

قرار و مدارهای اول سال



ماریا کونیکووا*
مترجم: شهریار سرفلاح

طبیعتا اگر اهداف واقع‌بینانه‌تری داشته باشید، احتمال موفقیتتان بیشتر است. فیونا جونز روان‌شناس و همکارانش در تحقیقی درباره نقش انتظارات افراد در ورزش، پی بردند افرادی که انتظارات معقول‌تری دارند احتمال این که بتوانند یک دوره ورزشی دوازده‌هفته‌ای را کامل کنند بیشتر است. وقتی اهدافی را تعیین کردیم، اگر برنامه‌ای منسجم تهیه کنیم، احتمالا در دستیابی به آن‌ها موفق‌تر خواهیم بود.

نظریه «قصد پیاده‌سازی»، اصطلاحی که پیتر گلوبتسر آن را ابداع کرد، تأکید می‌کند که اگر از قبل احتمالات را ارزیابی و برای هر کدام از آن‌ها پاسخی آنی و منطقی ابداع کنیم، در پیگیری اهداف شانس بیشتری داریم (مثلا اگر حال و حوصله باشگاه را نداشتیم، قبل از بیرون رفتن، کمی قهوه می‌نوشم یا سیب می‌خورم). میلکمن گفت «اهداف برنامه‌ریزی‌نشده را نسبت به اهداف برنامه‌ریزی‌شده، راحت‌تر پشت گوش می‌اندازیم.»

تجربیات شخصی نشان می‌دهد تعهد به همسری قاطع نیز می‌تواند راهگشا باشد. اوپاما در ماه سپتامبر گفت «از ترس همسر، تقریبا شش سالی می‌شود که لب به سیگار نزده‌ام.»

سیس میلکمن و همکارانش، با محاسبه تعداد ثبت‌نام‌ها در باشگاه‌های ورزشی، حضور نزدیک به ۱۲ هزار دانشجو را در باشگاه‌ها طی یک سال و نیم رصد کردند تا رفتار آن‌ها را بررسی کنند. طبق یافته آن‌ها در ماه ژانویه، ثبت‌نام در باشگاه‌ها افزایش و در ماه‌های آتی کاهش می‌یافت. این آمار در آغاز هر هفته، ماه و نیمسال، جهش‌های جزئی‌تری از خود نشان می‌داد.

در نهایت، محققان تعهداتی را بررسی کردند که در وب‌سایت استیک ثبت شده بودند. شما می‌توانید در این وب‌سایت هدفی را تعیین و طبق قرارداد، عواقب زیرپا گذاشتن آن را مشخص کنید، از مجازات‌های اجتماعی گرفته تا جریمه‌های نقدی (مثلا اگر چهار کیلو وزن مورد نظرتان را کم نکنید یعنی موافقت کرده‌اید پنجاه دلار به حزب سیاسی اهدا کنید که از آن متنفرید). گروه تحقیقاتی، بعد از ۴۳ هزار نفر طی دو سال و نیم، پی برد که بیشترین تعداد قراردادها -۱۴۵ درصد بیشتر از حد متوسط- در آغاز سال نو منعقد شده بودند. در سرتاسر سال، هر هفته و هر ماه، فراز و فرود جزئی خودشان را داشتند؛ آغاز هر هفته برابر بود با افزایش ۶۳ درصدی قراردادها. ریس می‌گوید «هر هفته فرصتی تازه است و آدم‌ها، دانسته یا ندانسته، آن را غنیمت می‌شمارند.»

«دیگر لب به سیگار نخواهم زد»، «رژیم غذایی‌ام را رها نخواهد کرد تا به وزن دلخواهم برسم»، «روزی دو ساعت مطالعه خواهم کرد...» اول هر سال، میلیون‌ها نفر فهرستی از تصمیمات برای خودشان می‌نویسند و عزمشان را جزم می‌کنند تا در سال پیش رو زندگی بهتری برای خودشان بسازند اما آمارها نشان می‌دهد که تعداد خیلی کمی از این تصمیم‌ها به جایی می‌رسد. چرا تصمیم‌هایمان را می‌گذاریم برای اول سال، ماه یا هفته؟ و چرا بعد به آن‌ها عمل نمی‌کنیم؟

در رمان «تصویر دوربین گری»، اثر اسکار وایلد، دوربین باخبر می‌شود دختری که او را دوست داشت پس از آن که دوربین دست رد به سینه‌اش زد، مُرده؛ ظاهرا خودکشی کرده است. دوربین اصرار می‌ورزد که با این همه قصد داشته با او ازدواج کند، اما تصمیم او عملی نشد. تصمیم‌ها بنا بر استنباط اسکار وایلد، پیچیده و پیش‌بینی‌ناپذیر هستند. لرد هنری، حامی دوربین، وقتی غُذر و بهانه‌های او را می‌شنود می‌گوید «تصمیم‌های نیک تلاش‌هایی نافرجام برای دست‌بردن در قوانین علمی است. سرچشمه‌شان خودبینی محض است. حاصلشان جز بی‌حاصلی چیزی نیست.»

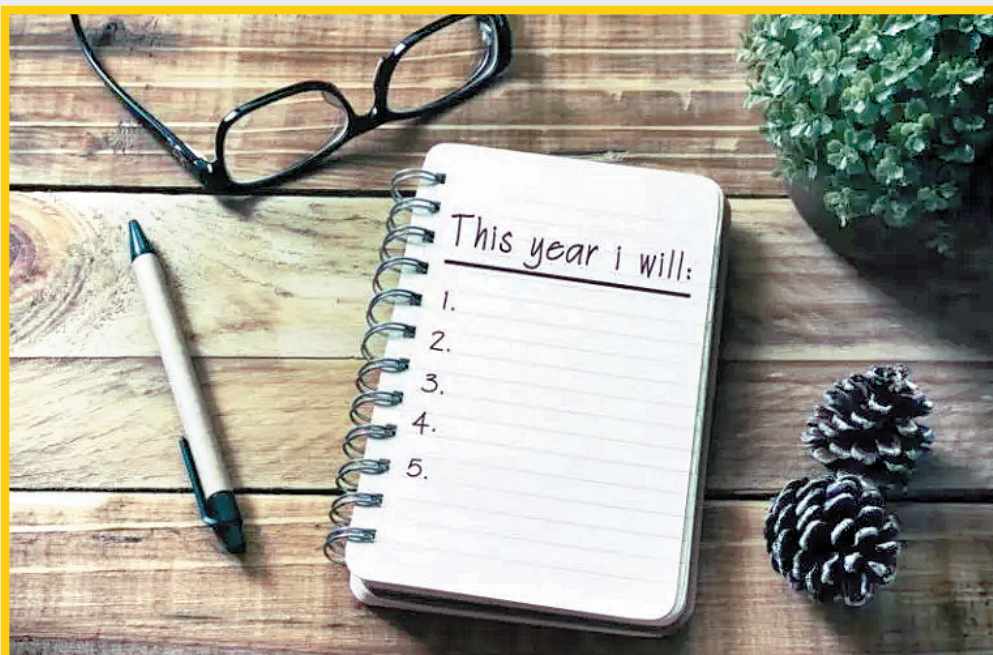
تا حدودی حق با لرد هنری است. جان نورکراس روان‌شناس، در تحقیقی درباره تصمیم‌های سال نو در دهه ۱۹۸۰، دریافت که بیش از ۵۰ درصد از آمریکایی‌ها تصمیم‌هایی برای سال نو گرفته و بعد از شش ماه، فقط ۴۰ درصد از آن‌ها پای تصمیمشان مانده بودند. دو سال بعد که نورکراس پیگیر قضیه شد، این تعداد به ۱۹ درصد کاهش یافته بود. حتی از نیمی از آن‌هایی هم که موفق شده بودند -در کل ۱۴ مورد- کوتاهی‌هایی سر زده بود. با این همه، مدام به خودمان می‌گوییم از پس وزن کم کردن، پس‌انداز کردن و باشگاه رفتن برمی‌آییم.

به نظر می‌رسد تنظیم زمان در تعیین موفقیت‌مان نقش مهمی دارد. در مه ۲۰۱۲، کیتی میلکمن، اقتصاددان رفتاری در دانشگاه پنسیلوانیا، به اجلاس پای‌لب دعوت شد. پای‌لب، گروهی از سالانه محققان علوم اجتماعی به میزبانی گوگل است که هدف آن گفتگو درباره شیوه‌های افزایش بهره‌وری شرکت است. آنجا میلکمن مشغول گفتگویی درباره «تلنگرها» شد؛ مداخلات محیطی کوچکی که می‌توانند رفتار مردم را تغییر دهند.^۱

میلکمن تعریف می‌کند «در جریان گفتگو، فردی پرسید تلنگرها چه زمانی بیشترین تأثیر را می‌گذارند؟» تحقیقات میلکمن روی این جنبه خاص از تلنگرها متمرکز نبود اما او گفت «عمیقا احساس می‌کردم تلنگرها در نقطه‌های عطف -زمان‌هایی که تداویگر شروعی تازه‌اند- اثربخشی بیشتری دارند.»

میلکمن بعد از بازگشت به فیادلفیا با دو نفر از همکاران خود، جیسون ریس و هنگچن دای، گروهی تشکیل داد تا ببیند آیا برای ایده نقطه‌های عطف گذرا دلیل موجهی وجود دارد یا نه. در سلسله تحقیقاتی که نشریه علوم مدیریت قرار است آن‌ها را منتشر کند میلکمن، ریس، و دای پی بردند که سرآغازهای نو ما را برمی‌انگیزند تا رفتارمان را تغییر دهیم. شروع هفته، ماه، یا سال منجر به شکل‌گیری چیزی می‌شود که ریچارد تیلر روان‌شناس آن را «مرز ذهنی» می‌نامد. محققان تصور می‌کنند با این سرآغازهای نو حس خوش‌بینی و به گفته میلکمن، نوید «متنی دیگر» در ما برانگیخته می‌شوند.

گروه میلکمن برای آزمایش این نظریه، جستجوهای روزانه گوگل در ۹ سال گذشته را برای کلمه «رژیم غذایی» بررسی کردند. آن‌ها متوجه شدند که جستجوها از چرخه‌ای پیش‌بینی‌پذیر تبعیت می‌کنند: در آغاز هر هفته، ماه، یا سال اوج می‌گرفتند و بعد به تدریج کم‌رنگ می‌شدند. بیشترین افزایش در جستجوی این کلمه -۸۲ درصد بالاتر از تعداد اولیه- دقیقا بعد از سال نو ثبت شده بود.



اما همیشه مشکلی هست. هنگچن دای، همکار میلکمن، تلاش کرد از یافته‌های گروه برای ترک عادت ناخن جویدن خود استفاده کند. او گفت «یک بار، برای سه ماه جواب داد که برای من زمان زیادی بود». پوست دور ناخنش شکل و ظاهر خوبی پیدا کرده بود. او ادامه داد «اما همین که ناخنم را یک بار جویدم، دیگر نتوانستم جلوی خودم را بگیرم». دای گفت در لحظه‌هایی که از هدفش منحرف می‌شود درباره مفهوم سرآغازهای نو فکر می‌کند: «اگر به آدم‌ها کمک کنیم فرصت‌های بی‌شماری را ببینند که پیش رویشان قرار دارد، می‌توانند از نقص‌هایشان عبور کنند». مثل قضیه ناخن‌هایش؟ «شاید در سال نو یک بار دیگر شانسم را امتحان کردم.»

* نویسنده روسی‌آمریکایی و دکترای روان‌شناسی از دانشگاه کلمبیا

۱. یعنی کاری کنیم که افراد، انتخاب مشخصی را به انتخاب‌های دیگر ترجیح دهند. فرض کنید می‌خواهیم دانش‌آموزان مدرسه‌ای را به تغذیه سالم تشویق کنیم. برای این کار می‌توانیم در بوفه مدرسه، بسته‌های میوه را جایی قرار دهیم که جلب توجه کنند. این بسته‌های میوه به دانش‌آموزان یادآوری می‌کنند (یا به بیان دیگر، تلنگری هستند) که به جای خوراکی‌های مضر می‌توانند انتخاب‌های سالم‌تری هم داشته باشند.

منبع: وب‌سایت ترجمان

این حس تشخیص حتی بر بازار سهام هم تأثیر می‌گذارد. در پدیده‌ای به نام «اثر ژانویه»، رونق بازار در ماه ژانویه، همیشه از حد متعارف خود بیشتر است.

شواهد جدید نشان می‌دهد که بخشی از توضیح این پدیده را باید در خوش‌بینی ساده‌دلانه جست: در ژانویه آینده را روشن‌تر می‌بینیم و حاضریم برای سهامی که ثبات ندارد قیمت بالاتری پیشنهاد دهیم (که بعدا دوباره به ارزش حقیقی‌اش برمی‌گردد).

در نتیجه، خوش‌بینی همیشه هم سازنده نیست. اگر بیش از حد مثبت‌اندیش باشیم، شکست خود را تضمین کرده‌ایم. بسیاری از افراد به این دلیل در عمل به تصمیمشان شکست می‌خورند که درباره توانایی‌هایشان واقع‌بین نبوده‌اند، انرژی و زمان مورد نیاز را برای پایداری در مسیر ناچیز شمرده‌اند یا درباره تأثیری که این تغییر بر زندگی‌شان خواهد داشت نگاهی اغراق‌آمیز داشته‌اند.

ریس گفت «ما فراز و فرودهای خویشتن‌داری و انگیزه را ناچیز می‌شماریم. سرحال که هستیم به کل فراموش می‌کنیم که چقدر از ورزش گریزانیم.» جیت پالیوی و پیتر هرمان روان‌شناس، این وضعیت را «سندرم امید کاذب» می‌نامند، یعنی انتظارات غیرواقعی‌بینانه‌ای درباره تواناییمان برای تغییر کردن و در پی آن، نافرجام‌ماندن آرزوهای بلندپروازانه‌ای که در سر داشتیم.