

شناسایی مؤلفه‌های شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب بر اساس تجربه متخصصان روان‌شناسی: یک مطالعه کیفی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد

مهین نخشب^{۱*}، کیوان صالحی^۲

^۱ دانشجوی دکترای روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ دانشیار گروه روان‌شناسی تربیتی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده

روان‌شناسی کاذب یکی از پدیده‌های آسیب‌زای اجتماعی و علمی است که با تکیه بر ادعاهای غیرمستند، تبلیغات فریبنده، استفاده نادرست از مفاهیم علمی و تعمیم تجربه‌های شخصی، در فضای عمومی و رسانه‌ای گسترش یافته است. هدف این پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب بر اساس تجربه متخصصان روان‌شناسی است. پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و روش نظریه داده‌بنیاد انجام شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۲۰ نفر از متخصصان، درمانگران، اعضای هیئت علمی و خبرگان حوزه روان‌شناسی گردآوری شده و سپس با کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شده‌اند. یافته‌ها نشان داد مؤلفه‌هایی مانند تبلیغات فریبنده، فقدان منابع معتبر، ادعاهای بی‌پایه، استفاده نادرست از مفاهیم علمی، تعمیم تجربه‌های شخصی، وعده‌های فوری و تضمینی، مقاومت در برابر شواهد علمی و بهره‌گیری از شهرت افراد مشهور در شکل‌گیری و گسترش روان‌شناسی کاذب نقش دارند. روان‌شناسی کاذب پدیده‌ای چندبعدی است که در پیوند با ضعف سواد علمی، خلأ نظارت تخصصی، جذابیت راه‌حل‌های فوری و گسترش رسانه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. مقابله با آن نیازمند آموزش عمومی، تقویت سواد روان‌شناختی و نظارت علمی بر محتوای روان‌شناسی در جامعه است.

واژه‌های کلیدی: روان‌شناسی کاذب، روان‌شناسی زرد، نظریه داده‌بنیاد، شبه‌علم، متخصصان روان‌شناسی.

مقدمه

روانشناسی به عنوان یکی از مهم ترین شاخه های علوم انسانی و رفتاری، نقشی اساسی در شناخت رفتار، هیجان، شخصیت، روابط انسانی و ارتقای سلامت روان افراد ایفا می کند. گسترش نیازهای روانی، افزایش فشارهای اجتماعی، پیچیده تر شدن روابط انسانی و رشد مسائل مرتبط با اضطراب، افسردگی، تعارض های خانوادگی و بحران های هویتی، سبب شده است که مراجعه به دانش روانشناسی و بهره گیری از خدمات تخصصی آن در سال های اخیر اهمیت بیشتری پیدا کند. با این حال، هم زمان با افزایش توجه عمومی به روانشناسی، زمینه برای ظهور و گسترش نوعی از محتوای غیرعلمی، تجاری و عامه پسند نیز فراهم شده است که در ادبیات علمی و اجتماعی از آن با عنوان هایی مانند روانشناسی کاذب، روانشناسی زرد، شبه روانشناسی، روانشناسی عامه پسند یا روانشناسی غیرعلمی یاد می شود. (لامونت، ۲۰۱۰) روانشناسی کاذب به مجموعه ای از باورها، توصیه ها، روش ها و ادعاهایی اطلاق می شود که ظاهری علمی و روان شناختی دارند، اما از پشتوانه تجربی، شواهد معتبر، روش شناسی علمی و قابلیت آزمون پذیری برخوردار نیستند. این نوع روانشناسی معمولاً با استفاده از اصطلاحات جذاب، مفاهیم مبهم، وعده های سریع و قطعی، نقل قول های انگیزشی و تجربه های شخصی تلاش می کند خود را به عنوان دانشی معتبر و کارآمد معرفی کند. (مک کنا، ۲۰۲۱) در چنین رویکردی، مسائل پیچیده روانی و اجتماعی اغلب به راه حل هایی ساده، فوری و تضمینی فروکاسته می شوند؛ راه حل هایی که ممکن است برای مخاطبان آسیب پذیر جذاب به نظر برسند، اما در عمل می توانند موجب گمراهی، تأخیر در درمان تخصصی و حتی تشدید مشکلات روانی شوند. (لئون و همکاران، ۲۰۲۳) یکی از زمینه های مهم گسترش روانشناسی کاذب، نفوذ گسترده رسانه ها و شبکه های اجتماعی در زندگی روزمره است. امروزه افراد بسیاری از طریق صفحات مجازی، کانال های آموزشی، کتاب های خودیاری، دوره های انگیزشی و سخنرانی های عامه پسند با مفاهیم روان شناختی آشنا می شوند. اگرچه دسترسی عمومی به دانش روانشناسی می تواند فرصتی ارزشمند برای افزایش آگاهی جامعه باشد، اما نبود نظارت تخصصی، ضعف سواد رسانه ای و کمبود توانایی تشخیص منابع معتبر از منابع غیرعلمی، زمینه را برای رواج محتوای نادرست و فریبنده فراهم می کند. (ماچه و ناتو، ۲۰۲۲) در چنین شرایطی، برخی افراد بدون داشتن صلاحیت علمی یا حرفه ای، با استفاده از عنوان های پرجاذبه و وعده های اغراق آمیز، در جایگاه مشاور، درمانگر یا متخصص روانشناسی ظاهر می شوند و مخاطبان را به استفاده از روش هایی دعوت می کنند که پشتوانه علمی ندارند. (لئونتی، ۲۰۲۳)

اهمیت بررسی روانشناسی کاذب از آن جهت است که این پدیده صرفاً یک خطای معرفتی یا محتوایی نیست، بلکه می تواند پیامدهای فردی، اجتماعی و حرفه ای گسترده ای به همراه داشته باشد. در سطح فردی، پیروی از توصیه های غیرعلمی ممکن است باعث شود افراد از مراجعه به روانشناس یا روان پزشک متخصص خودداری کنند و درمان های معتبر را با روش های غیرعلمی جایگزین سازند. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی مؤلفه های شکل گیری روانشناسی کاذب بر اساس تجربه متخصصان روانشناسی انجام شده است. مسئله اصلی پژوهش آن است که روانشناسی کاذب از دیدگاه متخصصان چه ویژگی هایی دارد، از چه مؤلفه هایی تشکیل می شود و چه عواملی در شکل گیری و گسترش آن نقش دارند. پاسخ به این پرسش می تواند افزون بر غنای نظری ادبیات روانشناسی و شبه علم، برای سیاست گذاران حوزه سلامت روان، سازمان های حرفه ای، استادان دانشگاه، درمانگران و تولیدکنندگان محتوای علمی نیز کاربردی و راهگشا باشد.

پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه پژوهشی روانشناسی کاذب نشان می دهد که این پدیده اگرچه در سال های اخیر با گسترش رسانه های اجتماعی، محتوای انگیزشی عامه پسند و بازار دوره های خودیاری برجسته تر شده است، اما ریشه های تاریخی در ادبیات روانشناسی و نقد شبه علم دارد. از نخستین آثار مرتبط با این حوزه می توان به مقاله ریکمیچ اشاره کرد که در اوایل قرن بیستم مفهوم «شبه روانشناسی» را مورد توجه قرار داد. ریکمیچ نشان داد که روانشناسی، به دلیل جذابیت عمومی موضوعاتی

مانند ذهن، شخصیت، هیجان و رفتار، همواره در معرض برداشت‌های عامیانه و غیرعلمی قرار داشته است. او تأکید کرد که مرزگذاری میان روان‌شناسی علمی و برداشت‌های غیرعلمی برای حفظ اعتبار این رشته ضروری است. (Ruckmich, ۱۹۱۸) این نگاه تاریخی نشان می‌دهد که مسئله روان‌شناسی کاذب پدیده‌ای کاملاً جدید نیست، بلکه با افزایش نفوذ اجتماعی روان‌شناسی، شکل‌ها و رسانه‌های جدیدی به خود گرفته است. در سال‌های اخیر، پژوهشگران به‌طور خاص به خطرات روان‌شناسی کاذب در حوزه بالینی و درمانی پرداخته‌اند. فاسه در مطالعه‌ای با عنوان «کاناپه‌های روان‌کاوی و گوروها» منشأ و خطرات شبه‌روان‌شناسی بالینی را بررسی کرد و نشان داد که بخشی از جذابیت روان‌شناسی کاذب ناشی از وعده‌های ساده، قطعی و فوری برای حل مسائل پیچیده روانی است. به باور او، این نوع رویکردها با استفاده از زبان درمان، خودشناسی و رشد فردی، نوعی اعتبار ظاهری ایجاد می‌کنند، اما در عمل می‌توانند افراد آسیب‌پذیر را از دریافت خدمات تخصصی و مبتنی بر شواهد بازدارند. (Fasce, ۲۰۱۸) این یافته با محور اصلی پژوهش حاضر هم‌راستا است؛ زیرا در پژوهش حاضر نیز وعده‌های فوری، ادعاهای بی‌پایه و استفاده نادرست از مفاهیم علمی از مؤلفه‌های اصلی شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب دانسته شده‌اند.

در حوزه روان‌شناسی سایبری نیز کیروان به نقد کاربردهای نادرست مفاهیم روان‌شناختی در تحلیل جرائم سایبری پرداخته است. وی معتقد است که در برخی تحلیل‌های عمومی درباره مجرمان سایبری، از مفاهیم روان‌شناسی به شکلی ساده‌انگارانه و غیرمستند استفاده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که توضیح‌های عامه‌پسند جایگزین تحلیل‌های علمی و تجربی می‌شوند (Kirwan, ۲۰۱۸). اهمیت این پژوهش در آن است که نشان می‌دهد روان‌شناسی کاذب فقط به حوزه درمان یا مشاوره محدود نیست، بلکه در حوزه‌هایی مانند جرم‌شناسی، رسانه، آموزش و تحلیل رفتارهای اجتماعی نیز بروز می‌کند. یکی دیگر از حوزه‌های مهم در پیشینه پژوهشی، نقد باورهای نادرست درباره تخلیه هیجانی یا «ونتینگ» در درمان خشم است. اولاتونجی، لوه‌ر و بوشمن با بررسی شبه‌روان‌شناسی تخلیه خشم نشان دادند که تصور رایج مبنی بر اینکه ابراز شدید خشم می‌تواند به کاهش آن کمک کند، در بسیاری از موارد با شواهد علمی همخوان نیست. آنان تأکید کردند که برخی توصیه‌های عامه‌پسند درباره خشم، اگرچه در ظاهر منطقی و جذاب به نظر می‌رسند، اما ممکن است به تقویت پرخاشگری و تداوم چرخه‌های هیجانی ناسازگار منجر شوند. (Olatunji et al., ۲۰۲۳) این پژوهش اهمیت تمایز میان مداخلات مبتنی بر شواهد و توصیه‌های عامه‌پسند را برجسته می‌کند و نشان می‌دهد که روان‌شناسی کاذب می‌تواند حتی در قالب توصیه‌هایی ظاهراً ساده و روزمره نیز پیامدهای آسیب‌زا داشته باشد. در زمینه گرایش عمومی به روان‌شناسی کاذب، افتخاری، رحمانی و صالحی در یک مطالعه کیفی به شناسایی مؤلفه‌های اصلی افزایش تمایل عمومی به شبه‌روان‌شناسی پرداختند. یافته‌های آنان نشان داد که عواملی مانند ضعف سواد علمی و روان‌شناختی، جذابیت راه‌حل‌های سریع، اعتماد به چهره‌های مشهور، ساده‌سازی مفاهیم پیچیده، تبلیغات رسانه‌ای و نیاز مخاطبان به امید و آرامش فوری، در گرایش جامعه به روان‌شناسی کاذب نقش دارند. (Eftekhari et al., ۲۰۲۴) این پژوهش از نظر موضوع و روش‌شناسی ارتباط نزدیکی با مقاله حاضر دارد؛ زیرا هر دو بر رویکرد کیفی و شناسایی مؤلفه‌های شکل‌گیری یا گسترش روان‌شناسی کاذب تأکید دارند. با این حال، مقاله حاضر با تمرکز بر تجربه متخصصان روان‌شناسی و استفاده از نظریه داده‌بنیاد، تلاش می‌کند مؤلفه‌های این پدیده را از منظر خبرگان و متخصصان حوزه روان‌شناسی تبیین کند.

در سطح نهادی و حرفه‌ای، لئونتی مسئله نبود یا ضعف مقررات حرفه‌ای برای روان‌شناسان را در بافت نیوزیلند و دادگاه خانواده بررسی کرده است. او نشان می‌دهد که وقتی مرزهای حرفه‌ای روان‌شناسی به‌درستی تنظیم و نظارت نشود، امکان سوءاستفاده از عنوان روان‌شناس یا ارائه خدمات غیرتخصصی افزایش می‌یابد. (Leonetti, ۲۰۲۳) این بحث از آن جهت برای پژوهش حاضر اهمیت دارد که یکی از شرایط مداخله‌گر در گسترش روان‌شناسی کاذب، نبود نظارت حرفه‌ای و ضعف سازوکارهای تشخیص صلاحیت علمی و تخصصی است. بنابراین، مقابله با روان‌شناسی کاذب صرفاً از طریق افزایش آگاهی فردی ممکن نیست، بلکه به مداخله نهادی، حرفه‌ای و قانونی نیز نیاز دارد.

در مطالعات فارسی نیز موضوع روان‌شناسی زرد و محتوای انگیزشی غیرعلمی مورد توجه قرار گرفته است. کاربخش راوری، ملک پورافشار و خادم نخعی راوری در پژوهشی با عنوان «روان‌شناسی زرد و نقش آن در تخریب شخصیتی افراد» به این نتیجه رسیدند که محتوای روان‌شناسی زرد با ارائه توصیه‌های سطحی، اغراق‌آمیز و غیرتخصصی می‌تواند موجب شکل‌گیری انتظارات غیرواقع‌بینانه، کاهش خودآگاهی اصیل و آسیب به شخصیت افراد شود (کاربخش راوری و همکاران، ۱۴۰۲). این مطالعه نشان می‌دهد که روان‌شناسی زرد تنها یک محتوای سرگرم‌کننده یا انگیزشی نیست، بلکه می‌تواند در سطح فردی آثار مخربی بر شناخت، هیجان و تصمیم‌گیری افراد داشته باشد، همچنین جوینی، محمدنژاد، محمدزاده قره‌باغی و اسلامی گلیردی در پژوهشی درباره تأثیر محتوای انگیزشی زرد بر روان دانش‌آموزان نشان دادند که این نوع محتواها می‌توانند بر نگرش، انگیزش، انتظار از خود و درک دانش‌آموزان از موفقیت اثرگذار باشند (جوینی و همکاران، ۱۴۰۳). اهمیت این پژوهش در توجه به گروه سنی دانش‌آموزان است؛ زیرا نوجوانان و دانش‌آموزان به دلیل قرار داشتن در مرحله شکل‌گیری هویت، حساسیت بیشتری نسبت به پیام‌های انگیزشی و روان‌شناختی دارند. در نتیجه، مصرف محتوای غیرعلمی می‌تواند برداشت آنان از موفقیت، شکست، عزت‌نفس و سلامت روان را دچار تحریف کند. در پژوهشی دیگر، ژانگ به تأثیر انتشار دانش شبه‌روان‌شناختی بر سلامت روان دانشجویان پرداخت و نشان داد که گسترش این نوع دانش در میان دانشجویان می‌تواند موجب برداشت‌های نادرست از سلامت روان، کاهش تمایل به استفاده از خدمات تخصصی و افزایش اتکا به توصیه‌های غیرعلمی شود (Zhang, ۲۰۲۱). این یافته با مطالعات داخلی درباره دانش‌آموزان و مخاطبان جوان هم‌خوان است و نشان می‌دهد که نظام آموزشی و دانشگاهی باید در زمینه افزایش سواد روان‌شناختی و تفکر انتقادی نقش فعال‌تری ایفا کند. بررسی پیشینه نشان می‌دهد که روان‌شناسی کاذب پدیده‌ای چندبعدی است که در پیوند با تاریخ روان‌شناسی، شبه‌علم، رسانه، تجارت، ضعف سواد علمی، نبود نظارت حرفه‌ای و نیاز روانی مخاطبان به پاسخ‌های سریع شکل می‌گیرد. پژوهش‌های پیشین هر یک بخشی از این پدیده را بررسی کرده‌اند؛ برخی بر خطرات بالینی و درمانی تأکید داشته‌اند (Fasce, ۲۰۱۸; Olatunji et al., ۲۰۲۳). برخی بر نقش رسانه و فضای اجتماعی تمرکز کرده‌اند (Kirwan, ۲۰۱۸; Eftekhari et al., ۲۰۲۴)، و برخی دیگر به پیامدهای آموزشی و فردی روان‌شناسی زرد پرداخته‌اند (جوینی و همکاران، ۱۴۰۳؛ کاربخش راوری و همکاران، ۱۴۰۲؛ Zhang, ۲۰۲۱). با وجود این، همچنان نیاز به پژوهش‌هایی وجود دارد که از منظر متخصصان روان‌شناسی، مؤلفه‌های شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب را به صورت نظام‌مند و مبتنی بر داده‌های کیفی شناسایی کنند. از این رو، پژوهش حاضر می‌تواند با تکیه بر تجربه خبرگان و روش نظریه داده‌بنیاد، شکاف موجود در ادبیات پژوهشی را تا حدی پوشش دهد و الگویی مفهومی برای فهم بهتر این پدیده ارائه کند.

مبانی نظری پژوهش

روان‌شناسی کاذب

روان‌شناسی علمی بر پایه مشاهده نظام‌مند، روش‌شناسی تجربی، آزمون‌پذیری، تکرارپذیری و تحلیل انتقادی داده‌ها شکل گرفته است. هدف اصلی این علم، شناخت رفتار و فرایندهای ذهنی انسان با استفاده از روش‌هایی است که بتوانند از سطح برداشت‌های شخصی، قضاوت‌های فردی و باورهای عامیانه فراتر روند. (ماچه و ناتو، ۲۰۲۲) با این حال، جذابیت عمومی موضوعات روان‌شناختی، پیچیدگی مسائل روانی و نیاز روزافزون افراد به راه‌حل‌های سریع برای مشکلات زندگی، سبب شده است که در کنار روان‌شناسی علمی، گونه‌ای از گفتار و عمل غیرعلمی نیز پدیدار شود که از آن با عنوان روان‌شناسی کاذب، روان‌شناسی زرد، شبه‌روان‌شناسی یا روان‌شناسی عامه‌پسند یاد می‌شود. (افتخاری، رحمانی و صالحی، ۲۰۲۴) روان‌شناسی کاذب به مجموعه‌ای از ادعاها، باورها، توصیه‌ها و فنونی گفته می‌شود که در ظاهر با مفاهیم روان‌شناسی ارتباط دارند، اما از نظر علمی فاقد پشتوانه معتبر، شواهد تجربی و روش آزمون‌پذیر هستند. [۱۰] این نوع روان‌شناسی اغلب با زبان علمی سخن

می‌گوید، اما به قواعد علم پایبند نیست. به عبارت دیگر، در روان‌شناسی کاذب ممکن است از واژگانی مانند ذهن، انرژی، ناخودآگاه، اضطراب، افسردگی، عزت‌نفس، هورمون، درمان، تروما و شخصیت استفاده شود، اما این مفاهیم به صورت دقیق، تخصصی و متناسب با ادبیات علمی به کار نمی‌روند. در نتیجه، مخاطب با محتوایی روبه‌رو می‌شود که ظاهری معتبر دارد، اما در واقع مبتنی بر ساده‌سازی، اغراق، تجربه شخصی و گاهی سودجویی تجاری است (اولاتونجی، لوهر و بوشمن، ۲۰۲۳). یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های روان‌شناسی کاذب، اتکای آن بر ادعاهای بی‌پایه و غیرقابل اثبات است. این ادعاها معمولاً وعده‌هایی بزرگ، سریع و قطعی مطرح می‌کنند؛ (کیروان، ۲۰۱۸). برای مثال درمان افسردگی در چند روز، رسیدن تضمینی به موفقیت، جذب ثروت از طریق تمرکز ذهنی، یا حل همه مشکلات رابطه‌ای با چند تکنیک ساده. چنین ادعاهایی از آن جهت نگران‌کننده‌اند که مسائل پیچیده روانی، اجتماعی و زیستی انسان را به چند دستورالعمل سطحی تقلیل می‌دهند. در حالی که روان‌شناسی علمی معمولاً بر چندعاملی بودن پدیده‌های روانی تأکید دارد و برای تحلیل هر مسئله، به شرایط فردی، خانوادگی، فرهنگی، اجتماعی و زیستی توجه می‌کند [۱۲].

ویژگی دیگر روان‌شناسی کاذب، تعمیم نادرست تجربه‌های شخصی به کل جامعه است. در این رویکرد، تجربه‌موفق یا ناموفق یک فرد به عنوان قانونی عمومی برای همه انسان‌ها معرفی می‌شود. برای نمونه، ممکن است فردی ادعا کند که با یک روش خاص به آرامش رسیده یا در زندگی موفق شده است؛ (لئونتی، ۲۰۲۳). سپس همان تجربه را به عنوان نسخه‌ای قطعی برای دیگران تجویز کند. این نوع استدلال از نظر علمی نادرست است، زیرا تجربه شخصی نه کنترل شده است، نه قابل تعمیم قطعی، و نه می‌تواند جایگزین پژوهش‌های معتبر شود. (اولاتونجی، لوهر و بوشمن، ۲۰۲۳). روان‌شناسی علمی میان تجربه فردی و شواهد علمی تفاوت قائل است؛ در حالی که روان‌شناسی کاذب اغلب همین مرز را از میان برمی‌دارد. در واقع روان‌شناسی کاذب را می‌توان ذیل مفهوم گسترده‌تر شبه‌علم بررسی کرد. شبه‌علم به ادعاها و باورهایی گفته می‌شود که خود را علمی نشان می‌دهند، اما فاقد معیارهای اصلی علم هستند. (جوینی، محمدنژاد، محمدزاده قره‌باغی و آوا اسلامی گلیردی، ۱۴۰۳). مهم‌ترین این معیارها شامل قابلیت آزمون، امکان نقد، استفاده از روش معتبر، تکرارپذیری نتایج و استناد به منابع معتبر است. (لوباتو و زیمرمن، ۲۰۱۸). روان‌شناسی کاذب نیز معمولاً همین ویژگی را دارد؛ یعنی از زبان و ظاهر علم استفاده می‌کند، اما در برابر نقد علمی مقاومت نشان می‌دهد. این مقاومت ممکن است به شکل انکار شواهد مخالف، تحریف داده‌ها، انتخاب گزینشی منابع، یا حمله به منتقدان بروز کند. بنابراین، مشکل اصلی روان‌شناسی کاذب فقط نادرست بودن برخی توصیه‌ها نیست، بلکه شیوه تولید و ترویج آن نیز با منطق علم ناسازگار است. (ژانگ، ۲۰۲۱).

تبلیغات فریبنده و تجاری‌سازی

تبلیغات فریبنده و تجاری‌سازی مفاهیم روان‌شناختی نیز از مؤلفه‌های اصلی این پدیده به شمار می‌آید. بسیاری از محتوای روان‌شناسی کاذب در قالب کتاب‌های خودیاری، دوره‌های انگیزشی، کارگاه‌های موفقیت، صفحات مجازی و سخنرانی‌های عامه‌پسند عرضه می‌شوند. در این فضا، روان‌شناسی گاهی به کالایی قابل فروش تبدیل می‌شود؛ کالایی که باید ساده، جذاب، هیجان‌انگیز و زودبازده به نظر برسد. چنین وضعیتی سبب می‌شود که محتوا بیش از آنکه بر دقت علمی و مسئولیت حرفه‌ای تکیه داشته باشد، بر جذب مخاطب، فروش محصول و ایجاد امید کاذب استوار شود. به همین دلیل، عباراتی مانند «تضمینی»، «قطعی»، «برای همه»، «بدون شکست»، «در کوتاه‌ترین زمان» و «راز موفقیت» در روان‌شناسی کاذب بسیار رایج است. (جوینی، محمدنژاد، محمدزاده قره‌باغی و آوا اسلامی گلیردی، ۱۴۰۳). از سوی دیگر، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در گسترش روان‌شناسی کاذب دارند. فضای مجازی امکان تولید و انتشار سریع محتوا را فراهم کرده است و هر فردی می‌تواند بدون داشتن صلاحیت تخصصی، درباره مسائل روانی اظهار نظر کند. این وضعیت زمانی خطرناک‌تر می‌شود که مخاطبان توان کافی برای تشخیص محتوای علمی از محتوای غیرعلمی نداشته باشند. ضعف سواد رسانه‌ای و سواد روان‌شناختی باعث می‌شود افراد به راحتی تحت تأثیر ظاهر حرفه‌ای صفحات، تعداد دنبال‌کنندگان، شهرت افراد یا بیان هیجانی

قرار گیرند. در چنین شرایطی، اعتبار علمی گاهی با محبوبیت رسانه‌های اشتباه گرفته می‌شود. (کاربخش راوری، ملک‌پورافشار و خادم نخعی راوری، ۱۴۰۲)

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف شناسایی مؤلفه‌های شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب بر اساس تجربه متخصصان روان‌شناسی انجام شده است. با توجه به ماهیت موضوع و ضرورت فهم عمیق تجربه‌ها، برداشتها و تفسیرهای متخصصان از این پدیده، رویکرد پژوهش، کیفی انتخاب شد. روش کیفی این امکان را فراهم می‌سازد که پدیده‌های اجتماعی، فرهنگی و حرفه‌ای مانند روان‌شناسی کاذب نه صرفاً از طریق شاخص‌های کمی، بلکه از خلال تجربه زیسته، تحلیل دیدگاه‌ها و واکاوی معانی مورد مطالعه قرار گیرد. از آنجا که هدف پژوهش، استخراج مؤلفه‌ها و دستیابی به الگویی مفهومی از دل داده‌های میدانی است، روش نظریه داده‌بنیاد به‌عنوان راهبرد اصلی تحلیل داده‌ها به کار گرفته شد. نظریه داده‌بنیاد یکی از روش‌های مهم پژوهش کیفی است که در آن نظریه یا الگوی مفهومی، نه بر اساس فرضیه‌های از پیش تعیین‌شده، بلکه از طریق گردآوری و تحلیل نظام‌مند داده‌ها شکل می‌گیرد. در این روش، پژوهشگر با ورود به میدان مطالعه، داده‌های خام را گردآوری کرده و سپس از طریق کدگذاری، مقوله‌بندی و مقایسه مستمر، به مفاهیم اصلی و روابط میان آن‌ها دست می‌یابد. انتخاب این روش برای پژوهش حاضر از آن جهت مناسب است که روان‌شناسی کاذب پدیده‌ای چندبعدی، نوظدید و وابسته به زمینه‌های اجتماعی، رسانه‌ای، فرهنگی و حرفه‌ای است و شناخت آن نیازمند کشف مؤلفه‌ها از دیدگاه خبرگان و متخصصان حوزه روان‌شناسی است. جامعه پژوهش شامل متخصصان، درمانگران، استادان دانشگاه، اعضای هیئت علمی، مشاوران و خبرگان حوزه روان‌شناسی و سلامت روان بود. مشارکت‌کنندگان از میان افرادی انتخاب شدند که دارای تجربه علمی، آموزشی یا درمانی مرتبط با روان‌شناسی بودند و با مصادیق یا پیامدهای روان‌شناسی کاذب مواجهه مستقیم یا غیرمستقیم داشتند. در متن پژوهش، نمونه مورد مطالعه شامل ۲۰ نفر از متخصصان و خبرگان حوزه روان‌شناسی است که در میان آنان روان‌شناسان، درمانگران، اعضای هیئت علمی، مشاوران، روان‌پزشک و فعالان حوزه سلامت روان حضور داشته‌اند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری هدفمند از نوع ملاکی بود. در نمونه‌گیری هدفمند، پژوهشگر افرادی را انتخاب می‌کند که بیشترین آگاهی، تجربه یا اطلاعات مرتبط با موضوع پژوهش را دارند. ملاک‌های ورود به پژوهش شامل داشتن تحصیلات مرتبط با روان‌شناسی، مشاوره، روان‌پزشکی یا حوزه‌های وابسته، سابقه فعالیت علمی یا درمانی، تجربه مواجهه با پدیده روان‌شناسی کاذب، آشنایی با فضای حرفه‌ای روان‌شناسی و تمایل به مشارکت در پژوهش بود. استفاده از نمونه‌گیری ملاکی سبب شد مشارکت‌کنندگانی انتخاب شوند که بتوانند اطلاعات غنی و عمیقی درباره ویژگی‌ها، زمینه‌ها و پیامدهای روان‌شناسی کاذب ارائه دهند. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته از یک سو دارای چارچوب کلی و پرسش‌های راهنماست و از سوی دیگر به مشارکت‌کننده اجازه می‌دهد تجربه‌ها، برداشتها و توضیحات خود را با آزادی بیشتری بیان کند. این ویژگی باعث می‌شود پژوهشگر بتواند در صورت نیاز، پرسش‌های تکمیلی مطرح کند و ابعاد پنهان‌تر پدیده را بهتر شناسایی نماید. در پژوهش حاضر، پرسش‌های مصاحبه حول محورهایی مانند تعریف روان‌شناسی کاذب، مؤلفه‌ها و عناصر تشکیل‌دهنده آن، ویژگی‌های رفتاری و محتوایی روان‌شناسی کاذب، گروه‌های جذب‌شونده به این نوع محتوا و راهکارهای پیشگیری از پیامدهای آن تنظیم شد. برای تحلیل داده‌ها، ابتدا فایل صوتی مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شد و متن مصاحبه‌ها چندین بار مورد بازخوانی قرار گرفت. سپس داده‌ها با استفاده از روش کدگذاری در نظریه داده‌بنیاد تحلیل شدند. در مرحله کدگذاری باز، گزاره‌های معنادار از متن مصاحبه‌ها استخراج و به کدهای اولیه تبدیل شدند. در مرحله کدگذاری انتخابی، مقوله‌های اصلی حول پدیده مرکزی پژوهش یعنی «شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب» سازمان‌دهی شدند.

الگوی مفهومی پژوهش

در الگوی مفهومی پیشنهادی این پژوهش، پدیده مرکزی، «شکل‌گیری و گسترش روان‌شناسی کاذب» است. این پدیده در شرایطی ظهور می‌کند که مفاهیم روان‌شناختی از بستر علمی خود جدا شده و در قالبی ساده‌سازی‌شده، اغراق‌آمیز، تجاری و رسانه‌ای بازتولید می‌شوند. در چنین وضعیتی، روان‌شناسی به جای آنکه بر پایه شواهد تجربی، اخلاق حرفه‌ای و روش‌های معتبر درمانی ارائه شود، به مجموعه‌ای از توصیه‌های عمومی، انگیزشی، هیجانی و غیرقابل آزمون تبدیل می‌شود. شرایط علی، عواملی هستند که به‌طور مستقیم در پیدایش روان‌شناسی کاذب نقش دارند. بر اساس یافته‌های پژوهش، مهم‌ترین شرایط علی عبارتند از فقدان شواهد علمی معتبر، استفاده نادرست از مفاهیم علمی، تعمیم تجربه‌های شخصی، ادعاهای بی‌پایه و وعده‌های قطعی، شرایط زمینه‌ای، ضعف سواد روان‌شناختی جامعه.

جدول (۱) الگوی مفهومی پژوهش

مؤلفه‌ها	بُعد الگوی مفهومی
شکل‌گیری و گسترش روان‌شناسی کاذب	پدیده مرکزی
فقدان شواهد علمی معتبر، استفاده نادرست از مفاهیم علمی، تعمیم تجربه‌های شخصی، ادعاهای بی‌پایه، شرایط علی و وعده‌های قطعی	شرایط علی
ضعف سواد روان‌شناختی جامعه	شرایط زمینه‌ای
ساده‌سازی، اغراق، تجاری‌سازی و رسانه‌ای‌سازی مفاهیم روان‌شناختی	ماهیت پدیده
رواج توصیه‌های غیرعلمی، تضعیف روان‌شناسی مبتنی بر شواهد، افزایش اعتماد عمومی به محتوای شبه‌علمی	پیامدها

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش حاضر حاصل تحلیل مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با متخصصان، درمانگران، اعضای هیئت علمی و خبرنگاران حوزه روان‌شناسی است. تحلیل داده‌ها با رویکرد نظریه داده‌بنیاد انجام شد و از خلال کدگذاری باز، محوری و انتخابی، مجموعه‌ای از مؤلفه‌ها و شاخص‌های مرتبط با شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب شناسایی گردید. داده‌های پژوهش نشان داد که روان‌شناسی کاذب پدیده‌ای تک‌بعدی نیست، بلکه از ترکیب عوامل معرفتی، رسانه‌ای، تجاری، اجتماعی و حرفه‌ای شکل می‌گیرد. در متن اصلی پژوهش، ۳۶ مضمون یا کد اصلی درباره ویژگی‌ها و مؤلفه‌های روان‌شناسی کاذب استخراج شده است که از جمله آن‌ها می‌توان به ادعاهای بی‌پایه، تبلیغات فریبنده، فقدان منابع معتبر، تعمیم تجربه شخصی، استفاده نادرست از مفاهیم علمی، توصیه‌های غیرعلمی و مقاومت در برابر شواهد علمی اشاره کرد.

ادعاهای غیرعلمی و بی پایه

یکی از مهم ترین مؤلفه های شکل گیری روان شناسی کاذب، طرح ادعاهایی است که فاقد پشتوانه علمی و تجربی هستند. مشارکت کنندگان پژوهش تأکید داشتند که روان شناسی کاذب معمولاً با وعده های بزرگ، کلی و غیرقابل اثبات همراه است. این ادعاها اغلب بدون ارائه شواهد معتبر مطرح می شوند و بیشتر بر جذابیت ظاهری، هیجان مخاطب و نیاز روانی او به امید و تغییر سریع تکیه دارند. در این مقوله، مفاهیمی مانند ادعاهای عجیب و غریب، ادعاهای کلی و بدون استثنا، تکنیک های فوری و تضمینی، درمان های سریع، روش های غیرعلمی و توصیه های خطرناک شناسایی شد. برای نمونه، در روان شناسی کاذب ممکن است ادعا شود که فرد می تواند تنها با یک تکنیک ساده، افسردگی، اضطراب یا مشکلات عمیق رابطه ای خود را در مدت کوتاه برطرف کند. چنین ادعاهایی از نظر علمی معتبر نیستند؛ زیرا مشکلات روانی معمولاً ریشه های پیچیده زیستی، شناختی، هیجانی، خانوادگی و اجتماعی دارند و نمی توان آن ها را با نسخه های یکسان و فوری حل کرد این یافته نشان می دهد که روان شناسی کاذب با ساده سازی مسائل پیچیده روانی، مخاطب را به سمت برداشت های غیرواقع بینانه سوق می دهد. در نتیجه، افراد ممکن است به جای مراجعه به متخصصان واجد صلاحیت، به روش هایی اعتماد کنند که نه تنها سودمند نیستند، بلکه می توانند موجب تأخیر در درمان مؤثر شوند.

استفاده نادرست از مفاهیم علمی

دومین مؤلفه مهم، استفاده نادرست از مفاهیم علمی، روان شناختی، پزشکی و زیستی است. بر اساس یافته ها، روان شناسی کاذب معمولاً برای افزایش اعتبار ظاهری خود از اصطلاحات علمی استفاده می کند، اما این اصطلاحات را به صورت دقیق و تخصصی به کار نمی برد. واژگانی مانند انرژی، ناخودآگاه، هورمون، سروتونین، افسردگی، اضطراب، تروما، درمان، ذهن و شخصیت در بسیاری از محتوای روان شناسی کاذب به شکلی مبهم، تحریف شده یا اغراق آمیز استفاده می شوند. در این مقوله، کدهایی مانند استفاده نادرست از اصطلاحات علمی، استفاده نادرست از اصطلاحات پزشکی، استفاده نادرست از اصطلاحات هورمونی، ادعای علمی برای روش های شبه علمی و تحریف مفاهیم روان شناختی قرار می گیرند. این نوع استفاده باعث می شود مخاطب تصور کند با محتوایی علمی و تخصصی روبه رو است، در حالی که محتوای ارائه شده فاقد پشتوانه پژوهشی معتبر است. اهمیت این یافته در آن است که روان شناسی کاذب معمولاً خود را آشکارا ضد علم معرفی نمی کند، بلکه با تقلید از زبان علم و استفاده از اصطلاحات تخصصی، ظاهری علمی به خود می دهد. همین ویژگی، تشخیص آن را برای عموم مردم دشوار می کند و زمینه گسترش باورهای شبه علمی را فراهم می سازد.

فقدان منابع معتبر و ضعف استناد علمی

یکی دیگر از مؤلفه های اصلی شناسایی شده، فقدان منابع معتبر و ضعف در استناد علمی است. مشارکت کنندگان بیان کردند که روان شناسی کاذب معمولاً به منابع معتبر دانشگاهی، پژوهش های داوری شده، شواهد تجربی و داده های قابل ارزیابی تکیه ندارد. در عوض، بیشتر به نقل قول های پراکنده، کتاب های عامه پسند، تجربه های شخصی، منابع غیررسمی یا گفته های افراد مشهور استناد می کند. در این مقوله، مفاهیمی مانند عدم ارائه شواهد علمی، منابع غیررسمی یا غیرمعتبر، استناد به منابع غیرقابل تأیید، استناد به مقالات یا کتاب های شبه علمی و نقل قول از مؤلفان معروف بدون شواهد علمی قرار دارد. این وضعیت نشان می دهد که روان شناسی کاذب از نظر معرفتی، فاقد سازوکارهای اعتبارسنجی علمی است. در روان شناسی علمی، ادعاها باید با شواهد تجربی، پژوهش های معتبر و امکان نقد و بازبینی همراه باشند؛ اما در روان شناسی کاذب، ادعاها اغلب به گونه ای مطرح می شوند که امکان بررسی، ارزیابی و ابطال آن ها وجود ندارد. این یافته نشان می دهد که یکی از شاخص های مهم تشخیص روان شناسی کاذب، توجه به نوع منابع و شیوه استناد آن است. هرگاه محتوایی روان شناختی بدون منبع معتبر، بدون داده پژوهشی و صرفاً بر اساس تجربه فردی یا گفته های انگیزشی ارائه شود، می توان نسبت به اعتبار علمی آن تردید کرد.

تعمیم نادرست تجربه‌های شخصی

یافته‌ها نشان دادند که تعمیم تجربه‌های شخصی به کل جامعه، یکی از سازوکارهای مهم شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب است. در این رویکرد، تجربه موفق یا ناموفق یک فرد، به‌عنوان قاعده‌ای عمومی برای همه افراد معرفی می‌شود. برای مثال، فردی ممکن است ادعا کند که با یک روش خاص به موفقیت مالی، آرامش روانی یا بهبود رابطه رسیده است و سپس همان روش را برای همه افراد، در همه شرایط، توصیه کند. در این مقوله، کدهایی مانند ادعاهای مبتنی بر تجربه شخصی، استفاده از تجربیات شخصی برای تعمیم به دیگران، تعمیم نتایج محدود به کل جمعیت، نادیده گرفتن تفاوت‌های فردی، بی‌توجهی به بافت و شرایط خاص و عمومی‌سازی بیش از حد قرار می‌گیرند. این یافته اهمیت زیادی دارد؛ زیرا یکی از تفاوت‌های اساسی روان‌شناسی علمی و روان‌شناسی کاذب، نوع برخورد آن‌ها با تجربه فردی است. روان‌شناسی علمی تجربه فردی را نادیده نمی‌گیرد، اما آن را جایگزین شواهد علمی نمی‌کند. در مقابل، روان‌شناسی کاذب معمولاً تجربه فردی را به‌عنوان حقیقتی کلی و قابل تعمیم معرفی می‌کند. این نوع تعمیم می‌تواند آسیب‌زا باشد، زیرا افراد از نظر شخصیت، شرایط خانوادگی، وضعیت اقتصادی، فرهنگ، تاریخچه زندگی، سلامت روان و نیازهای درمانی با یکدیگر تفاوت دارند. بنابراین، نسخه‌ای که برای یک فرد مفید بوده است، لزوماً برای دیگران مناسب نیست.

تبلیغات فریبنده و تجاری‌سازی روان‌شناسی

از دیگر یافته‌های مهم پژوهش، نقش تبلیغات فریبنده و تجاری‌سازی در گسترش روان‌شناسی کاذب است. مشارکت‌کنندگان اشاره کردند که بسیاری از اشکال روان‌شناسی کاذب با هدف جذب مخاطب، فروش دوره، کتاب، کارگاه، فایل آموزشی یا خدمات غیرتخصصی تولید می‌شوند. در چنین وضعیتی، روان‌شناسی از یک دانش تخصصی و حرفه‌ای به کالایی تجاری تبدیل می‌شود که باید سریع، جذاب، ساده و پرفروش باشد. در این مقوله، مفاهیمی مانند تبلیغات اغراق‌آمیز و تجاری، استفاده از عبارات تبلیغاتی، وعده‌های غیرقابل اثبات، زبان فریبنده، استفاده از شهرت و محبوبیت افراد مشهور و بهره‌گیری از احساسات مخاطب شناسایی شد. این یافته نشان می‌دهد که روان‌شناسی کاذب برای نفوذ در جامعه، فقط به محتوای غیرعلمی متکی نیست، بلکه از تکنیک‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای نیز بهره می‌گیرد. عباراتی مانند «درمان قطعی»، «موفقیت تضمینی»، «راز خوشبختی»، «تغییر زندگی در چند روز» و «روش ویژه برای همه» نمونه‌هایی از زبان تبلیغاتی این نوع محتوا هستند. این نوع تبلیغات به‌ویژه برای افرادی که در شرایط بحران روانی، اضطراب، ناکامی یا ناامیدی قرار دارند، جذاب است. چنین افرادی ممکن است به دلیل نیاز فوری به کمک، کمتر به اعتبار علمی محتوا توجه کنند و بیشتر تحت تأثیر وعده‌های امیدوارکننده قرار گیرند. آخرین مقوله مهم در یافته‌های پژوهش، مقاومت روان‌شناسی کاذب در برابر نقد و شواهد علمی است. بر اساس داده‌ها، روان‌شناسی کاذب معمولاً در برابر پرسشگری، نقد تخصصی، شواهد مخالف و ارزیابی علمی مقاومت نشان می‌دهد. این مقاومت ممکن است به شکل انکار داده‌های علمی، تحریف واقعیت، استفاده از تحلیل‌های نادرست، تکیه بر باورهای شخصی یا بی‌اعتبار کردن منتقدان بروز کند. در این مقوله، کدهایی مانند مقاومت در برابر شواهد مخالف، انکار شواهد و دلایل علمی، استفاده از تحلیل‌های نادرست، تکیه بر باورهای شخصی، عبارات مغلوط و تحریف واقعیت و استفاده از منطق نادرست قرار می‌گیرند. این یافته نشان می‌دهد که روان‌شناسی کاذب نه تنها از نظر محتوا غیرعلمی است، بلکه از نظر شیوه مواجهه با نقد نیز با منطق علم فاصله دارد. علم همواره نقدپذیر، اصلاح‌پذیر و مبتنی بر شواهد است؛ اما روان‌شناسی کاذب معمولاً ادعاهای خود را قطعی، نهایی و بی‌نیاز از آزمون معرفی می‌کند. در حقیقت یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که روان‌شناسی کاذب حاصل ترکیب چند مؤلفه اصلی است: ادعاهای بی‌پایه و غیرعلمی، استفاده نادرست از مفاهیم علمی، فقدان منابع معتبر، تعمیم تجربه‌های شخصی، تبلیغات فریبنده و مقاومت در برابر نقد علمی. این مؤلفه‌ها در تعامل با یکدیگر، زمینه شکل‌گیری و گسترش روان‌شناسی کاذب را فراهم می‌کنند. بر اساس تحلیل داده‌ها، می‌توان گفت پدیده مرکزی پژوهش، شکل‌گیری روان‌شناسی کاذب از طریق بازنمایی غیرعلمی مفاهیم روان‌شناختی در قالبی جذاب، ساده‌سازی شده و تجاری است. این پدیده

زمانی گسترش می یابد که مخاطبان به دلیل ضعف سواد روان شناختی، نیاز به راه حل های سریع، فشارهای روانی و اعتماد به چهره های مشهور، به محتوای فاقد اعتبار علمی گرایش پیدا کنند. بنابراین، یافته های پژوهش حاضر نشان می دهد که مقابله با روان شناسی کاذب تنها از طریق نقد محتوای آن ممکن نیست، بلکه نیازمند تقویت سواد علمی، نظارت حرفه ای، آگاهی رسانی عمومی و تولید محتوای روان شناختی معتبر و قابل فهم برای جامعه است.

جدول (۲) مقوله های داده های پژوهش

ردیف	مقوله اصلی	تعریف مفهومی	مضمون کلی
۱	ادعاهای غیرعلمی و بی پایه	طرح گزاره ها، وعده ها و روش هایی که فاقد پشتوانه علمی، تجربی و پژوهشی معتبر هستند	ساده سازی مسائل پیچیده روانی و ارائه راه حل های قطعی، فوری و غیر قابل آزمون
۲	استفاده نادرست از مفاهیم علمی	به کارگیری اصطلاحات روان شناختی، پزشکی و زیستی بدون دقت تخصصی و بدون انطباق با معنای علمی آنها	ایجاد ظاهر علمی برای محتوای شبه علمی
۳	فقدان منابع معتبر و ضعف استناد علمی	نبود اتکا به پژوهش های داوری شده، داده های تجربی، منابع دانشگاهی و شواهد قابل ارزیابی	تکیه بر نقل قول ها، تجربه های فردی و منابع غیررسمی
۴	تعمیم نادرست تجربه های شخصی	تبدیل تجربه فردی یا موردی به قاعده ای کلی برای همه افراد و همه موقعیت ها	نادیده گرفتن تفاوت های فردی، فرهنگی، خانوادگی و اجتماعی
۵	تبلیغات فریبنده و تجاری سازی روان شناسی	تبدیل دانش روان شناسی به کالایی تجاری با هدف جذب مخاطب، فروش دوره، کتاب، کارگاه یا خدمات غیر تخصصی	استفاده از زبان اغراق آمیز، هیجانی و وعده های جذاب
۶	مقاومت در برابر نقد و شواهد علمی	نپذیرفتن نقد تخصصی، شواهد مخالف و ارزیابی علمی	انکار داده های علمی، تحریف واقعیت و بی اعتبار کردن منتقدان

جدول ۳. کدهای محوری و شاخص های شناسایی شده در روان شناسی کاذب

مقوله اصلی	کدهای محوری / شاخص ها	نمونه نمود در محتوای روان شناسی کاذب
ادعاهای غیرعلمی و بی پایه	ادعاهای عجیب و غریب، وعده های قطعی، درمان سریع، تکنیک های فوری، روش های غیرعلمی، توصیه های خطرناک	درمان قطعی اضطراب در چند روز»، «تغییر کامل شخصیت با یک تکنیک «ساده»
استفاده نادرست از	تحریف مفاهیم روان شناختی، استفاده مبهم از مفاهیم	استفاده غیر تخصصی از واژگانی مانند

انرژی، ناخودآگاه، سروتونین، تروما، افسردگی و شخصیت	پزشکی، استفاده نادرست از اصطلاحات هورمونی، ادعای علمی برای روش های شبه علمی	مفاهیم علمی
ارائه توصیه های روان شناختی بدون منبع پژوهشی معتبر	عدم ارائه شواهد علمی، استناد به منابع غیرقابل تأیید، نقل قول از افراد مشهور، استفاده از کتاب ها و مقالات شبه علمی	فقدان منابع معتبر
من با این روش موفق شدم، پس همه «می توانند با همین روش موفق شوند	تعمیم نتایج محدود، نادیده گرفتن تفاوت های فردی، بی توجهی به زمینه و بافت، عمومی سازی بیش از حد	تعمیم تجربه های شخصی
راز خوشبختی»، «موفقیت تضمینی»، ««روش ویژه برای همه	تبلیغات اغراق آمیز، زبان فریبنده، وعده های غیرقابل اثبات، استفاده از شهرت افراد مشهور، تحریک احساسات مخاطب	تبلیغات فریبنده و تجاری سازی
رد کردن نقدهای علمی با این استدلال که «علم هنوز این موضوع را درک نکرده است»	انکار شواهد مخالف، تکیه بر باور شخصی، استفاده از منطق نادرست، تحریف واقعیت، بی اعتبار کردن منتقدان	مقاومت در برابر شواهد علمی

جدول ۴. یافته های پژوهش بر اساس تحلیل داده بنیاد

پیامد احتمالی	نقش در شکل گیری روان شناسی کاذب	مؤلفه های شناسایی شده	بعد الگو
شکل گیری باورهای نادرست درباره سلامت روان	آغازگر شکل گیری محتوای شبه علمی و غیرمعتبر	فقدان شواهد علمی، ادعاهای بی پایه، استفاده نادرست از مفاهیم علمی، تعمیم تجربه های شخصی	شرایط علی
افزایش گرایش عمومی به توصیه های غیرعلمی	فراهم کردن بستر پذیرش و گسترش روان شناسی کاذب	ضعف سواد روان شناختی جامعه، نیاز به راه حل های سریع، فشارهای روانی، اعتماد به چهره های مشهور	شرایط زمینه ای
رواج دوره ها، کتاب ها و خدمات غیر تخصصی	افزایش جذابیت، نفوذ و مصرف محتوای روان شناسی کاذب	تبلیغات فریبنده، رسانه ای سازی، تجاری سازی، ساده سازی مفاهیم پیچیده	راهبردهای گسترش
دشوار شدن تفکیک روان شناسی علمی از محتوای عامه پسند	تشدید یا تسهیل گسترش پدیده	نبود نظارت حرفه ای، ضعف تشخیص محتوای علمی از شبه علمی، دسترسی گسترده به شبکه های اجتماعی	شرایط مداخله گر

پیامدها	تأخیر در درمان مؤثر، کاهش اعتماد به روان شناسی علمی، آسیب به مخاطبان آسیب پذیر، گسترش باورهای شبه علمی	نتیجه نهایی رواج روان شناسی کاذب در جامعه	تضعیف جایگاه دانش تخصصی و افزایش آسیب های فردی و اجتماعی
راهکارهای پیشنهادی	تقویت سواد علمی، نظارت حرفه ای، آگاهی رسانی عمومی، تولید محتوای معتبر و قابل فهم	کنترل و کاهش گسترش روان شناسی کاذب	افزایش توان جامعه در تشخیص محتوای معتبر از غیرمعتبر

بحث و نتیجه گیری

یافته های پژوهش حاضر نشان داد که روان شناسی کاذب پدیده ای چندبعدی است که صرفاً نمی توان آن را به ناآگاهی مخاطبان یا خطای فردی برخی تولیدکنندگان محتوا محدود کرد. این پدیده در نقطه تلاقی نیازهای روانی جامعه، ضعف سواد علمی، جذابیت راه حل های فوری، تجاری سازی مفاهیم روان شناختی و گسترش رسانه های اجتماعی شکل می گیرد. بر اساس داده های پژوهش، مؤلفه هایی مانند ادعاهای بی پایه و اساس، تبلیغات فریبنده، فقدان منابع معتبر، استفاده نادرست از مفاهیم علمی، تعمیم تجربه های شخصی، وعده های فوری و مقاومت در برابر شواهد علمی، از مهم ترین شاخص های شکل گیری روان شناسی کاذب هستند. این یافته ها نشان می دهد که روان شناسی کاذب بیش از آنکه یک رویکرد علمی یا درمانی باشد، نوعی بازنمایی تحریف شده و عامه پسند از روان شناسی است که با زبان علم سخن می گوید، اما به قواعد علم پایبند نیست.

یکی از نکات مهم در تحلیل یافته ها، نقش ظاهر علمی روان شناسی کاذب است. بسیاری از محتوای روان شناسی کاذب آشکارا خود را ضد علم معرفی نمی کنند، بلکه با استفاده از واژگان علمی، اصطلاحات تخصصی و ارجاع های مبهم، نوعی اعتبار ظاهری برای خود ایجاد می کنند. به همین دلیل، مخاطب عمومی ممکن است به راحتی نتواند میان محتوای علمی و شبه علمی تمایز قائل شود. استفاده نادرست از مفاهیمی مانند اضطراب، افسردگی، ناخودآگاه، انرژی، هورمون، ذهن و درمان، سبب می شود محتوای غیرعلمی در قالبی علمی عرضه شود. این مسئله از نظر معرفتی خطرناک است، زیرا مرز میان دانش معتبر و باورهای عامیانه را مخدوش می سازد. (کاربخش راوری، ملک پورافشار و خادم نخعی راوری، ۱۴۰۲) از سوی دیگر، یافته ها نشان می دهد که روان شناسی کاذب معمولاً بر ساده سازی مسائل پیچیده روانی تکیه دارد. در روان شناسی علمی، مشکلات روانی نتیجه تعامل عوامل زیستی، شناختی، هیجانی، خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی دانسته می شوند. اما در روان شناسی کاذب، همین مسائل پیچیده به چند توصیه کلی، جمله انگیزشی یا تکنیک فوری تقلیل می یابند. چنین رویکردی برای مخاطب جذاب است، زیرا به او وعده می دهد که بدون فرایند درمانی تخصصی، بدون مواجهه عمیق با مسئله و بدون صرف زمان، می تواند به تغییر آرامش یا موفقیت برسد. این وعده ها به ویژه برای افرادی که در شرایط فشار روانی، ناکامی یا بحران قرار دارند، بسیار اثرگذار است. نکته قابل توجه دیگر، پیوند روان شناسی کاذب با تبلیغات و منطق بازار است. یافته های پژوهش نشان داد که بسیاری از مصادیق روان شناسی کاذب در قالب کتاب های خودیاری، دوره های انگیزشی، کارگاه های موفقیت، صفحات مجازی و محصولات آموزشی عرضه می شوند. در این فرایند، روان شناسی از یک دانش تخصصی به کالایی تجاری تبدیل می شود. هرچه پیام ساده تر، هیجانی تر و قطعی تر باشد، قابلیت فروش و جذب مخاطب بیشتری پیدا می کند. به همین دلیل، در روان شناسی کاذب عباراتی مانند «درمان تضمینی»، «موفقیت قطعی»، «تغییر زندگی در چند روز» یا «راز خوشبختی» فراوان دیده می شود. این نوع زبان بیش از آنکه علمی باشد، تبلیغاتی و اقناعی است. (فاسه، ۲۰۱۸)

یکی دیگر از ابعاد مهم یافته ها، تعمیم تجربه های شخصی به کل جامعه است. در روان شناسی کاذب، تجربه فردی اغلب جایگزین شواهد علمی می شود. به بیان دیگر، اگر فردی ادعا کند با یک روش خاص به موفقیت، آرامش یا بهبود روانی رسیده

است، همان تجربه به عنوان نسخه‌ای عمومی برای دیگران معرفی می‌شود. این در حالی است که از منظر علمی، تجربه شخصی به‌تنهایی نمی‌تواند مبنای تعمیم قرار گیرد. افراد از نظر ویژگی‌های شخصیتی، شرایط اقتصادی، تجربه‌های زیسته، بافت خانوادگی، فرهنگ، وضعیت روانی و نوع مسئله با یکدیگر تفاوت دارند. بنابراین، نسخه‌ای که برای یک فرد مفید بوده است، لزوماً برای دیگران مناسب نیست. نادیده گرفتن این تفاوت‌ها می‌تواند به توصیه‌های ناکارآمد و حتی آسیب‌زا منجر شود، همچنین یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فقدان منابع معتبر و ضعف استناد علمی از شاخص‌های محوری روان‌شناسی کاذب است. در روان‌شناسی علمی، هر ادعا باید بر پایه شواهد تجربی، پژوهش‌های معتبر، روش‌شناسی قابل بررسی و امکان نقد و بازبینی مطرح شود. اما در روان‌شناسی کاذب، ادعاها معمولاً بدون منبع مشخص، با ارجاع به منابع غیررسمی، نقل‌قول‌های مبهم یا تجربه‌های شخصی بیان می‌شوند. این وضعیت باعث می‌شود که مخاطب نتواند اعتبار علمی محتوا را ارزیابی کند. در متن اصلی پژوهش نیز تأکید شده است که روان‌شناسی کاذب بر پایه ادعاهای بی‌اساس، استفاده از منابع غیرعلمی، تبلیغات فریبنده و قضاوت‌های فردی شکل می‌گیرد و از دل صاحب‌ها، مضامین متعددی در این زمینه استخراج شده است بعد دیگر بحث، پیامدهای فردی و اجتماعی روان‌شناسی کاذب است. در سطح فردی، پیروی از توصیه‌های غیرعلمی می‌تواند باعث تأخیر در دریافت درمان تخصصی شود. فردی که به درمان علمی نیاز دارد، ممکن است تحت تأثیر وعده‌های روان‌شناسی کاذب، مراجعه به متخصص را به تعویق بیندازد یا به روش‌هایی اعتماد کند که هیچ اثربخشی معتبری ندارند. این مسئله به‌ویژه در اختلالات جدی روانی، می‌تواند پیامدهای خطرناکی به دنبال داشته باشد. در سطح اجتماعی نیز گسترش روان‌شناسی کاذب باعث کاهش اعتماد عمومی به روان‌شناسی علمی، تضعیف جایگاه متخصصان و رواج باورهای شبه‌علمی می‌شود. از منظر حرفه‌ای نیز روان‌شناسی کاذب چالشی جدی برای نظام روان‌شناسی و مشاوره محسوب می‌شود. هنگامی که افراد فاقد صلاحیت علمی و حرفه‌ای در جایگاه مشاور، درمانگر یا متخصص ظاهر می‌شوند، مرز میان خدمات تخصصی و توصیه‌های عامه‌پسند از بین می‌رود. این مسئله نه‌تنها مخاطبان را سردرگم می‌کند، بلکه اعتبار حرفه روان‌شناسی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین، مقابله با روان‌شناسی کاذب فقط یک وظیفه علمی نیست، بلکه مسئولیتی اخلاقی، حرفه‌ای و اجتماعی است. در واقع یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که روان‌شناسی کاذب از طریق ترکیب سه عامل اصلی گسترش می‌یابد: نخست، نیاز مخاطبان به امید، آرامش و راه‌حل سریع؛ دوم، استفاده تولیدکنندگان محتوا از زبان علمی و تبلیغاتی؛ و سوم، ضعف نظارت و سواد روان‌شناختی در جامعه. بنابراین، برای مواجهه با این پدیده، صرفاً نقد محتوای روان‌شناسی کاذب کافی نیست، بلکه باید آموزش عمومی، نظارت حرفه‌ای، ارتقای سواد رسانه‌ای و تولید محتوای علمی قابل فهم نیز مورد توجه قرار گیرد.

بر پایه نتایج به‌دست‌آمده، می‌توان گفت که مقابله با روان‌شناسی کاذب نیازمند رویکردی چندسطحی است. نخست، باید سواد روان‌شناختی و رسانه‌ای جامعه افزایش یابد تا مخاطبان بتوانند منابع معتبر را از منابع غیرعلمی تشخیص دهند. دوم، نهادهای حرفه‌ای و نظارتی باید بر تولید و انتشار محتوای روان‌شناختی، به‌ویژه در فضای مجازی، نظارت دقیق‌تری داشته باشند. سوم، متخصصان روان‌شناسی باید محتوای علمی، ساده، قابل فهم و در دسترس برای عموم تولید کنند تا خلأ اطلاعات معتبر با محتوای غیرعلمی پر نشود. چهارم، لازم است مرز میان آموزش عمومی روان‌شناسی و مداخله تخصصی درمانی برای جامعه روشن شود. در نهایت، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که روان‌شناسی کاذب تنها یک خطای محتوایی نیست، بلکه یک پدیده اجتماعی و رسانه‌ای است که از نیازهای واقعی مردم، ضعف ساختارهای نظارتی و جذابیت بازار محتوا تغذیه می‌کند. بنابراین، شناسایی مؤلفه‌های آن می‌تواند گامی مهم در جهت حفاظت از سلامت روان جامعه، تقویت جایگاه روان‌شناسی علمی و پیشگیری از سوءاستفاده‌های حرفه‌ای باشد. این پژوهش با ارائه تصویری مفهومی از عوامل شکل‌دهنده روان‌شناسی کاذب، زمینه‌ای برای پژوهش‌های بعدی، سیاست‌گذاری‌های حرفه‌ای و طراحی برنامه‌های آموزشی و پیشگیرانه فراهم می‌سازد.

منابع و مآخذ

- جوینی، تیرازه و محمدنژاد، فهیمه و محمدزاده قره باغی، سمانه و آوا اسلامی گلیردی، فاطمه، ۱۴۰۳، بررسی تاثیر محتواهای انگیزشی زرد بر روان دانش آموزان، اولین همایش بین المللی تحولات نوین در علوم تربیتی، روانشناسی و آموزش و پرورش، ارومیه، ۲۲۵۳۰۷، <https://civilica.com/doc/۲۲۵۳۰۷>
- کاربخش راوری، روح اله و ملک پورافشار، عزت اله و خادم نخعی راوری، صالح، ۱۴۰۲، روانشناسی زرد و نقش آن در تخریب شخصیتی افراد، هفتمین کنفرانس ملی دستاوردهای نوین در حقوق و روانشناسی، تهران، ۱۹۳۶۱۸۰، <https://civilica.com/doc/۱۹۳۶۱۸۰>
- Eftekhari, N., Rahmani, M. A., & Salehi, K. (۲۰۲۴). Applying Grounded Theory in Explaining the Process of Public Acceptance of Pseudo-Psychology: Presenting a Middle-Range Theory.
- Eftekhari, N., Rahmani, M. A., & Salehi, K. (۲۰۲۴). Identifying the Basic Components of Increasing Public Tendency Toward Pseudo-Psychology: A Qualitative Study. *Sociology of Education*, 10(۲), ۳۲۶-۳۳۸.
- Fasce, A. (۲۰۱۸). Divan couches and gurus: The origin and dangers of clinical pseudopsychology. *Mètode Science Studies Journal*, 8, ۱۶۵-۱۷۱.
- Kirwan, G. H. (۲۰۱۸). Dispelling the pseudopsychology of cybercrime. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(۲), ۷۱-۷۲.
- Lamont, P. (۲۰۱۰). Debunking and the psychology of error: A historical analysis of psychological matters. *Qualitative research in Psychology*, 7(۱), ۳۴-۴۴.
- Leon, C. S., Bonilla, M., Brusco, L. I., Forcato, C., & Benítez, F. U. (۲۰۲۳). Fake news and false memory formation in the psychology debate. *IBRO neuroscience reports*, 15, ۲۴-۳۰.
- Leonetti, C. (۲۰۲۳). Combatting a Dangerous American Export: The Need for Professional Regulation of Psychologists in the New Zealand Family Court. *UCLA Pac. Basin LJ*, 40, ۱.
- Leonetti, C. (۲۰۲۳). Combatting a Dangerous American Export: The Need for Professional Regulation of Psychologists in the New Zealand and Family Court Permalink. *The University of Auckland Faculty of Law Research Paper Series*.
- Lobato, E. J., & Zimmerman, C. (۲۰۱۸). ۲ The Psychology of (Pseudo) Science: Cognitive, Social. *Pseudoscience: The conspiracy against science*, ۲۱.
- Mache, P., & Natu, S. (۲۰۲۲). Pseudo-science Versus Evidence-based Science: Emergence of Online Therapy by Unqualified People. *IAHRW International Journal of Social Sciences Review*, 10(۴).
- Mache, P., & Natu, S. (۲۰۲۲). Pseudo-science Versus Evidence-based Science: Emergence of Online Therapy by Unqualified People. *IAHRW International Journal of Social Sciences Review*, 10(۴).

Mckenna, M. A. (۲۰۲۱). *False Confessions: Forensic Psychologists as Expert Witnesses* (Doctoral dissertation, Alliant International University).

Olatunji, B. O., Lohr, J. M., & Bushman, B. J. (۲۰۲۳). The Pseudopsychology of Venting in the Treatment of Anger: Implications and Alternatives for Mental Health Practice. In *Anger, aggression, and interventions for interpersonal violence* (pp. ۱۱۹-۱۴۲). Routledge.

Ozono, H., & Tanaka, Y. Effects of magic trick exposure on pseudo-psychology and other unsubstantiated beliefs.

Ruckmich, C. A. (۱۹۱۸). Pseudo-psychology. *Science*, 48(۱۲۳۴), ۱۹۱-۱۹۳

Zhang, R. (۲۰۲۱). THE INFLUENCE OF PSEUDO PSYCHOLOGICAL KNOWLEDGE DISSEMINATION ON COLLEGE STUDENTS' MENTAL HEALTH. *Psychiatria Danubina*, 33(suppl ۱۲), ۱۱-۱۱.