ZENDEGI-SALAM
زندگی سلام
ضمیمه روزنامه خراسان
سه‌شنبه • اول آبان ۱۳۹۷
۱۳ صفر ۱۴۴۰ • ۲۳ اکتبر ۲۰۱۸
شماره ۱۹۹۴۶
۱۱۶۹

درباره «اثر دیدرو»؛ پدیده‌ای که میل مقاومت‌ناپذیر ما به خرید برای هماهنگ کردنِ مجموعه وسایل‌مان‌رَا توضیح می‌دهد

خرید تا نابودی!

الهه توانا | روزنامه‌نگار

پرونده

چندروز پیش یک شال قشنگ با ترکیب رنگی خاص خریدم. جلوی آینه اتاق پرو، متوجه شدم مانتویی ندارم که با این شال ست شود؛ مانتوی جدیدی که قرار بود بخرم، با کفش‌های قدیمی‌ام اصلا جور درنمی‌آمد. پس یک جفت کفش نو و طبیعتا یک کیف تازه هم لازم داشتم. به این ترتیب، بی آن که بدانم افتاده بودم توی چرخه‌ای که بیرون آمدن از آن راحت نبود. این موقعیت برای‌تان آشنا نیست؟ تا حالا برای‌تان پیش نیامده خرید یک وسیله تازه، توی چنین گردابی بیندازدتان؟ یک کاناپه جدید می‌خری و «این فرش هم که کهنه شده و مگه میشه رنگ پرده‌ها با مبلمان هماهنگ نباشه؟ چند تا تیکه دکوری جات جدید هم لازمه تا حال‌وهوای وسایل با هم جور دربیاد و...». هر کس، طوری در این گرداب، گیر می‌افتد؛ یکی بعد از خریدن گوشی تلفن همراه تازه تا همه لوازم جانبی‌اش را نخرد، آرام نمی‌گیرد؛ یکی با خریدن یک خودکار تازه، همه جامدادی و کوله‌اش را نو می‌کند و یکی دربرابر هماهنگ کردن وسایل خانه و رخت‌ولباس، اختیار از کف می‌دهد. خلاصه هر کس به‌نوعی دچار این پدیده است که به «اثر دیدرو» معروف شده. حالا چرا اسم‌اش را گذاشته‌اند دیدرو؟ چگونه رفتار ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد و چطور می‌شود از شرش خلاص شد؟ جواب این سوالات را در پرونده امروز بخوانید.

گفت‌وگو با دکتر قادری، روان‌شناس، درباره وجه روان‌شناختی اثر دیدرو

مبنا و مهارِ ولعِ سیری‌ناپذیر خرید

برای این که بفهمیم اثر دیدرو دقیقا چه بلایی سر ما و جیب‌مان می‌آورد از «کاوه قادری»، دانش‌آموخته دکترای تخصصی روان‌شناسی از دانشگاه علامه طباطبایی کمک گرفتیم. او اثر دیدرو را معادل «خرید تکانشی» در روان‌شناسی می‌داند و چگونگی عملکرد آن را از جنبه عصب‌شناختی و هویت‌یابی بررسی و راهکارهایی پیشنهاد می‌کند تا بعد از این، مغلوبش نشویم.

روان‌شناسی، اثر دیدرو را چطور توضیح می‌دهد؟

رفتار خرید کردن را از چند جنبه می‌شود بررسی کرد؛ از دیدگاهی کلی ریشه‌اش را باید در مفهومی به اسم «تنظیم هیجان» جست‌وجو کنیم. خرید کردن رفتاری است که با شادی به عنوان یک هیجان اصلی ارتباط دارد. هیجان شادی به سیستم «لیمبیک» مغز، مربوط و با افزایش دوپامین در مغز نشان داده می‌شود. ترشح دوپامین، احساس لذت به همراه دارد. روان‌شناس‌های زیستی در خرید کردن، برای لوب فرونتال (قسمت قُدامی مغز) هم نقشی قائل‌اند، جایی که مهار و کنترل رفتارها، توجه و تصمیم‌گیری در آن انجام می‌شود. اگر توانِ تصمیم‌گیری لوب فرونتال ضعیف شود، قدرت مهار مغز کم می‌شود؛ اصطلاحی که با عنوان (Ego depletion) یا خالی شدن توان و ظرفیت مهاری مغز مطرح است که چنین موضوعی رفتارهای تکانشی از جمله تکانشی خرید کردن را به دنبال دارد. یکی از عواملی که قدرت تصمیم‌گیری مغز ما را کاهش می‌دهد، مواجه شدن با انتخاب‌های متعدد است. برای همین است که از فروشگاه‌های بزرگ، با کلی گزینه خرید، به‌جای یک کیسه خرید ضروری با چندین کیسه خرید غیرضروری خارج می‌شویم. لوب پیشانی وقتی انتخاب‌های زیادی داشته باشد، قدرتش کم می‌شود و سیستم هیجانی، دست بالا را می‌گیرد. در پدیده اثر دیدرو، مسئله سرایت تازگی هم مطرح است؛ یعنی سوال این جاست که چرا یک وسیله نو، میل به نو کردن بقیه چیزها را هم برمی‌انگیزد؟ وقتی فرد چیز تازه‌ای می‌خرد، این خرید تازه برایش اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند و دیگران هم تأییدش می‌کنند؛ برای لذت بیشتر ناشی از تأیید دیگران، شروع به خریدهای زنجیره‌ای می‌کند.

در تعریف اثر دیدرو، میل ما به هماهنگی است که خریدهای زنجیره‌ای را رقم می‌زند. چرا هماهنگی این‌قدر برایمان مهم است؟

در روان‌شناسی مکتبی داریم به اسم «گِشتالت»؛ گشتالتی‌ها معتقدند ذهن انسان، کل‌نگر است و نقص را دوست ندارد. تحقیقی در این زمینه انجام شده است؛ به چندنفر، تعدادی تصویر نیم‌دایره نشان داده شد. شرکت‌کننده‌ها بدون این که بدانند چرا، دایره‌ها را کامل کردند. این تحقیق و مطالعات دیگری در این باره ثابت می‌کند که ذهن کل‌نگر و گشتالت‌محور ما، به کامل کردن چیزهای ناقص تمایل دارد. پس این که چطور یک خرید تازه ما را تحت فشار هماهنگ کردن بقیه وسایل قرار می‌دهد، می‌تواند ناشی از رویکرد گشتالتی‌مان باشد. یک کلِ یکپارچه بعد از یک خرید جدید، به‌هم می‌ریزد پس فکر می‌کنیم همه چیز باید نو شود.

بین تعریف ما از هویت‌مان و خریدهای غیرضروری چه ارتباطی وجود دارد؟

نظریه‌پردازها، مراحلی را در شکل‌گیری هویت مطرح می‌کنند؛ از دوره کودکی که هویت هنوز شکل نگرفته است تا مرحله‌ای که فرد دارای هویت می‌شود. در بین این دو، مراحل دیگری وجود دارد؛ بعضی‌ها در مسیر هویت‌یابی هستند ولی هنوز هویت‌شان معلق است؛ عده‌ای هویت‌شان تقلیدی است و تعدادی اصلا به دنبال هویت‌یابی نمی‌روند. به‌طور طبیعی، هویت‌یابی باید تا دوره جوانی تکمیل شود اما بزرگ‌سالانی هم هستند که هویت مشخصی ندارند یا هویت‌شان تقلیدی و معلق است. افرادی که هویت‌شان به‌خوبی شکل نگرفته است و در مرحله تقلید و الگوبرداری هستند، به‌لحاظ اخلاقی در مرحله‌ای قرار دارند که نظر دیگران برای‌شان فوق‌العاده مهم می‌شود و کارها را نه به‌خاطر نفس عمل بلکه به‌خاطر تأیید و تنبیه دیگران انجام می‌دهند. آن‌ها بیشتر گرایش دارند که خودشان را با لباس و دارایی‌شان تعریف کنند. اگر فرد هویت منسجمی برای خودش شکل و به نظر دیگران تا حد معقولی اهمیت بدهد، مفاهیم آرمانی و عمیقی برای فرایند هویت‌یابی‌اش در نظر بگیرد و در مسیر آن‌ها حرکت کند، میل به خرید کردن‌های این‌چنینی کاهش می‌یابد. نکته دیگری که بدنیست بدانیم این است که خرید کردن افراطی، حتی می‌تواند با عنوان اختلال روان‌شناختی «خرید اعتیادی» مطرح شود؛ وقتی هدف فرد از خرید، کاهش اضطراب و فرار از احساس یأس باشد.

> افرادی که هویت‌شان به‌خوبی شکل نگرفته است و در مرحله تقلید و الگوبرداری هستند، به‌لحاظ اخلاقی در مرحله‌ای قرار دارند که نظر دیگران برای‌شان فوق‌العاده مهم می‌شود و کارها را نه به‌خاطر نفس عمل بلکه به‌خاطر تأیید و تنبیه دیگران انجام می‌دهند

من فکر می‌کنم پدیده نوکیسگی، همان اثر دیدرویی است که فرصت بیشتری برای بروز پیدا کرده است. نظر شما در این باره چیست؟

شخصی را تصور کنید که در تمام عمر نتوانسته است چیزهایی را که دوست دارد، بخرد یا حداقل ارزیابی‌اش را طوری عوض کند که با این مسئله کنار بیاید. این فرد حجم زیادی از تکانه‌ها را با خود دارد که هیچ‌وقت ارضا نشده‌اند و وقتی ناگهان پول زیادی به‌دست می‌آورد، مثل کسی رفتار می‌کند که چندروز غذا نخورده است. سرکوب بلندمدت، رفتارِ تکانشی را به همراه دارد. نکته دوم درباره نوکیسگی این است که فرد می‌خواهد از جایگاه فعلی‌اش به جایگاه بعدی ارتقا یابد و تنها ابزارش برای این ارتقا، خرید و مصرف است. در حالی که می‌دانیم جایگاه افراد در جامعه، یک مولفه چندفاکتوری اجتماعی و اقتصادی است و کسی صرفا با خرید کردن، طبقه‌اش عوض نمی‌شود.

نقش بازار در این ماجرا چیست؟ تولیدکننده‌ها و فروشندگان از فروش لوازم جانبی سود خوبی به جیب می‌زنند و به‌نظر می‌رسد نحوه کارکرد اثر دیدرو را خیلی خوب می‌شناسند.

تولیدکننده‌ها و فروشنده‌ها، به چندروش مصرف‌کننده را تحت فشارهای روانی قرار می‌دهند؛ اول این که، با انتخاب‌های متعددی که در اختیار فرد می‌گذارند، قدرت کنترل مغز او را کاهش می‌دهند. وقتی فروشنده چندین نوع کالا را به شما نشان و درباره همه‌شان توضیح می‌دهد، بالاخره ذهن‌تان یک جا خسته می‌شود؛ همان جایی که به فروشنده می‌گویید «خودت کدوم رو پیشنهاد می‌کنی؟» دومین موقعیتی که ما را مغلوب فروشنده می‌کند، زمانی است که فکر می‌کنیم خرید نکردن از کسی که برای‌مان کلی وقت و انرژی گرفته، قدرنشناسی است. فروشنده‌ها سعی می‌کنند مشتری را زمان بیشتری در مغازه نگه‌دارند؛ هرچه مدت ماندن‌تان در فروشگاه بیشتر شود، احتمال خریدتان هم بالا می‌رود. عامل بیرونی دیگری که رفتار خرید کردن را تحت تأثیر قرار می‌دهد، سرمایه‌داری است؛ جامعه سرمایه‌داری متوجه شد نیازهای مردم محدود است و در صورتی می‌شود فروش محصولات را تا ابد تضمین کرد که در مردم نیازهای کاذب ایجاد شود؛ «اگر هنر فری‌ات از پشت گردن وارد گوش نمی‌شود، آدم بی‌کلاسی هستی»! وقتی جامعه، هویت و جایگاه اجتماعی افراد را بر اساس محصولات تعیین کند، آدم‌ها هم با مصرفی شدن خودشان را تعریف می‌کنند.

ما حالا می‌دانیم فشار برای خریدهای پیاپی از کجا می‌آید اما چطور می‌توانیم در برابرش مقاومت کنیم؟

کنترل کردن خریدهای تکانشی، مثل هر رفتار نامطلوب دیگری از مسیر «سرکوبی» چندان به نتیجه نمی‌رسد. مثل کسانی که بعد از یک دوره رژیم غذایی، با حرص و ولع بیشتری شروع به خوردن می‌کنند یا مثل معتادهایی که بعد از کمپ، دوباره شروع به مصرف می‌کنند. سرکوبی، چیزی را عوض نمی‌کند. برای کنترل رفتارهای تکانشی، لازم است قضاوت و توجه فرد تغییر کند. برای این که قدرت‌مان را در برابر وسوسه خرید کردن یا هر کار تکانشی دیگری بالا ببریم، باید روی تقویت ساختارهای لوب فرونتال‌مان کار کنیم. برای این کار، لازم است باور داشته باشیم که توانایی مهار کردن چیزها را داریم. همچنین باید ارزیابی‌مان را از موقعیت‌ها عوض کنیم و اجازه ندهیم افکار اتوماتیک و لحظه‌ای، زندگی‌مان را کنترل کنند. راهکار مفید دیگر این است که روابط بین فردی‌مان را طوری سروسامان بدهیم که تقویت را در نقاط مثبت دریافت کنیم؛ یعنی اگر دوستان‌مان کسانی هستند که ما را صرفا با خرید کردن می‌سنجند، لازم است در ارتباط با آن‌ها تجدید نظر کنیم. من همچنین چند پیشنهاد عملی‌تر دارم که در شرایط خرید به کمک‌مان می‌آید؛ یکی این که در موقعیت‌هایی قرار بگیریم که دایره انتخاب‌های‌مان خیلی زیاد نباشد. همان‌طور که گفتم انتخاب‌های زیاد، توان مغزی ما را پایین می‌آورد. دوم، کنترل «توجه» است؛ یعنی در هر موقعیت صرفا به چیزهایی توجه کنیم که در آن لحظه به آن‌ها احتیاج داریم. پیشنهاد سوم که از دوتای قبلی کارایی بیشتری دارد، بازارزیابی خرید است. یعنی به‌جای سرکوبی مداوم؛ «نه، من اینو نمی‌خرم»، از محصول ارزیابی منطقی داشته باشیم. می‌توانیم به خودمان بگوییم «این لباس جنس خوبی داره اما من فعلا بهش نیازی ندارم» یا «ممکنه بعد الازمش داشته باشم اما به قیمت‌اش نمی‌ارزه». این روش، از کنترل کردن موقعیت‌های بیرونی و سرکوب کردن میل به خرید، موثرتر است.

اثر دیدرو چیست؟

«دنی دیدرو» فیلسوف و نویسنده فرانسوی، روزی از روزها به سرنوشت ناگزیر بیشتر نویسنده‌ها دچار شد و کف گیرش به ته دیگ خورد. خبر به گوش «کاترین کبیر»، ملکه روسیه رسید که به هواداری هنر، علم و فیلسوف‌های عصر روشنگری شهره بود. ملکه کل کتابخانه دیدرو را خرید، بعد هم او را به‌عنوان کتاب‌دار استخدام کرد و دستمزد ۲۵ سال بعدش را پیش‌پیش پرداخت. دیدرو که زندگی هیچ‌وقت به او چنین روی خوشی نشان نداده بود، هیجان‌زده از سخاوت ملکه، دست به کار شد. با بخشی از پولش، یک لباس گران‌قیمت خرید. وقتی لباس زیبا و باشکوهش را پوشید، متوجه شد یک جای کار می‌لنگد. ظاهرش مثل ثروتمندان شده بود اما خانه‌اش، همچنان خانه نویسنده‌ای بی‌پول بود. تصاویر و نقاشی‌های قدیمی روی دیوار را عوض کرد. صندلی راحتی‌اش دیگر به‌نظرش چندان راحت نبود، پس به‌جایش صندلی تازه‌ای آمد. به فاصله کوتاهی، همه وسایل خانه جای خودشان را به چیزهای تازه و قشنگ و مدروز دادند. می‌بینید؟ عطش خریدهای مدام برای هماهنگ کردن همه اجزای محیط پیرامون، می‌تواند در قرن هجدهم به جان فیلسوفی بزرگ هم بیفتد، پس خیلی خودتان را ناراحت نکنید. البته فرق دیدرو با ما این است که او فهمید چه بلایی به سرش آمده و حتی درباره‌اش مقاله هم نوشت؛ «در حسرت لباس خواب قدیمی». دیدرو در این مقاله، افتادنش در مسیر مصرف افراطی را این‌طور توضیح می‌دهد: «آن ردای قدیمی، با خطوط مشکی رنگ بلندی که در انتهایش بود، فایده مشهودی برای من داشت. آن خطوط بلند و کشیده، ادبیات را به رخ می‌کشیدند، نویسنده را مردی که کار می‌کند، نشان می‌دادند. اکنون سیمای ثروتمندی را دارم که به هیچ دردی نمی‌خورد. هیچ کس نمی‌داند من کیستم. ردای قدیمی من با اشیای کهنه اطراف آن، بخشی از یک مجموعه بودند؛ صندلی حصیری، میز چوبی، پایه‌ای چوبی که تعدادی کتاب را روی خود جا داده بود و چند تصویر خاکستری بدون قاب که در کنار پرده منقوشی آویزان بودند. بین این تصاویر سه یا چهار گچ‌کاری معلق قرار داشتند که به همراه ردای قدیمی‌ام، نمایی موزون و یک‌دست از تنگدستی من را به تصویر می‌کشیدند». در این متن، البته نگاه دیدرو، جنبه فقرستایانه گرفته است که منظور ما نیست؛ نکته مهم این است که بدانیم یک خرید تازه می‌تواند ما را، حتی اگر نویسنده و فلسفه‌دان باشیم، برای خریدهای غیرضروری بعدی، تحت فشار قرار بدهد. اما چطور این کار را می‌کند؟

> دیدرو که زندگی هیچ‌وقت به او چنین روی خوشی نشان نداده بود، هیجان‌زده از سخاوت ملکه، دست به کار شد. با بخشی از پولش، یک لباس گران‌قیمت خرید ولی وقتی لباس زیبا و باشکوهش را پوشید، متوجه شد یک جای کار می‌لنگد...

منبع: ترجمان

جدول سخت [شماره ۴۵۳]

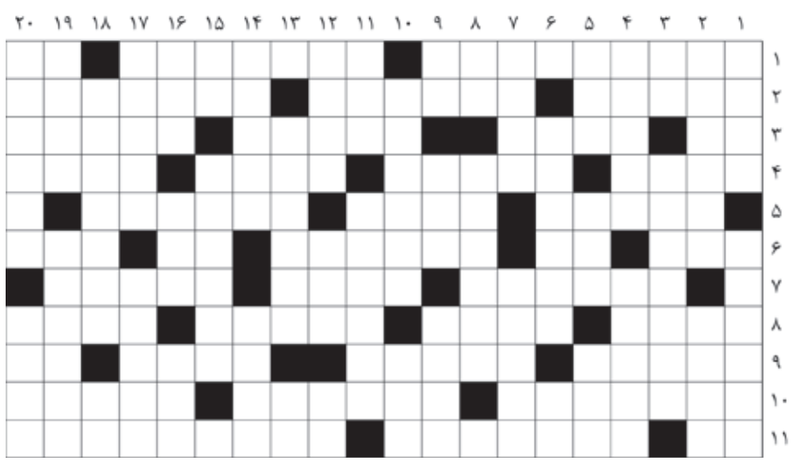
طراح جدول: بیژن گورانی

افقی

۱- عارضه التهاب زائده ابتدای روده بزرگ - گیاهی علفی از خانواده نعناع - گرداگرد دهان ۲- بی بصیرت - ادرار را از کلیه به مثانه هدایت می‌کند - مجموعه داستانی نوشته علی موذنی ۳- رنگ موی فوری - وقت و هنگام - ساختار - رفت و آمد زیاد ۴- نوعی اجاق برقی - فرق و اختلاف - فریب - دانشگاهی در آمریکا ۵- موسیقی‌دان زمان خسرو پرویز - دورگه - جلال و شکوه ۶- بازی و سرگرمی - دوتا نون - پل دیدنی و نیز - نشانه اختصاری "قیاس کنید" - پلیدی ۷- همسایه روسیه و لتونی - ترسناک - دشمنی ۸- انقباض شدید عضلات - دریاچه‌ای در سوئیس - از نیروهای سه‌گانه ارتش - از اسباب توزین ۹- مثانه - نیکوکاران - آتش - در خانه صاحبش شیر است ۱۰- غذایی ایتالیایی شبیه ماکارونی - نا فرمان - از ساخته‌های سینمایی آلفرد هیچکاک ۱۱- تیرپیکان‌دار - کتاب مشهور ابن ندیم که از قدیم‌ترین مراجع کتاب‌شناسی است - حرکتی در ورزش ژیمناستیک.

عمودی

۱- کور مادرزاد - بخت آزمایی ۲- معادل فارسی کپسول - جوانی ۳- صد متر مربع - از رشته‌های ورزشی رزمی ۴- فقروبی چیزی - خصلت‌های نیکو ۵- از صور فلکی نیمکره جنوبی آسمان - از منابع چهارگانه فقه اسلامی - سیمی باولتاژ صفر ۶- الکل سفید - در هم پیچیدن ۷- دسر سنتی از عصاره جوانه گندم - فهرست الفبایی آغاز کتاب ۸- حرف دهن کجی - زمین زراعی که آبیاری می‌شود ۹- پایان نامه - یك نفر - نام مادر امام زمان (عج) ۱۰- کلیسای تاریخی پاریس - هنر فرنگی ۱۱- سال گذشته - نوعی آش نذری ۱۲- اما - گروه ورزشی - سخن صریح ۱۳- فیلسوف آلمانی قرن هجدهم که با فلسفه کانت مخالف بود - همگی ۱۴- ایجاد نقش‌های برجسته تزیینی روی سقف و دیوار - تازه کار ۱۵- ابر نزدیك زمین - امر واقعی ۱۶- مقدار انرژی که در واحد زمان از یك سطح می‌گذرد - مرجان - کشت و زرع ۱۷- آدرس ترسیمی - نزدیکان و بستگان ۱۸- پرنده‌ای شناگر با منقار نازك - خدای درویش ۱۹- یاری و کمك - از تفریحات مهیج در سواحل دریا ۲۰- از سرداران اسکندر مقدونی - دیدو نظر.



حل جدول شماره ۴۵۲

جدول متوسط [شماره ۷۲۴۳]

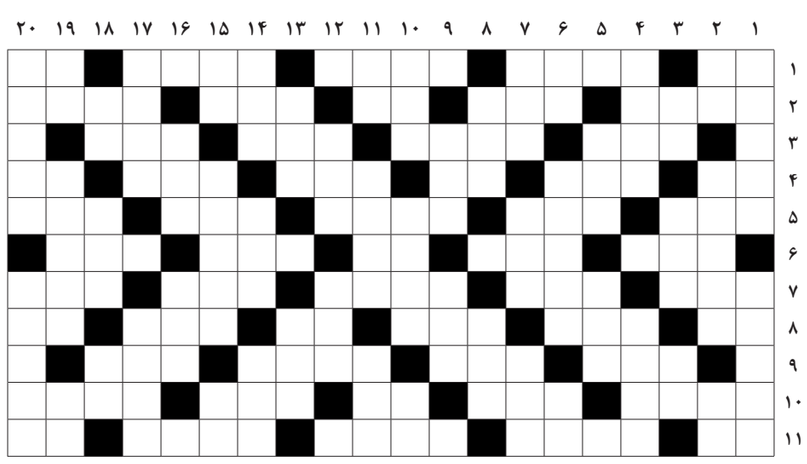
طراح جدول: مریم احمدی

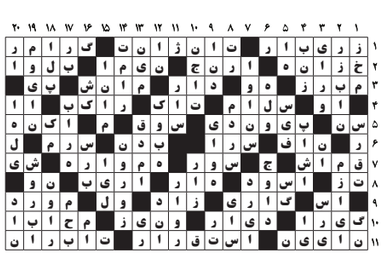
افقی

۱- نت پایانی - کشوری در غرب آفریقا - فرمان - فرومایه - شکم بند طبی ۲- داخل شدن - فایده - ضمیر متکبر - بخیه درشت - سرد ۳- شک و گمان - مشهور - میوه گرمسیری - سنه ۴- بالای فرنگی - اهلی - آفت گندم - هوای متحرک - زشتی - از حروف الفبای بیگانه ۵- عریض - کرشمه - پند گرفتن - جد - جهت ۶- قاصد - اشتها - دشمن سخت - سوگند - بیهوشی ۷- آهنگ - آتشدان حمام - قسمت سفیدرنگ و هلالی انتهای ناخن - گوسفند جنگی - اجرت ۸- از رفته به جا می‌ماند - بهشت - بخت و طالع - حرف نداری - ماه - هزار کیلو ۹- جوانمرد - بزه - اوج - سقف دهان ۱۰- کمر - از درختان جنگلی - پهلوان - عقاب سیاه - موثر ۱۱- وحشی - قفسه ظروف - تاج - مسابقه اتومبیلرانی - گریز

عمودی

۱- دریچه بالای سوراخ سیلندر که گاز از آن خارج می‌شود - نخبه ۲- مساوی عامیانه - هواپیمای بدون سرنشین نظامی - دست عرب ۳- پرگویی - همچنین - علامت مفعولی ۴- رئیس - پهلو ۵- پسوند حفاظت - سریع ۶- بی حرکت - فیل ماقبل تاریخ - طاقچه ۷- ذره باردار - آراستن - مقام ۸- گردن زن غلات - قالی ۹- بازداشتن - مادر ۱۰- نقصان - ذرت - حرف انتخاب ۱۱- از برونته‌ها - غلام - سپهر ۱۲- تیره - نخوت ۱۳- غذای زمین - حافظه ۱۴- بادام - کرکس - نحیف ۱۵- طلایه دار اعداد - سرشیر - درون ۱۶- شهر بلقیس - یاری ۱۷- جایز - رشته کوهی در آمریکای شمالی ۱۸- حرکت اسب در شطرنج - ماهی - من و شما ۱۹- کچل - فرمانروایی - تکرار حرف ۲۰- پشیمانی - پیکر





حل جدول شماره ۷۲۴۲

CMYK