

به نام خدا

اصول و مبانی روان‌شناسی مثبت با رویکردی کاربردی

مؤلف:

رضا ریاحی

انتشارات ارسطو (چاپ و نشر ایران)

۱۳۹۹

سرشناسه: ریاحی، رضا، ۱۳۷۵-
عنوان و نام پدیدآور: اصول و مبانی روان‌شناسی مثبت با رویکردی کاربردی /
مؤلف رضا ریاحی.
مشخصات نشر: ارسطو (سامانه اطلاع‌رسانی چاپ و نشر ایران)، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری: ۴۰۸ ص.: جدول.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۲-۵۷۶-۹
وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا
موضوع: روان‌شناسی مثبت‌گرا
موضوع: Positive psychology
رده‌بندی کنگره: BF۲۰۴/۶
رده‌بندی دیویی: ۱۵۰/۱۹۸
شماره کتابشناسی ملی: ۷۴۰۹۸۶۴
وضعیت رکورد: فیپا

نام کتاب: اصول و مبانی روان‌شناسی مثبت با رویکردی کاربردی
مؤلف: رضا ریاحی
ناشر: ارسطو (سامانه اطلاع‌رسانی چاپ و نشر ایران)
صفحه‌آرایی، تنظیم و طرح جلد: پروانه مهاجر
تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۹
چاپ: مدیران
قیمت: ۸۲۰۰۰ تومان
فروش نسخه الکترونیکی - کتاب‌رسان:
<https://chaponashr.ir/ketabresan>
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۲-۵۷۶-۹
تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۲۰۲۳۹۲۵۵
www.chaponashr.ir



انتشارات ارسطو



پیشکش به وطنم ایران

فهرست مطالب

۱۵.....	فصل اول : مقدمه ای بر روان شناسی مثبت
۱۸.....	روان شناسی مثبت نگر
۲۰.....	هدف روان شناسی مثبت
۲۰.....	هیجان های مثبت
۲۳.....	فصل دوم : انگیزش
۲۴.....	منشأ فلسفی مفاهیم انگیزشی
۲۶.....	انگیزش های درونی و بیرونی
۲۷.....	انگیزش درونی
۲۸.....	انگیزش بیرونی
۲۹.....	انواع انگیزش بیرونی
۲۹.....	مشوق ها و پیامدها
۳۰.....	مشوق ها
۳۱.....	تقویت کننده چیست؟
۳۳.....	پیامدها
۳۳.....	تقویت کننده های مثبت
۳۴.....	تقویت کننده های منفی
۳۵.....	زیان های نهفته پاداش
۳۸.....	پاداش های مورد انتظار و مادی
۳۹.....	معانی ضمنی
۴۰.....	مشوق ها و پاداش ها
۴۳.....	نظریه ارزیابی شناختی
۴۹.....	دو نمونه از رویدادهای کنترل کننده و اطلاع رسان

- ۴۹ تحسین
- ۵۰ رقابت
- ۵۱ منافع کمک کردن به انگیزش درونی
- ۵۱ استقامت
- ۵۲ خلاقیت
- ۵۲ درک مفهوم / یادگیری با کیفیت عالی
- ۵۳ عملکرد مطلوب و سلامتی
- ۵۳ موضوعاتی که در بررسی انگیزش وجود دارند:
- ۵۴ انگیزش برای سازگاری مفید است
- ۵۵ انگیزه ها توجه را هدایت می کنند
- ۵۷ انگیزه ها در طول زمان تغییر می کنند و بر جریان رفتار تأثیر می گذارند
- ۵۸ انواع انگیزش وجود دارد
- ۵۹ انگیزش گرایش های نزدیکی و دوری را شامل می شود
- ۶۱ بررسی انگیزش معلوم می کند که افراد چه می خواهند
- ۶۲ برای اینکه انگیزش شکوفا شود به شرایط حمایت کننده نیاز دارد
- ۶۶ مقیاس انگیزه پیشرفت هوبرت هرمنس
- ۷۳ شیوه نمره گذاری
- ۷۴ تفسیر آزمون:
- ۷۴ روایی و پایایی پرسشنامه انگیزه پیشرفت هرمنس:
- ۷۵ پاسخنامه انگیزه پیشرفت هرمنس
- ۷۶ پرسشنامه انگیزه پیشرفت برنارد واینر
- ۸۰ روایی
- ۸۰ نرم یا هنجار
- ۸۰ روش نمره گذاری:
- ۸۲ پرسشنامه انگیزه ۳۰ گویه ای

۸۶ تحلیل بر اساس میزان نمره پرسشنامه
۸۷ فصل سوم : شادکامی
۹۰ شادکامی
۹۱ تعاریف شادکامی
۹۳ اثرات شادکامی
۹۳ دیدگاه های نظری در مورد شادکامی
۹۷ منابع و عوامل مرتبط با شادکامی
۹۷ شادکامی و بعد شناختی
۱۰۱ شادکامی و بعد عاطفی
۱۰۳ شادکامی و بعد اجتماعی
۱۰۵ شادکامی و بعد جسمانی
۱۰۷ پرسشنامه استاندارد شادکامی آکسفورد
۱۱۰ تحلیل بر اساس مؤلفه های پرسشنامه
۱۱۱ تحلیل بر اساس میزان نمره پرسشنامه
۱۱۱ تعیین پایایی و روایی ابزارهای اندازه گیری
۱۱۱ برآورد پایایی پرسشنامه ها
۱۱۳ برآورد روایی پرسشنامه
۱۱۴ فصل چهارم: سرسختی روانشناختی
۱۱۵ تعریف سه بُعدی سرسختی
۱۱۶ فواید آموزش سخت رویی
۱۱۷ سرسختی روانشناختی
۱۱۸ مؤلفه های سرسختی روانشناختی
۱۱۸ الف. تعهد
۱۱۹ ب. کنترل
۱۲۱ ج. مبارزه جویی

۱۲۳ ویژگی های سرسختی روانشناختی
۱۲۴ پیشایندها و پیامدهای سرسختی روانشناختی
۱۲۷ عوامل موثر در سرسختی روانشناختی
۱۳۰ ارزیابی شناختی
۱۳۳ آزمون سخت رویی کوباسا
۱۳۳ دستورالعمل:
۱۳۸ کلید آزمون سخت رویی کوباسا
۱۴۰ پایایی
۱۴۳ فصل پنجم: عزت نفس، خودباوری و جرأت ورزی
۱۴۶ تعاریف عزت نفس
۱۴۷ نظریاتی درمورد عزت نفس
۱۴۷ عزت نفس اجتماعی
۱۴۸ عزت نفس تحصیلی
۱۴۸ واکنش و ارزیابی دیگران
۱۴۹ ادراک خویشتن
۱۴۹ مقایسه اجتماعی
۱۵۰ خانواده
۱۵۱ خودباوری
۱۵۱ خود چیست؟
۱۵۲ ۱-دیدگاه جورج مید
۱۵۳ ۲-دیدگاه جیمز
۱۵۴ ۳-دیدگاه سوزان هارتر
۱۵۶ دیدگاه شناختی- اجتماعی
۱۵۷ خود باوری
۱۵۸ جرأت ورزی

۱۵۹	تعاریف جرأت ورزی
۱۶۱	انواع رفتار جرأت مندانه
۱۶۱	۱- رد جرأت مندانه
۱۶۱	۲- درخواست جرأت مندانه
۱۶۱	۳- بیان جرأت مندانه
۱۶۲	هدف های جرأت مندی
۱۶۲	عوامل مؤثر بر جرأت ورزی
۱۶۲	موقعیت:
۱۶۳	فرهنگ
۱۶۴	باورها
۱۶۵	جنسیت
۱۶۶	مزایای رفتار جرأت مندانه
۱۶۷	پیامدهای منفی نداشتن جرأت
۱۶۸	اجزای رفتارهای قاطعانه یا جرأت مند
۱۶۸	ویژگی های آشکار
۱۶۹	ویژگی های ناآشکار
۱۷۰	اجزای رفتار جرأت مندانه
۱۷۰	اجزای رفتار آشکار
۱۷۲	اجزای رفتاری غیر کلامی
۱۷۳	مهارت های فرایندهای
۱۷۴	اجزای رفتار نمان (نا آشکار)
۱۷۵	مراحل شش گانه ابراز وجود:
۱۷۵	آمادگی
۱۷۷	ارسال پیام ابراز وجود:
۱۷۷	گوش دادن انعکاسی به پاسخ دفاعی

۱۷۸ سکوت
۱۷۸ تکرار فرایند:
۱۷۹ تمرکز بر راه حل
۱۸۰ انواع رفتار و شخصیت های غیر جرات ورز در مقایسه با رفتار و شخصیت جرات ورز
۱۸۰ پرخاشگرانه-پر خاشگرانه
۱۸۰ پر خاشگرانه-منفعلا نه
۱۸۰ پر خاشگرانه-جرات ورزانه
۱۸۱ جرات ورزانه- پر خاشگرانه
۱۸۱ جرات ورزانه-جرات ورزانه
۱۸۱ جرات ورزانه- منفعلا نه
۱۸۲ منفعلا نه- جرات ورزانه
۱۸۲ منفعلا نه- پر خاشگرانه
۱۸۲ منفعلا نه-منفعلا نه
۱۸۳ پرسشنامه عزت نفس (S.E.I) کوپر اسمیت
۱۸۶ شیوه نمره گذاری
۱۸۷ روایی و پایایی
۱۸۹ پرسشنامه عزت نفس کوپر اسمیت- نوجوانان و جوانان
۱۹۳ شیوه نمره گذاری
۱۹۴ پرسشنامه عزت نفس روزنبرگ
۱۹۵ شیوه نمره گذاری
۱۹۶ روایی و پایایی
۱۹۷ مقیاس خود پنداره کودکان پیرز - هریس (CSCS)
۲۰۱ شیوه نمره گذاری
۲۰۲ تحلیل (تفسیر) بر اساس میزان نمره پرسشنامه
۲۰۳ محاسبه نمرات کل خام

۲۰۴	محاسبه نمره خوشه ها
۲۰۴	روایی و پایایی:
۲۰۶	پرسشنامه خود پنداره راج کمار ساراسوت
۲۱۳	دستورالعمل اجرای پرسشنامه:
۲۱۳	دستورالعمل هایی برای آزمودنی ها:
۲۱۴	روش نمره گذاری:
۲۱۴	پایایی:
۲۱۵	اعتبار:
۲۱۵	استاندارد کردن و هنجارها:
۲۱۷	پرسشنامه خود باوری
۲۲۱	روایی پرسشنامه
۲۲۲	پرسشنامه جرأت ورزی (گمبریل و ریچی؛ ۱۹۷۵)
۲۲۲	تعریف مفهومی متغیر پرسشنامه :
۲۲۳	تعریف عملیاتی متغیر پرسشنامه
۲۳۱	فصل ششم: خوش بینی
۲۳۲	تعریف خوش بینی
۲۳۴	نظریات خوش بینی
۲۳۶	پایه های زیستی خوش بینی
۲۳۶	خوش بینی و واقع بینی
۲۳۸	آیا خوش بینی آموختنی است؟
۲۳۸	تفاوت خوش بینی و امید
۲۳۹	خوش بینی و انگیزه موفقیت
۲۴۰	مؤلفه های روان شناختی خوش بینی
۲۴۲	ایجاد خوش بینی
۲۴۳	اقدام به عمل بر اساس ایجاد خوش بینی

۲۴۳ جمع آوری منابع حمایت کننده برای خوش بین شدن
۲۴۴ نکته های کلیدی برای ایجاد خوش بینی
۲۴۶ پرسشنامه استاندارد خوش بینی سازمانی سلیگمن (۱۹۹۸)
۲۴۸ شیوه نمره گذاری
۲۴۹ تعیین پایایی و روایی ابزارهای اندازه گیری
۲۴۹ برآورد پایایی پرسشنامه ها
۲۵۰ برآورد روایی پرسشنامه ها
۲۵۳ فصل هفتم : امید
۲۵۴ تاریخچه ی امید
۲۵۶ تعریف امید
۲۵۷ نظریه ی امید: یک الگوی تفکر هدف-مدار
۲۶۰ چگونگی شکل گیری امید
۲۶۳ امید به زندگی
۲۶۴ تعریف امید به زندگی
۲۶۴ امید به زندگی در روان شناسی
۲۶۵ تاریخچه مطالعات مربوط به امید به زندگی
۲۶۶ متوسط امید به زندگی
۲۶۷ امید به زندگی در بدو تولد:
۲۶۸ مراحل رشد و تحول امید در انسان
۲۶۸ دوره اول کودکی (تولد تا ۳ سالگی):
۲۶۹ دوره دوم کودکی (سال های پیش دبستانی : ۳ تا ۶ سالگی):
۲۷۰ سال های میانه کودکی (سنین ۷ تا ۱۳ سالگی):
۲۷۰ سال های نوجوانی (سنین ۱۳ تا ۱۸ سالگی):
۲۷۱ شاخص امید به زندگی
۲۷۲ اندازه گیری امید به زندگی و کاربرد آن:

۲۷۳	عوامل روان شناختی موثر برای امید به زندگی:
۲۷۴	پرسشنامه امید میلر (MHS)
۲۷۷	شیوه نمره گذاری
۲۷۷	تحلیل (تفسیر) بر اساس میزان نمره پرسشنامه
۲۷۹	پرسشنامه امید به زندگی اسنایدر
۲۸۰	شیوه نمره گذاری
۲۸۲	پرسشنامه امید به آینده
۲۸۴	شیوه نمره گذاری
۲۸۵	تفسیر آزمون
۲۸۶	فصل هشتم: آموزش راهبردهای مقابله ای
۲۸۷	تعاریف راهبردهای مقابله ای
۲۸۹	راهبردهای مقابله ای و سلامت روانشناختی
۲۹۰	سیک های مقابله
۲۹۲	نظریه های راهبرد های مقابله ای
۲۹۲	نظریه لازاروس و فولکمن
۲۹۲	نظریه تعامل داروین:
۲۹۳	نظریه بک:
۲۹۴	نظریه آرنولد:
۲۹۵	نظریه جانسون:
۲۹۶	نظریه اریکسون:
۲۹۶	نظریه پیترز:
۲۹۶	نظریه راجرز:
۲۹۷	عوامل موثر در انتخاب راهبردهای مقابله ای:
۲۹۹	رابطه راهبردهای مقابله ای و سلامت روان
۲۹۹	تنوری های مختلف و متفاوت در رابطه با امید:

۲۹۹	اریک- فروم
۳۰۰	گوردون آلپورت
۳۰۱	نظریه الیس
۳۰۲	آبرهام مازلو
۳۰۲	پنج دسته نیاز از نظر آبراهام مازلو
۳۰۳	اریکسون:
۳۰۵	پرسشنامه راهبردهای مقابلهای لازاروس و فولکمن
۳۱۲	ویژگیهای روانسنجی
۳۱۲	نمرهگذاری پرسشنامه
۳۱۴	فصل نهم: آموزش راهبردهای شناختی و فراشناختی
۳۱۴	اهداف فصل:
۳۱۶	فراشناخت
۳۱۸	عناصر فراشناخت
۳۱۸	۱- دانش فراشناختی
۳۲۰	۲- کنترل فراشناختی
۳۲۱	۱- دانش و کنترل خود:
۳۲۲	۲- دانش و کنترل فرآیند:
۳۲۲	الف- انواع دانش موثر در فراشناخت:
۳۲۳	ب- کنترل اجرایی رفتار
۳۲۴	راهبردهای یادگیری
۳۲۷	راهبردهای فراشناختی
۳۲۹	راهبردهای فراشناختی شامل سه راهبرد زیر می شود:
۳۳۰	تمایز راهبردهای شناختی و فراشناختی
۳۳۱	ضرورت آموزش راهبردهای فراشناختی
۳۳۳	فصل دهم: تاب آوری و خودکارآمدی

۳۳۶	تاب آوری
۳۳۷	تعاریف تاب آوری
۳۳۸	عوامل مؤثر بر تاب آوری
۳۳۹	ویژگی های افراد تاب آور
۳۴۰	مدل های تاب آوری
۳۴۶	چارچوب تاب آوری کامپفر
۳۴۸	تنوری های تبیین تاب آوری
۳۵۰	خودکارآمدی
۳۵۲	تعریف خودکارآمدی
۳۵۳	ابعاد خودکارآمدی ادراک شده
۳۵۴	منابع خودکارآمدی
۳۵۶	فرآیندهای واسطه خودکارآمدی
۳۶۰	ظرفیت ها و قابلیت های مؤثر در خودکارآمدی
۳۶۳	تأثیر زمینه های فرهنگی و اجتماعی بر روی باورهای خودکارآمدی
۳۶۳	نقش باورهای خودکارآمدی در انگیزش رفتار و انتخاب اهداف آگاهانه
۳۶۶	مقیاس تاب آوری کونور و دیویدسون (CD-RIS)
۳۷۲	پرسشنامه خود کارآمدی
۳۷۴	شیوه نمره گذاری
۳۷۵	روایی و پایایی
۳۷۶	فهرست مراجع
۳۷۶	مراجع فارسی
۳۸۸	مراجع انگلیسی

فصل اول : مقدمه ای بر روان شناسی مثبت

اهداف فصل:

۱. تحولات کلی روان شناسی را بیان کنید.
۲. نحوه شکل گیری روان شناسی مثبت نگر را توضیح دهید.
۳. هدف روان شناسی مثبت نگر را توضیح دهید.

علم روان‌شناسی در میان علوم طبیعی دیگر، دانشی نسبتاً جوان است که از فلسفه، علوم فیزیکی و زیست‌شناسی به وجود آمده است. روان‌شناسی به عنوان رشته‌ای علمی و مستقل، حدوداً صدساله است. با این حال حتی در این مدت نسبتاً کوتاه نیز تغییرات زیادی در آن ایجاد شده است.

تا قبل از جنگ جهانی دوم، خدمات کاربردی روان‌شناسی را می‌شد به سه دسته‌ی درمان بیماری‌های روانی، بارور و کامل‌تر کردن زندگی برای مردم، و شناسایی و تربیت استعدادها برتر تقسیم کرد. اما پس از جنگ جهانی دوم، تأکید بیش از حد روان‌شناسی بر درمان و آسیب‌شناسی و کلا الگوهای بیماری محور به حدی رسید که خدمت‌های دیگر روان‌شناسی تقریباً به فراموشی سپرده شدند. تأکید بر آسیب‌شناسی تا بدانجا پیش رفت که دانشگاه‌ها و مؤسسات علمی احساس می‌کردند، اگر پژوهش‌هایشان مرتبط با آسیب‌شناسی شناخته شود، امتیازات بیشتری را کسب خواهند کرد. این سبک و سیاق در نوع خود برای درمان بیماری‌ها بسیار سودمند بود؛ اما درعین حال مستلزم چشم‌پوشی از توانمندی‌ها و ویژگی‌های بالقوه‌ی انسانی نیز می‌شد. این رویکرد نه تنها آسیب‌شناسی، بلکه نگاه ما را نسبت به خودمان به عنوان موجودات انسانی تحت تأثیر قرار داد. در واقع، روان‌شناسی انسان را به عنوان موجودی در نظر گرفت که یا درحاطه‌ی غرایز، نیازهای بافتی و تعارضات دوران کودکی است و یا کانون منفعل دریافت‌کننده‌ی محرک و ارائه‌دهنده‌های پاسخ.

تقلید روان‌شناسی از روان‌پزشکی و تأکید آن بر اختلالات و بیماری‌ها را شاید بتوان از دیدگاه میشل فوکو^۱ (۱۹۷۲-۱۹۸۰) بررسی کرد. فوکو، فیلسوف پست‌مدرن، به بررسی این موضوع پرداخت که مفاهیم پزشکی، چگونه شیوه‌های اندیشه‌ی بشری را تحت تأثیر قرار داده‌اند.

^۱-Michel Foucault

به عقیده فوکو، پیام روان شناسی مثبت گرا این است که به ما خاطر نشان کند، رشته ما از مسیر خود منحرف شده است. روان شناسی صرفاً مطالعه ی بیماری، ضعف و آسیب نیست، بلکه می تواند به بررسی فضائل و توانمندی ها هم پردازد و درمان، فقط ثابت نگه داشتن کاستی ها نیست، بلکه می تواند معطوف به ساختن چگونگی خصلت های نیکو در افراد باشد. روان شناسی مثبت در رویکرد خود، به دست های لرزان، خود فریبی و تفکر رویایی بسنده نمی کند، بلکه می کوشد، مطالعه ی رفتار یگانه ی انسان با تمام پیچیدگی های آن را، با روش علمی سازگار کند. در سال های اخیر با کارهای سلیگمن^۱ در روان شناسی، جنبشی به نام روان شناسی مثبت^۲ ایجاد شده است. این گرایش به مطالعه نقاط مثبت و کمالات انسانی و به طور کلی، ابعاد مثبت وجود آدمی پرداخته و به دنبال آن است که از نقاط قوت انسان ها، به عنوان سپری علیه بیماری ها استفاده کند.

روان شناسی مثبت نگر به عنوان رویکردی تازه در روان شناسی، بر فهم و تشریح شادمانی و احساس ذهنی بهزیستی و همچنین پیش بینی دقیق عواملی که بر آن ها موثرند تمرکز دارد. این رویکرد از منظری مثبت گرایانه با ارتقای احساس ذهنی بهزیستی و شادمانی، در عوض درمان نواقص و اختلالات سروکار دارد. بنابراین، روان شناسی مثبت نگر، تکمیل کننده ی روان شناسی بالینی سنتی است. فهم، درک و شفاف سازی شادمانی و احساس ذهنی بهزیستی، موضوع محوری روان شناسی مثبت نگر است.

^۱-Seligman

^۲-Positive Psychology

روان‌شناسی مثبت نگر

روان‌شناسی مثبت نگر، رشته‌ی تازه‌ای در روان‌شناسی است که در اواخر دهه ۱۹۹۰ برپاشده و تمرکز آن بیشتر بر قدرت‌ها و توانایی‌های فرد است تا جست‌وجو در ضعف‌ها و نقص‌های او.

این رشته به دنبال آن است که تصویری از زندگی خوب را از لحاظ روان‌شناختی به روشنی بیان کند و برای اینکه مشخص کند چه چیزی زندگی را برای زیستن با ارزش می‌کند، از روش‌های تجربی روان‌شناسی بهره می‌برد. موضوع اصلی روان‌شناسی مثبت نگر، تحقیق کردن درباره‌ی تجربیات ذهنی مثبت مانند: بهورزی، خشنودی، رضایت خاطر، لذت، امید، خوش‌بینی، شایستگی، عشق، عشق به کار، جرئت، پشتکار، خودمختاری، مهارت میان‌فردی، استعداد، خلاقیت، ابتکار، دوران‌دیشی، خرد، مسئولیت میان‌فردی، نوع دوستی، وجدان‌کاری و پرورش دیگران است. روان‌شناسی مثبت نگر، رشته فرعی روان‌شناسی انسان‌گرا نیست. موضوع اصلی این روان‌شناسی، همان است که روان‌شناسی انسان‌گرا برای خود انتخاب کرده است. به همین خاطر، این دو رشته همپوشی زیادی دارند. آنچه روان‌شناسی مثبت نگر را از روان‌شناسی انسان‌گرا متمایز می‌کند، تاکید زیاد آن براتکا به پژوهش تجربی برای آزمودن فرضیه‌ها براساس داده‌های به دست آمده است. روان‌شناسی مثبت نگر از لحاظ علمی از روان‌شناسی انسان‌گرا دقیق‌تر است. این گونه روان‌شناسی به انسان می‌نگرد و می‌پرسد: چه می‌توانست باشد؟ روان‌شناسی مثبت نگر به عنوان یک رشته قبول دارد که افراد از آنچه می‌توانند باشند، کمترند. همچنین از میزان شیوع آسیب‌هایی چون افسردگی، سو مصرف مواد، بی‌احساسی و خشونت آگاه است و تصدیق می‌کند که تلاش‌های زیادی برای درمان این آسیب‌های انسان صورت گرفته است. با این حال، عمدتاً به تقویت کردن توانایی‌ها و شایستگی‌های فرد توجه دارد. افراد برای جلوگیری از بیماری باید از

توانایی هایی چون امید، خوش بینی، مهارت، پشتکار، انگیزش درونی و قابلیت روانی برخوردار باشند.

مسئله این نیست که چگونه می توانیم ضعف های افراد را اصلاح کنیم؛ بلکه این است که چگونه می توانیم توانایی های افراد را پرورش دهیم و تقویت کنیم.

روان شناسی مثبت نگر در پی نیرومندتر و پربارتر کردن افراد و شکوفاسازی استعداد های آن ها است. بنابراین، به سلامت روانی افراد و کیفیت زندگی آن ها نگاهی می اندازد و می پرسد چه می توانست باشد. این روان شناسی به دنبال آن است که به افراد کمک کند تا توانایی ها و شایستگی های خود را پرورش دهند؛ برای همین، از آن ها نمی پرسد که چه عینکی به چشم می زنند، یا چه کسی را به عنوان الگوی نقش انتخاب می کنند؛ بلکه به آن ها می گوید که قوت ها به اندازه ی ضعف ها اهمیت دارند، انعطاف پذیری به اندازه ی آسیب پذیری مهم است و تکلیف دائمی بذر خوبی پاشیدن، به اندازه ی مداخله کردن برای برطرف کردن آسیب، اهمیت دارد.

در پنجاه سال گذشته، بیشتر تلاش روان شناسان بالینی بر درمان کمبودها و رفع ناتوانی ها متمرکز بوده است. اما روان شناسی مثبت به افزایش شادمانی و سلامت و مطالعه علمی، در مورد نقش نیرومندی های شخصی و سامانه های اجتماعی مثبت در ارتقای سلامت بهینه، تاکید دارد.

روان شناسی مثبت نگر همواره در پی شناسایی و تشریح شادکامی و احساس ذهنی بهزیستی و پیش بینی آن ها بوده است. موضوع محوری این حوزه ی نوظهور در روان شناسی، همانا ارتقای بهزیستی افراد و شناسایی جنبه های مثبت در افراد و تقویت آن ها در جهت پیش گیری و اعتلای سلامت روان و همچنین کمک به درمان، در صورت وجود مشکل و اختلال است.

هدف روان شناسی مثبت

هدف اصلی روان شناسی سلامت، فهم و آسان سازی سلامت ذهنی است. در این بافت، شادمانی و سلامت، هر دو به احساس های مثبت، مانند شادی یا آرامش خیال و حالت های مثبت، مثل چیزی که شیفتگی و دل بستگی را شامل می شود، دلالت دارند. روان شناسی مثبت به عنوان یک اقدام متهورانه ی علمی بر فهم و تبیین شادمانی و سلامت ذهنی و به طور دقیق، پیش بینی عواملی تمرکز دارد که بر چنین حالت هایی تاثیر می گذارند. روان شناسی مثبت به عنوان یک تلاش مثبت، به جای اینکه جایگزین روان شناسی بالینی سنتی باشد، متمم آن است.

هیجان های مثبت

سلیگمن (۲۰۰۲) در کتاب خود با عنوان شادمانی اصیل، هیجان های مثبت را در سه مقوله، شامل آن هایی که با گذشته، حال و آینده پیوند دارند، طبقه بندی می کند. هیجان های مثبت مرتبط با آینده، خوش بینی، امید، اعتماد، ایمان و اعتقاد را شامل می شوند. رضایت مندی، خشنودی، غرور و آرامش خاطر، هیجان های مثبت عمده ای هستند که با گذشته پیوند دارند. در ارتباط با هیجان های مثبت حال، دو طبقه ی متمایز وجود دارد: لذت های آنی و رضایت مندی های پایدارتر.

لذت ها، هم لذت های جسمانی وهم لذت های عالی تر را شامل می شوند. لذت های جسمانی از طریق حواس حاصل می شوند. احساس هایی که از امر جنسی، عطر های خوش و چاشنی های خوش مزه بروزمی کنند، در این مقوله قرار می گیرند. برعکس، لذت های عالی تر از فعالیت های پیچیده تر به دست می آیند و احساس هایی مانند سعادت، شغف، راحتی، سرخوشی و شادمانی را شامل می شوند. رضایت مندی ها که حالت های شیفتگی یا جذبه را شامل می شوند و حاصل فعالیت هایی هستند که به کارگیری

نیرومندی های یکتا و التزامی را می طلبند، با لذت ها تفاوت دارند. قایق رانی، تدریس و کمک به دیگران مصداق چنین فعالیت هایی هستند.

نیرومندی های التزامی، آن دسته از صفات شخصی هستند که با فضیلت های خاصی رابطه دارند و در ارزش های عملی طبقه بندی نیرومندی ها تعریف می شوند. در مطالعه هیجان های مثبت و شادمانی، نکته ی حساس، یافتن یک راه حل موثکافانه برای تشخیص دادن حالت های عاطفی مثبت و منفی است.

عاطفه مثبت با صفت برون گرایی شخصیت و عاطفی بودن منفی، با صفت روان رنجوری همبستگی دارند. همبستگی بین عاطفی بودن و صفات عمده ی شخصیت، قابل توجه اند و از ۹ تا ۴۹ درصد، نوسان دارند. عاطفی بودن مثبت، ابعاد فرعی خوش رویی مانند: بشاش، شاد و سرزنده بودن، اتکای به نفس مانند: مطمئن، قوی و جسور بودن و گوش به زنگی مانند: هشیار، متمرکز و مصمم بودن را شامل می شود. عاطفی بودن مثبت، پس از ۳۰ سالگی از لحاظ خلقی بسیار ثابت است. عاطفی بودن منفی در اواخر نوجوانی به اوج خود می رسد و سپس با گذشت زمان، دست کم تا اواسط بزرگسالی افت پیدا می کند. در عاطفی بودن مثبت و منفی تفاوت های فردی وجود دارد. عاطفی بودن مثبت و منفی تا حدودی ویژگی های ارثی هستند و ضریب همبستگی آن ها با عامل وراثت حدود ۵ درصد است. اما تاثیر محیطی می تواند عاطفی بودن مثبت را بهبود بخشد.

عاطفی بودن مثبت و منفی احتمالاً متاثر از همان سازوکار های عصب زیست شناختی هستند که برون گرایی و روان رنجوری را به وجود می آورند. عاطفی بودن مثبت با رضایت مندی شغلی بیشتر و رضایت مندی زناشویی پیوند دارد و با فعالیت جسمانی منظم، خواب کافی، معاشرت منظم با دوستان نزدیک و تلاش در جهت هدف های ارزشمند، فزونی می یابد. مطالعات شخصیتی شادمانی، نشان می دهند که افراد

شاد، برون‌گرا و خوش‌بین اند و از عزت نفس بالا و امکان کنترل درونی برخوردارند. در مقابل، افراد ناشاد به سطوح بالایی از روان‌رنجوری گرایش دارند. کودکان دارای سطوح بالایی فعالیت خلق و خوایی و عاطفه‌ی مثبت، برون‌گرا می‌شوند؛ و لذا احتمال بیشتری می‌رود که شاد باشند. کودکانی که از لحاظ خلق و خو بسیار تحریک‌پذیر و هراسان هستند، در دوره‌های بعدی زندگی، سطوح بالایی از روان‌رنجوری را از خود بروز می‌دهند و به احتمال بیشتر عاطفی بودن منفی را نشان می‌دهند.

زاویه‌ی "تفکر مثبت" خوش‌بینانه، تکرار عبارت‌های تقویت‌کننده‌ای چون "هرروز هرچه که باشد، من بهتر و بهتر هستم" یا "تیر من همیشه به هدف خواهد خورد" را توصیه می‌کنند. این‌ها نشانه‌های ظاهری خوش‌بینی هستند ولی خوش‌بینی چیزی ژرف‌تر از این‌هاست. احساس خوش‌بینی، تکرار عبارت‌های مثبت یا تصورات برنده شدن نیست؛ بلکه در روش‌اندیشیدن شما در مورد علت‌ها نهفته است.

فصل دوم : انگیزش

اهداف فصل:

۱. منشأ فلسفی مفاهیم انگیزشی را توضیح دهید.
۲. انواع انگیزش را تعریف کنید و آنها را باهم مقایسه کنید.
۳. انواع پیامد را نام ببرید و آنها را باهم مقایسه کنید.
۴. نظریه ارزیابی شناختی را توضیح دهید.
۵. رویدادهای کنترل کننده و اطلاع رسان را توضیح دهید.
۶. فایده انگیزش را بیان کنید.
۷. انواع انگیزش را توضیح دهید.

منشأ فلسفی مفاهیم انگیزشی

اگر تکنولوژی علمی - تخیلی ما می‌توانست شما را ۱۰۰ سال به عقب برگرداند ، نمی‌توانستید اصلاً درسی دربارهٔ انگیزش^۱ پیدا کنید. درس‌های انگیزش و خودرشته انگیزش ، کمتر از ۱۰۰ سال است که به وجود آمده‌اند.

منشأ بررسی انگیزش ، به یونانیان باستان - سقراط ، افلاطون، و ارسطو بر می‌گردد. افلاطون، شاگرد سقراط ، معتقد بود که انگیزش از روح (یا ذهن ، روان) سه جزئی که به صورت سلسله مراتبی ترتیب یافته است ، ناشی می‌شود . در سطح بسیار ابتدایی ، جنبه اشتها آور روح قرار دارد ، که به اشتها و امیال بدن ، مانند گرسنگی و میل جنسی کمک می‌کند . در سطح دوم ، جنبه رقابت جو قرار دارد که در معیارهای اجتماعی ، مانند احساس افتخار یا شرمندگی دخالت دارد . در عالی‌ترین سطح ، جنبهٔ حسابگر قرار دارد که به توانایی‌های تصمیم‌گیری روح ، مانند عقل و انتخاب، کمک می‌کند . در ضمن ، هر جنبهٔ عالی می‌تواند انگیزه‌های جنبه‌های پایین را تنظیم کند؛ مثلاً عقل می‌تواند اشتهای بدن را زیر نظر بگیرد . جالب اینکه ، تصویری که افلاطون از انگیزش ارائه داد ، پویش‌های روانی زیگموند فروید^۲ را به خوبی پیش‌بینی کرد . ولی اسامی متفاوت تغذیه‌ای ، احساسی ، و عقلانی را ترجیح داد . جنبهٔ تغذیه‌ای بسیار تکانشی ، غیر منطقی ، و شبه حیوانی است . این جنبه به امیال بدن که برای حفاظت از زندگی ضروری هستند ، کمک می‌کند . جنبه احساسی نیز به بدن مربوط است ، ولی لذت و درد را تنظیم می‌کند . عنصر عقلانی منحصر به انسان هاست ، با عقاید ارتباط دارد ، و مشخصه اراده است . اراده به عنوان عالی‌ترین سطح روح عمل نموده و از قصد و انتخاب استفاده می‌کند .

^۱-Motivation

^۲-Sigmund Freud

صدها سال بعد ، روح سه جزئی یونانی به دوگانه نگری کاهش یافت - هوس های بدن و قدرت استدلال ذهن . این روح دو جزئی ، ماهیت سلسله مراتبی یونانی را حفظ کرد ، به طوری که آنچه مادی ، غیر منطقی ، تکانشی ، و زیستی بود (بدن) را از آنچه غیر مادی ، منطقی ، هوشمندانه ، و معنوی بود (ذهن) متمایز کرد . نیروی محرک این بازنگری ، عمدتاً برتعهد عقلانی به دوگانگی های انگیزشی ، مانند هوس در برابر عقل ، خیر در برابر شر ، و ماهیت حیوانی در برابر روح انسان استوار بود . برای مثال ، توماس آکیناس^۱ معتقد بود که بدن تکانه های انگیزشی غیر منطقی و مبتنی بر لذت را تأمین می کند؛ در حالی که ذهن، انگیزه های منطقی و مبتنی بر اراده را فراهم می آورد .

در دوران پس از رنسانس ، رنه دکارت^۲ ، فیلسوف فرانسوی ، تمایز بین جنبه های فعال و نا فعال انگیزش را به این دوگانه نگری ذهن - بدن اضافه کرد . بدن عامل مکانیکی ، شبه ماشین ، و از لحاظ انگیزشی نافع است . در حالی که اراده ، عامل غیرمادی ، معنوی ، و از لحاظ انگیزشی فعال است . بدن به عنوان هستی مادی ، از نیازهای تغذیه ای برخوردار است که به صورت ماشینی ، از طریق حواس ، بازتاب ها ، و فیزیولوژی اش به محیط پاسخ می دهد . اما ذهن ، هستی معنوی و متفکر است که از اراده هدفمند برخوردار می باشد . ذهن می تواند بدن را کنترل کند ؛ روح می تواند بر امیال بدن حاکم باشد . این تمایز بسیار مهم بود ، زیرا برنامه کار بررسی انگیزش را برای ۳۰۰ سال بعد آماده کرد : آنچه برای پی بردن به انگیزه های نافع و واکنشی لازم بود ، بررسی ماشین بدن ، یعنی مطالعه فیزیولوژی بود ؛ آنچه برای پی بردن به انگیزه های فعال و هدفمند ضرورت داشت ، بررسی عقلانی اراده ؛ یعنی ، مطالعه فلسفه بود .

^۱-Saint Thomas Aquinas

^۲-Rene Descartes

انگیزش‌های درونی و بیرونی

نیازها، حالت‌های انگیزشی را در ما به وجود می‌آورند؛ اما مشاهده علیتی رفتار روزمره، حاکی از آن است که گاهی نیازهای ما خاموش هستند، یا حداقل جایی در گوشه‌های هشجاری ما قرار دارند. گاهی دانش‌آموزان در مدرسه، بی‌حوصله هستند و به برنامه‌های درسی علاقه‌ای نشان نمی‌دهند. گاهی کارمندان در محل کار، بی‌علاقه هستند و به کندی کار می‌کنند. گاهی بیماران در بیمارستان‌ها، احساس می‌کنند میل چندانی به ورزش کردن ندارند و مایل نیستند داروهای خود را مصرف کنند. این‌گونه مشاهدات حکایت از آن دارد که افراد همیشه انگیزش خودشان را از درون ایجاد نمی‌کنند، بلکه گاهی منفعل می‌شوند و به محیط چشم می‌دوزند تا برای آنها انگیزش تامین کند. آموزگاران در مدارس، متوجه این فقدان انگیزش درونی می‌شوند و در پاسخ به آن، از نمرات، عکس برگردان‌ها، تحسین، امتیازات زنگ تفریح بیشتر و تهدید به اینکه اگر درس نخوانند بدبخت می‌شوند استفاده می‌کنند تا دانش‌آموزان را با انگیزه کنند. کارفرمایان در محیط کار، برای با انگیزه کردن کارمندانشان از حقوق، پرداخت‌های فوق‌العاده، نظارت، رقابت‌ها، و تهدید به اخراج استفاده می‌کنند. در بیمارستانها، دکترها برای با انگیزه کردن بیمارانشان، از دستورات، توسل به افرادی که برای بیماران عزیز هستند و تهدیدهای ضمنی (مثل «اگر بیشتر ورزش نکنید، در این صورت...») استفاده می‌کنند. اینها رویدادهای بیرونی هستند که مشوق‌ها و پیامدهایی را تشکیل می‌دهند که انگیزش بیرونی به وجود می‌آورند.

تجربه به ما یاد داده است که دو راه برای لذت بردن از یک فعالیت وجود دارد: به صورت درونی یا بیرونی. فعالیت‌هایی چون نواختن پیانو، استفاده از کامپیوتر، یا خواندن کتاب را در نظر بگیرید. از یک سو، شاید نوازنده پیانو به نواختن پیانو علاقه داشته باشد و از آن لذت ببرد؛ زیرا که این کار فرصتی برای فعال و ارضا کردن نیازهایی

چون شایستگی است. او برای تفریح کردن پیانو می نوازد، برای اینکه مهارت با ارزشی را تمرین کند و پرورش دهد، و احساس کند آزاد و خودمختار است. از سوی دیگر، همین رفتار نواختن پیانو می تواند به این علت لذت بخش باشد که فرصتی برای پول درآوردن، جایزه بردن، تحت تاثیر قرار دادن دیگران، یا دریافت بورس دانشگاه است. در واقع، هر فعالیتی را می توان با گرایش انگیزش درونی یا بیرونی انجام داد.

انگیزش درونی

انگیزش درونی، گرایش فطری پرداختن به تمایلات و به کار بردن توانایی ها و در انجام این کار، جستجو کردن چالش های بهینه و تسلط یافتن بر آنهاست. انگیزش درونی به طور خود انگیزه از نیازهای روان شناختی، کنجکاوی، و تلاشهای فطری برای رشد، حاصل می شود. وقتی افراد به صورت درونی با انگیزه می شوند، به خاطر علاقه، احساس چالشی که فعالیت خاصی ایجاد می کند و «به خاطر لذتی که از آن می برند» رفتار می کنند. این رفتار به صورت خود انگیزه، نه به دلیل وسیله ای (بیرونی)، روی می دهد. در عمل، انگیزش درونی، برای دنبال کردن تمایلات و به خرج دادن تلاش لازم برای پرورش دادن مهارت ها و توانایی ها، انگیزش فطری را تامین می کند.

افراد به این علت انگیزش درونی را تجربه می کنند که درون خودشان نیازهای روان شناختی دارند. وقتی که هنگام انجام دادن فعالیتی، نیازهای روان شناختی فعال باشند و پرورش یابند، به طور خود انگیزه احساس خشنودی را در افراد ایجاد می کنند. انگیزش درونی از احساس شایسته بودن و خودمختار بودن و در حین انجام دادن یک فعالیت، حاصل می شود. وقتی افراد به کارهایی مشغول می شوند و احساس شایستگی و خودمختاری می کنند، با گفتن «این کار جالب است»، «این کار تفریح است» یا «من از انجام دادن آن لذت می برم» انگیزش درونی خود را ابراز می کنند. برای مثال، علاقه و احساس آزادی می توانند میل به خواندن یک کتاب را تحریک کنند، و لذت و احساس

شایستگی می‌توانند باعث شوند که یک نفر چندین ساعت را صرف حل کردن جدولی چالش‌انگیز کند.

انگیزش بیرونی

انگیزش بیرونی از مشوق‌ها و پیامدهای محیطی مانند غذا یا پول، ناشی می‌شود. انگیزش بیرونی به جای پرداختن به فعالیت، برای تجربه کردن خشنودی فطری در آن، از پیامدی ناشی می‌شود که از خود آن فعالیت جداست. هر وقت که برای بدست آوردن نمره بالا، بردن یک جایزه، بردن یک سهم، تاثیر گذاشتن بر همسالان مان، یا غلبه کردن بر یک ضرب الاجل تلاش می‌کنیم، رفتارمان به صورت بیرونی با انگیزه شده است. یعنی چون پیامدهای خوشایند را دوست داریم و مایلیم از پیامدهای ناخوشایند اجتناب کنیم، وجود مشوق‌ها و پیامدها، احساسی را در ما ایجاد می‌کنند که دوست داشته باشیم به رفتارهایی بپردازیم که پیامدهای موردنظرمان را به وجود آورند.

انگیزش بیرونی از انگیزش «این کار را بکن تا آن را به دست آوری» ناشی می‌شود، و به صورت انگیزش «برای اینکه» وجود دارد (مثل «این کار را بکن برای اینکه آن را به دست آوری»). «این» رفتار درخواست شده و «آن» مشوق یا پیامد بیرونی است. بنابراین، انگیزش بیرونی، دلیلی محیطی برای شروع کردن و ادامه دادن یک عمل است.

معمولاً، رفتارهایی که به صورت درونی و بیرونی با انگیزه شده‌اند، دقیقاً مشابه به نظر می‌رسند. همان‌گونه که فرد با انگیزه درونی، کتاب می‌خواند، نقاشی می‌کند، به مدرسه یا محیط کار می‌رود، فرد با انگیزه بیرونی هم همین کارها را می‌کند. بنابراین، به سختی می‌توان فردی را مشاهده کرد و دانست که او به صورت درونی یا بیرونی با انگیزه شده است. تفاوت اصلی بین این دو نوع انگیزش، در منبعی نهفته است که رفتارها را نیرومند و هدایت می‌کند. در مورد رفتاری که به صورت درونی با انگیزه

شده ، انگیزش از نیازهای روان شناختی و خشنودی خود انگیزخته ای که آن رفتار تامین می کند، ناشی می شود. در رابطه با رفتاری که به صورت بیرونی با انگیزه شده، انگیزش از مشوق ها و پیامدهایی سرچشمه می گیرد که به آن رفتار وابسته شده اند.

انواع انگیزش بیرونی

پژوهشگران انگیزش به طور سنتی، انگیزش بیرونی را متضاد انگیزش درونی در نظر گرفته اند. اما پژوهشگران امروزی، انواع انگیزش بیرونی را تشخیص داده اند. هنوز هم برخی از انواع انگیزش بیرونی، با انگیزشی که ساخته و پرداخته محیط است، مطابقت دارند، اما انواع دیگر، در درون فرد وجود دارند و بنابراین، بیانگر انگیزه های خود خواسته هستند که به صورت اختیاری و آزادانه نشان داده می شوند. در بخش بعدی، روی انگیزش بیرونی به شکل سنتی آن تمرکز می کنیم، ولی در ادامه فصل، روی انگیزش بیرونی به صورت جدیدتر آن تأکید خواهیم کرد.

مشوق ها و پیامدها

بررسی انگیزش بیرونی بر دیدگاه شرطی سازی کنشگر استوار است. اصطلاح شرطی سازی کنشگر به فرایندی اشاره دارد که انسان به وسیله آن یاد می گیرد چگونه به نحو موثری در محیط عمل کند. عمل کردن موثر در محیط، به معنی یادگیری و انجام دادن رفتارهایی است مانند جلب تایید و به دست آوردن پول که پیامدهای جالب به بار می آورند و همچنین رفتارهایی مانند طردشدن و اخراج شدن که از پیامدهای ناخوشایند جلوگیری می کنند.

طرفداران شرطی سازی کنشگر برای اینکه نشان دهند چگونه مشوق ها و پیامدها رفتار را با انگیزه می کنند، الگوی زیر را ارائه می دهند:

$$S: R \rightarrow C$$

در این الگوی سه حرفی S ، R ، و C به ترتیب علامت اختصاری نشانه موقعیتی (یعنی مشوق)، پاسخ رفتاری و پیامد هستند. دو نقطه بین R و S نشان می‌دهد که نشانه موقعیتی، زمینه را برای پاسخ رفتاری آماده می‌کند؛ ولی موجب آن نمی‌شود. فلش بین R و C نشان می‌دهد که پاسخ رفتاری موجب پیامد می‌شود. برای مثال، توجه داشتن گروهی از دوستان (S)، باعث نمی‌شود که گوینده جوک، جوک بگوید (R)، بلکه این گروه وظیفه نشانه موقعیتی را بر عهده دارد که زمینه را برای جوک گفتن آماده می‌سازد (S : R). گفتن جوک‌ها موجب واکنش‌های دوستان می‌شود (C)، به طوری که باعث می‌شود آن‌ها بخندند و یا مسخره کنند. ($R \rightarrow C$).

مشوق‌ها

مشوق، رویدادی محیطی است که انسان را به سمت شروع کردن رفتاری خاص می‌کشانند یا از آن دور می‌کند. مشوق‌ها همیشه قبل از رفتار واقع می‌شوند (یعنی R : S) ، و با انجام این کار، انتظاری را در انسان به وجود می‌آورند که پیامدهای خوشایند یا ناخوشایند در شرف وقوع هستند. نمونه‌هایی از مشوق‌های مثبت از این قرارند: لبخند، بوی و سوسه انگیز، حضور دوستان و همکاران، نامه‌ای که به نظر می‌رسد حاوی چک است، آیکونی در پایین صفحه کامپیوتر که اطلاع می‌دهد «نامه دارید». برخی از مشوق‌های منفی می‌توانند از این قبیل باشند: بوی گندیدگی، حضور دشمنان یا رقیبان، نامه‌های تبلیغاتی، و صدای قیژقیژ کامپیوتر که نشان می‌دهد به زودی از کار خواهد افتاد.

مشوق‌ها موجب رفتار نمی‌شوند، بلکه بر احتمال اینکه پاسخ داده شود یا نه، تاثیر می‌گذارند. مشوق نوعی نشانه موقعیتی است که خبر می‌دهد رفتار، پیامدهای تقویت‌کننده یا تنبیه‌کننده به بار خواهد آورد یا نه، و این آگاهی درباره ارزش تشویقی محرک، از طریق تجربه آموخته می‌شود. صدای دلخراش اتومبیل موجب ترس افراد نمی‌شود مگر اینکه در گذشته ثابت شده باشد این صدا از فاجعه ناگواری خبر می‌دهد. همین

طور، دیدن فرد بخصوصی، مشوق خوشایند یا ناخوشایند نیست، مگر اینکه به تجربه آموخته باشیم که این فرد احتمالاً ما را مسخره خواهد کرد (یاد گرفته ایم که این فرد مشوق ناخوشایندی است) یا خوشمزگی خواهد کرد و با ما رابطه دوستی خواهد داشت (یاد گرفته ایم که این فرد مشوق جالبی است). همین فرایند یادگیری (این «شرطی شدن») است که رفتار هدفمند ما را شکل می دهد، به طوری که مشوق های مثبت، رفتار گرایشی و مشوق های منفی، رفتار اجتنابی را علامت می دهند.

شاید به نظر برسد که این مثالها، مشوق و پیامد را با هم قاطی کرده اند، ولی فراموش نکنید که هر دو، رویدادهای بیرونی هستند که رفتار را هدایت می کنند، ولی دو تفاوت مهم با هم دارند. مشوق ها با پیامدها از دو نظر تفاوت دارند. اول، زمانی که هر یک روی می دهند و دوم، نحوه ای که رفتار را با انگیزه می کنند.

مشوق ها قبل از رفتار واقع می شوند (S : R) و وقوع رفتار را تحریک یا جلوگیری می کنند. پیامدها بعد از رفتار، واقعی می شوند و تداوم رفتار را افزایش یا کاهش می دهند (R → C).

تقویت کننده چیست؟

تعریف تقویت کننده از لحاظ عملی آسان است. تقویت کننده هرگونه رویداد بیرونی است که رفتار را افزایش دهد. اگر برای رفتن به سر کار، یک چک درشت بگیرید، در این صورت از تجربه ملی خود درس می گیرید که چک درشت، تقویت کننده است، و تا زمانی که این چک ها را به شما بدهند، به سر کار می روید.

اما از لحاظ نظری، تعریف تقویت کننده دشوارتر است، زیرا باید آن را به صورتی تعریف کرد که از تاثیرش بر رفتار مستقل باشد. مشکل تعریف کردن تقویت کننده بر حسب تاثیر آن بر رفتار این است که چنین تعریفی چرخشی می شود: علت، موجب

معلول می‌شود؛ یعنی: تقویت‌کننده موجب افزایش رفتار می‌شود؛ ولی معلول، علت را توجیه می‌کند؛ یعنی: افزایش رفتار به معنی آن است که باید تقویت شده باشد. بنابراین، در عمل، تنها راه برای مشخص کردن تقویت‌کننده این است که آن را بدهیم و منتظر بمانیم تا ببینیم که آیا رفتار را افزایش خواهد داد؟ در این صورت، پژوهشگران و کارورزان وسیله‌ای در اختیار ندارند که تقویت‌کننده را قبل از به کار بردن آن، مشخص کنند. بنابراین، مشکل این است که از پیش بدانیم تقویت‌کننده تاثیر خواهد داشت؛ یعنی، چه چیزی رفتار را افزایش خواهد داد.

مشکل دیگر این است که توضیح دهیم چرا تقویت‌کننده موثر واقع خواهد شد: چرا کسی باید انتظار داشته باشد که این رویداد بیرونی رفتار دیگران را افزایش دهد؟ پژوهشگران برای خارج شدن از این باتلاق چرخشی، باید رویدادی بیرونی؛ مثل آب نبات چوبی و یا گردش علمی به باغ وحش را انتخاب کنند که قبلاً برای فرد بخصوصی مورد استفاده قرار نگرفته باشد و از قبل بدانند که آیا رفتار موردنظر را افزایش خواهد داد یا نه. در تاریخ پژوهش انگیزش، تعریف‌های غیر چرخشی زیر از تقویت‌کننده مثبت ارائه شده‌اند:

۱. محرکی که سابق را کاهش دهد (هال^۱، ۱۹۴۳). غذا رفتار را افزایش می‌دهد؛ زیرا که از گرسنگی می‌کاهد.
۲. محرکی که انگیزش را کاهش دهد (برلین^۲، ۱۹۶۷). دارو رفتار را افزایش می‌دهد؛ زیرا اضطراب را تسکین می‌بخشد.
۳. محرکی که انگیزش را افزایش دهد (زاکرمین^۳، ۱۹۷۹). کنسرت راک، رفتار را افزایش می‌دهد؛ زیرا افراد را تحریک می‌کند و به شوق می‌آورد.

^۱-Clark Leonard Hull

^۲-Berlin

^۳-Zuckerman

۴. تحریک لذت بخش مغز (الدرز^۱، ۱۹۶۹). تحریک برقی دسته پیش مغز میانی، رفتار را افزایش می دهد؛ چون لذت بخش است.
۵. فرصت انجام دادن رفتار با فراوانی زیاد (پریماک^۲، ۱۹۵۹). فردی تکلیف خودش را انجام می دهد تا فرصت دیدن تلویزیون را داشته باشد.
- امتیاز این تعریف های تقویت کننده، در مقایسه با تعریف «هر چیزی که رفتار را افزایش دهد»، این است که پژوهشگر می تواند از پیش توضیح دهد چرا محرکی رفتار را افزایش خواهد داد.

پیامدها

پیامدها دو نوع هستند: تقویت کننده ها و تنبیه کننده ها. تقویت کننده ها نیز دو نوع هستند: مثبت و منفی.

تقویت کننده های مثبت

تقویت کننده مثبت، هرگونه محرک محیطی است که وقتی ارائه شود، احتمال وقوع رفتار مطلوب را در آینده افزایش دهد. تایید، چک حقوق و جوایز، تقویت کننده های مثبتی هستند که بعد از گفتن متشکرم، ۴۰ ساعت کار در هفته، و تمرین کردن مهارت های ورزشی، روی می دهند. چیزی که تایید، چک حقوق، یا جایزه را تقویت کننده مثبت می کند، توانایی آن در افزایش دادن احتمال وقوع دوباره رفتارهای مودب بودن، سخت کار کردن، یا چند ساعت تمرین کردن در آینده است. یعنی، کسی که برای رفتاری تقویت کننده مثبت می گیرد، بیشتر از کسی که چنین پیامد جالبی را برای همان

^۱-Olds

^۲-Premack

رفتار نمی‌گیرد، آن را تکرار خواهد. تقویت‌کننده‌های مثبت دیگر عبارتند از: پول، تحسین، توجه، نمرات، بورس تحصیلی، غذا، پاداش‌ها، هدیه‌ها، شهرت و امتیاز.

تقویت‌کننده‌های منفی

تقویت‌کننده منفی، هرگونه محرک محیطی است که وقتی حذف شود، احتمال وقوع رفتار مطلوب را در آینده افزایش می‌دهد. تقویت‌کننده‌های منفی، مانند تقویت‌کننده‌های مثبت، احتمال وقوع رفتار را افزایش می‌دهند. تقویت‌کننده‌های منفی برخلاف تقویت‌کننده‌های مثبت، محرک‌های ناخوشایند و آزارنده هستند. صدای گوشخراش زنگ ساعت، محرک آزارنده‌ای است. متوقف کردن زنگ ساعت، در صورتی که احتمال بیدار شدن فرد خفته را افزایش دهد، به صورت منفی تقویت‌کننده است. به همین طریق، دارویی که سردرد را برطرف می‌کند، تقویت‌کننده‌ای منفی است که تمایل فرد مبتلا به سردرد را برای مصرف کردن همین دارو در آینده، افزایش می‌دهد (یعنی، برطرف شدن سردرد، عمل مصرف کردن داروی سردرد را به صورت منفی تقویت می‌کند). تقویت‌کننده‌های منفی دیگر عبارتند از نق زدن، غرغر کردن، گریه کردن، نظارت، ضرب الاجل، محدودیت‌های زمانی، میومیو یا پارس کردن مداوم حیوان خانگی و همه نوع درد.

به راحتی می‌توانیم رفتار گرایشی را که تقویت‌کننده‌های مثبت، با انگیزه می‌کنند، تجسم کنیم. اما چند مثال کمک خواهند کرد تا نشان دهیم که چگونه تقویت‌کننده‌های منفی، رفتارهای گریز را با انگیزه می‌کنند. گریختن، انسان را از محرک آزارنده دور می‌کند. بنابراین، اجتناب کردن، از وقوع محرک آزارنده در همان لحظه اول، جلوگیری می‌کند. توجه کنید که چگونه افراد با خارج شدن از تخت، از صدای زنگ ساعت می‌گریزند یا با بستن کمر بند ایمنی، از صدای زنگ اتومبیل و با ترک کردن اتاق از جیغ‌های گوشخراش کودک می‌گریزند. بعد از این که درمی‌یابیم چه رفتارهایی برای

دور کردن ما از زنگ ساعت، زنگ اتومبیل، یا جیغ کودک موثر هستند، وقتی که این محرک‌ها تکرار می‌شوند، همین تدابیر گریختن را تکرار می‌کنیم. اما افراد برای جلوگیری از وقوع محرک‌های آزارنده در همان لحظه اول، یاد می‌گیرند برای اجتناب از زنگ ساعت به موقع از تخت خارج شوند، کمر بند ایمنی را برای اجتناب از زنگ مخصوص قبل از روشن کردن اتومبیل ببندند، و از کودک برای اجتناب از شنیدن جیغ‌های او دور بمانند. رفتارهای گریز، واکنشی به محرک‌های آزارنده هستند. رفتارهای اجتنابی از مواجه شدن ما با آنها جلوگیری می‌کنند.

زیان‌های نهفته پاداش

پژوهش درباره فرق انگیزش درونی با بیرونی با این سوال شروع شد: «اگر کسی مشغول فعالیتی باشد که از لحاظ درونی جالب است و بعد پاداشی بیرونی برای این کار بگیرد، انگیزش درونی او برای آن فعالیت چگونه خواهد شد؟». فرض کنید دانش‌آموزی برای سرگرمی کتاب می‌خواند و بعد، برای خواندن کتاب از والدینش پول می‌گیرد. برای انگیزش او چه اتفاقی می‌افتد؟ شاید تصور کنید که تقویت کردن رفتار خواندن با پول، انگیزش او را بیشتر خواهد کرد. عقل سلیم حکم می‌کند که اگر کسی از خواندن کتاب لذت ببرد و برای این کار به صورت مالی هم تقویت شود، در این صورت انگیزش‌های درونی (لذت بردن) و بیرونی (پول) باید با هم جمع شوند تا نوعی فوق انگیزش را به بار آورند. اگر از مردم بخواهید پیش‌بینی کنند که چه اتفاقی برای انگیزش فرد تحت این شرایط می‌افتد، اکثر آنها پیش‌بینی خواهند کرد که انگیزش او بیشتر خواهد شد.

اما برخلاف تصور عموم، انگیزش، افزایش نخواهد یافت، بلکه دادن پاداش بیرونی برای فعالیتی که به صورت درونی جالب است، معمولاً انگیزش درونی آینده را تضعیف می‌کند؛ یعنی تاثیر منفی بر آن دارد. تاثیر نامطلوب پاداش بر انگیزش درونی، «زیان‌های

نهفته پاداش» نامیده می‌شود؛ زیرا جامعه ما معمولاً پاداش‌ها را کمک‌دهنده‌های مثبت به انگیزش در نظر می‌گیرد. افراد انتظار دارند وقتی از پاداش‌ها استفاده می‌کنند، انگیزش و رفتار دیگران را برای فعالیتی خاص افزایش دهند، اما نمی‌دانند که با انجام این کار، ناخواسته انگیزش درونی آنها را برای آن فعالیت تضعیف می‌کنند.

همان‌گونه که قبلاً در رابطه با مثال‌های کمر بند ایمنی، مهارکننده‌ی طرز نشستن، و وسیله اورتودنسی اشاره کردیم، پاداش‌های بیرونی می‌توانند بر انگیزش و رفتار، تاثیر مثبت داشته باشند. اما شکل‌های بیرونی انگیزش، تقریباً همیشه زیان‌های نهفته‌ای دارند.

نیاز به خودمختاری، ما را از زیان‌های نهفته پاداش آگاه می‌سازد. وقتی که به آزمودنی‌ها پول داده می‌شود، قول جایزه داده می‌شود، قول اسباب بازی داده می‌شود، با یک تنبیه‌کننده تهدید می‌شوند، برای آنها ضرب الاجل تعیین می‌شود، به آنها رهنمود داده می‌شود، آنها را درگیر فشار رقابت کردن می‌کنند یا وقتی کار می‌کنند زیر نظر گرفته می‌شوند، به تدریج ادراک خودمختاری را از دست داده و انگیزش درونی آنها کاهش می‌یابد. به عبارت دیگر، درک منبع علیت فرد به تدریج کمتر درونی و بیشتر بیرونی می‌شود. چیزی که یک موقعی «بازی» بود، «کار» می‌شود. وقتی پاداش‌ها در کار هستند، افراد کمتر به خاطر علاقه و بیشتر به خاطر پول یا نمره کتاب می‌خوانند.

آزمایش‌هایی که مارک لپر^۱ و همکارانش انجام دادند، زیان‌های نهفته پاداش‌های بیرونی را به خوبی نشان می‌دهند. در یکی از این آزمایش‌ها، کودکان پیش‌دبستانی را که علاقه زیادی به نقاشی داشتند، در یکی از این سه وضعیت آزمایشی گروه بندی کردند: گروه پاداش مورد انتظار، گروه بدون پاداش، و گروه پاداش غیرمنتظره.

به کودکان در گروه پاداش مورد انتظار (گرایش انگیزش بیرونی)، پاداشی بیرونی را نشان دادند - گواهی نقاش خوب که با نام کودک و روبان آبی بزرگی تزئین شده بود -

^۱-Mark Leper

و از آنها خواستند که اگر دوست دارند برای بردن این پاداش نقاشی کنند. از نظر کودکان، این پاداش خیلی جالب بود. در گروه بدون پاداش (گرایش انگیزش درونی)، از کودکان صرفاً خواستند در صورتی که دوست دارند، نقاشی کنند. از کودکان گروه پاداش غیرمنتظره خواستند که اگر دوست دارند نقاشی کنند، ولی بعد از نقاشی، به صورت غیرمنتظره، گواهی نقاش خوب را دریافت کردند. یک هفته بعد، پژوهشگران فرصت دیگری را برای نقاشی کردن به این کودکان دادند. کودکانی که برای بردن گواهی نقاشی کرده بودند (گروه پاداش مورد انتظار)، در طول هفته دوم، خیلی کمتر از کودکان دو گروه دیگر نقاشی کردند. در واقع، کودکان گروه پاداش مورد انتظار، علاقه درونی خود را برای نقاشی کردن از دست داده بودند. گروه های بدون پاداش و پاداش غیرمنتظره، چنین کاهش علاقه ای را نشان ندادند. ادامه علاقه گروه پاداش غیرمنتظره اهمیت دارد، زیرا نشان می دهد که گرایش انگیزش بیرونی (نه پاداش به خودی خود)، علاقه کودکان را به نقاشی کردن کاهش داد.

شاید کسی هنگام تعبیر کردن این یافته ها قدری مشکوک شود و در این فکر فرو رود که نمونه آزمودنی ها، کودکان پیش دبستانی بود، تکلیف آزمایشی نقاشی کردن بود، و پاداش، گواهینامه ساختگی بود. شاید همین فرد بعداً نتیجه بگیرد که این یافته ها به انگیزش های پیچیده تر بزرگسالان ربطی ندارند. با این حال، این یافته ها با استفاده از بزرگسالان، تکالیف متفاوت و پاداش های متفاوت تکرار شده اند. شاید کسی هنگام پذیرفتن عمومیت عوارض منفی (یعنی، زیان های نهفته) گرایش انگیزش بیرونی، این سوال را مطرح کند که آیا پاداش ها همیشه انگیزش درونی را کاهش می دهند؟ این دقیقاً همان چیزی است که روان شناسان بعداً پرسیدند. بعد از سه دهه پژوهش، نتیجه گیری این است که پاداش های بیرونی، واقعا انگیزش درونی را کاهش می دهند، ولی نه همیشه. دو عامل انتظار و مادی بودن، توضیح می دهند که چه نوع پاداش هایی انگیزش درونی را کاهش می دهند.

پاداش‌های مورد انتظار و مادی

افراد اغلب برای اینکه پاداش بگیرند رفتارهایی را انجام می‌دهند و انتظار دارند که اگر به صورت خاصی رفتار کردند، پاداش بگیرند. اما اگر کسی کاری را انجام دهد بدون این که بداند پاداش خواهد گرفت و بعد از انجام دادن آن پاداش بگیرد، در این صورت این پاداش غیرمنتظره خواهد بود. تحقیق قبلی با کودکانی که برای گرفتن گواهی نقاش خوب نقاشی کردند، نشان داد که تقویت کننده‌ها فقط در صورتی انگیزش درونی را کاهش می‌دهند که فرد انتظار داشته باشد انجام دادن تکلیف، پاداشی را به بار خواهد آورد.

علامت گویا برای اینکه فرد برای انجام دادن یک کار انتظار پاداش دارد، گرایش «اگر- در این صورت» یا «برای اینکه» است، مانند: «اگر این کتاب را بخوانم، در اینصورت می‌توانم تلویزیون ببینم». پاداش‌های مورد انتظار، انگیزش درونی را تضعیف می‌کنند، در حالی که پاداش‌های غیرمنتظره چنین نمی‌کنند.

دومین عامل برای آگاهی یافتن از اینکه چه پاداش‌هایی انگیزش درونی را تضعیف می‌کنند و چه پاداش‌هایی آن را تضعیف نمی‌کنند، تمایز بین پاداش‌های مادی و کلامی است. پاداش‌های مادی مانند پول، جوایز، و غذا، انگیزش درونی را کاهش می‌دهند، در حالی که پاداش‌های کلامی (غیرمادی)، مانند تحسین، آن را کاهش نمی‌دهند؛ به عبارت دیگر، پاداش‌هایی که فرد می‌تواند ببیند، لمس کند، احساس کند و بچشد، عموماً انگیزش درونی را کاهش می‌دهند، در حالی که پاداش‌های کلامی، نمادی، یا انتزاعی آن را کاهش نمی‌دهند.

معانی ضمنی

دو عامل محدود کننده انتظار و مادی بودن، حاکی از آن هستند که پاداش ها فقط در صورتی که مورد انتظار و مادی باشند، انگیزش درونی را کاهش می دهند. این نتیجه گیری، نوعی خبر خوب/خبر بد است. خبر خوب این است که پاداش های بیرونی را می توان به صورتی مورد استفاده قرار داد که انگیزش درونی را به مخاطره نیاندازند. خبر بد این است که جامعه ما اغلب برای با انگیزه کردن دیگران، به پاداش های مورد انتظار و مادی متکی است. پول، عیدی، چک های حقوق، جوایز، نشان های افتخار، بورس های تحصیلی، امتیازات، نمرات، ستاره های طلایی، برنامه های تشویقی، شهرت، غذا، و الی آخر، مشوق ها و پیامدهای فراگیر در جوامع غربی هستند. بنابراین، به راحتی نمی توانیم بگوییم که فقط پاداش های بیرونی مورد انتظار و مادی، انگیزش درونی را کاهش خواهند داد؛ زیرا بسیاری از پاداش ها به صورت موردانتظار و مادی داده می شوند.

پاداش های مورد انتظار و مادی فقط انگیزش درونی را به مخاطره نمی اندازند. تقویت کننده های بیرونی علاوه بر اینکه انگیزش درونی را کاهش می دهند، در فرایند و کیفیت یادگیری اختلال ایجاد می کنند. پاداش های بیرونی، هنگامی که فرد مشغول یادگیری است، توجه وی را از یادگیری به سمت گرفتن پاداش منحرف می کنند. پاداش ها، اهداف یادگیرنده را از تسلط یافتن به گرفتن پاداش بیرونی منحرف می کنند. یادگیرنده هایی که انگیزه بیرونی دارند، بیشتر نسبت به حالت هیجانی منفی (مانند ناکامی)، و کمتر نسبت به هیجان مثبت (مانند خشنودی) مستعدند. به علاوه، این افراد اطلاعات را به طور فعال پردازش نمی کنند.

مشوق‌ها و پاداش‌ها

پاداش‌ها، انگیزش درونی را تضعیف کرده، در یادگیری اختلال ایجاد می‌کنند، و از خودگردانی جلوگیری می‌کنند. پژوهشگران که این مشکلات را تشخیص داده‌اند، سعی کرده‌اند پاداش‌ها را به کار برند که تاثیر زیان بخش آنها به حداقل برسد. یک راه برای انجام این کار، -که قبلاً به آن اشاره شد- استفاده از پاداش‌های غیرمنتظره و کلامی (مثل تحسین) و استفاده نکردن از پاداش‌های مورد انتظار و مادی (مثل رشوه) است. راه دیگر، محدود کردن استفاده از برانگیزنده‌های بیرونی برای تکالیفی است که اهمیت اجتماعی دارند ولی جاذبه درونی آنها کم است. یعنی، اگر کسی از همان ابتدا، برای انجام دادن کاری، انگیزش درونی کمی دارد یا اصلاً ندارد، در این صورت پاداش‌های بیرونی، انگیزش درونی وی را به مخاطره نمی‌اندازند (زیرا انگیزش درونی‌ای وجود ندارد که تضعیف شود).

این موضوع دوم، سؤال جالبی را پیش می‌کشد به این مضمون که آیا برانگیزنده‌های بیرونی برای تکالیفی که اصلاً جالب نیستند، زیان‌های نهفته دارند؟ به عبارت دیگر، اگر کسی برای کاری انگیزش درونی نداشته باشد که تضعیف شود، در این صورت چگونه برانگیزنده‌های بیرونی می‌توانند انگیزش درونی او را تضعیف کنند؟ در واقع، پژوهش‌ها نشان می‌دهند که تاثیر منفی پاداش‌های بیرونی بر انگیزش درونی، به فعالیت‌های جالب محدود می‌شود. به طوری که پاداش‌های بیرونی، بر انگیزش درونی فرد برای کارهایی که جالب نیستند، هیچ تاثیری ندارند - نه تاثیر تضعیف‌کننده، نه تاثیر تسهیل‌کننده. بنابراین، در صورتی که افراد مجبور شده باشند کاری را که جالب نیست انجام دهند، پژوهش، دلیلی برای استفاده کردن از پاداش‌ها یا خودداری از به کار بردن آنها توصیه نمی‌کند.