

به نام خدا

پارادوکس انتخاب

چرا گزینه‌های بیشتر جذابیت کمتری ایجاد می‌کند

بری شوارتز

ترجمه:

نوید ملایی

نازنین حکیمی‌فر



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تهران ۱۳۹۷

سرشناسه	: شوارتز، باری، ۱۹۴۶ - م. Schwartz, Barry
عنوان و نام پدیدآور	: پارادوکس انتخاب: چرا گزینه‌های بیشتر جذابیت کمتری ایجاد می‌کند/ بری شوارتز؛ ترجمه نوید ملایی؛ نازنین حکیمی‌فر.
مشخصات نشر	: تهران: شرکت چاپ و نشر بازگانی، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۰ص: مصور: ۵/۲۱+۱۴/۵س.م.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۶۵۹-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: The paradox of choice : why more is less, c2004.
یادداشت	: کتاب حاضر نخستین بار با عنوان "پارادوکس انتخاب: آنگاه که آزادی انتخاب، اضطراب می‌آورد" با ترجمه مهدی ملک‌پور توسط انتشارات دنیای اقتصاد در سال ۱۳۹۷ فیپا گرفته است.
عنوان دیگر	: پارادوکس انتخاب: آنگاه که آزادی انتخاب، اضطراب می‌آورد.
موضوع	: انتخاب (روان شناسی): Choice (Psychology)
موضوع	: تصمیم‌گیری؛ Decision making
شناسه افزوده	: ملایی کهنه‌سرا، نوید، ۱۳۶۲ -، مترجم
شناسه افزوده	: حکیمی‌فر، نازنین، ۱۳۶۴ -، مترجم
شناسه افزوده	: شرکت چاپ و نشر بازگانی
رده بندی کنگره	: ۱۱۶/ش ۹۷۲ پ ۱۳۹۷ ب FB
رده بندی دیویی	: ۸۳/۱۵۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۴۳۷۵۳۹



شرکت چاپ و نشر بازگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازگانی

پارادوکس انتخاب - بری شوارتز

مترجم: نوید ملایی - نازنین حکیمی‌فر

ویراستار: مریم کندی

طراح جلد: مرتضی صنفی

اجرای کاریکاتور: سیده طیبه موسوی

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۷

شمارگان: ۳۰۰

قیمت: ۲۹۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۶۵۹-۷

لایتنوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، بخش کوچه همدان،

شماره ۱۲۰۶ | تلفن: ۲۱-۶۶۹۳۳۲۹

ایمیل: info@cpcp.ir

WWW.CPPC.ir



سخن ناشر

هرچه گزینه‌های مورد بررسی برای تصمیم‌گیری بیشتر می‌شود، دنیای مدرن و سراسر انتخاب، این دغدغه را برای انسان عصر حاضر بیشتر یادآور می‌شود که باید برای کسب بهترین نتیجه، به تلاش خود بیافزاید. انسان گرفتار در انبوه انتخاب‌ها، باید به یک گزینه‌ی قابل قبول رضایت دهد یا این که در عذاب جستجوی بهترین گزینه و مرور تمام فرصت‌هایی که از دست داده است، روزگار بگذراند.

این‌گونه مشکلاتی که امروز همگی با آن مواجه هستیم، محور بحث در کتاب حاضر است. در این کتاب با انواع فشارهای ذهنی آشنا می‌شود که بر انسان دارای حق انتخاب، وارد می‌شود. نحوه‌ی انتخاب افراد و گروه‌های مختلف در قالب آزمایش‌های مطرح شده در این کتاب، نشان می‌دهد که ما در مواجهه با گزینه‌های بسیار برای تصمیم‌گیری، دچار خطاهای نامحسوسی می‌شویم که فرصت تفکر در مورد آن‌ها را نداریم و از این رهگذر ممکن است لذت ناشی از حق انتخاب را از دست بدهیم.

مترجمان این اثر، با همت والا و قلم شیوا کوشیده‌اند تا نکات مورد نظر نویسنده را به بهترین نحو در این کتاب منعکس نموده و راهنمای بسیاری از تصمیم‌گیرندگان عصر حاضر در موقعیت‌های مختلف شخصی، اجتماعی و کسب‌وکار باشند. امید است که خوانندگان گرامی بتوانند با استفاده از این اثر، به کیفیت تصمیم‌گیری خود بیافزایند و دیگران را نیز در انجام بهترین انتخاب، راهنما باشند.

در پایان از زحمات همکاران خود در شرکت چاپ و نشر بازرگانی به واسطه ارائه این اثر ارزشمند تشکر و قدردانی می‌شود. از واحد سفارشات خانم آذر سعیدلو، واحد چاپ آقای احمد حیدرپور، واحد نشر الکترونیک آقای محمود فخیم‌ابوالفتحی و هم‌چنین از آقای دکتر محمد عباسی مدیرعامل محترم مرکز آموزش بازرگانی بابت مساعدت در معرفی آثار نویسندگان جوان و اساتید محترم آن مرکز تقدیر و تشکر می‌شود.

شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

پاییز ۱۳۹۷

فهرست مطالب

سخن مترجم ۳

پیشگفتار - پارادوکس انتخاب: نقشه‌ی راه ۷

بخش ۱- هنگام انتخاب

فصل ۱- بیاید خرید کنیم ۱۵

فصل ۲- انتخاب‌های جدید ۲۹

بخش ۲- شیوه‌ی انتخاب

فصل ۳- تصمیم‌گیری و انتخاب ۵۱

فصل ۴- زمانی که تنها بهترین‌ها نتیجه می‌دهند ۷۹

بخش ۳- دلیل این که رنج می‌بریم

فصل ۵- انتخاب و خوشحالی ۹۹

فصل ۶- فرصت‌های از دست رفته ۱۱۷

فصل ۷- «اگر فقط ...»: مشکل پشیمانی ۱۴۵

فصل ۸- چرا تصمیمات موجب ناکامی می‌شوند: مساله‌ی سازگاری ۱۶۳

فصل ۹- چرا همه چیز دستخوش مقایسه است ۱۷۷

فصل ۱۰- تقصیر کیست؟ انتخاب، ناامیدی و افسردگی ۱۹۷

بخش ۴- کاری که می‌توانیم انجام دهیم

فصل ۱۱- در مورد انتخاب چه کنیم ۲۱۷

سخن مترجم

ما از چه زمانی متوجه اهمیت انتخاب‌ها می‌شویم؟ از چه سنی درک می‌کنیم که داشتن یک گزینه، به معنی رها کردن گزینه‌های دیگر است؟ از کدام سال‌های زندگی می‌فهمیم که با هر انتخابی که انجام می‌دهیم، با عبور از گزینه‌هایی که آن‌ها را انتخاب نکرده‌ایم، همواره در گوشه‌ی ذهن خود (به شکلی عذاب‌آور) به محرومیت از آن گزینه‌ها فکر می‌کنیم؟ این حس ناراحت کننده را در کدام موقعیت زندگی بیشتر و عمیق‌تر تجربه می‌کنیم؟

- وقتی در کودکی، در مقابل قفسه‌های سوپرمارکت، حق داریم (فقط) یکی از انواع شکلات‌ها را برای خودمان انتخاب کنیم؟
- وقتی در نوجوانی باید با توجه به بودجه‌ی خرید، (فقط) یک نوع کفش یا لباس را در مقابل انبوه گزینه‌های چیده شده در ویتترین فروشگاه انتخاب کنیم؟
- وقتی در اوج روزهای تحصیل و در مقابل مهم‌ترین انتخاب تحصیلی، (فقط) یک رشته را برای معرفی خودمان به جامعه و حرفه‌ای شدن در دنیای کار انتخاب می‌کنیم؟
- وقتی در جوانی برای انتخاب شریک زندگی، باید از میان تمام کسانی که می‌شناسیم، (فقط) یک نفر را برای تمام سال‌های سخت و آسان و غم و شادی ... انتخاب کنیم؟
- وقتی در میانسالی به خرید یک خانه‌ی جدید، مهاجرت به یک کشور جدید، یا انتخاب یک موقعیت کاری جدید فکر می‌کنیم؟
- وقتی در کهنسالی به انتخاب شیوه‌های درمانی، یا شیوه‌ی گذراندن سال‌های بازنشستگی یا انتخاب یک مقصد برای مسافرت خانوادگی فکر می‌کنیم؟

در تمام این موقعیت‌ها، هرچه تعداد گزینه‌های پیش رو افزایش می‌یابد، این وسوسه در ذهن پررنگ‌تر می‌شود که ای کاش می‌شد گزینه‌ای را انتخاب کرد که جمع تمام خوبی‌ها را داشته باشد. این یعنی تمام خوبی‌های تمام گزینه‌هایی که امکان انتخاب آن‌ها وجود داشت (و حتی وجود نداشت!) می‌تواند باعث دل‌زدگی و ملال خاطر فردی شود که دست به انتخاب زده است.

بیا بید نزدیک‌ترین فشار انتخاب را که اخیراً متحمل شده‌ایم، با شما مرور کنیم. برای طرح جلد همین کتابی که در دست دارید، به سراغ دوست هنرمندمان (مرتضی صنفی) رفتیم. از او خواستیم که برای طرح جلد، به ما کمک کند که نشان دهیم تعداد گزینه‌های زیاد در زمان تصمیم‌گیری و انتخاب، می‌تواند موجب سردرگمی تصمیم‌گیرنده شود. برایش توضیح دادیم که بنا به مفهوم اصلی مورد بحث در این

کتاب، با افزایش گزینه‌ها، این حق انتخاب‌های زیاد به‌طور معکوس عمل نموده و اثر منفی دارد. کتاب حاضر با نام *پارادوکس انتخاب* عرضه می‌شود، چرا که گزینه‌های بیشتر سبب می‌شود جذابیت انتخاب نهایی، کاهش یابد. با این توضیحات از او خواستیم «گزینه‌هایی» را به ما پیشنهاد دهد تا بتوانیم از میان آن‌ها، «انتخاب» خود را انجام دهیم.

او چند روز بعد، طرح‌هایی را به ما پیشنهاد داد. برخی طرح‌های پیشنهادی مرتضی را در صفحه‌ی بعد آورده‌ایم. می‌بینید که او هنرش را خیلی خوب به خدمت گرفته بود و کارش را به خوبی ارائه داد، اما انتخاب از میان گزینه‌هایی که هرکدام به شکلی منظور ما را بیان می‌کرد، کار بسیار دشواری بود. انتخاب یک طرح جذاب، یعنی جاذبه‌های طرح‌های دیگر را فراموش کنیم و از آن‌ها بگذریم. دوست داشتیم این کتاب بیشتر از یک جلد می‌داشت تا بتوانیم از چند طرح پیشنهادی مرتضی استفاده کنیم! اما ناچار بودیم (فقط) یک طرح جلد را انتخاب کنیم. با انتخاب هر گزینه، این سوال پیش می‌آمد که آیا این طرح جلد، بهترین انتخاب است؟ در ذهن ما این ایده پررنگ شده بود که ای کاش فقط یک طرح جلد را دیده بودیم و با دلخوشی کامل، همان یک طرح را انتخاب می‌کردیم. گزینه‌های بیشتر، لذت انتخاب ما را نابود کرد. بله! ما خودمان قربانی پارادوکس انتخاب شده بودیم.

شاید شما هم در زندگی با این شرایط مواجه شده‌اید. شاید برای شما هم پیش آمده است که در زمان انتخاب از میان گزینه‌های بسیار، لذت داشتن حق انتخاب، تبدیل به حسرت کنار گذاشتن گزینه‌های دیگر شود. ما این کتاب را به همه‌ی تصمیم‌گیرندگان پیشنهاد می‌کنیم. به پدران و مادرانی که برای تربیت فرزندشان تصمیم می‌گیرند، به زوج‌هایی که در آغاز ارتباط عاشقانه به تعهدات سنگین خود فکر می‌کنند، به کارآفرینانی که برای انتخاب یک شریک مناسب، به جستجو می‌پردازند، به مدیرانی که برای استخدام نیروی کار با گزینه‌های متعدد روبه‌رو هستند، به کسانی که برای خریدهای شخصی، خرید لوازم خانه، و حتی خرید خانه اقدام می‌کنند، به دانش‌آموزان و دانشجویانی که به انتخاب و تغییر انتخاب می‌اندیشند ... به تمام کسانی که می‌اندیشند!

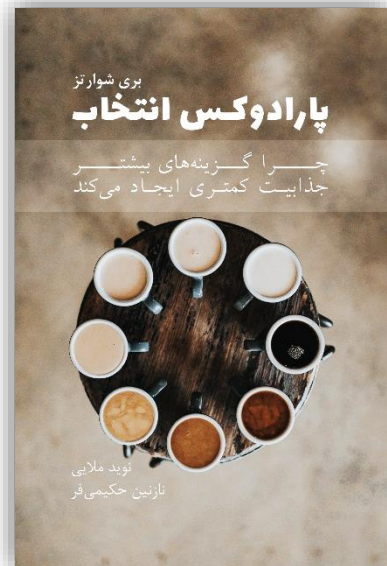
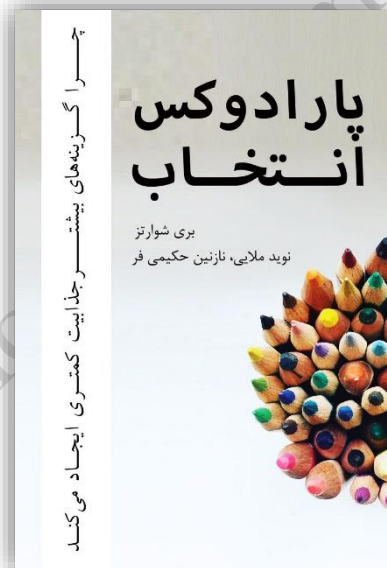
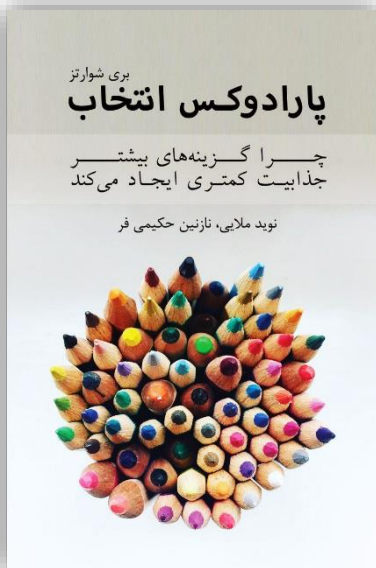
بری شوارتز، روانشناس، استاد دانشگاه و سخنران برجسته‌ای است که حاصل تحقیقاتش در حوزه‌ی رفتارهای اجتماعی، در سراسر جهان مورد توجه واقع شده است. او در این کتاب، علاوه بر معرفی نحوه‌ی انتخاب و تصمیم‌گیری در ذهن انسان‌ها، به بررسی خطاهای پنهان در تصمیم‌گیری پرداخته و نهایتاً با ارائه‌ی راهکارهایی، تلاش دارد تا به انسان گرفتار در بند انتخاب‌های بسیار، کمک کند تا بتواند از حق انتخابی که (به اجبار) برایش در نظر گرفته شده است، بیشتر و بهتر بهره‌مند گردد.

برای دیدن بخشی از سخنرانی‌های بری شوارتز و درک بهتر نگاه او، به آدرس زیر مراجعه کنید؛

www.navidmollaee.com/publication/paradox-of-choice.html

مترجمان این اثر، در حد بضاعت اندک خود از دانش، و با امید بر حفظ امانت‌داری، کوشیده‌اند تا انتقال مطلب به خواننده‌ی فارسی زبان، به‌خوبی صورت گیرد. اما از آنجا که اثر انسانی بی نقص و خطا نیست، از تمامی فرهیختگان و مخاطبان گرامی تقاضا داریم برای رفع کاستی‌های این اثر، نظرات خود را به آدرس info@navidmollaee.com ارسال بفرمایند که این لطف آن‌ها به غنای بیشتر ترجمه‌ی این اثر، کمک شایانی خواهد بود..

نوید ملایی - نازنین حکیمی‌فر



پیش‌گفتار

پارادوکس انتخاب: نقشه‌ی راه

حدود شش سال قبل، برای خرید شلوار جین به فروشگاه گپ^۱ مراجعه کردم. عادت داشتم تا زمان پاره شدن شلوارهایم آن‌ها را به تن کنم، بنابراین از آخرین حضورم در فروشگاه مدتی گذشته بود. فروشنده که خانم جوانی بود، به سمت من آمد و از من پرسید: «آیا می‌توانم کمکتان کنم؟»

گفتم: «یک شلوار جین در اندازه‌ی ۲۸ تا ۳۲ می‌خواهم.»
وی پاسخ داد: «شلوار اسلیم فیت^۲، ایزی فیت^۳، راحتی^۴، بگی^۵ یا اکسترا بگی^۶ می‌خواهید؟» «دوست دارید سنگ شور، اسید شور یا مدل پاره باشد؟ می‌خواهید دکمه‌ای باشد یا زیپی؟ مدل رنگ رفته را دوست دارید یا معمولی؟»

گیج شده بودم. چند لحظه بعد این جمله را بیان کردم که «فقط شلوار جین معمولی می‌خواهم. از آن مدلی که قبلاً تنها مدل شلوار جین بود». معلوم شد که فروشنده هیچ ایده‌ای در مورد این نوع شلوار ندارد، اما پس از مشورت با یکی از همکاران مسن‌تر، او توانست منظور من از شلوارهای «جین معمولی» را متوجه شده و مرا به درستی راهنمایی کند.

مشکل این بود که با تمام گزینه‌هایی که در اختیار داشتم، دیگر مطمئن نبودم که آن شلوار جین

^۱ GAP

^۲ slim fit

^۳ easy fit

^۴ relaxed fit

^۵ baggy

^۶ extra baggy

«معمولی» همان شلواری بود که می‌خواستیم. شاید مدل ایزی فیت یا مدل راحتی بیشتر به درد من می‌خورد. مد جدید در لباس، مرا سردرگم کرده بود. دوباره به سراغ فروشنده رفتم و از او خواستم تا تفاوت‌های بین شلوار جین معمولی، راحتی و ایزی فیت را برایم تشریح کند. وی به طرحی اشاره کرد که نشان می‌داد برش‌ها تا چه اندازه متفاوت هستند. این طرح هم به محدود کردن انتخابم کمکی نکرد، بنابراین تصمیم گرفتم تا تمامی مدل‌ها را امتحان کنم. وارد اتاق پرو شدم. همه‌ی شلوارها را یکی یکی به تن کرده و در آینه خودم را سنجیدم. برای شفاف‌سازی بیشتر، باز هم سوالاتی را پرسیدم. متقاعد شده بودم که یکی از این گزینه‌ها باید برای من مناسب‌تر باشد و مصمم بودم تا انتخاب درست را انجام دهم، اما نمی‌توانستم. در نهایت، مدل ایزی فیت را انتخاب کردم، چون مدلی که راحتی نام داشت، جوری بود که در قسمت میانی حالت شل پیدا می‌کرد و باید آن را می‌پوشاندم.

شلوار جینی که انتخاب کرده بودم، شلوار خوبی از آب درآمد، اما آن روز فکر کردم که خرید یک شلوار نباید پروژه‌ای باشد که یک روز طول بکشد. بدون شک با ایجاد این همه انتخاب، فروشگاه در حق مشتریان خود که سلیقه‌ها و فرم‌های بدنی متفاوتی دارند، لطف کرده است. البته، با گسترده نمودن محدوده‌ی انتخاب‌ها، مشکل جدیدی نیز به وجود آمده که باید حل شود. قبل از آن که این گزینه‌ها در دسترس باشند، خریدارانی مثل من مجبور بودند با انتخاب‌های ناقص کنار بیایند، اما حداقل خرید شلوار بیش از ۵ دقیقه طول نمی‌کشید. اما خرید امروز تبدیل به یک فرآیند تصمیم‌گیری پیچیده شد که برای من نیازمند صرف زمان و انرژی و همراه با مقدار قابل توجهی تردید، اضطراب و نگرانی بود.

خرید شلوار جین یک موضوع ساده است، اما مضمون بزرگتری را نشان می‌دهد که در طول این کتاب به دنبال آن خواهیم بود، و آن عبارت است از: زمانی که هیچ گزینه‌ای وجود ندارد، زندگی تقریباً غیرقابل تحمل است. با افزایش تعداد گزینه‌های موجود، که در فرهنگ مصرفی ما نیز وجود دارد، استقلال، کنترل، و آزادی همراه با این تنوع، مثبت است. اما با تداوم رشد تعداد گزینه‌ها، جنبه‌های منفی داشتن گزینه‌های متعدد ظاهر می‌شود. اگر تعداد گزینه‌ها باز هم بیشتر شود، منفی‌ها به قدری تشدید می‌شوند که بار اضافی بر خریدار وارد می‌کنند. در این نقطه، دیگر انتخاب عامل آزادی نیست بلکه عامل ناتوانی است. حتی شاید بتوان این حالت را نمودی از ظلم نیز در نظر گرفت.

ظلم؟

این ادعا، تعجب‌آور است، مخصوصاً پس از مطرح نمودن مثالی در مورد خرید شلوار جین. اما هدف ما نشان دادن وضعیت امروزی خریداران هنگام انتخاب کالاهای مصرفی می‌باشد (بدون آن که معنای دیگری را در نظر داشته باشیم).

این کتاب در مورد انتخاب‌هایی است که آمریکایی‌ها تقریباً در تمامی حوزه‌های زندگی با آن‌ها روبه‌رو

هستند: آموزش، شغل، دوستی، ارتباط جنسی، رابطه‌ی عاشقانه، مراقبت از کودکان، آداب و رسوم مذهبی. هیچ شکی نیست که انتخاب باعث بهبود کیفیت زندگی ما می‌شود. انتخاب به ما این امکان را می‌دهد تا سرنوشت خود را کنترل کرده و در تمامی موقعیت‌ها، به چیزی دست یابیم که دلخواه ماست. انتخاب برای استقلال ضروری است، که یقیناً برای رفاه، حکم یک مولفه‌ی اساسی را دارد. افراد سالم می‌خواهند خودشان زندگی‌شان را هدایت کنند و یکی از شروط سالم بودن زندگی نیز همین مورد است.

از سوی دیگر، این حقیقت که داشتن تعدادی انتخاب خوب است، لزوماً به معنای آن نیست که داشتن انتخاب‌های بیشتر، بهتر خواهد بود. همان‌طور که در ادامه خواهیم دید، داشتن حجم انبوهی از انتخاب‌ها هزینه‌بر است. در قالب یک فرهنگ، ما شیفته‌ی آزادی، خودمختاری و تنوع بوده و مایل به کنار گذاشتن هیچ‌یک از گزینه‌های خود نیستیم. اما وابستگی بیش از حد ما به تمام انتخاب‌های موجود، منجر به تصمیمات بد، اضطراب، استرس، عدم رضایت‌مندی و حتی افسردگی خواهد شد.

سال‌ها پیش، یکی از فیلسوفان سیاسی مشهور به نام آیزایا برلین^۱ تمایز مهمی را بین «آزادی منفی» و «آزادی مثبت» قائل شد. آزادی منفی به معنی «آزاد بودن از» (آزاد بودن از محدودیت‌ها، آزاد بودن از این که کسی به شما بگوید چه کاری انجام دهید) می‌باشد. آزادی مثبت به معنای «آزاد بودن برای» (در دسترس بودن فرصت‌ها برای دراختیار گرفتن زمام زندگی خود و تبدیل کردن آن به حیاتی معنادار و مهم) می‌باشد. اغلب این دو آزادی در کنار هم مطرح می‌شوند. اگر محدودیت‌هایی که مردم «آزادی از» آن‌ها را خواستارند به قدر زیادی سخت باشد، امکان دستیابی به «آزاد بودن برای چیزی» میسر نخواهد بود. اما نیازی نیست تا این دو نوع آزادی همیشه کنار هم باشند.

فیلسوف معروف و برنده‌ی جایزه نوبل اقتصاد، آمارتیا سن^۲، ماهیت و اهمیت آزادی و استقلال و شرایطی که منجر به بهبودی این دو می‌شود را مورد بررسی قرار داده است. وی در کتابش با عنوان توسعه در قالب آزادی^۳ این اهمیت انتخاب و نقش کارکردی آن در زندگی انسان‌ها تمایز قائل می‌شود. او این گونه بیان می‌کند که به جای طرفداری کورکورانه از آزادی انتخاب، بهتر است این سوال را از خودمان بپرسیم که آیا این آزادی باعث بهره‌مندی ما می‌شود یا ما را محروم‌تر می‌کند، آیا آزادی ما را به حرکت وادار می‌دارد یا زنجیر بر پایمان می‌نهد، آیا عزت نفس را تقویت می‌کند یا باعث از بین رفتن آن می‌شود، و آیا باعث می‌شود بتوانیم در جوامع خود مشارکت داشته باشیم یا مانع از وقوع این امر می‌شود. آزادی برای عزت نفس، مشارکت عمومی، حرکت، و بهره‌مندی ضروری است، اما تمامی انتخاب‌ها باعث افزایش آزادی نمی‌شوند. به طور خاص، افزایش شدید در انتخاب میان کالاها و خدمات، نقش آنچنانی در

¹ Isaiah Berlin, Four Essays on Liberty (London: Oxford University Press, 1969)

² Amartya Sen

³ Development as Freedom (New York: Knopf, 2000)

آن آزادی‌های ارزشمند ندارد. در واقع، این افزایش انتخاب می‌تواند با گرفتن زمان و انرژی از خریداران که امکان اختصاص دادن آن‌ها به سایر مسائل وجود دارد، باعث مختل شدن آزادی می‌شود. باور من این است که بسیاری از آمریکایی‌های امروز، با وجود آن که آزادی انتخاب بیشتری دارند، رضایت‌مندی کمتری احساس می‌کنند. هدف از نگارش این کتاب، تشریح علت این پدیده و ارائه‌ی راهکارهایی در این خصوص می‌باشد.

کشور آمریکا بر تعهد نسبت به آزادی و استقلال فردی بنا نهاده شده است که آزادی انتخاب، یکی از ارزش‌های اساسی آن است. بحث من این است که ما با ایجاد ارتباط کاملاً مستقیم بین آزادی و انتخاب، هیچ لطفی در حق خودمان نمی‌کنیم، چرا که افزایش تعداد گزینه‌های موجود، نمی‌تواند ضرورتاً منجر به افزایش آزادی شود. بلکه اعتقاد من این است که بیشترین بهره‌مندی ما از آزادی، زمانی ایجاد می‌شود که بیاموزیم در مورد مسائل مهم، انتخاب‌های درست انجام دهیم و در عین حال خود را از نگرانی بیشتر در مورد مسائلی که مهم نیستند، رها کنیم.

در ادامه‌ی بحث، بخش ۱ از این کتاب توضیح می‌دهد که چگونه انتخاب‌هایی که مردم هرروز با آن مواجه هستند، در سال‌های اخیر افزایش یافته است. بخش ۲ به چگونگی انتخاب پرداخته و نشان خواهد داد که انجام انتخاب‌های هوشمندانه تا چه اندازه دشوار و طاقت فرسا است. انتخاب خوب به طور خاص برای افرادی که مصمم به انجام بهترین انتخاب‌ها هستند، دشوارتر است؛ افرادی که تعبیر من از آن‌ها «بیشینه‌طلب‌ها»^۱ می‌باشد. بخش ۳ در مورد این موضوع است که چگونه و چرا انتخاب می‌تواند باعث رنجش ما شود. در این بخش از کتاب این سوال مطرح می‌شود که آیا افزایش فرصت‌ها برای انتخاب، حقیقتاً باعث افزایش رضایت‌مندی مردم می‌شود؟ و این نتیجه حاصل می‌شود که در اغلب موارد، این‌گونه نیست. فرآیندهای روانشناسی متعددی نیز معرفی خواهند شد که نشان می‌دهند چرا گزینه‌های بیشتر، باعث نمی‌شود احساس بهتری ایجاد شود؛ سازگاری، پشیمانی، فرصت‌های از دست رفته، انتظارات افزایش یافته و احساسات مربوط به عدم کفایت و غیره. در این بخش از کتاب نتیجه‌گیری می‌شود که افزایش محدوددهی انتخاب، حقیقتاً می‌تواند با اپیدمی اخیر مربوط به افسردگی بالینی که دنیای غرب را فراگرفته، مرتبط باشد. در نهایت، در بخش ۴ کتاب، مجموعه‌ای از توصیه‌ها برای بهره‌مندی از مسائل مثبت و پرهیز از مسائل فنی در آزادی انتخاب مدرن ارائه می‌شود.

در سراسر کتاب، در خصوص دامنه‌ی وسیعی از یافته‌های پژوهشی روانشناسان، اقتصاددانان، محققان بازار و دانشمندان تصمیم‌گیری که همگی با موضوع انتخاب و تصمیم‌گیری مرتبط هستند، مطالبی را خواهید آموخت. درس‌های مهمی برای یادگیری از این پژوهش‌ها وجود دارد که برخی از آن‌ها شاید

¹ maximizers

چندان واضح به نظر نیایند و برخی دیگر دور از عقل به نظر برسند. برای مثال، موارد زیر را در نظر بگیرید:

- ۱- اگر به جای تمرد، به صورت داوطلبانه، محدودیت‌های خاصی را در مورد آزادی انتخاب خود بپذیریم، احساس بهتری خواهیم داشت.
- ۲- اگر به جای آن که دنبال بهترین‌ها باشیم، به «به قدر کافی خوب» قانع باشیم، احساس بهتری خواهیم داشت (آیا تا کنون شنیده‌اید که پدر یا مادری بگوید از کودکان خود می‌خواهم «به قدر کافی خوب» باشد؟).
- ۳- اگر سطح انتظارات خود را از نتایج تصمیم‌گیری پایین بیاوریم، احساس بهتری خواهیم داشت.
- ۴- اگر تصمیمات اتخاذ شده‌ی ما غیرقابل برگشت باشند، احساس بهتری خواهیم داشت.
- ۵- اگر به کارهایی که دیگران در پیرامون ما انجام می‌دهند، توجه کمتری داشته باشیم، احساس بهتری خواهیم داشت.

نتیجه‌گیری‌های فوق، برخلاف این منطق به نظر می‌رسند که:

- هرچه انسان‌ها انتخاب‌های بیشتر داشته باشند، احساس بهتری دارند
 - بهترین روش برای دستیابی به نتایج مطلوب، داشتن استانداردهای بسیار بالا است
 - داشتن راهی برای برگشت از تصمیمی که اتخاذ شده، بهتر از نداشتن آن است
- چیزی که امیدوارم در این کتاب بتوانم نشان دهم، این است که عقل سلیم، حداقل در مورد آنچه که باعث رضایت‌مندی ما در تصمیمات اتخاذ شده می‌شود، اشتباه می‌کند.
- همانطور که قبلاً اشاره کردم، بار اضافی انتخاب‌ها را از این جهت بررسی می‌کنیم، که این موضوع بخش‌هایی از تجربه‌ی انسان را که اهمیت زیادی دارند، تحت تاثیر قرار می‌دهد. اما برای شکل‌گیری آنچه که با عنوان «بار اضافی» از آن یاد کردم، از پایین‌ترین نقطه‌ی سلسله مراتب نیازها کار را شروع کرده و به سمت بالا خواهیم رفت. کار را با انجام چند خرید دیگر آغاز خواهیم نمود.

بری شوارتز



وای، ریچارد! ببین چقدر حق انتخاب...!

جک زیگلر, 2000, The New Yorker Collection, ©

برگرفته از سایت cartoonbank.com

بخش ۱ هنگام انتخاب

www.navidmollaei.com

فصل ۱

بیا یاد خرید کنیم

یک روز در سوپرمارکت

در یکی از روزهای اخیر در حال بررسی قفسه‌های سوپرمارکت محله‌مان بودم که ۸۵ نوع و برند مختلف از بیسکوئیت را دیدم. با مطالعه روی بسته‌ها، متوجه شدم که برخی محصولات دارای سدیم بوده و برخی دیگر نیستند. برخی بدون چربی و برخی دارای چربی بودند. آن‌ها در بسته‌های کوچک و بزرگ ارائه شده بودند. اندازه‌ی خود بیسکوئیت‌ها در برخی موارد بزرگ و در برخی دیگر کوچک بود. بیسکوئیت‌های شور معمولی و نمونه‌های وارداتی عجیب و غریب و گران‌قیمت در میان قفسه‌ها خودنمایی می‌کرد.

سوپرمارکت محله‌ی ما، فروشگاه چندان بزرگی نیست، اما با این حال در کنار بیسکوئیت‌ها، ۲۸۵ نوع کلوچه نیز وجود داشت. در میان کلوچه‌های شکلاتی، ۲۱ انتخاب مختلف به چشم می‌خورد. در میان گلدفیش‌ها (که نمی‌دانم آن‌ها را در میان کلوچه‌ها بشمارم یا بیسکوئیت‌ها)، ۲۰ نوع مختلف برای انتخاب وجود داشت.

در سرتاسر قفسه‌ی آبمیوه‌ها ۱۳ نوع نوشیدنی ورزشی، ۶۵ نوشیدنی پاکتی برای کودکان، ۸۵ طعم و برند دیگر از آبمیوه‌ها و ۷۵ نوع چای یخ و نوشیدنی‌های مخصوص بزرگسالان وجود داشت. می‌توانستم نوشیدنی‌های مختلف چای را از بین نوشیدنی‌های شیرین شده (با قند یا شیرین کننده‌های مصنوعی)، لیمویی و طعم‌دار انتخاب کنم.