زندگی سالم

دکتر حافظ باجُغلی
روان‌پزشک و عضو کمیته بهداشت و سلامت جنسی انجمن روان‌پزشکان ایران

لغزش زبانی و ناخودآگاه

داستایوفسکی خوانی ۳

راکیتین از روی بدطینتی گفت: «راستی! خوب، به جرات می‌گویم که می‌فهمی چون با اولین کلمه به زبانش می‌آوری. ناغافل از دهانت بیرون پرید و همین ارزش اقرارت را بیشتر می‌کند. پس موضوعی آشناست؛ ذهنت به آن رفته است، منظورم اینکه راجع به شهوت‌پرستی! حقا که پاکدامنی! آلیوشا می‌دانم آدم ساکتی هستی، مرد خدایی، منتها فقط شیطان می‌داند ذهنت تا کجا رفته و چه‌ها که نمی‌دانی!»

(برادران کارامازوف، فئودور داستایوفسکی، ترجمه صالح حسینی، انتشارات ناهید، چاپ چهاردهم، جلد اول، صفحه ۱۱۷)

ذهن انسان مانند یک کوه یخ است که بخش بزرگ‌تر آن زیر سطح آب پنهان شده است. به آن بخش بزرگ‌تر که دیده نمی‌شود، ناخودآگاه گفته می‌شود. ناخودآگاه از واپس رانده شدن احساس‌ها، هیجان‌ها، انگیزه‌ها و خاطراتی تشکیل می‌شود که برای ما دردآور یا شرم‌آور هستند. ذهن ما این توانایی را دارد که هر چیزی که از توان تحملش خارج است و نمی‌خواهد با آن مواجه شود را به ناخودآگاه، واپس می‌راند. با این وصف، اگر بخواهیم خودمان را آن‌طور که هستیم، بشناسیم، باید واقعیت‌های ناخودآگاهمان را درک کنیم. درست است که جنبه‌های تاریک، دردناک و شرم‌آور، از ورطه آگاهی ما واپس رفته‌اند، اما داستان اینجا تمام نمی‌شود. ناخودآگاه مانند یک آبسه چرکی است که هرازگاهی چرک از آن نشت می‌کند. ریشه بسیاری از اضطراب‌های ما همین تعارض‌هایی است که بین بخش آگاهانه و ناخودآگاه ذهن ما وجود دارد. برای اینکه سلامت روان بهتر و با تعارض‌های کمتری داشته باشیم، چاره‌ای جز مواجهه با واقعیت‌های ناخودآگاه نداریم. حال سوال این است که چگونه می‌توان به ناخودآگاه دسترسی پیدا کرد؟ در ۳ موقعیت، این دفاع‌های آگاهانه برداشته می‌شوند و ناخودآگاه ما خودش را نشان می‌دهد: خواب، طنز و لغزش‌های زبانی. همه اینها دستاویزهایی برای درمانگر هستند که او را به شناخت ناخودآگاه‌مراجعش رهنمون می‌شوند. داستایوفسکی در این قسمت از کتاب برادران کارامازوف، به خوبی اهمیت لغزش زبانی را برای پی‌بردن به لایه‌های عمیق‌تر ناخودآگاه نشان داده است. آلیوشا، یکی از دوست‌داشتنی‌ترین شخصیت‌های داستانی در ادبیات جهانی است. با این حال، داستایوفسکی هیچ‌وقت نگاه مطلق‌گرایانه به شخصیت‌هایش ندارد و بدون هیچ تعصبی همه جنبه‌های آگاهانه و ناخودآگاه شخصیت‌هایش را برملا می‌کند. در اینجا آلیوشا، یکی یک راهب وارسته و انسان‌دوست است، با یک «لغزش زبانی»، شهوت‌پرستی درونی خود که البته در همه ما وجود دارد و جزو واقعیت‌های انسانی ماست را فاش می‌کند. این کتاب در سال ۱۸۸۰ چاپ شده است. ۲۰ سال بعد فروید کتاب «آسیب‌شناسی روانی زندگی روزمره» را در سال ۱۹۰۱ چاپ و در آنجا مفهوم «لغزش زبانی» را تبیین کرد. با توجه به تاثیرپذیری زیاد فروید از داستایوفسکی، به‌نظر می‌رسد اهمیت «لغزش زبانی» برای شناخت درونیات ذهن، برای اولین بار از سوی داستایوفسکی مطرح شده، هرچند به اسم فروید ثبت شده است. البته فروید در کتابش این مفهوم را بسط داد و اشتباه خواندن کلمه‌ها و فراموشی‌های گذرا، مانند فراموش کردن یک اسم و گم کردن اشیاء را هم در راستای «لغزش زبانی» قرار داد و مفهوم گسترده‌تری به نام «لغزش رفتاری» را عنوان کرد. همه این لغزش‌ها، قابل تحلیل هستند و ما را به شناخت درونیاتمان رهنمون می‌شوند. نباید ساده‌انگارانه به آنها برچسب «اشتباه تصادفی» بزنیم و بی‌اهمیت از کنارشان بگذریم اما نکته قابل تامل، پیش‌قراول بودن یک نویسنده رمان‌نویس در شناخت این مفهوم است. همیشه تخیل، ادبیات و هنر از علم جلوتر بوده‌اند. بسیاری از نظریه‌های فروید تبیین مفاهیمی است که داستایوفسکی مطرح کرده است. تفاوت آنها در این است که داستایوفسکی عمیق‌ترین مفاهیم انسانی را در قالب دیالوگ بین شخصیت‌های داستانش مطرح کرده، در حالی که فروید همان مفاهیم را با یک ادبیات علمی در قالب نظریه‌های روانکاوی تبیین کرده است. یکی از بهترین راه‌های خودشناسی، غور کردن در آثار نویسندگان بزرگی است که ظرایف روان انسان را خوب شناخته‌اند. برادران کارامازوف یکی از این کتاب‌هاست.

اهمیت ظاهر کاندیداها در انتخابات

ادامه از صفحه ۲۵

این یک متغیر اصلی است اما هواداران دیگر فرد جدا از طرفداران گروهی که نامش در آن است و زیبایی و شیک‌پوشی او، متغیرهای واسط محسوب می‌شوند. به نظر می‌رسد در کشور ما، عامل مهم در ذهنیت و رای مردم و اولین ملاک مهم برای انتخاب، درک و اطمینان از صداقت کاندیداهاست و عامل اصلی صداقت، از طریق مدل‌سازی چهره که متغیر واسط است، تاثیر می‌گذارد. با وجود همه اینها، تاثیر ظاهر را به هیچ‌وجه نمی‌توان کاملا نفی کرد. بی‌تردید چهره، رنگ و مدل لباس و حتی ساعتی که فرد به دست می‌بندد و ... می‌تواند در ذهنیت مردم تاثیر گذار باشد که اتفاقا این تاثیر بسیار جدی است. به طور کلی، نظریه‌ای وجود دارد که می‌گوید شما به سمت کسی جذب می‌شوید که با علایق و خواسته‌های مطلوب نشانه‌گذاری شده شما، تطابق داشته باشد. البته نگاه و توجه به ظاهر در جوامع تفاوت دارد و از الگوی خاص و یکسانی پیروی نمی‌کند. خیلی وقت‌ها می‌بینیم مردم در بیمارستان‌ها، پزشکان آراسته‌تر و شیک‌پوش‌تر را باسوادتر و آگاهتر فرض می‌کنند و درمان تحت نظر آنها را ترجیح می‌دهند، در حالی که الزاما در واقعیت‌ها حاذق‌تر از پزشکانی نیستند که شاید لباس‌هایشان هارمونی و هماهنگی چندانی نداشته باشد. چارلز هورتون کولی، جامعه‌شناس آمریکایی، نظریه‌ای به عنوان looking glass self دارد که آن را در فارسی «خود آینه‌سان» ترجمه کرده‌اند. طبق این نظریه، هر فرد برای افراد دیگر که او را می‌بینند، تصویری از خود ارائه می‌دهد و مثل اینکه آینه‌ای پیش رویش گرفته باشند، می‌خواهد ببیند مردم با دیدن او چه برداشتی در ذهنشان ایجاد می‌شود بنابراین با لباس، آرایش و رسیدگی به وضع ظاهرش سعی می‌کند این برداشت و تصویر را به بهترین وجه به گونه‌ای بسازد که از این طریق محبوبیت ایجاد کند.

عکس و مکث

جشنواره ۴ روزه بالن‌های رنگین بین‌المللی در مکزیک برگزار شد. در این جشنواره بیش از ۲۰۰ بالن و جمعیتی بالغ بر ۳۰۰ هزار نفر شرکت داشتند. این جشنواره زیبا و دیدنی با حضور بالن‌های رنگین در ابعاد و اشکال مختلف در پارک متروپولیتن شهر لئون در مکزیک برپا شد. شرکت‌کنندگان از سراسر دنیا در این جشنواره حضور داشتند و بالن‌های خود را به نمایش درآوردند.

طنز درمانی

دکتر علی مرسلی
دندان‌پزشک، متخصص درمان ریشه دندان

سلامت انتخابات

در همه جای دنیای درست و حسابی، وقتی انتخاباتی برگزار می‌شود، یکی از اصلی‌ترین موضوعات مباحثه کاندیداها، در مورد سیاست‌های درمانی، بهداشتی و سلامت مردم است. الحمدا... که البته در ممالک محروسه ایران، آنقدر دماغ مردم چاق و وضع مزاجشان مثل ساعت تنظیم است که اصلا کسی به فکرش هم خطور نمی‌کند که سلامت را هم می‌توان در زمره کالاهای سبد رای‌آوری قرار داد. هر از گاهی دم انتخاباتی باشد تا مزاج مردم گرمی بکند و پالوده صحت ملت، دچار نوسان و لغزش گردد، اما چه سود که در این گرمی مزاج هم صحبتی در رابطه با اصلی‌ترین سرمایه بشر –سلامت تن و روان– نیست و همه صحبت‌ها در مورد پارانه، تحریم، بیکاری و... است.

در تبلیغات کاندیداها، هرقدر که جست‌وجو می‌کنی، در مورد بهبود شرایط بهداشت و درمان کشور، افزایش کمیت و کیفیت خدمات بیمارستانی و درمانگاهی، سیاست‌های بهداشتی –درمانی برای کاهش بیماری‌های قلبی، اعتیاد، ایدز و... خبری نیست که نیست. ایدز و سکته را بی‌خیال، حتی در مورد موارد ساده مثل بواسیر و میخچه هم برنامه‌ای در کار نیست! سلامت وجه فراموش‌شده انتخابات این دوره و شاید بیشتر دوره‌هاست. نه از حمله گازانبری برای ریشه‌کنی بیماری‌های عفونی خبری است، نه از تدبیر و امید برای افزایش تخت‌های بیمارستانی و نه استفاده از ظرفیت‌های بیمه‌ها و ظرفیت‌سازی برای کاهش هزینه‌های درمانی مردم. به‌طورکلی، مردم خوشحال، سالم و سرزنده قرار است بدون دغدغه سلامت، پای صندوق‌های رای بروند. تنها بحثی که در مورد سلامت مطرح است، سلامت انتخابات است که آن هم با واکسن و آب‌پرتقال پیشگیرانه حاصل می‌شود و درمان نمی‌خواهد. اگرچه سلامت موضوع بحث انتخابات نیست، ولی باید در نظر داشت که سلامت رکن اصلی هر انتخاب‌شونده و انتخاب‌کننده‌ای است چراکه در مورد کسانی که وعده‌های باورناکردنی و ناشدنی در تبلیغات خود می‌دهند و در مورد افرادی که این وعده‌ها را باور و این وعده‌دهنده‌ها را انتخاب می‌کنند، نیاز به اسکن مغز و حتی آزمودن‌های روان‌شناختی ضروری به نظر می‌رسد. چه‌بسا که صحت و سلامت این مورد جای تشکیک و سوال داشته باشد.

دین و سلامت

حجت‌الاسلام علی اکبر مظاهری
استاد و پژوهشگر حوزه اخلاق و خانواده

هنگامه ازدواج

پرسیده‌اند:

آیا گمان این نمی‌رود که جوانانی که در سنین نوجوانی یا اوایل جوانی ازدواج می‌کنند، در سال‌های بعد و پختگی در سنین بالاتر، که خواسته‌ها از ازدواج با خواسته‌ها در سنین پایین‌تر متفاوت است، از ازدواج خود پشیمان شوند و با گذر سال‌ها، معیار ازدواجشان عوض شود و به مقایسه همسر خود با دیگران بپردازند و از زندگی مشترک، دلزده شوند؟

چه‌بسا که ازدواج در سنین پایین، بیشتر به خواست خانواده و تایید نظر آنهاست تا خود فرد.

پاسخ ما:

۱. ازدواج، از منظر زمان انجام آن، ۳گونه است:

یکم. زودهنگام

دوم. دیرهنگام

سوم. بهنگام که زمان آن آغاز جوانی است.

ما تنها نوع سوم را تایید می‌کنیم.

۲. اگر فرزندان، رشید تربیت شوند، در آغاز جوانی قادر به تشخیص و انتخاب درست هستند.

۳. پشیمانی و دلزدگی، در همه ازدواج‌ها ممکن است پدید آید و مخصوص ازدواج‌های آغاز جوانی نیست.

۴. اگر معیارهای انتخاب همسر و شیوه گزینش، به درستی مراعات شود، نگران تغییر آنها در سنین بالا نیستیم.

۵. مقایسه همسر خود با دیگران، در همه ازدواج‌ها ممکن است پدید آید که ناروا است.

۶. کسانی که ازدواجشان به تاخیر می‌افتد، دچار وسواس می‌شوند. ایشان بیش از جوانان دچار دلزدگی می‌شوند.

۷. اگر انتخاب همسر و ازدواج، با مشاوره کامل انجام پذیرد، احتمال آسیب خوردن آن بسیار کم می‌شود. ما مشاوره ازدواج را واجب می‌دانیم.

سخن پایانی:

خداوند، از سر حکمت، میل همسرخواهی را در آغاز جوانی قرار داده است. آفرینش آدمی به‌گونه‌ای است که غریزه همسرطلبی‌اش در دهه دوم عمر و در آغاز فصل جوانی بیدار می‌شود. این میل و طلب، چندان نیرومند است که پاسخ حتمی می‌طلبد.

زندگی مثبت

دکتر رضا داشمند
روان‌پزشک

پدیده توهم بدن خوش‌ترکیب شناگر

یک بیزنس‌من و در عین حال نویسنده روزی تصمیم گرفت فکری به حال چند کیلوگرم اضافه‌وزنی بکند که با خود این‌طرف و آن‌طرف می‌برد. او به چند ورزش فکر کرد. دونده‌ها استخوانی و غمگین به نظر می‌رسیدند، بدنسازها، پهن و... و بازیکنان تنیس؟ آه، طبقه مرفه جامعه که قابل تحمل نیستند! اما شناگرها با آن بدن‌های خوش‌ترکیب و خطوط عضلانی به نظر او جذاب می‌رسیدند. او تصمیم گرفت به استخری در محله‌اش برود و هفته‌ای ۲ بار آنجا تمرین کند. کمی بعد، متوجه شد تسلیم یک توهم شده! شناگران حرفه‌ای به این خاطر که با شدت تمرین می‌کنند بدن‌هایشان زیبا نمی‌شود، بلکه به خاطر اندام مناسبشان است که شناگران خوبی می‌شوند. فرم کلی بدن آنها، یکی از دلایل انتخابشان است، نه نتیجه شنا کردنشان! به همین ترتیب، مردم به اشتباه چنین فکر می‌کنند آنهایی که به‌عنوان مدل در تبلیغات لوازم آرایشی حاضر می‌شوند، به‌دلیل استفاده از محصولات آرایشی است که زیبا شده‌اند اما نکته ساده و در عین حال مهم این است: مدل‌ها، جذاب به دنیا می‌آیند و به همین دلیل است که در تبلیغات لوازم آرایش از آنها استفاده می‌شود. زیبایی، عامل انتخاب آنها بوده و نه نتیجه استفاده از محصولی خاص.

هرگاه ما عوامل انتخاب را با نتایج اشتباه می‌گیریم، در دامی گرفتار می‌شویم که به آن «توهم بدن شناگر» می‌گویند. بدون این توهم، نیمی از کمپین‌های تبلیغاتی از کار خواهند افتاد. این خطا در بخش‌های مختلف زندگی هر یک از ما دیده می‌شود. مثلا هاروارد به‌عنوان یکی از برترین دانشگاه‌های جهان مطرح است. بسیاری از افراد فوق‌العاده، در آنجا تحصیل کرده‌اند. آیا این بدان معناست که هاروارد موسسه بسیار خوبی است؟ ما نمی‌دانیم. شاید دانشگاه متوسطی باشد که صرفا نخبه‌ترین دانشجوها را جذب می‌کند!

نتیجه: ما انسان‌ها ذاتا کمال، زیبایی، جامعیت و برتری را دوست داریم و هر زمان که به آنها برمی‌خوریم، بلافاصله می‌خواهیم ریشه‌ها و علت‌ها را بیابیم و بلافاصله هم دنبال نزدیک‌ترین عوامل می‌گردیم. اصولا ما وقتی کمال و زیبایی را می‌بینیم، کمی هیجان‌زده می‌شویم و اینجا همان جایی است که ذهن ما اشتباه می‌کند و همچنین برخی می‌توانند از این ذهن هیجان‌زده ما استفاده کنند.

فرض کنید می‌خواهید در حوزه معدن سرمایه‌گذاری کنید. یکی از کسانی که می‌خواهد شما را به سرمایه‌گذاری در این حوزه متقاعد کند، می‌گوید همه معدن‌داران، جزو ۱۰۰ ثروتمند کشور هستند. شما بلافاصله باید این سوال را از خود بپرسید: آیا ثروتمندان در حوزه معدن وارد شده‌اند یا اینکه کسانی که در حوزه معدن سرمایه‌گذاری کرده‌اند، بعدا ثروتمند شده‌اند؟ یکی از مشاوران شما می‌خواهد شما را متقاعد کند که واحد مدیریت دانش/تکنولوژی را ایجاد کنید و به این استناد می‌کند که تمام ۵۰۰ شرکت برتر جهان، این واحد را تاسیس کرده‌اند. شما باید بلافاصله از او بپرسید آیا استقرار این واحد باعث برتری و موفقیت آنها شده یا برتری و موفقیت آنها باعث شده چنین واحدی داشته باشند یا اینکه هیچ‌کدام. اصولا شرکت‌های برتر و بزرگ نیاز دارند که چنین واحدی داشته باشند؟ پس به خاطر بسپاریم: با هم بودن دو موضوع اصلا به معنای رابطه علت و معلولی نیست. حتی اگر هم باشد باید دقت کنیم که چه چیزی واقعا علت و مقدمه آن دیگری بوده است. توهم بدن شناگران خوش‌اندام نباید باعث شود ما هزینه ایجاد یک استخر را در خانه‌مان تقبل کنیم.

حرف آخر

زهرا سادات صفوی

آرامش با کمک دیگران

یکی از شاه‌کلیدهای مهم رسیدن به آرامش، دیدن آرامش دیگران و کمک برای رسیدن آنها به شادمانی و آسایش است، حتی اگر نسبی باشد.

آرامش با حمایت شدن و حمایت کردن به دست می‌آید و شاید ندانیم وقتی از کسی حمایت و به او مهربانی کنیم، احساس رضایت و خوشحالی وجودمان را احاطه خواهد کرد؛ احساسی که زودگذر نیست.

لازم نیست که کار شاقی انجام دهیم یا خیلی به زحمت بیفتیم بنابراین دلایلی مثل نداشتن تمکن مالی کافی و پر بودن وقت، بهانه‌های خوبی نیستند. کافی است کمک و یاری‌مان در حد کمی وقت گذاشتن برای نشستن پای درددل یک دوست، آشنا و حتی کسی باشد که او را نمی‌شناسیم. کمی دلداری وزدن حرف‌هایی برای زنده کردن امید در دل فردی که به هر دلیل رنجیده و بیمار است یا مشکل مالی دارد، از همه برمی‌آید به شرطی که مهربانی را فراموش و خود را در چاه خودخواهی غرق نکرده باشیم.

کسانی را دیده‌ام که وقتی شخصی را می‌بینند که مشکلی دارد، از او فاصله می‌گیرند تا مبادا از غصه‌هایش برایشان بگوید و خاطرشان مکدر شود و به جای به دست آوردن دلی، هنرشان نگه داشتن دلشان از هر گونه آزردگی است، اما از قدیم گفته‌اند در همیشه روی یک پاشنه نمی‌چرخد. روزی هم ممکن است آنها حال خوبی نداشته باشند و آن وقت...

روان‌شناسان معتقدند افرادی که در کمک به دیگران مشارکت می‌کنند، از حمایت بیشتری برخوردار می‌شوند و با حمایت اجتماعی، آرامش بیشتری پیدا می‌کنند. قدیمی‌ها هم می‌گفتند دلگرم کردن دیگران، تنور دل خودمان را هم گرم و مهربانی، دلمان را زلال می‌کند.

یادمان نرود برای زلال بودن و آرامش، ما به دیگران نیازمندتریم.

ستون آخر

حالا که قرار است نسبت به دیگران بی‌تفاوت نباشیم و دیگران را نادیده نگیریم، بیا از خانم هاجر شروع کنیم. خانم ۴۰ ساله‌ای که به مشکل گوارشی حاد و سرطان رکتوم مبتلا هستند و در حال حاضر در بیمارستان امام خمینی (ره) تحت درمان‌اند اما تنها غصه او بیماری نیست.

همسر این بیمار کارگر است و به علت اینکه مدتی بیکار بوده، فعلا بیمه اختیاری دارد. یکی از دو فرزندشان هم ناشنواست و مراقبت و درمان‌های خاصی نیاز دارد.

علاوه بر این، اطراف کیسه کولوستومی که برای ایشان گذاشته شده، زخم شده و مواد دفعی از کنار آن نشتی دارد بنابراین خمیر هم باید تهیه شود و متاسفانه با این همه مشکل، مبلغ یارانه و حقوق کارگری اصلا کافی نیست. اگر می‌خواهی آرامش را به این خانواده هدیه‌دهی و آرامش بگیری، می‌توانی وجه نقد را به کارت بانک پارسیان با شماره ۶۲۲۱-۰۶۱۰-۰۷۵۶-۸۰۰۱ به نام موسسه خیریه امدادگران عاشورا واریز کنی و با شماره تلفن ۲۶۳۰۱۰۵۴ یا شماره همراه ۰۹۱۹۸۰۱۲۶۷۷ تماس بگیری. این بیمار با کد ۱۹۰۱۰ در موسسه امدادگران عاشورا شناخته می‌شود.

دوست گرامی!

شما می‌توانید آثار خود را در قالب عکس، نقاشی، داستان، شعر، خاطره، دل‌نوشته و... با موضوع سلامت، معنویت و نیکوکاری حداکثر در ۵۰۰ کلمه به نشانی اینترنتی:

weeklysalamat@gmail.com

یا نشانی: تهران، خیابان دکتر شریعتی، روبروی میرداماد، کوچه نیک، تقاطع بهشت برین، پلاک ۹ (مربوط به صفحه آخر) ارسال کنید تا در این صفحه با نام شما منتشر شود.