شما برخورد کنند، برخورد کنید." - زیگ زیگلار
- ❖ "توانایی گوش دادن، یکی از بزرگ‌ترین هدایاهایی است که می‌توانید به کسی بدهید." - دیل کارنگی
- ❖ "همیشه به دیگران با احترام برخورد کنید، حتی اگر با نظراتشان موافق نیستید." - جان وودن
- ❖ "احترام به دیگران، نشان از احترام به خودتان است." - ترامپ
- ❖ "دوستی یک راز نیست، بلکه یک ریتم است." - میکال نووتن
- ❖ "تفکر قبل از برخورد، کلید موفقیت در تعاملات است." - برابان تریسی
- ❖ "تمام انسان‌ها به‌اندازه‌ای توانمندند که ما را چیزی یاد می‌دهند." - چارلز دیکنز
- ❖ "دیگران را آنگونه که هستند قبول کنید، نه آنگونه که می‌خواهید باشند." - گوته
- ❖ "تعامل صمیمی، یکی از بزرگ‌ترین خوشبختی‌های زندگی است." - برنارد شو
- ❖ "صمیمیتو اعتماد، دو پایه اصلی در روابط برقرار شده." - ویلیام شکسپیر
- ❖ "به دیگران با دلیلی برای خنده روبرو شوید، نه با دلیلی برای گریه." - والتر وینچل

- ❖ "با دیگران با لبخندی برخورد کنید، زیرا زندگی کوتاه است و ما به خاطر خنده‌ها به یاد می‌آییم." - مادر ترزا
- ❖ "تعاملات مثل پلی بین انسان‌ها هستند، باید قوی و پایدار باشند." - جیمز هانسن
- ❖ "با دیگران مانند آنچه می‌خواهید آن‌ها با شما برخورد کنند، برخورد کنید." - زیگ زیگلار
- ❖ "بهترین راه برای از بین بردن دشمنان، تبدیل آن‌ها به دوستان است." - نلسون ماندلا
- ❖ در هر بازی و هر شرایطی، خودتان باشید، دیگران را درک کنید، و درک آن‌ها را با عبارت به خاطر شما، ابراز کنید ولی عزت نفس و احترام به خود را از دست ندهید و خودتان را سبک نکنید
- ❖ با مردمان کم ظرفیت، مختصر و مفید صحبت کن و بیشتر سکوت کن
- ❖ اگر نمی‌توانید بجنگید پس مذاکره و معامله کنید
- ❖ با مردمان کم ظرفیت، رسمی باشید و خودتان را سبک و کوچک نکنید
- ❖ با مردمان کم ظرفیت، شوخی نکنید که سبک می‌شوید
- ❖ عدم رعایت جایگاه بالادستی و غفلت از حفظ جایگاه نزد پائین دست، منشاء تعارضات بعدی است
- ❖ من هیچ‌وقت از دست دیگران ناراحت نمی‌شوم فقط نظر م را در موردشان عوض می‌کنم
- ❖ یک ضرب‌المثل است که می‌گوید هر سگی یک روزی برای خود دورانی داشته برای افراد از دور خارج شده نیز همینطور است و لازم است که شأن و منزلت آن‌ها را رعایت کنیم

جملات بازی‌های فریب و نیرنگ (بازی‌های دروغ محور)

- ❖ "دروغ یک برج است که هیچ‌وقت به ارتفاع نمی‌رسد." - پیرنیا
- ❖ "برخی افراد به اندازه غم خود دروغ می‌گویند." - لوسیوس آنتوس سنکا
- ❖ "هرگز به دیگران نگو همه چیز درست است، زیرا دروغ است." - ژان پل سارتر

- ❖ "دروغ به قدری پیچیده است که برای حفظ آن باید دروغ دیگری بگویید." - الکساندر دوما
- ❖ "اگر دروغ می‌گویید، باید توجیه کنید که چرا دروغ می‌گویید، زیرا دروغ‌گویی یک چیز پیچیده است." - میشل دو مونتین
- ❖ "توانایی دروغ‌گویی، یکی از بزرگ‌ترین ضعف‌های انسان است." - توماس جفرسون
- ❖ "دروغ‌ها مانند عنکبوت‌ها هستند؛ شبکه‌ای کوچک می‌سازند و در آن خود را پنهان می‌کنند." - ویکتور هوگو
- ❖ "دروغ بزرگ‌ترین قاتل اعتماد است." - ابراهام لینکلن
- ❖ "دروغ‌گویی، کوچکترین راه برای گمراه کردن دیگران و بزرگ‌ترین راه برای گمراه شدن خود است." - آندره جید
- ❖ "دروغ‌ها ممکن است در ابتدا آسان به نظر برسند، اما درنهایت همیشه پیچیدگی و مشکلات را به دنبال دارند." - الیوت روزنتال
- ❖ "دروغ‌گویی یک پنهان‌کاری است که از راستی پنهان می‌شود." - فرانسیس بیکن
- ❖ "دروغ‌گویی، مانند عملکرد یک نمایشنامه ناکام است؛ زمانی که یک بار شکست خورده باشد، به هیچ وجه قابل باور نیست." - تسلو تین
- ❖ "دروغ‌گویی یک بازی کوچک و خوشایند به نظر می‌رسد، اما درنهایت نمی‌تواند هیچ چیز بزرگی را بسازد." - جان استوارت میل
- ❖ "دروغ‌گویی ممکن است موقتاً مشکلات را حل کند، اما درنهایت همواره به مشکلات جدیدی منجر می‌شود." - جون کندی
- ❖ "اگر دروغ بگویید، شما همیشه باید توجیه کنید که چرا دروغ گفتید." - ویلیام سموئل جانسون
- ❖ "دروغ‌گویی، نمی‌تواند ۱۶۰۰ سال ساختاری ناپایدار است که درنهایت فروپاشی می‌کند." - سوکرات
- ❖ "دروغ‌گویی، دستاوردی کوتاه‌مدت است و همیشه باقی می‌ماند." - مارتین لوتر کینگ جونیور
- ❖ "دروغ‌گویی، پایه‌ای ناپایدار است که هیچ بنای قوی نمی‌تواند روی آن بنا شود." - مارک تواین

- ❖ "دروغ‌گویی دو راه دارد: یا بیشتر دروغ می‌گوید یا بیشتر دروغ می‌شنود." - الکساندر پوپ
- ❖ "دروغ‌گویی، قاتل اعتماد است که روزی یازده‌ساله‌ای را طلبکار می‌شود." - مارک تواین
- ❖ "دروغ‌گویی نشانه‌ای از ضعف است و نشانه‌ای از عدم اعتماد به خود." - پائولو کوللیو
- ❖ "دروغ‌گویی مانند یک پیچک است که همیشه تا آخر به هم می‌پیچد." - الکساندر پوپ
- ❖ "دروغ‌گویی، از آنجا که نیاز به حفظ خاطرات است، همیشه در زندگی خود دستخوش مشکلات است." - جان کنت
- ❖ "دروغ‌گویی، دزدی است که بیشتر از همه کاربرد دارد اما هیچ‌کس نمی‌خواهد دوست داشته باشد." - مارک تواین
- ❖ انسان صادق روزی به ۴۰ ساله درآید. منافق ۴۰ سال به یک حال بماند- جنید بغدادی
- ❖ هیچ‌کس به ما خیانت نمی‌کند این ما هستیم که به فرد خائن، اعتماد می‌کنیم
- ❖ اعتماد همیشگی به همگان کابوسی است که بالاخره باید از آن بیدار شوید
- ❖ اگر کسی دو بار سر شما را کلاه گذاشت فقط خودتان را سرزنش کنید
- ❖ بدتر از ساده بودن ساده فرض کردن دیگران است
- ❖ به سه دلیل فرد بازی خورده در بازی غلط وارد می‌شود: (۱) طمع کاری (۲) حماقت (۳) ناچاری و بیچارگی
- ❖ در مورد اطلاعات استراتژیک و سرنوشت ساز به هیچ‌کس اعتماد نکنید حتی به نزدیک ترین دوستان و عزیزان خود
- ❖ دوستان قدیمی، دشمن نمی‌شوند و دشمنان قدیمی نیز دوست نمی‌شوند
- ❖ رمز موفقیت در بازی: اعتماد نکنید
- ❖ گاهی نمره شما با یک غلط نمی‌شود بلکه صفر می‌شود
- ❖ هر وقت به خودتان می‌گوئید عجب روزگار بدی شده و یا چقدر مردم بد شده‌اند و یعنی با شما بازی شده و شما بدل آن بازی را بلد نیستید
- ❖ همیشه از خودتان بپرسید آیا طرف مقابل راست می‌گوید؟

- ❖ ابتدا بگذارید طرف مقابل فکر کند که برنده است یا قوی‌تر است، بعدش فکر کنید و راه‌حل پیدا کنید
- ❖ به کسی که چیزی برای از دست دادن ندارد اعتماد نکن
- ❖ به نظرم از اول هم تنها بودید، دیگران به فکر منافع خودشان می‌باشند
- ❖ از آدمی که همه از او راضی هستند بترس، هیچ‌کس نمی‌تونه همه رو از خودش راضی نگه داره مگر اینکه یک صفت کثیف رو در خودش پرورش بده و اون چند رویی است
- ❖ اگه راست بگوئیم خیلی بهتر است، خیلی اوقات برای یک دروغ کوچک، مجبوریم که همیشه دروغ بگوئیم!
- ❖ اینجا نمی‌شود به کسی نزدیک شد، آدم‌ها از دور دوست داشتنی‌تر هستند، اگه دو نفر به قیمت دوستی مجبور شوند به هم دروغ بگویند، بهتر است تنهایی بشینند و به چیزهایی که دوست دارند فکر کنند، تو این دیار برد با آنهایی است که از فکر خود کار می‌کشند! اگر بخواهی از دلت مایه بگذاری، سوختی...
- ❖ شرارت چهره‌های زیادی داره، اما هیچ‌کدوم از این چهره‌ها، به اندازه پاکدامنی خطرناک نیست!
- ❖ یک بسته فلفل قرمز در جیب خود بگذارید تا اگر هوس کردید برای کسی درد و دل کنید یک قاشق از آن را میل کنید

جملات بازی‌های قاطعیت

- ❖ "قاطعیت، کلید موفقیت است." - پاراماهانسا یوگاناندا
- ❖ "قاطعیت، قدرتی است که توانایی تغییر و تحول را در زندگی به وجود می‌آورد." - تونی رابینز
- ❖ "قاطعیت یکی از شکوهمندترین ویژگی‌های انسان است." - مارتین لوتر
- ❖ "قاطعیت شما را در برابر ترس‌ها سربلند می‌کند." - استیو مارابولی
- ❖ "قاطعیت، پلی است که شما را از رویاها به واقعیت می‌رساند." - توماس کارلیل
- ❖ "قاطعیت، قدرتی است که اجازه می‌دهد تا به هدف‌های بزرگ برسید و تغییرات مثبت را در جهان به وجود آورید." - هلن کلر

- ❖ "قاطعیت، اراده‌ای است که با آن به هدف‌هایتان پایبند می‌مانید حتی در مواجهه با مشکلاتی که بر سر راهتان قرار می‌گیرند." - برایان تریسی
- ❖ "قاطعیت، قوتی است که شما را به جرئت و اعتمادبه‌نفس برای پیگیری رؤیاهایتان تشویق می‌کند."
- والتر آندرسن
- ❖ "قاطعیت، موتوری است که با آن به اهدافتان می‌رسید." - ایساک نیوتن
- ❖ "قاطعیت، نیرویی است که شما را از یک وضعیت کنونی به وضعیتی بهتر و موفق‌تر سوق می‌دهد."
- تونی رابینز
- ❖ "قاطعیت، راهی است که شما را از خیالات و تصورات به واقعیت هدایت می‌کند." - برایان تریسی
- ❖ "قاطعیت، قدرتی است که به شما اجازه می‌دهد تا به تغییر و تحول بپردازید و زندگیتان را بهبود بخشید." - جان اسی
- ❖ "قاطعیت، اراده‌ای است که شما را به رسیدن به آرمان‌ها و اهدافتان هدایت می‌کند." - وینس لومباردی
- ❖ "قاطعیت، تلاشی است که با آن به ترس‌ها و محدودیت‌ها برخورد کنید و به هدف‌هایتان نزدیک شوید." - رابرت کالی
- ❖ "قاطعیت، شجاعتی است که با آن به ترس‌ها و موانع روبرو می‌شوید و ادامه می‌دهید." - نلسون ماندلا
- ❖ "قاطعیت به شما اعتمادبه‌نفس می‌دهد تا در مواجهه با چالش‌ها و مشکلات، پشتیبانی خود را از دست ندهید." - مایا آنجلو
- ❖ "قاطعیت، خصلتی است که شما را به رهبری و تحقق اهدافتان سوق می‌دهد." - جان ف. کندی
- ❖ "قاطعیت، اصلی است که به شما اجازه می‌دهد در زمان‌های دشوار پابرجا بمانید." - رالف والدو امرسون
- ❖ "قاطعیت، قدرتی است که شما را به جرئت برای انجام اقدامات بزرگ ترغیب می‌کند." - جیمز کامرون

- ❖ "قاطعیت، سلاحی است که شما را در مقابل ترس محکم می‌کند." - مالکوم ایکس
- ❖ "قاطعیت، قدرتی است که شما را به تغییر و تحول می‌برد و به شما امکان می‌دهد در زندگی‌تان به رشد و پیشرفت پردازید." - رونالد ریگان
- ❖ "قاطعیت، تصمیمی است که شما را به انجام اقدامات مهم و ضروری تشویق می‌کند." - برنارد شو
- ❖ "قاطعیت، قدرتی است که به شما اجازه می‌دهد از مناطق راحتی خارج شوید و به تجربه‌های جدید پردازید." - برنارد بورچارد
- ❖ هیچ‌کس برای همیشه در امان نیست
- ❖ در هر صورت دو حالت بیشتر نداریم: یا باهم کار می‌کنیم یا از هم جدا می‌شویم
- ❖ از چالش‌های زندگی و مردن و زنده شدن نترسید
- ❖ شجاعت و سیاست در عذرخواهی به هنگام اشتباه خود و گذشت در اشتباهات دیگران، بازی خوبی است
- ❖ آدم‌هایی که نمی‌توانند خودشان کاری بکنند، می‌خواهند به تو هم بگویند که نمی‌توانی، آگه چیزی رو می‌خواهی برو به دست بیارش
- ❖ زندگی ما را بارها زمین می‌زند! اما ما می‌توانیم انتخاب کنیم، که دوباره بایستیم یا نه!
- ❖ هرچقدر تعداد افرادی که دوست‌شان داریم بیشتر باشد، آدم ضعیف‌تری هستیم ما کارهایی برای‌شان می‌کنیم که خودمان می‌دانیم نباید انجام دهیم! اما نقش یک احمق را برای‌شان بازی می‌کنیم تا خوشحال‌شان کنیم، تا آن‌ها را ایمن نگه داریم این یک حقیقت است، خیلی از ما هم قبولش داریم، اما با وجودش، باز هم این بازی را می‌کنیم...

جملات بازی‌های کناره‌گیری

- ❖ "کناره‌گیری، قدرتی است که به شما اجازه می‌دهد از اتلاف زمان و انرژی در روابط غیرسالم خارج شوید." - استیو مارابولی
- ❖ "کناره‌گیری، نشانه‌ای از شجاعت است که به شما امکان می‌دهد از روابطی که به شما آسیب می‌زند دست بکشید." - تونی گاسکوئی

- ❖ "کناره‌گیری، اقدامی است که شما را از انرژی منفی و سمی که به سمت رشد و پیشرفتتان نیست جدا می‌کند." - لز براون
- ❖ "کناره‌گیری، گامی است که شما را به سمت زندگی مطلوب و رابطه‌های سالمتر هدایت می‌کند." - ستیو هاروی
- ❖ "کناره‌گیری، قدرتی است که به شما اجازه می‌دهد به‌جایگاهی بهتر و موفق‌تر برسید." - برایان تریسی
- ❖ "کناره‌گیری، تصمیمی است که شما را به انتخاب روابطی سالم و مفید تشویق می‌کند." - لویز هی
- ❖ "کناره‌گیری، حقیقتی است که شما را به تمرکز بر روابطی که به شما انرژی و خوشبختی می‌بخشند هدایت می‌کند." - آمیت ری
- ❖ "کناره‌گیری، گامی است که شما را به سمت رشد شخصی و آرامش ذهنی هدایت می‌کند." - مایا آنجلو
- ❖ "کناره‌گیری، عملی است که شما را از روابطی که به شما زخمی می‌زنند و کمک به رشدتان نمی‌کنند جدا می‌کند." - جانسون وک
- ❖ "کناره‌گیری، ارتقایی است که شما را به روابطی سالم‌تر و پویاتر هدایت می‌کند." - مگان برین
- ❖ "کناره‌گیری، قدرتی است که به شما اجازه می‌دهد مراقب خودتان باشید و از روابط مضر دوری کنید." - چارلز گلاسمن
- ❖ "کناره‌گیری، عملی است که شما را از روابطی که به شما آسیب می‌زنند و انرژی‌تان را از دست می‌دهند جدا می‌کند." - برنارد شو
- ❖ اگر قاعده بازی را نمی‌دانید بازی را رها نکنید بلکه قواعد بازی را یاد بگیرید
- ❖ رمز خوشبختی یک داماد: سکوت به هفت زبان زنده دنیا
- ❖ جنگیدن با تعصبات دیگران نه‌تنها بی‌فایده است بلکه خطرناک نیز می‌باشد

- ❖ در خصوص اسرار و موضوعات استراتژیک کسب و کار، تا دیگران نپرسیده اند چیزی نگوئید و اگر پرسیدند نیز چیزی نگوئید و ده درصد اطلاعات سوخت شده بگوئید و نود درصد اطلاعات مفید کسب کنید
- ❖ بازنده‌ها، بازنده نیستند! آن‌ها در واقع کسانی هستند که از باختن خیلی می ترسند! آنقدر می ترسند که حتی امتحان هم نمی‌کنند!
- ❖ در بازی با دیگران، اگر اعصاب ندارید و به اعصاب خود مسلط نیستید، پس در بازی، جایی ندارید
- ❖ اگر در بازی خطرناکی گرفتار شدید، لزوماً شجاعت باعث موفقیت نبوده بلکه فرار، ممکن است بازی بهتری باشد
- ❖ ولادیمیر پوتین: اگر کسی تصمیم به غرق شدن داشته باشد احتمالاً نجات او غیرممکن است
- ❖ ایفای نقش موش مردگی، ساده فرض کردن دیگران بوده و فقط تو را کوچک می‌کند
- ❖ وقتی همه چیز را از دست بدهیم، آزاد هستیم که هر کاری دلمان می‌خواهد بکنیم

جملات بازی‌های تدافعی

- ❖ "رفتارهای تدافعی نشانه‌ای از عدم اطمینان و ضعف در ارتباطات انسانی است." - کارن هورنای
- ❖ "تدافع، راهی برای حفظ کمالیت و هویت شخصی در مواجهه با تهدیدهاست." - آنا فروید
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است موقتاً از خطرات روانی و احساسات ناخوشایند دفاع کنند، اما مانع رشد و تغییر هستند." - ژانت وُت
- ❖ "تدافع، یک الگوی رفتاری است که از مواجهه با واقعیت‌های ناراحت‌کننده دوری می‌کند." - ویلم رایک
- ❖ "رفتارهای تدافعی مانع از ایجاد اتصال عمیق و معنادار در روابط انسانی می‌شوند." - جان ولتون
- ❖ "تدافع، یک حفاظت ناکارآمد در برابر آسیب روانی است که می‌تواند به مشکلات بیشتری منجر شود." - آلیسون آرمسترانگ
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است باعث فرار از مسئولیت و عدم رشد شخصی شود." - ناتانیل برندن

- ❖ "تدافع، یک معامله‌ای ناعادلانه است که شما را از تجربه احساسات و ارتباطات عمیق با دیگران محروم می‌کند." - مارشا لینهان
- ❖ "رفتارهای تدافعی مانع از تجربه و پذیرش احساسات ناخوشایند و نیازهای درونی می‌شوند." - پیترو ولینسکی
- ❖ "تدافع، یک روش غیرموثر برای مقابله با تنش‌ها و مشکلات زندگی است." - دیانا راید
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است باعث ایجاد دیوارهای احساسی بین شما و دیگران شوند." - جان بردی
- ❖ "تدافع، یک الگوی عادت‌آور در مواجهه با تهدیدهاست که می‌تواند روابط را تخریب کند." - دانیل گولمن
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است باعث ترس و اضطراب در خود و دیگران شوند." - مارتین هیلپارد
- ❖ "تدافع، یک راه‌حل موقت است که در طولانی‌مدت مشکلات را بیشتر می‌کند." - رابرت فریمن
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است که به‌جای حل مشکلات، آن‌ها را تشدید می‌کنند." - وینی داوئر
- ❖ "تدافع، تعللی است که از رشد و تحول فردی جلوگیری می‌کند." - لوییس نیسبیت
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است باعث ایجاد الگوهای ناسالم در روابط شود." - پتر والش
- ❖ "تدافع، یک پوشش ناکارآمد است که مسئولیت‌پذیری و رشد شخصی را مختل می‌کند." - پیترو شپارد
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است باعث ایجاد انزوا و انزوای اجتماعی شود." - نانسی مکولوخ
- ❖ "تدافع، یک راه موقت برای کنترل احساسات است که به دست‌آوردن آرامش و رضایت دائمی کمک نمی‌کند." - کارن کیس
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است باعث از بین رفتن اعتماد و اتصال در روابط شوند." - جان بردی
- ❖ "تدافع، یک واکنش ناکارآمد به تغییرات و تحولات زندگی است." - روبرت انسلم
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است باعث ایجاد تنش‌ها و تداعی ناهنجاری‌های روانی شود." - ویلیام گلاسر

- ❖ "تدافع، یک مانع برای کشف و استفاده از قدرت‌ها و توانمندی‌های شخصی است." - جیمز هیلمن
- ❖ "رفتارهای تدافعی ممکن است باعث انکار و قدرت‌باوری ناسالم شود." - آمیت ری
- ❖ در زندگی سه چیز اهمیت دارد تاب‌آوری، شانس و دوست
- ❖ در شرایط مبهم، به هیچ‌کس اعتماد نکنید حتی به نزدیکترین افراد خود
- ❖ همیشه یکی هست که دچار بدشانسی می‌شود بدشانسی در بازی، مهم است ولی حفظ روحیه، خویشتن داری و تسلیم نشدن، مهم تر است
- ❖ رمز موفقیت در بازی پینگ این است که چشم از روی توپ بر ندارید
- ❖ بازی مناسب برای مهار تیغ تیز، سرعت نیست در اینجا دقت، صبوری و زیرکی، رمز موفقیت است
- ❖ چرچیل: در شرایط سخت، ناله نکن، خسته نشو، ناامید نشو و تسلیم نشو
- ❖ برخی به شعور ما توهین می‌کنند و برخی به شعور خودشان

جملات بازی‌های شبکه سازی

- ❖ "شبکه سازی، یک ابزار قدرتمند برای بالا بردن موفقیت و رشد شخصی است." - لیونل شریور
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی می‌توانند منجر به ایجاد فرصت‌های کاری و ارتباطات حرفه‌ای موفق شوند." - رید هافمان
- ❖ "شبکه سازی، یک راه برای گسترش دانش، منابع و تجارب است." - دونالد ترامپ
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی ممکن است در به دست آوردن حمایت، همکاری و توانمندسازی دیگران مؤثر باشند." - ایوان میزرا
- ❖ "شبکه سازی، یک ابزار قدرتمند برای ایجاد فرصت‌های تجاری و رشد کسب‌وکار است." - ریچارد برانسون
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی می‌توانند منجر به ایجاد ارتباطات شخصی قوی و ارتباطات درون‌سازمانی مؤثر شوند." - شرلی تیشی
- ❖ "شبکه سازی، یک راه برای به اشتراک‌گذاری ایده‌ها، دانش و منابع است." - ژان پول پوتون

- ❖ "رفتارهای شبکه سازی ممکن است در به دست آوردن حمایت اجتماعی و ارتباطات دوستانه مؤثر باشند." - دالای لاما
- ❖ "شبکه سازی، یک راه برای ایجاد ارتباطات عاطفی و ارتباطات شخصی مؤثر است." - دیانا راس
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی می‌توانند به شما در به دست آوردن پشتیبانی و راهنمایی از سوی افراد تجربه‌کرده کمک کنند." - ناپلئون هیل
- ❖ "شبکه سازی، یک ابزار برای به اشتراک‌گذاری فرصت‌ها و منابع با دیگران است." - بیل گیتس
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی ممکن است در به دست آوردن اعتماد و ارتباطات معنادار مؤثر باشند." - دیوید راکفلر
- ❖ "شبکه سازی، یک راه برای ایجاد ارتباطات بین فرهنگ‌ها و افراد مختلف است." - محمد یونس
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی می‌توانند در به دست آوردن فرصت‌های آموزشی و رشد شخصی موثر شوند." - اوپرا وینفری
- ❖ "شبکه سازی، یک ابزار برای ایجاد ارتباطات اجتماعی و تعاملات مثبت است." - دیل کارنگی
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی ممکن است در به دست آوردن حمایت و تأییدیه از سوی دیگران مؤثر باشند." - مایا آنجلو
- ❖ "شبکه سازی، یک راه برای ایجاد ارتباطات حرفه‌ای و همکاری‌های موفق است." - استیو جابز
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی می‌توانند در به دست آوردن پشتیبانی و امکانات فنی از دیگران کمک کنند." - مارک زاکربرگ
- ❖ "شبکه سازی، یک ابزار برای ایجاد روابط طولانی‌مدت و همکاری‌های مستدام است." - وارن بافت
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی ممکن است در به دست آوردن فرصت‌های شغلی و پیشرفت حرفه‌ای مؤثر باشند." - شریل سندبرگ
- ❖ "شبکه سازی، یک راه برای تقویت اعتماد، تعاملات مثبت و همبستگی است." - باراک اوباما
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی می‌توانند در به دست آوردن ایده‌ها و نوآوری‌های جدید مؤثر باشند." - ایلان ماسک

- ❖ "شبکه سازی، یک ابزار قدرتمند برای به اشتراک‌گذاری منابع و دانش است." - لاری پیچ
- ❖ "رفتارهای شبکه سازی ممکن است در به دست آوردن حمایت و تأییدیه از سوی افراد مؤثر باشند." - ملکه الیزابت دوم
- ❖ "شبکه سازی، یک راه برای ایجاد ارتباطات قوی و تعاملات مفید است." - نلسون ماندلا
- ❖ در هر شهری خانه ای بسازید و اگر نمیتوانید، در آن شهر دوستی پیدا کنید
- ❖ موفقیت و شکست در کار اهمیت ندارد نکته مهم، دوستانی است که در آن کار پیدا می‌کنید
- ❖ برنده تمام بازی‌های ورزشی فروشنده لوازم ورزشی است
- ❖ گاهی وارد بازی شدن و شکست خوردن، بهتر از آن است که اصلا وارد بازی نشوید
- ❖ یک شبکه کاری از بین نمی‌رود بلکه از شکلی به شکل دیگر تغییر می‌کند
- ❖ داشتن دوستان و شریک خوب، رمز موفقیت است
- ❖ استالین: در انتخابات، نقش شمارندگان آرا کمتر از رأی دهندگان نیست
- ❖ بهترین سیاست، "همراهی" است ولی بهتر از آن "هوشیاری" است
- ❖ جنگ برنده نداره، اونایی تو جنگ برنده می‌شوند که اسلحه می‌فروشند
- ❖ آیا می‌دانید در عصر یخبندان چه کسانی زنده ماندند؟ فقط خارپشتا! اونا دو راه پیش رو داشتن، یا دور هم جمع شوند و از هم گرما بگیرند یا اینکه دور باشند تا خاراشون تو بدن هم نرود! اونا راه اول رو انتخاب کردند!

منابع

- اریک برن، "بازی‌های"، ترجمه اسماعیل فصیح، ذهن آویز.
- حقیقی، محمد علی، "تکنولوژی و مهندسی فکر"، انتشارات فراوان.
- رابینز، استیفن، "مبانی رفتار سازمانی"، ترجمه: اعرابی و پارسائیان، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- رضائیان، علی، "رفتار سازمانی"، انتشارات دانشگاه تهران.
- روملت، ریچارد، "استراتژی خوب، استراتژی بد"، ترجمه: بابک وطن دوست، آریانا.
- گریفن، "رفتار سازمانی"، ترجمه: الوانی، نشر مروارید.
- لوتانز، "رفتار سازمانی"، ترجمه: غلامعلی سرمد، موسسه بانکداری ایران.
- ماکس ول، جان، "صفت‌های پایسته یک رهبر"، ترجمه: مهندس عزیز کیاوند، نشر فرا.
- ناصری فر، وحید، "دیپلماسی شرکت"، چاپ و نشر بازرگانی
- ناصری فر، وحید، "مروری بر مفاهیم تفکر استراتژیک"، ماهنامه توسعه مدیریت.
- ناصری فر، وحید، "۱۱۸ مهارت در مدیریت رفتار سازمانی"، انتشارات صعود.
- ناصری فر، وحید، "۱۶۳ فرمان در خوشین شناسی مدیران"، چاپ و نشر بازرگانی.
- ناصری فر، وحید، "۳۹۹ فرمان در بازاریابی"، انتشارات ماهان.
- ناصری فر، وحید، "۷۱ مهارت و تکنیک در مدیریت حرفه‌ای"، انتشارات ماهان.
- ناصری فر، وحید، "استراتژی‌ها و تاکتیک‌های مختلف رفتار تجاری"، ماهنامه میناق مدیران.
- ناصری فر، وحید، "آداب تجاری، مذاکره و بازی‌ها"، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.
- ناصری فر، وحید، "تکنیک‌های مذاکرات تجاری"، ماهنامه پیک توسعه.
- ناصری فر، وحید، "جنبه‌های مختلف استراتژیست‌ها"، ماهنامه میناق مدیران.
- ناصری فر، وحید، "رفتار مصرف‌کنندگان خدمات بانکی"، ماهنامه پیک توسعه.
- ناصری فر، وحید، "فنون و روش‌های مذاکرات تجاری"، فصلنامه لجستیک.
- ناصری فر، وحید، "مدیریت چریکی"، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.
- ناصری فر، وحید، "مدیریت و رفتار حرفه‌ای"، انتشارات ماهان.
- ناصری فر، وحید، "مهارت‌های مدیریت حرفه‌ای"، انتشارات ترمه.
- ناصری فر، وحید، "هوش کسب‌وکار"، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.
- هرسی و بلانچارد، "مدیریت رفتار سازمانی"، ترجمه: قاسم کبیری، جهاد دانشگاهی.

Chaney,L.H, Martin, J.C, "The Essential Guide to Business Etiquette", Westport.
Kondalkar , "Organizational Behavior", New Age International.
Martin.J.C, Chaney.L.H, "Global Business Etiquette", Westport.
Rumelt , Richard , "Good strategy bad strategy", CROWN.
Sabath, Ann Marie, "Business Etiquette", Career Press.
Schermerhon , "Organizational Behavior", John Wiley.