

11

Level Four: The Proficient Trader

فصل ۱۱

سطح چهارم : تریدر ماهر

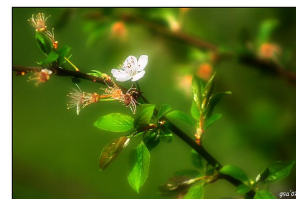
هرچه بیشتر فیزیک میخوانم ، بیش از پیش به سوی متافیزیک رهنمون میگردم.

«آلبرت اینشتین»

اهداف:

- ۱- کشف ارتباط بین کارکتر یک تریدر موفق با کاراکتر مارکت.
- ۲- کشف ارتباط بین شناخت کامل از خویشتن با تریدکردن سودآور.

در این فصل ما یک حرکت بنیادی از سطح اول به سطح سوم خواهیم داشت. اکنون ما کار با زیرساختهای شخصی مان را آغاز خواهیم کرد. اگر ما بتوانیم زیرساختهای ذهنی مان را با زیرساختهای مارکت هم ردیف



گردانیم ، در اینصورت سودآوری تبدیل به مسیری با حداقل مقاومت خواهد شد .



با استفاده از مثالی که قبلا بیان کردیم ، ما پیانیست هایی را که به این سطح دست یافته باشند بدینصورت تعریف کردیم که : موسیقی دانهایی که قادر هستند تا چیزی از درون خودشان را به آنچه می نوازند بیافزایند. معمولا شنوندگان اینطور میگویند که : این پیانیست ها با احساس می نوازند. شناخت و آگاهی از احساسات ، یکی از مهمترین تفاوت های بین سطح سوم و چهارم می باشد. عواطف و احساسات چیزی نیست که شما در سطح تریدر ممتاز به آن دست یافته باشید. تریدرهای حرفه ای ارتباطی را بین خودشان با مارکت احساس میکنند ؛ آنها هرگز احساس نمیکنند که در خارج از مارکت قرار داشته باشند. آنها تبدیل به چیزی از یک ارگانسیم بزرگتر شده اند، ارگانیسمی که ما آن را مارکت می نامیم. اطلاعات ایشان، عقاید و ایده هایشان ، به نظر می رسد که از هیچ جایی به آنها القا نمیگردد. ترید کردن برای ایشان ترکیبی است سهل و ممتنع از «دانستن چیزی که نمی دانم چگونه میدانم !» درواقع آنکس که بداند و نداند که چگونه میداند !

ما در این فصل ، موارد زیر را تجربه خواهیم کرد :

- ساختار بدنی شما چگونه بر شیوه ترید کردنتان تاثیر می گذارد ؛
- مغز شما چطور سیمکشی شده است (!) و هنگامی که شما درحال ترید کردن هستید ، چگونه کار میکند ؛
- سه تریدر مختلفی را که در درون شما زندگی میکنند ، خواهید شناخت؟!؛
- شما و مارکت چه شباهتهایی با یکدیگر دارید ؛

آموخته های ما از اقتصاد، جامعه شناسی و روانشناسی ، درباره تئوری آشفتگی ، این فرض را درما تقویت میکند که مارکت حقیقتا تحت تاثیر میلیونها تریدر منفرد ، دقیقا مانند من و شما و سایر افرادی که درحال ریسک کردن هستند، به حرکت درمیآید . مارکت را می توان بعنوان ترکیبی غول آسا از این تریدرهای منفرد تصور نمود.

درمقام قیاس شاید بتوان مراسم هنری را که در افتتاحیه های المپیک ویا جام جهانی ، در استادیوم های ورزشی برگزار میگردد ، مثال زد. هنگامیکه هر نفر یک روبان یا پاچه رنگی کوچک را با مشاهده سیگنالی خاص، به حرکت درمیآورد. و از چشم اندازی دورتر و منظره ای بسیار وسیع تر ، تصاویری رنگارنگ و بسیار زیبا در میان خیل جمعیت به نمایش درمیآید. اگر ما بتوانیم خودمان را بدرستی بشناسیم، آنگاه خواهیم توانست شکل ترکیبی ایجاد شده توسط مارکت را نیز به خوبی بشناسیم. همچنان که به زودی در همین فصل مشاهده خواهیم نمود، مارکت درحقیقت صرفا یک بازی فانتزی و خیالی است : یک جامعه شناسی خیالپردازانه در سطح مارکت، ویک روانشناسی خیالپردازانه درسطح فردی هر تریدر.

یکی از کارکردهای اولیه مارکت ، مخابره و عمومی سازی آنچیزی است که در هر لحظه در حال رخ دادن ، در درون گود و در «کف بازار» است. مارکت علایق و خواسته های تمامی تریدرها را ، بوسیله ارسال قیمت خرید/فروش و زمان این قیمتها، به سراسر دنیا منتشر می سازد. ما نیز بعنوان تریدرهایی منفرد، جزیی از این سیستم مخابراتی سراسری هستیم و دقیقا تاثیر خودمان را نیز بر این ارگانسیم عظیم اعمال میکنیم. به اینصورت که پس از دریافت اطلاعات ، ابتدا درباره آنها اندیشیده و پس از اتخاذ تصمیم ، معاملات خود را به بروکر و سپس به کف بازار ، منتقل می نماییم.



PRINCIPLES OF HUMAN COMMUNICATION

قوانین علوم ارتباطات انسانی

هنگامیکه ما ، مارکت را بعنوان مجموعه ای مرکب از تمامی تریدرهای منفرد تصور میکنیم، درواقع کارکرد بسیار مهمی از مارکت را تصدیق کرده ایم : کارکرد مخابراتی و ارتباطی مارکت. تجربیات و فعالیت های من در زمینه روانشناسی، به من آموخته است که سه تا از قوانین علوم ارتباطات انسانی، که در روانشناسی فردی اشخاص صادق است، همچنین برای کلیت مارکت نیز برقرار می باشد.

قانون ۱ :

نود درصد از هر آنچه می شنوید . دروغ است !

آن چیزی که درون ذهن آدم ها وجود دارد ، همان چیزی نیست که بر زبان می آورند. افکار و احساسات توسط ترس، علائق، و انتظارات ، تعیین می گردند. بعنوان مثال فرض کنید که من مدیر یک رستوران هستم و شما میخواهید در رستوران من استخدام شوید. من از شما می پرسم که آیا به کار کردن در رستوران من علاقمند هستید؟ ممکن است که شما حقیقتا از من و از رستوران من متنفر باشید! ولی چون به این شغل و درآمد آن احتیاج دارید، مسلما اینطور پاسخ نخواهید داد که: « قربان! راستش حال من از خیک گندتون بهم میخوره!!» بلکه برعکس شما پاسخ خود را بر مبنای آنچه که فکر میکنید مورد علاقه و قبول من باشد، تنظیم می کنید.

www.a0a.us



ما اغلب بروی احساسات و عقایدمان ، برمبنای اوضاع و شرایط لحظه ای خود ، سرپوش میگذاریم. ممکن است که ما به چهره دختر موردعلاقه خود نگاه کنیم و بگوییم « عزیزم ، هر وقت به چشمان تو می نگرم میزنم، زمان برای من متوقف میگردد!» اگرچه شاید این جمله نیز ظاهرا مشابه باشد که « عزیزم ! قیافه تو عقربه های ساعت را در جای خود میخکوب میکند!!» اما قاعدتا عکس العمل نامزد شما به این دو عبارت کاملا متفاوت خواهد بود! ما دایما ارتباطات خود را به گونه ای تعیین میکنیم که منطبق بر زمینه و اوضاع و احوال و شرایط پیرامون مان باشد.

در ترید کردن نیز عبارات مشابهی وجود دارند که روشهای زیرکانه ای را برای شانه خالی کردن از زیر بار مسئولیت فراهم میکنند. بعنوان مثال اغلب می شنویم که «بروکر به من گفت خرید کنم، درحالیکه من میدانستم که اشتباه میکند» ویا «تقصیر استوکاستیک بود، سیگنال خرید داد و بازهم اشتباه بود» اینها همگی روش های رایجی هستند تا مسئولیت تصمیماتمان را نپذیریم و اشتباهاتمان را بر گردن شخص یا چیز دیگری بیاندازیم.

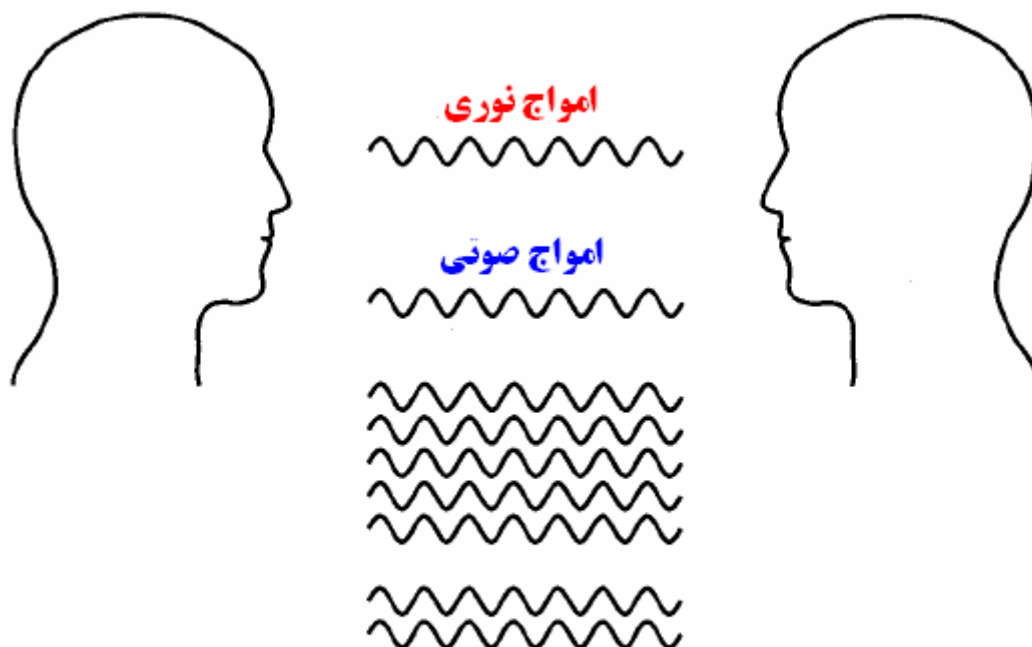
همچنین در بسیاری از مواقع، ما افکار و احساسات واقعی مان را در زیر عبارات و کلماتی استتار می کنیم که معانی ظاهری و باطنی متفاوتی دارند. به عنوان یک مثال میتوان از واژه «فهمیدن» یا *understand* نام برد. در بسیاری از مواقع ، هنگامیکه شما از کلمه «فهمیدن» استفاده میکنید، درواقع مقصود اصلی تان عبارت «تحت کنترل بودن» یا *control* می باشد. مثلا هنگامیکه به دوست خود میگویید که «من امروز اصلا مارکت را نمی فهمم» درواقع مقصود اصلی شما این است که «امروز من نتوانستم مارکت را تحت کنترل خویش درآورم». ویا هنگامیکه به فرزند خود، پس از بروز یک رفتار غیرقابل قبول توسط وی، میگویید که «نمیفهمم چطور ممکن است چنین عملی از تو سرزده باشد» درواقع مفهوم اصلی در ذهن شما این است که «احساس بدی دارم، فکر میکنم که من قادر به کنترل تو نیستم» ...

خلاصه اینکه ۹۰ درصد از عبارات زبانی که بکار میبریم ، دروغ و جعلی هستند! زیرا مقصود و نیات اصلی درون ذهن گوینده ، کاملا متفاوت از عباراتی هستند که توسط شنونده دریافت میگردند. اگر شما هنوز نسبت به این قانون شک دارید، خیلی ساده است . کافی است مدتی رفتار خود با دیگران را زیر نظر بگیرید، و ببینید که واقعا چقدر در ارایه افکار و احساسات واقعی و درونی خود به دیگران صادق هستید.

قانون ۲ :**شما نمی توانید یک دروغ را روی تمامی کانال ها ارسال کنید!**

ما اکنون داریم درباره یک انسان کامل صحبت میکنیم. هنگامیکه با کسی صحبت میکنید درواقع روی دو کانال متفاوت ، افکار و احساسات خود را برای وی مخابره میکنید : (۱) کانال بینایی و از طریق امواج نورانی (۲) کانال شنوایی و از طریق امواج صوتی (شکل ۱-۱۱)

اگر من و شما در یک اتاق باشیم، و شما از شنوایی و بینایی مناسبی برخوردار باشید، حتما میتوانید ببینید که من چه عملی انجام میدهم و همچنین بشنوید که چه چیزی میگویم. نکته جالب توجه این است که دانشمندان و محققین ارتباطات انسانی ، کشف کرده اند که ما حداقل روی پنج کانال دیگر نیز (علاوه بر دو کانال بینایی و گفتاری) اطلاعات انسانی خود را برای دیگران ارسال میکنیم و درواقع ارتباطات بین انسانی خود را با دیگران بر روی تمامی این کانالهای مختلف برقرار میکنیم! اساس کار دستگاه دروغ سنج یا پولیگراف نیز بر بررسی همین کانال ها بنا شده است . به این صورت که حداقل سه تا از این کانالهای غیر زبانی را زیر نظر گرفته و با اطلاعات ارسالی از کانال صوتی مقایسه میکند.



شکل ۱-۱۱ - کانالهای مخابراتی ارتباطات انسانی

البته نتایج دستگاه دروغ سنج ، کاملا محاکمه پسند نیستند، چون به هر حال دستگاه پولی گراف جایز الخطا است و نمی تواند صد درصد بدون خطا باشد زیرا : این دستگاه نمیتواند هر ۹ کانال مخابراتی ارتباطات انسانی را زیر نظر گرفته و بررسی کند. در واقع بهترین دستگاه دروغ سنج در دنیا ، خود شما هستید! هنگامیکه در مقابل دوست خود می نشینید و به دقت به سخنان وی گوش فرامیدهد و البته به شرط آنکه از قبل دچار پیش داوری نباشید.

بعضی اوقات از این توانایی بعنوان «حس ششم» ، «بصیرت» ، «شهود» و یا حتی «شم زنانه!» نام برده میشود. هنگامی که شخصی دروغ میگوید، یک پرش کوچک پلک ، و یا لرزش شانه، انقباض زانو و غیره می تواند تحت فشار عصبی بودن وی را مشخص کنند. و یا ممکن است شخص عرق کند، پیچ و تاب بخورد، و یا طنین صدایش هنگام ادای عبارت خاصی تغییر کند، و خلاصه هریک از این علایم فیزیکی، میتوانند به سهولت نشانگر عدم صداقت وی باشند.

بگذارید مثالی بزنیم که بیشتر در مورد آقایان مصداق دارد تا خانم ها. هنگامیکه یک مرد در حال گوش دادن به شخص دیگری است، و دست خود را به زیر چانه اش می برد، و یا به آرامی چانه اش را میخاراند، این اشارات معمولا به معنی آن هستند که وی موافق با چیزی است که در حال شنیدن آن است ، و مقصود گوینده را کاملا قبول دارد. و یا بعنوان مثال اگر در حال معامله کالای خاصی است ، این رفتار یعنی در آن لحظه با خرید آن کالا موافقت کرده است ! پس اگر شما یک کارگزار بیمه هستید و در حال تبلیغ کردن برای یکی از مشتریان جدید خود هستید و برای وی از مزایای قرارداد بیمه آتش سوزی میگوئید، و در همین حال ، مشتری شما با دست راست خود چانه اش را میخاراند، پس در واقع او با شما موافق شده است و احتمالا با خود فکر میکند که «بسیار خوب، شاید واقعا این مبلغ ناچیز ، ارزش حفاظت از کل سرمایه ام را داشته باشد ..» و بنابراین پاسخ مناسب شما در این لحظه باید این باشد که «پس چرا معطل هستید؟ کاغذ سومی منتظر امضای شماست!»

حال مثال دیگری میزنیم که بیشتر در مورد خانمها کاربرد دارد! حتما دقت کرده اید که بسیاری از خانمها هنگامیکه روی صندلی می نشینند، معمولا دو پای خود را بصورت ضربدری بروی یکدیگر می اندازد. و در همین حال ممکن است پای بالایی خود را به نوسان درآورند. محققین ثابت کرده اند که سرعت نوسانات پای خانمها در این حالت، کاملا وابسته به وضعیت روحی و روانی ایشان است ! و در واقع میزان اضطراب و یا عدم رضایت آنها را از اوضاع و شرایط پیرامونی شان نشان میدهد. بعنوان مثال اگر سرعت نوسانات پای یک خانم در حدود بیش از ۶۰ بار در دقیقه باشد، نشانگر آن خواهد بود که وی نسبت به چیز یا شخص خاصی کاملا معذب و نگران است. مثلا ممکن است او از لباس و پوشش خود ناراضی باشد و در فکر این باشد که لباسش با وضعیت و شرایط محیطی اش همخوانی و

هماهنگی لازم را ندارد. حتی در مورد برخی خانمها که روانشناسان آنان را «زنان بیش فعال» می نامند، جهت و راستای پای این خانم میتواند دقیقا به سمت شخص یا چیزی خاصی اشاره داشته باشد، که موجب نارضایتی و عدم آرامش وی شده است!

نکته جالب این است که همین نوسانات پا، اگر به صورتی کاملا ملایم و آرام و با آهنگی در حدود کمتر از ۶۰ بار در دقیقه انجام گردند، می توانند دقیقا به معنی حس متضادی باشند! یعنی در چنین شرایطی نوسانات آرام و ملایم پا، می توانند نشانگر رضایت و آرامش این خانم باشند. و بازهم در مورد زنان بیش فعال، حتی جهت و راستای پا نیز می تواند دقیقا اشاره به فرد یا چیزی داشته باشد که موجب رضایت و خشنودی آن زن شده است.

خلاصه اینکه ما همیشه حقیقت را چه بخواهیم و چه نخواهیم، بر روی برخی از کانالهای ارتباطی مان برای دیگران مخابره خواهیم کرد. کارل یونگ میگوید «اگر میخواهید رفتارهای انسانی را درک کنید باید بدانید که همه ما دارای دو اندام زبانی متفاوت هستیم. یکی از این زبان ها در دهانمان قرار دارد و دیگری در کفش مان است. و اینکه شما چگونه یک شخص را درک میکنید بستگی به این دارد که به کدام یک از این دو زبان وی گوش سپرده اید.» در اینجا منظور یونگ این است که آنچه که شما انجام میدهید به مراتب بسیار نزدیک تر است به حقیقت، تا آن چیزی که در ظاهر بر زبان می آورید.

قانون ۳:

مردم می توانند صرفا در مورد خودشان سخن بگویند!

اگر من به شما بگویم که «این اتاق اندکی گرم است»، در واقع من عبارتی درباره اتاق بیان نکرده ام، بلکه صرفا درباره حالت عصبی خودم با شما سخن گفته ام. حتی اگر بخواهم خیلی علمی و دقیق نیز بگویم «دمای هوای این اتاق دقیقا ۲۱ درجه سانتی گراد است» بازهم همچنان درباره خودم و دیدگاهم نسبت به زندگی با شما سخن گفته ام. اگر من به شما بگویم که «آنجا بیرون پنجره، دختری زیبا در حال قدم زدن است» در واقع من توصیفی از میزان زیبایی آن دختر ارائه نکرده ام بلکه صرفا درباره معیارها و استانداردهای شخصی خودم از «زیبایی» سخن گفته ام.

قوانین ارتباطات انسانی و کاربرد آن در مارکت

بازار نیز از همین قوانین انسانی تبعیت میکند زیرا مارکت اساسا هویتی مستقل نیست ، بلکه صرفا ترکیبی است از هزاران موجود انسانی. اجازه دهید از این منظر به قوانین مذکور نگاه کنیم :

۱. نود درصد از هر آنچه درباره مارکت میشنوید اساسا دروغ است .

این قانون اشاره به این دارد که پیغامی که شما دریافت میکنید هرگز حقیقتی را که واقعا درون مارکت در حال وقوع است، به شما منعکس نمیکند. بنابراین هنگامیکه خبرنامه های اقتصادی را میخوانید و یا در حال گوش دادن به کانال خبری CNBC هستید بخاطر بیاورید که نویسندگان و تحلیلگران اقتصادی ، بابت تفسیرهایی که ارائه میدهند، قبلا پول گرفته اند! و صرفا همان چیزهایی را میگویند که باید بگویند ! آنها باید یک چیزی بگویند تا توجیه گر این باشد که «چرا قیمت ها بالا رفته اند» و حداقل ۹۰ درصد از آنچه میگویند مطلقا بازتابی حقیقی از آنچه واقعا در مارکت در حال رخ دادن است نمی باشد. آنها جدا نمیدانند که در این لحظه دقیقا چه چیزی درون بازار در حال وقوع است، پس چطور انتظار دارید که قادر باشند چیزی را که نمیدانند برای شما شرح دهند؟!

۲. مارکت ، هرگز نمی تواند به خودش دروغ بگوید .

قیمت ها بالا رفتند چون باید بالا می رفتند. زیرا فشار بیشتری برای خرید نسبت به فروش وجود داشت. اینکه بگوییم «یک حرکت تکنیکال بود» و یا «اشباع فروش بود» نمیتواند بیانگر تمام حقیقت باشد. ما معمولا تمرکز خود را صرفا بروی نظاره اطلاعات روی دو کانال ارتباطی مارکت میگذاریم : (۱) قیمت و (۲) حجم معاملات در همان لحظه. دقیقا مشابه قواعد ارتباطات انسانی ، چندین کانال مخابراتی دیگر نیز درورای قیمت و زمان وجود دارد. ما در تحقیقات فراکتالی مان ، پنج کانال دیگر را نیز معرفی و بررسی کردیم.

۳. مارکت می تواند درباره خودش سخن بگوید.

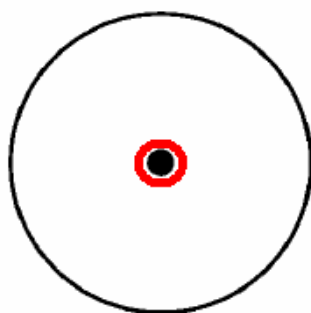
بله . مارکت میتواند سخن بگوید و زبان گفتاری مارکت همان «میله» ها یا «tick» ها هستند. تیک ها همواره احساسات مارکت را به درستی فاش میکنند. دریایان می توانیم اینطور جمع بندی کنیم که «به موزیک گوش بدهید، نه به شعر!». در اینجا موزیک همان مارکت واقعی است، و شعر همان تفسیرها ، نظرات ، آرا و عقاید تحلیلگران است.

وظیفه ما در مرحله چهارم این است که یاد بگیریم که چگونه با عمق بیشتری به موسیقی مارکت گوش فرا دهیم. به این منظور باید سعی کنیم که ابتدا خودمان را با عمقی بیشتری بشناسیم.

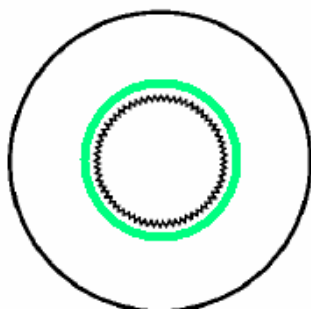
HOW YOUR BODY STRUCTURE AFFECTS YOUR TRADING

چگونه ساختار بدنی شما بر نحوه ترید کردن تان تاثیر میگذارد

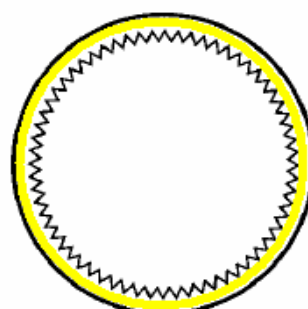
بزرگترین سلول انسانی ، «تخمک» زنانه است و کوچکترین سلول انسانی «اسپرم» مردانه است. هنگامیکه سلول تخمک به اسپرم اجازه میدهد که وارد جداره خارجی آن شده و با آن لقاح میکند، طوفانی از انرژی به راه میافتد. این انرژی حتی توزیع و پخش نمیشود، بلکه تماما در سه ناحیه خاص متمرکز میگردد: ۱- ایندواسپرم (درون بخش مرکزی) ۲- مزودرم (ناحیه بین بخش مرکزی و سطح خارجی) ۳- اکتودرم (داخل و نزدیک به سطح تخمک). (شکل ۲-۱۱ را ببینید)



ناحیه مرکزی



ناحیه میانی

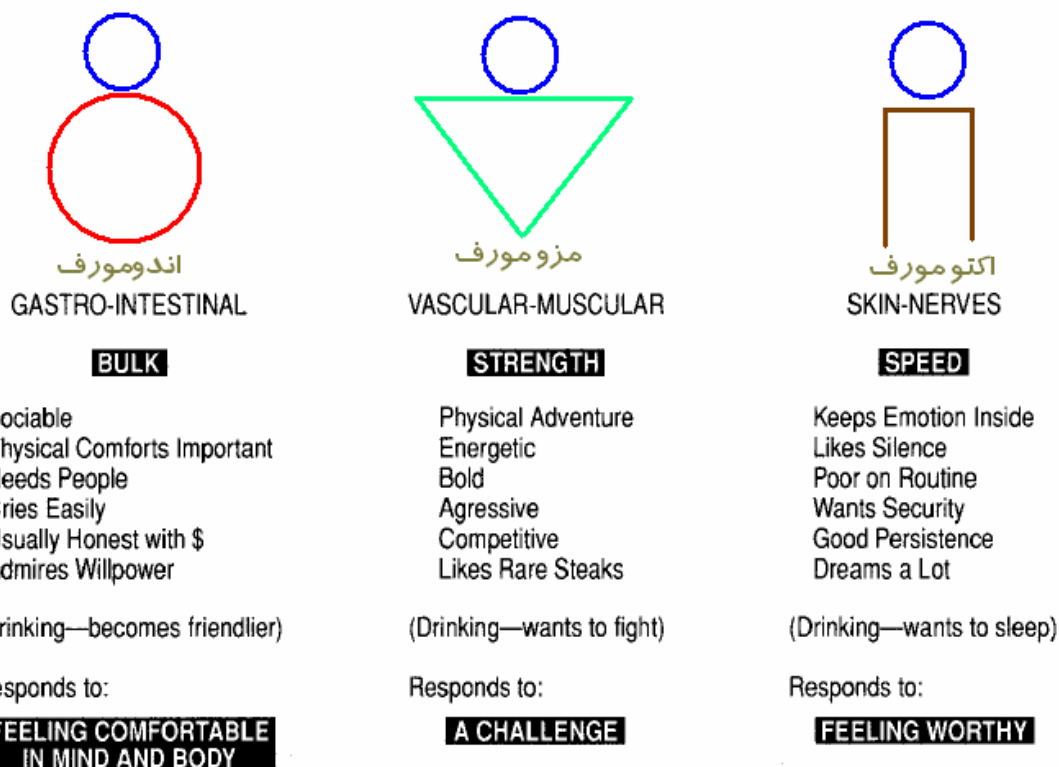


ناحیه پیرامونی

شکل ۲-۱۱ نواحی مجاز برای انباشت انرژی

اینکه این انرژی اولیه هنگام لقاح در کدام ناحیه متمرکز میگردد، در آینده تعیین کننده نوع جسم و شکل هیکل کودک متولد شده خواهد بود. اگر این انرژی در ناحیه مرکزی انباشته گردد، در آینده یک جسم توپر، چاق و پرچربی را برای شخص ایجاد خواهد کرد. اما اگر این انرژی در ناحیه مرکزی مجتمع گردد، در آینده هیکلی عضلانی ، ورزشکارانه و پرورش یافته را برای شخص به ارمغان خواهد آورد . و نهایتا اگر انرژی در ناحیه بیرونی متمرکز گردد، نتیجه آتی آن اندامی لاغر ، قلمی و باریک خواهد بود. در علوم زیست شناسی و روانشناسی این سه نوع ساختار جسمی را ، اصطلاحا اندومورف، مزومورف و اکتومورف می نامند.

البته در واقعیت ، هریک از ما عناصری از این هر سه مدل را با خود داریم، اما قاعدتا به یکی از این سه نوع ساختار جسمی ، نزدیکتر خواهیم بود. (شکل ۳-۱۱ را ببینید)



شکل ۳-۱۱ سه نوع ساختار جسمی و مشخصات شخصیتی هر گروه

چیزی که ما اینجا در حال شرح دادن آن هستیم نحوه دسته بندی کردن بر مبنای شکل ظاهری است. موثرترین دسته بندی میتواند یک توپ کروی شکل باشد. یک کره، بیشترین جرم را در سطح درونی خود انباشته نموده و کمترین سطح خارجی را معرض دید قرار میدهد. دسته بندی انسانها بر مبنای ساختار جسمی شان ، تعیین کننده این است که چگونه مردم اطلاعات را دریافت میکنند. ساختار نوع اکتومورف (باریک اندام) نسبت به دو گروه دیگر، بیشترین سطح خارجی را به ازای یک پوند جرم دارا میباشد. بنابراین بیشتر از سایرین نسبت به سرما و گرمای محیط اطرافش حساسیت نشان میدهد.

هنگامیکه افرادی با این سه نوع ساختار جسمی، به چارت واحدی نگاه میکنند، آنها دریافته‌ها و مشاهدات متفاوتی را تجربه خواهند نمود و هریک به محرک های خاص و متفاوتی توجه خواهند کرد. و چارت نیز حقیقتا برای این سه نوع ، متفاوت به نظر خواهد رسید. بیایید ساختار جسمی را با جزئیات بیشتری مورد آزمون قرار دهیم ، و سپس نتایج مشاهداتمان را به ترید کردن مرتبط نماییم.

در شکل ۳-۱۱ هر گروه را با یک کلمه خاص طبقه بندی کرده ایم : نوع اندومورف با کلمه **Bulk** ، نوع مزومورف با **Strength** ، و اکتومورف ها با لغت **Speed** .

باتوجه به اینکه هریک ساختار متفاوتی دارند، پاسخ هایشان نیز به محرکها ، متفاوت خواهد بود. بعنوان مثال هروقت که اندومورف نزد پزشک خود میرود، احتمالا شکایت از امراض معدوی و وضعیت مزاجی خود خواهد داشت. درحالیکه مزومورف اغلب از مشکلات قلبی و عروقی خود ویا از دردهای عضلانی اش شکایت خواهد کرد، و اکتومورف احتمالا درگیر بشورات جلدی، بیماریهای پوستی ویا مشکلات عصبی خواهد بود. به نظر میرسد که ارتباط بین بخش درونی بدن ایشان با سطح خارجی بدنشان، کلیدی برای طبقه بندی این سه گروه خواهد بود.

این غافلگیر کننده نیست که افراد با تیپ های متفاوت جسمی، توسط محرکهای متفاوتی تحریک می شوند. احتمالا مهمترین انگیزه برای یک **اندومورف** باید احساس راحتی باشد. از میان افرادی که می شناسید آنهایی را در نظر بگیرید که در این گروه قرار دارند، به حرکات و رفتار ایشان دقت کنید، هنگامیکه راه می روند ویا می نشینند. آنها در جستجوی راحتی و آرامش هستند و ترجیح میدهند تا روش های آسان تری را برای انجام امور ضروری خود پیدا کنند، و این شامل نحوه ترید کردن شان نیز می شود.

اما **مزومورفها** ، انگار از نژاد متفاوتی هستند. به نظر میرسد که آنها در اغلب اوقات درجستجوی «نا- راحتی» و «عدم آسایش» هستند ! آنها ورزشکار و برونگرا هستند. آیا میدانید چه چیزی ایشان را واقعا ارضا کرده و سر ذوق میاورد؟ یک «مسابقه» ! یک «رقابت» ! بله ، یک «چالش» چیزی است که به ایشان احساس آرامش و مطلوبیت میدهد. این ها همان افرادی هستند که از آنها چنین می شنویم که : «هی مربی! من رو بفرست توی زمین . من میتونم از پس اش بریام» ! آنها مداوما نیازدارند تا خودشان را به خودشان ثابت کنند ، و پس از آن نیز مجددا به دنبال یک چالش جدید و یک دردسر تازه می روند. معمولا آنها رهبران ، مربیان و لیدرهای خوبی میشوند.

اما چیزی که یک **اکتومورف** بیش از هر چیز به آن نیاز دارد این است که احساس «لیاقت» و «شایستگی» کند. آنها میخواهند کارهایی را انجام دهند که ثابت کند ایشان صلاحیت و ظرفیت لازم را داشته اند. آنها معمولاً در انجام رقابت ها ، متوسط هستند، در شغل های روتین و کارهای روزمره نیز همینطور، اما در کارهای ستادی و مدیریتی ، و پروژه هایی که نیاز به طرح و برنامه ریزی و نقشه دارند، عالی ظاهر می شوند.

هیچ یک از این سه نوع ، بخودی خود ، خوب یا بد نیستند. حتی هیچ یک بهتر یا بدتر از دیگری نیز نمی باشد. ساختار بدنی انسانها صرفاً سخت افزاری است که افراد با آن متولد میشوند، و بهتر است که بیاموزیم که چگونه بهترین استفاده را از آن ببریم بجای آنکه دایماً مایوس و سرخورده از آنچه که هستیم باشیم.

یک مثال جالب نیز وجود دارد که شما می توانید خودتان هم آن را امتحان کنید. به دفتر کارگزاری و یا ساختمان بورس بروید و به شکل ساختار و تیپ جسمانی کارگزاران ، و تریدرهای حرفه ای کف بازار دقت کنید. مشاهده خواهید کرد که حدود ۹۵ درصد آنها از تیپ مزومورف هستند ! حتی یکی از بروکرهای نیویورک ، صرفاً ورزش کاران ، و به ویژه بازیکنان سابق هاکی را برای تربیت و آموزش بعنوان تریدرهای کف بازار، استخدام میکند!



حتی مواد شیمیایی و غذاها نیز به شکل متفاوتی بر این سه گروه تاثیر میگذارد. در شکل ۳-۱۱ نشان داده ایم که هریک از این تیپ ها چگونه بهنگام نوشیدن الکل ، واکنش متفاوتی از خود بروز میدهند. اندومورفها معمولاً دوست داشتنی تر و صمیمی تر میشوند. درحالیکه مزومورفها هنگامیکه کنترل شان را بر احساسات خود از دست میدهند، بیشتر بدنبال درگیری و چالش میگردند و معمولاً این واکنش را با افزایش بلندی صدای خود آغاز میکنند. اما برای اکتومورفها ، مشروب خوردن بیشتر از آنکه هیجان آور باشد ، رخوت آور و افسرده کننده است. آنها معمولاً پس از نوشیدن مشروب ، خواب آلود می شوند ، چرت میزنند و خیلی زود میهمانی را بقصد منزل ترک میکنند.

اما همه اینها چه تاثیری بر ترید کردن دارند؟ بسیار زیاد! چون ساختار بدنی شما بر روش دریافت اطلاعات تان تاثیر میگذارد، شما باید در محیطی ترید کنید که هرچه بیشتر مساعد با خصوصیات شما و تقویت کننده حداکثر کارایی تان باشد تا آنکه مانع ویا بازدارنده آن. بعنوان مثال یک تریدر چاق و توپر از نوع اندومورف، باید هنگام ترید کردن دروضعیتی کاملا راحت و درمحیطی با حداکثر آسایش، رفاه و راحتی قرار داشته باشد.

اتفاقا ما همین اواخر با یک تریدر اندومورف چاق و بسیار موفق آشنا شدیم. او هنگام ترید کردن درون اتاق شخصی اش و برروی یک مبل چرمی بزرگ، قابل تنظیم و بسیار راحت، لم میداد نمودارهایش را برروی یک صفحه نمایش غول آسای ۵۲ اینچی مشاهده میکرد و با دستگاه کنترل از راه دور مونتیتورش را روشن یا خاموش میکرد. او دراتاق کار خود، در ساعات کاری مارکت، کاملا ریلکس و راحت بود و بوضوح از ترید کردن با این تجهیزات و دراین محیط آرام لذت می برد. نتایجی که او در پایان هفته از معاملات خود به ما نشان داد حقیقتا شگفت آور و غرور آفرین بود و حتی شاید سود همان یک هفته او، بسیار بیشتر از تمام هزینه ای بود که او برای فراهم نمودن تجهیزات مدرن و محیط کاری ایده آل اش، صرف کرده بود.



هریک از این سه نوع تیپ جسمی ، به نوبه خود میتوانند برای تریدر ، سودآور باشند. اگر شما بتوانید در روش ترید خود، طبیعت و سخت افزار جسمانی تان را نیز وارد نمایید، بسیاری از تنش ها و فشارها را از خود دور خواهید ساخت و کار را برای خودتان تا حد زیادی ساده تر خواهید نمود. ویژگیهای جسمانی خود را بیابید و منطبق بر ساختار جسمانی منحصر بفر خودتان ترید نمایید. محیط پیرامون خود را به گونه ای شکل دهید تا از مزایای ویژگیهای شخصی خود – و از روشها و تکنیکهای انحصاری جسم ، مغز و احساسات تان در پردازش اطلاعات – بهره مند گردید.

بخاطر داشته باشید که شما باید با نرمش و ورزش های منظم ، عضلات و بافتهای بدنی خود را کاملا تقویت کنید. همچنین شاید انجام «تمرین های کششی یوگا» و یا حتی تجربه یک دوره ی منظم «ماساژ عمیق عضلات» برایتان بسیار جذاب و سودمند باشد. البته با یک ماساژور ظریف و لطیف ! نه این شکلی !!



این نکته خیلی مهم است که هنگامی که بدن و عضلات شما آماده و سرحال باشند، ذهن و مغزتان نیز انعطاف پذیرتر خواهند بود. به قول معروف «عقل سالم در بدن سالم!». در ترید کردن شما هم به یک جسم آماده و انعطاف پذیر احتیاج دارید، و هم به یک ذهن منعطف و منظم.

دربخش بعدی ، به عصب شناسی سیمکشی مغز(!) خواهیم پرداخت و اینکه بشر چگونه میتواند از قدرت عظیمی که در این کامپیوترهای دوقلوی نیمکره چپ و راست مغزش موجود است، استفاده نماید و اینکه یک تریدر چگونه باید از مزایای شگفت آور آن در ترید کردن بهره مند گردد. این خیلی مهم است که بیاد داشته باشید که شما هنگامی میتوانید به بهترین سطح تریدینگ خود دست یابید که از تمامی ویژگیهای شخصی و منحصر بفرد سخت افزاری جسم و ذهن تان آگاهی یافته و آنها را به بهترین نحو در روش و نحوه ترید کردن خود بکار برید.

پیش از آنکه مطالعات مان را درباره کارکرد مغز، و نحوه تاثیر آن بر نحوه ترید کردن، آغاز کنیم، مقتضی است که یک ارزیابی دیگر نیز داشته باشیم. توجه کنید که تا اینجا ، همچنانکه ما سطوح اول ، دوم و سوم و موضوعات فرعی مرتبط با آنها را پشت سر گذاشته ایم، همزمان نحوه ترید کردن را نیز کاملا آموخته ایم. در واقع اکنون شما بعنوان یک تریدر حرفه ای ، موضوعات کتاب را ادامه میدهید. اینک «مارکت» تبدیل به بخشی از وجود شما شده است، و شما نیز خود جزئی از مجموعه ای از مردم هستید که «مارکت» را شکل داده و رهبری میکنند. این تفاوتی است که هم اکنون نیز شما را به عنوان یک «تریدر واقعی و حرفه ای» از سایرین متمایز می سازد.



دوستان عزیزم سلام!
با عرض شرمندگی مجدد
این هنوز ورژن نهایی این فصل نیست.
بخش دیگری از این فصل هنوز باقی مانده است که انشاءالله بزودی خدمتتان ارائه خواهد شد.

.....

باتشکر و سپاس همیشگی.
پشوتن.



خواننده گرامی سلام!

این کتاب تحت «نهضت ترجمه کتب و منابع فارکس در ایران» و در سایت علمی-آموزشی «سرمایه» تولید و منتشر گردیده است. خواهشمند است به هر طریقی که این کتاب را در اختیار گرفته اید برای حمایت از این نهضت و تشویق سایر جوانان پرشور و باانگیزه به تولید و ترجمه آثاری از این قبیل. همیاری و کمک های داوطلبانه خود را از ما دریغ نفرمایید.

**به امید رشد و ارتقای روزافزون جایگاه علمی و تخصصی فارکس در ایران
پشوتن مشهوری نژاد**

خوانندگان عزیز که علاقمند به دریافت فصول بعدی کتاب هستند می توانند

پس از واریز **مبلغ ده هزار تومان** تحت عنوان حمایت و همیاری داوطلبانه از

«نهضت ترجمه کتابها و منابع فارکس»

به یکی از حسابهای بانکی زیر ، شماره فیش خود را به آدرس ایمیل pshootan@yahoo.com

ارسال نموده و درخواست خود را جهت دریافت ادامه کتاب ، اعلام بفرمایند.

(۱) بانک سپه - شعبه فلسطین جنوبی کد ۲۶۸۸ - شماره حساب ۳۸۱۵۱۱ بنام پشوتن مشهوری نژاد

(۲) بانک سامان - شعبه بورس - شماره حساب ۱-۲۶۵۹۵۱-۸۰۰-۸۴۹ بنام پشوتن مشهوری نژاد

(۳) بانک صادرات - سپهر کارت - شماره حساب ۰۳۰۱۰۸۳۴۵۷۰۰۷

امیدواریم که با کمک و حمایت شما دوستان و سروران عزیز ، بتوانیم برای اولین بار در ایران ، سایر کتب و منابع اصلی و مرجع فارکس را نیز به زبان فارسی و با کیفیتی مطلوب مهیا نموده و خدمتتان ارایه نماییم.

