

## شادی زورکی افسردگی می آورد!

در سال ۱۹۲۰، روانشناس آمریکایی جان ب. واتسون مقاله‌ای پژوهشی منتشر کرد که در زمره مشکوک‌ترین کارهای اخلاقی قرن بیستم به شمار می‌رود...



سرویس سبک زندگی جوان آنلاین: در سال ۱۹۲۰، روانشناس آمریکایی جان ب. واتسون مقاله‌ای پژوهشی منتشر کرد که در زمره مشکوک‌ترین کارهای اخلاقی قرن بیستم به شمار می‌رود. واتسون همراه با روزالی رینر، دانشجوی ۲۱ ساله تحصیلات تکمیلی دانشگاه جانز هاپکینز در بالتیمور که محل تدریسش بود، می‌خواست نوعی ترس خاص را به یک بچه القا کند؛ ترسی که فارغ از این آزمایش، احساسی طبیعی بود.

به گزارش ایسنا به نقل از فصلنامه «ترجمان علوم انسانی»، تا آن زمان، شرطی سازی رفتار منحصراً در قلمروی حیوانات انجام می‌شد، اما واتسون و رینر یک بچه نه ماهه به نام مستعار آلبرت را برای مطالعه شان انتخاب کردند، به مادرش یک دلار دادند و چندین حیوان کوچک زنده را مقابلش گذاشتند، از جمله یک موش که او در ابتدا با بازیگوشی به آن علاقه نشان داد. وقتی آلبرت مشغول بازی با موش بود، آزمایشگران با چکش به یک میله فولادی زدند. صدای بلندی ایجاد شد که بچه را ترساند و به گریه انداخت. پس از چند بار تکرار، کافی بود آزمایشگران موش را به آلبرت نشان بدهند تا او به گریه بیفتد. حتی بدون آن صدا، آنها توانسته بودند ترس از موش‌ها را با شرطی سازی در او تزریق کنند که در نهایت به ترس از چندین و چند حیوان با پوست مودار و خردار مثل خرگوش‌ها و سگ‌ها هم تسری پیدا کرد. لابد فکر می‌کنید این آزمایش غیرمنتظره به هیاهویی عمومی منجر شد (چون حالت شرطی شده آلبرت را از بین نبردند) یا حتی اعتراضات علمی برانگیخت، چون گروه کنترل خاصی در کار نبود. به هرحال، این آزمایش نشان داد که به هزاران روش می‌توان شرطی سازی رفتار را نه تنها روی حیوان‌ها، بلکه روی انسان‌ها نیز پیاده کرد.

امروزه این نوع دستکاری‌های رفتاری به روالی عادی تبدیل شده‌اند، اما به لطف کلان داده و محیط دیجیتال که نظارت الگوریتمی در آن کم و بیش همه جا هست، شکل‌های ظریف‌تر و موزیانه‌تری به خود گرفته‌اند ولی به جای شرطی سازی برای القای ترس‌های خاص، اکنون شادی به هدف رایج‌تر دستکاری‌های روانشناختی تبدیل شده است. از جهات مختلف می‌شود گفت که شادی همانا دستاورد بازاریابی طی یک دهه اخیر بوده است، چنانکه محصولات مراقبت از خود و ضد استرس اکنون فهرست پرفروش‌های آمازون را پر و کنار کتاب‌های پرمخاطبی لانه کرده‌اند که «بلاگرهای شادی نویس» تألیف می‌کنند. آنچه همه این چیزها را گرد هم آورده است، نسخه‌ای خاص نگران‌کننده و بسیار جدید از «شادی» است که می‌گوید باید به هر قیمتی از احساس‌های بد پرهیز کرد.

این حکم به پرهیز از شادنبودن (و حتی ظاهر شادداشتن) فرهنگی را رقم زده است که در آن هرکس از طریق اینستاگرام و شبکه‌های اجتماعی دیگر، زندگی‌ای می‌سازد صرفاً برای اینکه آن را پیش چشم عموم مردم بگذارد. این زندگی هم سلسله‌ای از «تجربه‌های فوق‌العاده» است و لاغیر. غم و یأس رد می‌شوند و حتی تجربه‌های خنثی یا پیش‌پاافتاده زندگی نیز از قاب تصویر رتوش می‌شوند. انگار که ظاهر ناشاد، بنا به اخلاقیات پروتستان، نوعی نقص شمرده می‌شود: «انگار به قدر کافی سختکوش نبوده‌ای یا به اندازه کافی به خودت باور نداشته‌ای.»

می‌توان ردپای این نوع فهم از شادی را در بنیان‌های جهان غرب دید. متفکران مدرن، شادی را کمتر در قالب نبود درد و بیشتر در قالب زیادت به روزی می‌بینند. مثلاً ریچارد لاپارد، اقتصاددان انگلیسی، طرح چیزی را تدوین کرد که می‌توان «اقتصاد شادی» شمرد. این ایده هم اکنون مبنای یک پیمایش سالانه به نام گزارش جهانی شادی است که اندازه می‌گیرد درآمد فرد و ثروت جامعه چقدر بر شادی اثر می‌گذارد. روانشناسی مثبت پس از آن مد شد که مارتین سلیگمن در سال ۱۹۹۸، پس از آنکه رئیس انجمن روانشناسی آمریکا شد، شادی را به عنوان مضمون محوری خود انتخاب کرد. سلیگمن گفت شادی از داشتن و جستجوی هیجانات مثبت نشئت می‌گیرد، یعنی یک جور حس با هم بودن، شادی معنایی وجودی است. به اعتقاد او، انسان‌ها معمولاً «ناشاد بودن» را یاد می‌گیرند؛ یعنی وقتی که تصمیم می‌گیریم از موقعیت‌های ناخوشایند فرار نکنیم حتی اگر توان فرار داشته باشیم. از این نظر، باید مدام شادی را به خودمان بیاموزیم: «ما در جهت شادبودن تلاش می‌کنیم.» از این نقطه، یک خیز کوتاه کافی است تا به فهم رایج امروزی از شادی برسیم: دنبال تجربه‌های فوق‌العاده گشتن و خریدن آنها. مصرف داروهای ضد افسردگی نسخه دار به حد بی‌سابقه‌ای رسیده است، کتاب‌های خودیاری در طبقات فروشگاه‌ها انباشته شده‌اند و روش‌های درمانی مختلف با همدیگر مسابقه گذاشته‌اند که ما را از ذهنیت‌های منفی خلاص کنند تا بلکه شکوفا شویم. همه اینها البته تلاش حساب می‌شوند، اما نوع خاصی از تلاش که هر لحظه‌ای از زندگی را بهینه می‌کند تا به شادی فوق‌العاده برسد، ولو اینکه لحظه‌ای گذرا باشد و در همان حال فعالانه شادی به دورترها رانده می‌شود. هیچ تصویری از بیهودگی وجودی مدرن به

پای آن جهانگردی نمی رسد که مدام عکس های رستوران ها و جاهای دیدنی را در رسانه های اجتماعی پست و سخت تلاش می کند شادی را به نمایش بگذارد، اما آنچه در این میانه از دستش می رود، برقراری پیوندی واقعی با همتایان و همقطارانیش است. چنین کسی که تلاش می کند شادتر (یا همان بهتر) از دیگران باشد، بعید نیست از آنها غریبه شود. ممکن نیست این بازی برد - برد باشد. ما می خواهیم شاد باشیم، اما نمی خواهیم در مسیر شادی از خودمان دور شویم یا به خودمان آسیب بزنیم. همین که میل و اراده دست و پنجه نرم کردن با هیجانات دشوار را داشته باشی، رضایت از زندگی بیشتر می شود.

چند سال پیش، به ۳۶۵ نفر ۱۴ تا ۸۸ ساله که از لحاظ هیجانی باثبات حساب می شدند، گوشی های هوشمندی دادند تا طی سه هفته هر روز به سؤالاتی درباره سلامت هیجانی شان پاسخ بدهند. این مطالعه که در ژورنال ایموشن منتشر شد، نشان داد وقتی شرکت کنندگان می گفتند خلق منفی دارند، فقط آن هایی که هیجانات منفی را مضر یا مغایر شادی می دانستند رضایت کمتری از زندگی داشتند. آن هایی که معتقد بودند هیجانات منفی می توانند برایشان مفید باشند، فارغ از خلقشان، رضایت ثابتی از زندگی داشتند. این یافته حاکی از آن است اگر به جای آنکه صرفاً پی شادی باشیم با هیجانات منفی مان هم درگیر شویم، شادتر می شویم. این بتی که از پی شادی رفتن ساخته شده، گویا یک پدیده انگلیسی - امریکایی است، شاید، چون در هر دو کشور فشارهای فرهنگی شدیدی برای کمرنگ جلوه دادن هیجانات منفی وجود دارد. در چارچوب فکری انگلیسی - امریکایی، هیجانات منفی بازتابی منفی از ما به نمایش می گذارند، انگار که خطایی اساسی کرده ایم، گویی که بدون ذوق و اراده لازم برای دستیابی به شادی زیسته ایم. ولی این همه تظاهر به شادی بالاخره خودش را بروز می دهد. کسی که در فرهنگ غربی زندگی می کند چهار تا ۱۰ برابر بیشتر از فرهنگ شرقی احتمال دارد به افسردگی بالینی یا اضطراب دچار شود.