

از کجا معلوم آن فرد یا ادمین شرایط زندگی‌اش را صادقانه با شما در میان گذاشته باشد؟



«از کجا معلوم آن فرد یا ادمین شرایط زندگی‌اش را صادقانه با شما در میان گذاشته باشد؟ اصلا همین که افرادی این قدر وقت خالی در زندگی داشته باشند که زندگی خود را به دیگران نمایش دهند باید ما را به شک بیندازد که چطور می‌شود فردی با این حجم از وقت خالی از موفقیت حرف بزند؟»

به گزارش ایسنا، روزنامه **جام جم** نوشت: «اینجا رویا می‌فروشند؛ رویای یک شبه ثروتمند شدن و رویای موفقیت و خوشبختی‌های بدون تلاش و فقط با عبارات تاکیدی! جریان موفقیت این بار تورش را در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی پهن کرده است. بلاگرهایی که هر روز ساعت‌ها در فضای مجازی حضور دارند و با توصیه‌ها و عبارات تاکیدی و وعده‌های جذاب و وسوسه‌انگیز می‌کوشند لایک و فالوئر جمع کنند و بسته‌های آموزشی زردشان را به ده‌ها و گاه هزاران نفر بفروشند. بسته‌های آموزشی که بی‌تردید هیچ تغییر مثبتی در زندگی مخاطبان‌شان ایجاد نمی‌کند اما پول‌های کلانی به جیب بلاگرهای موفقیت و روانشناسان زرد سرازیر می‌کند!»

جریان موفقیت از سال‌ها قبل با همایش‌ها و کتاب‌های سوپرمارکتی در ایران آغاز شد. در راس این جریان افراد اتوکشیده‌ای بودند که حرف‌های تازه‌ای داشتند. کلیدواژه‌هایی همچون «موفقیت»، «شادکامی»، «ثروت» و «خوشبختی» آنقدر جذابیت دارند تا هر کسی را به سمت خود بکشند و پای صحبت‌ها و همایش‌های این افراد بیاورند. سخنرانی‌ها و کتاب‌هایی که در نهایت حاصلی جز رویا فروشی نداشتند و پیش‌زمینه‌ای برای فعالیت شرکت‌های هرمی همچون گلدکوئست در ایران بود. این جریان اگر برای متقاضیان موفقیت و خوشبختی ماحصلی نداشت اما پول‌های کلانی به جیب عده معدودی از افراد سرازیر کرد و موجب شد حتی حالا هم که بساط گلدکوئست و هرمی‌ها جمع شده باز هم جریان موفقیت و روانشناسی زرد ادامه داشته باشد. این بار جریان موفقیت و روانشناسی زرد از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی سردرآورده و توصیه‌های زرد این روانشناس‌نماها و افرادی که مدعی‌اند برای موفقیت و ثروت راه‌های میان‌بر بلدند زندگی بسیاری از افراد را مختل و رویاهایشان را به سرابی دست‌نیافتنی تبدیل می‌کند.

ماجرای پیداشدن سروکله جریان موفقیت در ایران

تکنولوژی فکر، موفقیت، رازهای ثروتمند شدن، چگونگی قورت دادن قورباغه و هزارویک نام و عنوان دیگر که مانند قلابی به ذهن و روان مخاطبان گره می‌خورد و آنها را به سمت خود می‌کشد. این ماجرا سال‌ها پیش با تغییر فضای ایران به سمت نگاه‌های لیبرالی در دوران سازندگی و اصلاحات، وارد فضای اجتماعی جامعه ایران شد تا زمینه‌ساز حضور و فعالیت شرکت‌های هرمی همچون گلدکوئست باشد. شرکت‌هایی که هر چند ثروت‌های بادآورده‌ای را به جیب راس هرم می‌ریخت اما افراد زیادی در این مسیر داروندارشان را از دست دادند! همین مسأله و کلاهبرداری‌هایی که در قالب فعالیت شرکت‌های هرمی و گلدکوئست صورت گرفت موجب شد بساط این شرکت‌ها جمع شود اما حکایت جریان‌های موفقیت آن هم با تعاریف متفاوت از سبک زندگی ایرانی - اسلامی و حتی تعاریف علمی موفقیت در علم روانشناسی فاصله‌ای عمیق دارد. حالا هم این جریان وارد فضای مجازی شده و سبک خاصی از بلاگری را به وجود آورده است.

به تاریخچه زندگی خود نگاه کنید

احمد احمدی پور، روانپزشک و عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی آزاد تهران، درباره روانشناسی زرد و جریان موفقیت در فضای مجازی می‌گوید: «شاید برای همه ما پیش آمده باشد که با برخی عبارات و جملات تاکیدی روبه‌رو شده باشیم یا در فضای مجازی با بلاگری‌هایی مواجه شده باشیم که با جمله‌های انگیزشی قول می‌دهند تمام مشکلات ما را می‌توانند در کمترین زمان حل و ما را متحول کنند اما دو نکته وجود دارد که از آنها غافل می‌شویم و آن اینکه اگر به تاریخچه زندگی خودمان نگاه کنیم متوجه خواهیم که چطور می‌شود تمام مشکلاتی که سال‌هاست روی هم انباشته و محصول شده را یک روزه حل کرد؟! مگر می‌شود یک مشکل مزمن را با یک راه حل حاد و سریع حل کرد؟!»

او با تاکید بر اینکه آپاندیسیت هم اگر مزمن و عارضه‌دار شود دیگر چاره‌اش یک عمل ساده نخواهد بود و کارهای پیچیده‌تری برای درمانش لازم است، می‌افزاید: «این وعده و وعیدهای مطرح شده نه تنها کاربردی و مشکل‌گشا نیستند بلکه در اصل ما را از مسیر حل مشکلات دور می‌کنند.»

تبعات مقایسه زندگی خود با دیگران

به گفته این روانپزشک، در همه مکاتب روان‌درمانی تاکید شده مسئولیت اصلی درمان بر عهده خود فرد است و افرادی که مسئولیت درمان را نمی‌پذیرند به یقین دوره بیماری یا مشکلات طولانی‌تری را برای خودشان رقم خواهند زد. از نگاه او انتظار اینکه دیگران یا عوامل بیرونی باید حرفی را بزنند یا رفتاری را انجام دهند تا مشکلات ما حل شود، انتظاری نابجا و سلب مسئولیت از خودمان است. در واقع همان طور که شما نمی‌توانید با راه‌حل‌های خودتان لزوماً حال دیگران یا مسیر رشد آنها را تغییر دهید آنها هم به طور قطع نمی‌توانند این مسئولیت را به عهده بگیرند.

احمدی پور تاکید می کند: «علاوه بر این مقایسه زندگی افراد با هم نه فقط کمکی به رشد زندگی آنها نمی کند بلکه می تواند سبب پسرفت و ناکامی افراد هم بشود.»

به باور او حتی اگر شرایط مقایسه به گونه ای باشد که همه استانداردهای مقایسه هم در آن رعایت شده باشد باز هم از این روش نمی توان برای کمک بهره گرفت. لذا مقایسه بلاگرها توسط افراد می تواند نتیجه معکوس به همراه داشته باشد. این روانپزشک تصریح می کند: «از کجا معلوم آن فرد یا ادمین شرایط زندگی اش را صادقانه با شما در میان گذاشته باشد؟ اصلا همین که افرادی این قدر وقت خالی در زندگی داشته باشند که زندگی خود را به دیگران نمایش دهند باید ما را به شک بیندازد که چطور می شود فردی با این حجم از وقت خالی از موفقیت حرف بزند؟»

آسان ترین راه، سریع ترین راه نیست

آمار و ارقام فالوئرهای برخی از صفحات روان شناسی و موفقیت را که نگاه می کنید با اعداد و ارقام عجیبی روبه رو می شوید؛ اعدادی که رمز موفقیت این صفحات است و می توانند با افزایش فالوئرهای درآمدشان را بیشتر کنند. احمدی پور اما درباره مراجعه بالاتر یا فالوئرهای بیشتر و ارتباط آن با تبحر و کارایی این گونه توضیح می دهد: «هر صفحه مجازی، کتاب یا فیلم که پربازدیدتر یا پرفروش تر باشد لزوماً به معنای آن نیست که موثرتر هم هست. یعنی تعداد فالوئرهای، بیننده ها یا خواننده ها دلیلی برای علمی یا تاثیرگذار بودن نیست.»

به گفته او علاوه بر این بسیاری از ادمین ها یا گردانندگان این صفحات از دانش و آگاهی مربوط نیز برخوردار نیستند و تحصیلات دانشگاهی و آکادمیک لازم را ندارند. اینها هم دلایلی هستند که باید ما را درباره اعتماد به این صفحات زرد و درباره اینکه این صفحات نمی توانند مشکلات مردم را حل کنند و ممکن است به عمق و وسعت آنها هم بیفزاید به تامل وادارد. در یک کلام، آسان ترین، سریع ترین و در دسترس ترین راه حل ها برای رفع مشکل نمی تواند برطرف کننده مسائل سخت، پیچیده و مزمن ما باشد بلکه باید سراغ مشاوره های تخصصی علمی با مسئولیت پذیری مستقیم درمان جو رفت.»