

تحلیلی جامعه‌شناختی از آمادگی برای دروغ‌گویی

حسن محدثی گیلوایی*

دریا فلسفی**

چکیده

این مقاله درصدد است دریابد کدام موقعیت مرتبط با کنش‌های روزمره زنان آن‌ها را بیش‌تر به سمت دروغ‌گویی سوق می‌دهد و چگونه می‌توان این موقعیت‌ها را دسته‌بندی و از هم متمایز کرد. برای این منظور بر مبنای دسته‌بندی مورد بحث سه نوع موقعیت در چهارچوب نظری طراحی شد تا میزان تمایل زنان به دروغ‌گویی در هر یک از این سه نوع موقعیت به طور کلی و نیز متناسب با موقعیت اجتماعی‌شان (مبنی بر خانه‌دار بودن، کارمند بودن، و شاغل آزاد بودن) به طور خاص مشخص شود. این تحقیق با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه و در میان ۲۸۰ زن ساکن و شاغل در منطقه ۶، از سه گروه زنان خانه‌دار، کارمند و شاغل آزاد انجام شد. نتایج این تحقیق نشان داد که به طور کلی زنان کارمند کم‌تر از دو گروه دیگر دروغ می‌گویند و زنان در موقعیت تسهیل‌کننده روابط اجتماعی به نسبت دو موقعیت دیگر بیش‌تر دروغ می‌گویند.

کلیدواژه‌ها: دروغ‌گویی به مثابه مفر، دروغ‌گویی به مثابه سلاح، دروغ‌گویی به مثابه گریس.

۱. مقدمه

همه ما این ضرب‌المثل را شنیده‌ایم که «حقیقت تلخ است». علاوه بر این، هر کسی عملاً درمی‌یابد که راست‌گویی گاهی بسیار پرهزینه است. چگونه این تلخ و پرهزینه بودن حقیقت افراد را به سمت دروغ‌گویی سوق می‌دهد؟ اعضای جامعه با توجه به جایگاه

* استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی mohaddesi2011@gmail.com

** کارشناس ارشد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی (نویسنده مسئول)

darya.falsafi84@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۴/۲۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۲/۱۵

اجتماعی‌ای که در آن قرار دارند، روابط اجتماعی‌ای که با دیگران برقرار می‌کنند و محیطی که در آن کار یا زندگی می‌کنند موقعیت‌های گوناگونی را تجربه می‌کنند که هر یک از این موقعیت‌ها واکنش‌های متفاوتی را طلب می‌کند. یکی از این واکنش‌های رایج دروغ‌گویی است که گاه ما را از موقعیتی چالشی می‌رهاند و گاه موانعی که بر سر راه اهداف زندگی مان است برمی‌دارد و گاه روابط اجتماعی و دوستی‌هایمان را از بحرانی معین نجات می‌دهد، اما دروغ‌گویی عوارض و پیامدهای اجتماعی نامطلوبی نیز دارد؛ برای مثال برخی از صاحب‌نظران یکی از بزرگ‌ترین پیامدهای دروغ‌گویی را از بین رفتن اعتماد اجتماعی میان افراد، سازمان‌ها و مردم یا میان حکومت و مردم می‌دانند. سیسیلیا بوک اعتماد را هم‌چون اکسیژن برای حیات اجتماعی ضروری می‌داند:

اعتماد کالایی اجتماعی است که می‌بایست حفظ گردد؛ درست مانند هوایی که نفس می‌کشیم یا آبی که می‌نوشیم. وقتی اعتماد آسیب می‌بیند، اجتماع به مثابه یک کل رنج می‌کشد و وقتی اعتماد تخریب می‌شود، جوامع تزلزل می‌یابند و فرومی‌پاشند (Bok, 1999: 26-27).

در فرهنگ دینی نیز دروغ‌گویی یکی از آفات بسیار زیان‌آور زبان تلقی شده است (دستغیب، ۱۳۸۴: ۸۶؛ اسلامی، ۱۳۸۵: ۱۷).

تمرکز اصلی این مقاله بر روی زنان است. انتخاب زنان در حکم نمونه مطالعه‌شده مبنای نظری و روش‌شناختی خاصی ندارد. به عبارت دیگر، زنان به لحاظ دروغ‌گویی یا راست‌گویی لزوماً از مردان متفاوت نیستند. هر نوع ادعایی در باب تفاوت میزان و نوع دروغ‌گویی در میان زنان و مردان باید بر یافته‌های مطالعات تجربی متکی باشد. به هر حال، مطالعه جامعه‌شناختی دروغ‌گویی باید در میان جمعیت‌های گوناگون انجام شود. با توجه به این‌که این تحقیق با هزینه‌های شخصی انجام گرفته است به ضرورت، نمونه کوچکی از جمعیت و مقوله اجتماعی خاصی را انتخاب کرده‌ایم. انتخاب نمونه‌ای از مردان، نیازمند طراحی پرسش‌های دیگری متناسب با شرایط آنان بود تا بتوانند با موقعیت‌های مطرح‌شده در پرسش هم‌دلی کنند. بنابراین، نیازمند حجم کار بزرگ‌تری بود که در مجال محدود رساله دانشجویی انجامش دشوار بود.

۲. بیان مسئله

دروغ‌گویی امری اجتماعی است، زیرا در روابط انسانی و اجتماعی تحقق می‌یابد. ما

همیشه با تصور حضور و وجود دیگری دروغ می‌گوییم. در جامعه ما نیز انواع دروغ‌گویی از تعارفات و ملاحظات روزمره، که به بخش اجتناب‌ناپذیری از دروغ‌های خاص ایرانیان تبدیل شده‌اند، گرفته تا دروغ‌هایی که هر روزه با عنوان مصلحتی یا غیر از آن به اعضای خانواده، دوستان، همسایگان و هم‌کاران و مشتریان می‌گوییم مشاهده می‌شود.

تحقیقات نشان می‌دهد با وجود آن‌که دروغ‌گویی در اغلب فرهنگ‌ها و ادیان همواره نکوهش شده است، در همه جوامع انسانی به‌نحو جدی شایع است. نتایج تحقیقی که برای نشریه‌ای روان‌شناسی در ایتالیا انجام شده است نشان می‌دهد که ۷۰ درصد از ۳۶۰ زن و مرد شرکت‌کننده در مصاحبه با خبرنگار این نشریه اعتراف می‌کنند روزانه پنج تا ده بار دروغ می‌گویند. بر اساس این نتایج، ۴۲ درصد از ایتالیایی‌ها برای جلوگیری از اختلاف، ۲۷ درصد برای پنهان نگه داشتن اشتباهاتشان و ۲۱ درصد دیگر نیز برای خیر و صلاح دیگران دروغ می‌گویند. ۲/۳ درصد از اعتراف‌کنندگان به دروغ، زنانی بوده‌اند که در امور مربوط به خانه دروغ می‌گفتند و مردان نیز اغلب در مورد مشاغلشان دروغ می‌گویند (کتبی، ۱۳۷۷).

در ایران نیز در تحقیقی که با عنوان «نظرسنجی از مردم تهران درباره خصوصیات ایرانی‌ها» انجام شده است در مورد مهم‌ترین خصوصیت‌های منفی ایرانیان دروغ‌گویی در مقام نخست قرار می‌گیرد و ۱۲ درصد پاسخ‌گویان مهم‌ترین صفت منفی ایرانیان را دروغ‌گویی دانسته‌اند (صدا و سیما، ۱۳۷۴)؛ البته این نظرسنجی به توصیف آماری اکتفا می‌کند و از این فراتر نمی‌رود. بر طبق یافته‌های تحقیق مشابه دیگری با عنوان «نظرسنجی از مردم تهران درباره دروغ»، که از طریق مرکز مطالعات و تحقیقات روزنامه همشهری در سال ۱۳۸۶ به صورت نظرسنجی تلفنی از مردم تهران درباره دروغ‌گویی انجام شده است، به باور ۵۲ درصد افراد، در مواردی می‌شود راست نگفت و ۴۸ درصد می‌گویند همیشه باید راست گفت. از میان ۶۲۵ نفر پاسخ‌گویی که راست نگفتن را در برخی مواقع مجاز دانسته‌اند، ۵۴ درصد دروغ مصلحت‌آمیز، ۲۱ درصد پیش‌گیری از فتنه و جنجال، ۱۷ درصد رهایی از گرفتاری و ۸ درصد کسب منافع شخصی را از موارد مجاز دروغ‌گویی بیان کرده‌اند. هم‌چنین، بیش‌تر پاسخ‌گویان، معادل ۹۹ درصد، وجود دروغ در جامعه را تأیید کرده‌اند. در نهایت به باور بیش‌تر پاسخ‌گویان، معادل ۴۸ درصد، ۸۰ تا ۱۰۰ درصد از مردم راست نمی‌گویند (هاشمی، ۱۳۸۶)؛ البته ذکر یافته‌های این نوع تحقیقات لزوماً به معنای تأیید اعتبار و صحت نتایج آن‌ها نیست.

یافته‌های این تحقیقات حاکی از آن است که دروغ‌گویی در ایران نیز گسترش بسیاری دارد. به باور برخی:

رفتار دروغ‌آمیز بخشی از رفتارهای روزمره ما را تشکیل می‌دهد و جزء لاینفک حیات اجتماعی ما شده است. همه ما می‌دانیم دروغ می‌گوییم، همه می‌دانیم مردم دروغ می‌گویند، همه می‌دانند ما دروغ می‌گوییم و بالاخره همه می‌دانند که همه دروغ می‌گویند. وفاق اجتماعی بر این قرار است (کتبی، ۱۳۷۷).

البته داده‌های موجود برای داوری درباره میزان شیوع دروغ‌گویی در ایران کافی نیست. بنابراین، لازم است در این مورد تحقیقات دیگری انجام شود و این تحقیق گام کوچکی در این مسیر تلقی شود.

برخی از مهم‌ترین پرسش‌های این تحقیق عبارت‌اند از:

۱. چگونه می‌توانیم به الگوهایی برای شناسایی و طبقه‌بندی دروغ‌گویی دست یابیم و دریابیم که کدام موقعیت‌ها در روابط اجتماعی افراد منجر به رواج دروغ‌گویی می‌شوند؟
 ۲. آیا می‌توان با حذف این‌گونه موقعیت‌ها به کاهش دروغ‌گویی کمک کرد؟
 ۳. زنان به تناسب جایگاه اجتماعی‌ای که دارند و موقعیت‌هایی که در خانواده و در محل کار با آن روبه‌رویند در معرض چه شرایطی قرار می‌گیرند و به چه نحو به سوی دروغ‌گویی کشیده می‌شوند؟
 ۴. چه شرایطی در زندگی روزمره زنان، آن‌ها را به سمت دروغ‌گویی سوق می‌دهد؟
 ۵. آیا می‌توان با تفکیک این موقعیت‌ها به الگویی درباره شیوه دروغ‌گویی زنان دست یافت؟
 ۶. نیت‌هایی که باعث می‌شوند زنان دروغ بگویند چقدر خیرخواهانه یا منفعت‌جویانه است یا به دلیل تحت فشار قرار داشتن آن‌ها در شرایط معینی رخ می‌دهد؟
- این‌ها پرسش‌هایی است که پیش روی این مقاله است. با این حال، یافتن پاسخی درخور توجه به آن‌ها در کار و اثری مقدماتی چه‌بسا دور از دسترس باشد.

۳. اهمیت و ضرورت تحقیق

با توجه به آمارهای ذکرشده، به نظر می‌رسد پدیده دروغ‌گویی در جامعه ما نیز مانند جوامع دیگر رواج دارد. پدیده دروغ‌گویی ممکن است در زنجیره‌ای از تباهی اخلاقی، مانند خیانت، دورویی، تهمت، غیبت و فریب‌کاری حضور داشته باشد. این تباهی‌های

اخلاقی خود معلول بسیاری از شرایط بغرنج اجتماعی دیگرند. از سوی دیگر، با توجه به شیوع نسبی این پدیده و ارتباطش با دیگر انحرافات اخلاقی از یکسو، و کاهش میزان اعتماد و هم‌بستگی اجتماعی، انجام تحقیقات و پژوهش‌هایی دربارهٔ دروغ‌گویی ضرورت می‌یابد.

زندگی اجتماعی آکنده از تعارض‌هاست. واگرایی امیال انسان‌های تعامل‌کننده و نیز نابرابری و ناهم‌سانی مواضعشان همواره منابع پایان‌ناپذیری برای تعارض اجتماعی است. از آنجایی که تداوم زندگی اجتماعی در تعارضی همه‌جانبه میسر نیست و افراد ناگزیرند دست‌کم موقتاً بخشی از این روابط تعارض‌آمیز را رفع کنند، پای ارزش‌های اجتماعی به مثابهٔ عاملی برای حرکت در راستای رفع تعارض‌ها به میان می‌آید. ارزش‌های اخلاقی دست‌کم به طور نسبی تنظیم‌کننده و هدایت‌کنندهٔ بخشی از کنش‌های اجتماعی و شکل‌دهندهٔ انتظارات اجتماعی مردم، گروه‌ها و سازمان‌هایند. فروپاشی ارزش‌ها منجر به افزایش روابط اجتماعی تعارض‌آمیز و در پاره‌ای موارد منتهی به ایجاد برخی معضلات اجتماعی می‌شود. اعتماد و نیز احساس امنیت به‌شدت تضعیف می‌شود و نارضایتی از زندگی در جامعه افزایش می‌یابد. از این رو، پای‌بندی اعضای جامعه به ارزش‌های اجتماعی و توانایی نیروها، نهادهای اجتماعی، و دیگر امکانات اجتماعی برای جلب تعهد و وفاداری اعضای جامعه به این ارزش‌ها موضوعی در حال تحول است و شناخت چگونگی وضعیت آن، نیازمند بررسی‌ها و مطالعات سالانه یا دست‌کم دوره‌ای است.

بررسی سوابق تحقیقاتی در کشور نشان می‌دهد که آثار منتشرشده در باب دروغ‌گویی، اغلب در جنبه‌هایی نظری متوقف بوده‌اند و از منظر فلسفهٔ اخلاق یا روان‌شناسی به موضوع پرداخته‌اند و از ویژگی‌های پدیدهٔ دروغ‌گویی تصویر جامعی ارائه نداده‌اند. بررسی دقیق و علمی از ره‌گذر اتخاذ رویکرد جامعه‌شناسانه به این پدیده و شناخت ابعاد اجتماعی آن، هم از لحاظ نظری و هم از لحاظ کاربردی، حائز اهمیت است. بررسی علل و موقعیت‌هایی که افراد در آن دروغ‌گویی را ترجیح می‌دهند، به شناخت بیش‌تر ما دربارهٔ این پدیده و طبقه‌بندی انواع آن کمک می‌کند. شاید اکنون سخن گفتن از راه‌کارهایی برای کاهش میزان دروغ‌گویی در جامعه گزافه‌گویی باشد، اما دست‌کم می‌توان امیدوار بود که این نوع مطالعات آغازگر سلسله تحقیقاتی باشد که در جای خود بتواند در آینده، هموارکنندهٔ راهی برای نظریه‌پردازی جامعه‌شناختی در باب پدیده‌هایی نظیر دروغ‌گویی باشند.

۴. پرسش‌های تحقیق

پرسش‌های اصلی این تحقیق عبارت‌اند از:

۱. زنان در چه موقعیت‌هایی بیش‌تر دروغ می‌گویند؟
۲. آیا میان موقعیت شغلی زنان (خانه‌دار، کارمند، شغل آزاد) و نوع دروغ‌گویی‌شان رابطه معناداری وجود دارد؟

۵. مروری بر تحقیقات پیشین

مطالعات و تحقیقات داخلی چندانی درباره دروغ‌گویی انجام نشده است. مطالعات و تحقیقات خارجی درباره دروغ‌گویی نیز بیش‌تر در حوزه فلسفه اخلاق و روان‌شناسی انجام شده است و مطالعات جامعه‌شناسی درباره این پدیده کم‌تر دیده شده است. نخست به برخی از آثار داخلی درباره دروغ‌گویی اشاره می‌کنیم تا معرف سوابق مطالعاتی این حوزه در داخل کشور باشد. در میان آثاری که عالمان دین نوشته‌اند دست‌کم به دو اثر اشاره می‌شود. دروغ (دستغیب، ۱۳۸۴) اثری است که به دروغ‌گویی از منظر دینی و بر حسب آیات و روایات پرداخته است. در این اثر، آیت‌الله عبدالحسین دستغیب تعارفات غیر ناظر به واقع را نیز که میان مردم رواج دارد نوعی دروغ‌گویی دانسته است:

آن‌چه در بین خلق متعارف است در وقتی که طعامی نزد شخص می‌آورند با این‌که واقعاً میل دارد می‌گوید میل ندارم دروغی است آشکار؛ هر چند اکثر خلق از روی جهالت آن را سهل دانسته‌اند و بالجمله شکی در دروغ بودن آن نیست و اخبار مذمت و حرمت دروغ شامل آن می‌شود (همان: ۲۹).

اما اثر مهمی که از منظر اخلاق اسلامی نوشته شده، اثری است با عنوان دروغ مصلحت‌آمیز: بخشی در مفهوم و گستره آن (اسلامی، ۱۳۸۵). این اثر به تفصیل به بحث درباره دروغ‌گویی و دروغ مصلحت‌آمیز پرداخته و ابعاد و دلالت‌های مختلف این مفاهیم را بررسی کرده و آرای گوناگونی را که میان عالمان مسلمان و غیر مسلمان در این باره مطرح بوده نقد کرده است.

اما مهدی بازرگان شخصیت دینی دیگری است که با هدف اصلاح اخلاقی جامعه کتاب دروغ و نقش آن در دین و دنیای ما (۱۳۹۳) را نوشته است. او ضمن تلقی بسیار عامی که از دروغ دارد، ارزیابی‌ای بسیار منفی درباره راست‌گویی ایرانیان معاصر ارائه می‌کند؛ چنان‌که در مدخل کتاب خویش آورده است:

منظور ما از دروغ «نمایش نادرست از واقعیات و مکنونات» است و شامل چهره‌های گوناگونی می‌شود، مانند دروغ‌گویی و دورویی، تظاهر و تملق، فریب و کلاه‌گذاری، ربا و تزویر، خلف عهد و خیانت، نفاق و ناروایی و امثال آن؛ به طوری که می‌دانیم این خصلت یا سنت یک مسئله اخلاقی ساده فردی، که اختصاص به ما ایرانیان داشته باشد، نیست و توسعه در همه فرهنگ‌ها و تأثیر در کلیه شئون زندگی فردی و اجتماعی ملت‌ها دارد، ولی شاید بتوانیم بگوییم که کشور عزیزمان ایران، بیش از سایر جاها و مردم دیگر دنیا درگیر با آن می‌باشد. اگر مسئله یا مصیبت دروغ را، به طوری که غالباً چنین می‌اندیشند و می‌خواهند جدی گرفته، قصد مبارزه با آن و بازیابی یکی از ارزش‌های ملی و اسلامی عمده، یعنی راستی و درستی را داشته باشیم، قهراً می‌پذیریم که چاره‌جویی خصیصه‌ای با چنین گسترش و پیچیدگی، که با دنیا و آخرت‌مان سر و کار دارد، بدون بررسی همه‌جانبه، ریشه‌یابی صادقانه و برنامه‌ریزی پر دامنه، امکان‌پذیر نخواهد بود. در هر حال، رسیدگی به این‌که چرا و چگونه دروغ در زندگی انسان‌ها رخنه کرده است و اصلاً دروغ چیست، از کجا و از چه چیز سرچشمه می‌گیرد، می‌تواند بحث ارزنده و آموزنده‌ای باشد. چه از جهت اجتماعی و دینی و چه از جهت فرهنگی و علمی؛ البته تعصب نباید به خرج داد و از روبرو شدن با قضایا و یا انتقادات نباید باک داشته باشیم؛ آن‌جا که پای حق و حقیقت در کار می‌آید، خودخواهی و شعاربازی باید کنار برود؛ اولین شرط برای براندازی دروغ و اولین گام در بازیابی راستی و درستی باید اعتقاد و اطاعت از حق و صداقت باشد (بازرگان، ۱۳۹۳).

هم‌چنین در کنار این کتب، می‌توان به برخی مقالات درباره دروغ اشاره کرد. برای نمونه، حسین اترک در مقاله‌ای با عنوان «چیستی دروغ» به ماهیت و معنای دروغ در دید سنت اسلامی و سنت غربی پرداخته است و شروط واقع شدن دروغ را از دید اندیشمندان اسلامی بررسی کرده است. اترک بیان می‌کند که از دیدگاه اشاعره، دروغ قبح ذاتی ندارد. «طبق این دیدگاه، قبح دروغ به خاطر مضراتی است که دارد؛ لذا هر جا نفع دروغ بیش‌تر از ضررش باشد، دروغ جایز است» (اترک، ۱۳۸۸). مرتضی کتبی (۱۳۷۷) در تحقیقی با عنوان «جایگاه "دروغ" و الگوهای رفتاری آن در روابط اجتماعی ما»، الگوهایی برای تعریف این رفتار با استفاده از عامل انسانی و عامل وضعیتی ارائه می‌دهد. منظور از عامل انسانی در نظر گرفتن گوینده و شنونده دروغ است و منظور از عامل وضعیتی، در نظر گرفتن میزان آگاهی و واکنش شنونده در برابر شنیدن دروغ است. شروین و کیلی (۱۳۸۹) نیز در مقاله‌ای با عنوان «مفهوم دروغ در ایران باستان» سیر تحول مفهوم دروغ را در ایران باستان بررسی کرده است. وی با بررسی متون قدیمی در زمان زرتشتیان و هخامنشیان نشان می‌دهد که دروغ در گذشته و فرهنگ و تمدن ایران هم از نظر اخلاقی و هم از نظر سیاسی موضوع مهمی بوده و بسیار به آن پرداخته شده است.

به نظر می‌رسد رویکرد عمده مطالعات غربی درباره دروغ روان‌شناختی و فلسفی است. فولین وایدر در مقاله‌ای با عنوان «سیسیلیا بوک: انتخاب اخلاقی در زندگی شخصی و عمومی» مروری دارد بر کتاب *دروغ‌پردازی: انتخاب اخلاقی در زندگی شخصی و عمومی* (۱۹۹۹) سیسیلیا بوک که در مورد دروغ نوشته شده است. در این مقاله، وی از قول بوک می‌نویسد دست‌کم تا زمانی که خوداندیشی مان تقویت نشده است از این فرایند استفاده کنیم و همواره به دروغ از دو دیدگاه دروغ‌گو و قربانی دروغ نگاه کنیم. این که دلایل ما برای دروغ‌گویی قانع‌کننده باشد کافی نیست؛ باید خودمان را جای مخاطب دروغ قرار دهیم و ببینیم از جایگاه او چگونه دروغ توجیه‌پذیر خواهد بود (فولین وایدر، ۲۰۰۷). مارتین در مقاله دیگری با عنوان «دروغ گفتن برای جهانی بهتر؟» در مقابل دیدگاه مطلق‌گرایانه کانتی که دروغ را ذاتاً بد می‌داند و دیدگاه‌های دیگری که پیامد دروغ‌گویی را اغلب بد می‌دانند و موافق اجتناب از دروغ‌گویی‌اند (به‌جز مواردی که شرایط ویژه‌ای وجود داشته باشد) مثل سیسیلیا بوک، دیدگاه تجدیدنظرطلبان را مطرح می‌کند (مارتین، ۲۰۰۳-۲۰۰۴). دیدگاه تجدیدنظرطلبانه به دروغ به موازات پسامدرنیسم توسعه یافته است؛ هرچند که از آن فاصله بسیاری دارد. پسامدرنیست‌ها وجود حقیقت را رد می‌کنند و به‌جای ابرروایت‌ها، به شکل‌گیری وجود نظام‌هایی از حقیقت و دروغ باور دارند (همان). آنارشیست‌ها برای حقیقت رویکردهای گوناگونی اتخاذ کرده‌اند؛ از باورهای پوزیتیویستی گرفته تا انواع مدل‌های نسبیست. آنارشیست‌ها بر این تأکید می‌کنند که باید مردم را از دروغ‌های حکومت آگاه کرد تا بتوان تلاش برای تغییرات اجتماعی را افزایش داد (همان). آنارشیست‌ها بیش‌تر به دروغ‌های سیستماتیک اعتراض می‌کنند.

شیوه برخورد تجدیدنظرطلبان، کمک کردن به آشکارسازی شیوع دروغ و پیشنهاد راه‌هایی برای فکر کردن به آن است، اما عملاً بدیل‌های چندانی در مورد مشکلات عملی، در برابر دروغ‌های بی‌ضرر و بدخواهانه ندارند. فلسفه کلی بسیاری از مطالعات تجدیدنظرطلبانه این است که دروغ‌گویی و راست‌گویی باید در خدمت منافع انسانی باشد (نیبرگ، ۱۹۹۳).

نیبرگ یکی از فیلسوفانی است که در کتابش با عنوان *حقیقت جلایافته* (۱۹۹۳) با رویکردی تجدیدنظرطلبانه به فریب و دروغ در حکم یکی از ارکان مهم زندگی اجتماعی پرداخته است. او در این کتاب تأکید بیش از اندازه بر راست‌گویی را به چالش کشیده است. به باور او، بیش‌تر انسان‌ها در زندگی روزمره‌شان تمایل دارند خود و دیگران را فریب دهند. از این نظر، وی فریب را به جای آن‌که کنشی ناهنجار بداند، کنشی هنجار و عادی می‌داند. وی از برخی کارکردهای فریب مانند روبه‌رو شدن با ترس‌ها، تحمل اضطراب، به

دست آوردن حس کنترل بر ابعاد نامعلوم زندگی در آینده، حفظ رفاه، حفاظت از حریم خصوصی و کمک پنهانی به دیگران نام می‌برد. در نهایت، نیبرگ فریب را بخشی از هوش کاربردی می‌داند. او با مثال‌هایی از زندگی روزمره به ما نشان داده است که همه‌جا و همیشه نمی‌توان یا نباید حقیقت را گفت. از دید نیبرگ فریب هنر ننگه داشتن توازن بین حریم شخصی و عمومی است (همان: ۱۳۴). موضع نیبرگ کم و بیش مقابل موضع سیسیلیا بوک قرار می‌گیرد که دروغ‌گویی را عنصر مخرب زندگی اجتماعی می‌داند؛ مخرب اعتماد و مقابل سلامت. از نظر بوک «اعتماد و سلامت منابع ناپایداری هستند؛ به‌آسانی بر باد می‌روند و سخت به دست می‌آیند. آن‌ها را فقط می‌توان بر بنیاد توجه به صداقت شکوفا کرد» (Bok, 1999: 249). بارنز جامعه‌شناس در کتابش یک بقیچه دروغ: به سوی جامعه‌شناسی دروغ‌پردازی (۱۹۹۴) به دروغ‌های جنگ‌پردازانه و دروغ‌های سیاسی، تأثیرات هنجارهای فرهنگی بر الگوهای دروغ‌گویی، تأثیرات نوع رابطه دروغ‌گو با مخاطب دروغ، خودفریبی، فنون دروغ‌گویی و تشخیص دروغ می‌پردازد.

همان‌طور که گفته شد، بیش‌تر این آثار در حد تأملات و بررسی‌های نظری صرف باقی می‌مانند و حاکی از اتخاذ رویکردهای دینی، اخلاقی و فلسفی به دروغ‌گویی‌اند و نه نظریه‌ای به لحاظ تجربی آزمون‌پذیر و قابل سنجش درباره دروغ‌گویی ارائه می‌کنند و نه حاوی داده‌های تجربی درباره آن‌اند. هم‌چنین در اغلب این آثار تمایزی میان فریب و دروغ‌گویی دیده نمی‌شود، اما عمده تحقیقات علمی در باب دروغ‌گویی تحقیقات روان‌شناختی‌اند و تحقیقات روان‌شناختی درباره دروغ‌گویی نیز عمدتاً معطوف به سنجش و بررسی علل دروغ‌گویی کودکان‌اند نه بزرگسالان. مطالعات جامعه‌شناختی درباره دروغ‌گویی نیز به‌ندرت یافت می‌شود. رویکرد جامعه‌شناختی به دروغ‌گویی می‌تواند ما را به یافتن الگوهای دروغ‌گویی، سنخ‌شناسی انواع دروغ‌گویی و سنجش علل دروغ‌گویی رهنمون شود. این تحقیق کوششی مقدماتی در حوزه تحقیقات جامعه‌شناختی دروغ‌گویی است.

۶. چهارچوب نظری

از نظر محدثی دروغ‌گویی «نوعی کنش اجتماعی عقلانی، ارادی و آگاهانه است که در شرایط اجتماعی مختلف و تحت فشارهای بیرونی متفاوت و با نیات گوناگون رخ می‌دهد» (محدثی، ۱۳۸۸: ۸۴). وی بعد از کوششی مفصل در تمییز میان دروغ‌گویی و دیگر آفات زبان نظیر غیبت، مداهنه، بلوف زدن و غیره دروغ‌گویی را چنین تعریف می‌کند:

دروغ‌گویی کار - گفتی است که به قصد آنی فریب مخاطب یا عدم پاسخ‌گویی در مقابل وی و نیز به قصد آتی دست‌یابی گوینده به دستاوردی معین بیان می‌شود که باور کردن شنونده در تحقق آن فرعی است، اما عدم باور گوینده به گفته‌ی مورد نظر، صرف نظر از صدق و کذب آن، لازمه‌ی دروغ‌گویی است. از این رو، دروغ‌گویی چند مؤلفه دارد:

۱. گوینده (speaker)؛

۲. مخاطب (addressee)؛

۳. کار - گفت (speech-act)؛

۴. زمینه (context).

دو قصد: ۱. قصد آنی در جهت فریب مخاطب و یا در جهت رفع مسئولیت و عدم پاسخ‌گویی؛ ۲. قصد آنی نیل به دستاوردی معین (همان).

محدثی بر مبنای این تعریف از دروغ‌گویی، می‌کوشد نظریه‌ای جامعه‌شناختی در باب دروغ‌گویی بپرورد. وی در کار خود موقعیت‌های دروغ‌گویی را بر مبنای کارکردی که برای شخص دروغ‌گو دارند به سه دسته تقسیم کرده است:

۱.۶ دروغ‌گویی به مثابه مفر

دسته اول موقعیت‌های دروغ‌گویی موقعیت‌هایی‌اند که در آن‌ها دروغ‌گویی نوعی مفر (گریزگاه) تلقی می‌شود. این موقعیت حاکی از شرایطی است که کنش‌گر تحت فشار بیرونی قرار گرفته و برای فرار و خلاصی از این فشار دروغ می‌گوید. «فشار به معنی هر عاملی است که آدمی را در نوعی حالت تنش‌زا و یا وضعیت اجتماعی رنج‌آور و آزاردهنده قرار می‌دهد» (همان). محدثی انواع این نوع دروغ‌گویی را نیز به دسته‌های خردتری با عنوان‌های دروغ‌گویی پیش‌گیرانه، توجیه‌گرایانه، انکاری، دفاعی، تسهیل‌کننده، دروغ‌گویی برای حفظ وجهت و دروغ‌گویی غافل‌گیرانه تقسیم می‌کند.

۲.۶ دروغ به مثابه دام و سلاح

تا این‌جا درباره‌ی این گفته شد که چگونه وقتی کنش‌گران در موقعیت‌های مولد فشار قرار می‌گیرند به اجبار یا از روی ناچار دروغ می‌گویند. در دسته دوم موقعیت‌های دروغ‌گویی، که از آن با عنوان «دروغ‌گویی به مثابه دام و سلاح» نام برده می‌شود، کنش‌گران بدون این‌که در موقعیت فشار قرار داشته باشند، با نیت رسیدن به منافعشان دروغ می‌گویند. در موقعیت فشار، فرد هدف را تعیین نکرده است؛ بلکه بر او تحمیل شده است، اما در این نوع از

دروغ‌گویی، هدف از پیش مشخص است و فرد آگاهانه و با حدی از طراحی و برنامه‌ریزی در پی کسب آن است. در این دروغ‌گویی کنش‌گر ممکن است برای به دست آوردن موقعیت مالی یا کاری یا تحصیلی یا اجتماعی بالاتر به هر دروغی توسل جوید و حق آدم‌های شایسته‌تر از خود را ضایع کند. وی ممکن است در مورد واقعی یا جعلی بودن مدرک تحصیلی‌اش دروغ بگوید یا برای ازدواج و جلب نظر خانواده‌ی دخترتری که از نظر مالی متمول است در مورد وضعیت مالی خود دروغ بگوید.

محدثی برای این که توضیح جامع‌تری از این دروغ ارائه دهد نخست به تعاریف مفاهیم علاقه، نفع یا سود و ارزش و عقلانیت پرداخته است. او مفهوم علایق را با الهام از علی شریعتی به دو دسته علایق خودخواهانه و دگرخواهانه دسته‌بندی می‌کند. کنش‌گران یا برای علایق سودمحور دروغ می‌گویند یا برای علایق ارزش‌محورشان. محدثی دروغ‌گویی معطوف به علایق را به طور عام، به دو نوع خودخواهانه، یعنی معطوف به سود و دگرخواهانه یا معطوف به ارزش (ارزش انسانی) تقسیم می‌کند. در ادامه وی به توضیح مفهوم سود و دستاورد پرداخته است:

منظور ما از سود هرگونه «دستاورد» ایجابی یا سلبی محقق یا نامحقق است. دستاورد محقق شامل مجموعه‌ای از امتیازات مادی و غیر مادی است. امتیازات مادی مثل مال و مقام و امتیازات غیر مادی نیز شامل موارد زیر است: ۱. امور اعتباری - اخلاقی (نظیر تکریم، تأیید، افتخار، منزلت)؛ ۲. امور عاطفی، احساسی، انگیزشی (نظیر تعلق روانی، عشق، دل‌بستگی، اعلام موافقت)؛ ۳. امور عملی (نظیر هم‌راهی و هم‌کاری در کاری معین)؛ ۴. امور یادگرفتنی - تکوینی (نظیر آموزش در امری معین یا کسب مهارت در تخصصی خاص). دستاورد نامحقق اشاره به فرصت‌ها، امکانات و امتیازات محتمل دارد که هم‌اکنون موجود و در دسترس نیست، اما احتمال دسترسی بدان‌ها در آینده وجود دارد، اما مراد از مفهوم موجود در «دستاورد ایجابی»، یعنی آنچه در اختیار ما نیست در اختیار ما قرار گیرد و منظور ما از دستاورد سلبی، یعنی آنچه در اختیار عاملان است از دست داده نشود (همان: ۱۱۵).

می‌توان همین بحث را در راستای بسط مفهوم سود، البته با مضیق ساختن این مفهوم، با استفاده از آرای نظریه‌پردازان مبادله دنبال کرد و آن را غنی‌تر ساخت. در نظریه مبادله، تمرکز بر مبادلات متقابلی است که میان افراد و گروه‌ها انجام می‌شود. از دید صاحب‌نظران این نظریه تمامی مبادلاتی که میان گروه‌ها و افراد انجام می‌شود، بر مبنای مفاهیمی چون سود، پاداش و هزینه است. این معنا از سود البته نقدشدنی است. محدثی بر مبنای آرای شریعتی میان سود و ارزش تمایز قائل می‌شود. مفهوم سود کنش خودخواهانه و مفهوم ارزش کنش‌های دگرخواهانه فرد را توضیح می‌دهد (همان: ۳۵۵). مفهوم سود در این جا به این

معناست که افراد هنگام کنش‌های خودخواهانه در پی افزایش لذت و منافع مادی یا غیر مادی خودند. از این منظر، سود تفاوت میان پاداش و هزینه است. سود زمانی به دست می‌آید که پاداش بیش از هزینه باشد. محدثی با توجه به مفاهیم ارزش و سود، که تا به این جا توضیح داده شد، دسته‌بندی دوم دروغ‌های معطوف به علائق و منافع را ساخته و پرداخته کرده است. بر مبنای نتایجی که این دروغ‌ها برای کنش‌گر دارد، دسته‌بندی خردتری شامل ۱. دروغ‌گویی تعدی‌گرانه، ۲. دروغ‌گویی جبران‌کننده و ۳. دروغ و جاهت‌جویانه مطرح می‌شود.

۳.۶ دروغ به مثابه گریس (دروغ‌گویی معطوف به تسهیل و تلطیف روابط اجتماعی)

این نوع دروغ‌گویی بیش‌تر ناظر به شرایط تعاملات در زندگی است که کنش‌گران درگیر و دچار آن‌اند؛ شرایطی که مبتنی بر تعارف‌ها، شرم حضور، رعایت انواع آداب اجتماعی و نبود صراحت‌هایی است که همه ما در تجربیات روزمره‌مان با آن‌ها روبه‌رو می‌شویم؛ در موقعیت‌هایی که تمایل یا توانایی مان برای گفتن حقیقت بسته به زمان، مکان، موقعیت‌ها و اشخاص متفاوت تغییر می‌کند.

محدثی برای توضیح دادن این نوع دروغ‌گویی از مفهوم قلمرو واقعیت اجتماعی، که تجربه مستقیمی از آن داریم، یعنی جهان مایی (umwelt) شوتز استفاده می‌کند. این همان قلمرویی است که اغلب دروغ‌های روزمره در آن شکل می‌گیرد. در ادامه، محدثی از مفهوم «زیست جهان» شوتز برای نشان دادن تأثیر شرایط اجتماعی در پدیده دروغ‌گویی استفاده می‌کند؛ شرایطی که مرتبط است با فرهنگ، اعتقادات، عرف و اخلاقیات حاکم بر آن که بر جهت‌گیری کنش‌های ما تأثیر می‌گذارد. این قلمرو واقعیت اجتماعی، که افراد تجربه‌های مستقیم و رو در رو را در آن از سر می‌گذرانند و روابط «مایی» نام دارد، از درجه به‌نسبت بالایی از صمیمیت برخوردار است. در روابط مایی شرایطی پیش می‌آید که از نظر محدثی افراد نه تحت فشار و نه به خاطر علائق ارزشی یا سودمحورانه، بلکه برای تلطیف و تسهیل در روابط و به علت تداوم روابط اجتماعی‌شان، و نیز به علت دوری از خصومت‌ها، دل‌خوری‌ها، و سوءتفاهم‌ها دروغ می‌گویند.

یکی از موارد مهمی که به تداوم این روابط اجتماعی کمک می‌کند تأیید اجتماعی است یا اگر بخواهیم به زبان نظریه‌پردازان مبادله سخن بگوییم، یکی از قوی‌ترین پاداش‌ها تأیید اجتماعی است. «به نظر می‌رسد مردم در زندگی روزمره خود در جست‌وجوی «مطلوب واقع شدن» هستند و از آن در روابط اجتماعی خود لذت می‌برند» (اسکیدمور، ۱۳۸۵: ۱۰۷). انتظار دریافت تأیید اجتماعی سازنده موقعیتی اجتماعی است که

منجر به دروغ‌گویی می‌شود. زمانی که ما در رابطه با کسی نیاز به تأییدش را پاسخ می‌دهیم و انتظار داریم دیگری نیز در شرایط مشابه همین کار را برای ما انجام دهد، شرایطی شکل می‌گیرد که در آن راست‌گویی نامطلوب تلقی می‌شود. شاید کم‌هزینه بودن برآوردن انتظار تأیید اجتماعی دیگران شرایط دروغ‌گویی را ساده‌تر می‌کند. این که ما از دست‌پخت یا چهره یا لباس دوستان تعریف کنیم برایمان هزینه زیادی ندارد، اما به تداوم رابطه ما با آن شخص، که در ادامه او نیز ما را تأیید می‌کند، کمک می‌کند. محدثی از این نوع دروغ‌ها با عنوان دروغ به مثابه گریس یاد می‌کند که مانند گریس یا روغن در میان چرخ‌دنده‌های روابط انسانی کار می‌کند و از اصطکاک‌هایش می‌کاهد (محدثی، ۱۳۸۸: ۱۱۹).

با توجه به این که زنان جامعه آماری ما را تشکیل می‌دهند، بر مبنای نظریه محدثی، سه دسته دروغ‌گویی در میان زنان مشاهده می‌شود. دسته نخست دروغ‌گویی به مثابه مفر است که زنان برای فرار از موقعیت‌های فشار به آن دست می‌زنند. از این نظر باید بینیم که زنان در چه موقعیت‌هایی احساس فشار بسیار می‌کنند. دسته دوم دروغ‌گویی به مثابه سلاح است که درباره آن باید به این طبقه‌بندی برسیم که زنان در چه موقعیت‌هایی برای کسب سود اقدام به دروغ‌گویی می‌کنند. دسته سوم، یعنی دروغ‌گویی به مثابه گریس، تسهیل‌کننده روابط اجتماعی است. در این مورد نیز باید بررسی کنیم که زنان در چه موقعیت‌هایی با هدف بهبود روابط اجتماعی و کاهش تنش‌ها دروغ می‌گویند.

۷. روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کمی است که به بررسی روابط علی و هم‌بستگی میان متغیرهای تحقیق پرداخته است. روش تحقیق انتخاب‌شده پیمایش است. به این منظور، پرسش‌نامه پژوهش حاوی سه سری پرسش فرافکن (مبین سه موقعیت اصلی دروغ‌گویی) برای سه دسته از زنان بر اساس مباحث نظری و متغیرهای به دست آمده از آن طراحی شده است. به عبارت دیگر، برای هر گروه از زنان سه نوع موقعیت دروغ‌گویی از طریق سه سری پرسش فرافکن تعبیه شد. هم‌راهی و هم‌دلی پاسخ‌گوی زن با شخصیت (کاراکتر) دروغ‌گوی پرسش، به منزله تمایل و آمادگی وی به دروغ‌گویی در آن موقعیت تفسیر شد. پرسش زیر نمونه‌ای از پرسش‌های فرافکن این پرسش‌نامه بوده است که برای زن خانه‌دار و موقعیت دروغ‌گویی به مثابه مفر مطرح شده است (بقیه پرسش‌ها را به دلیل دوری از پرگویی ذکر نکرده‌ایم). در قسمت پرسش‌های فرعی ذیل هر پرسش بنا بر این بوده است که نظر پاسخ‌گو درباره شرایط مجاز دروغ‌گویی به‌نحو دقیق‌تری سنجیده شود:

برایتان لیستی از موقعیت‌هایی که افراد در آن دروغ می‌گویند را می‌خوانم. برای هر کدام بفرمایید که به نظرتان دروغ‌گویی در آن شرایط درست است، بستگی دارد یا هرگز درست نیست.

۱. زن و شوهری بعد از ده سال زندگی مشترک تصمیم می‌گیرند یک‌بار دیگر فامیل مرد را به میهمانی دعوت کنند. زن به رغم این‌که در تمام این سال‌ها شاغل نبوده، از این‌که هنوز دست‌پخت خوبی ندارد ناراحت و نگران است؛ لذا به شوهرش پیشنهاد می‌دهد که فامیلت را برای شام به رستوران ببریم. وقتی پدرشوهر و مادرشوهر پیر در زمان رفتن به رستوران می‌گویند همین‌جا بمانیم و غذای ساده‌ای بخوریم، زن پیش‌دستی می‌کند و می‌گوید: گفتیم بیرون برویم تا تنوعی بشود و همگی هوایی بخوریم تا بیش‌تر خوش بگذرد.

(الف) درست است

(ب) بستگی دارد (برو به ۱-۱)

(ج) هرگز درست نیست

۱-۱. اگر بستگی دارد، پس در کدام حالت دروغ بگوید اشکال ندارد؟

(الف) اگر فامیل شوهرش به خاطر نپختن غذای خوب کمی او را اذیت می‌کنند.

(ب) اگر تا حدی او را اذیت می‌کنند، اما نه خیلی زیاد.

(ج) اگر خیلی او را اذیت بکنند.

(د) همه موارد درست است.

از نظر واحد تحلیل و مشاهده، این تحقیق درصدد بررسی موقعیت‌های دروغ‌گویی در میان زنان خانه‌دار، کارمند و شاغل آزاد است و متغیرها در سطح فردی بررسی می‌شوند. از این رو، نتایج در همین سطح توصیف و تحلیل خواهد شد؛ بنابراین واحد تحلیل و واحد مشاهده فرد است و ابزار مشاهده و گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه است. جامعه آماری این تحقیق شامل زنان متأهل ساکن و شاغل در منطقه ۶ شهر تهران است. گروه هدف مد نظر زنان خانه‌دار، کارمند و شاغل آزاد، متأهل، و دیپلم و دیپلم به بالاست. این تحقیق در محدوده منطقه ۶ شهرداری تهران انجام شده است. این منطقه به دلیل داشتن مراکز تجاری و دولتی بسیار انتخاب شده است تا هر سه قشر زنان کارمند، شاغل آزاد و خانه‌دار را پوشش دهد. مرحله جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل داده‌های تحقیق در اواسط مرداد ۱۳۹۲ آغاز و تا آخر شهریور ۱۳۹۲ به پایان رسید. در این تحقیق، جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها با مراجعه به مراکز دولتی، تجاری، سرای محله‌ها، باشگاه‌های ورزشی، آرایشگاه‌ها و خانه‌های قرارگرفته در محدوده مکانی مد نظر استفاده شده است.

شیوه نمونه‌گیری در مورد زنان کارمند به شیوه غیر احتمالی خوشه‌ای انجام شده است؛ بدین ترتیب که نخست لیستی از مراکز دولتی واقع در منطقه ۶ تهیه شده است، سپس بر مبنای توزیع آن لیست در محلات مختلف منطقه ۶ پرسش‌گر با مراجعه به آن مراکز اقدام به پر کردن پرسش‌نامه کرده است. در مورد زنان شاغل آزاد نیز پرسش‌گر به همین شیوه به آرایشگاه‌ها، پاساژها و زنان فروشنده در محلات مختلف منطقه ۶ رجوع کرده است. در مورد زنان خانه‌دار، از آن‌جا که در رجوع به درب منازل میزان پاسخ‌گویی بسیار پایین بود، پرسش‌گر ناچار شد به صورت تعمدی به مکان‌های تجمع زنان خانه‌دار، آرایشگاه‌ها، تهر بار، پارک‌ها و سرای محلات منطقه ۶ رجوع کند. «حجم نمونه مقتضی به دو عامل کلیدی بستگی دارد: درجه دقت مورد نظر برای نمونه و میزان تغییر در جمعیت بر حسب خصوصیات اصلی مورد مطالعه» (دواس، ۱۳۸۳: ۷۸). اگر بخواهیم در جامعه آماری خاص صفتی را بررسی کنیم، برای انتخاب نمونه از جامعه کوکران فرمول زیر را پیشنهاد می‌کند:

$$n = \frac{t^2 p q}{d^2}$$

(رفیع‌پور، ۱۳۸۴: ۳۸۲)

در این فرمول صفت مد نظر در جامعه آماری با p و فقدان آن با q مشخص می‌شود و d نشان‌دهنده دقت مورد نظر در تحقیق است. بنا بر این فرمول، هرچه در تحقیق مد نظر دقت بیش‌تری شود، باید تعداد نمونه بزرگ‌تری را انتخاب کرد. هم‌چنین هرچه ناهم‌گونی جامعه در صفت مد نظر تحقیق بیش‌تر باشد، این خصیصه باعث افزایش تعداد نمونه می‌شود. بدین ترتیب، حداکثر نمونه در حالتی اتفاق می‌افتد که بیش‌ترین تنوع در پاسخ‌ها را داشته باشیم ($p=0.5$ و $q=0.5$). چون غالب پیمایش‌ها اهداف چندگانه و متغیرهای گوناگونی را دنبال می‌کنند؛ بنابراین بهتر است که حجم نمونه را بر حسب متغیری تعیین کنیم که در آن مورد بیش‌ترین ناهماهنگی در نمونه را پیش‌بینی می‌کنیم (دواس، ۱۳۸۳: ۸۰). بر اساس این فرمول و با دقت 0.06 درصد ($d=0.06$)، مقدار $t=1.96$ و با احتساب حداکثر تفاوت ممکن در پاسخ‌گویان ($p=0.5$ و $q=0.5$) تعداد نمونه ۲۶۶ نفر به دست آمده است که پژوهش‌گر برای افزایش دقت نمونه‌گیری، حجم نمونه را تا ۲۹۶ افزایش داده است. پرسش‌نامه به تعداد تقریباً مساوی میان زنان در سه دسته کارمند، خانه‌دار و شاغل آزاد تقسیم شده است. در نهایت، از این تعداد پرسش‌نامه پخش شده میان زنان، ۲۸۰ پرسش‌نامه معتبر به دست آمده است.

یافته‌های تحقیق در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی ارائه شده است. در بخش آمار توصیفی، بررسی فراوانی گروه‌های پاسخ و شاخصه‌های تمرکز داده‌ها بررسی شده‌اند. در بخش استنباطی مهم‌ترین فن بررسی، هم‌بستگی میان متغیرها بوده است که برای سنجش روابط علی - هم‌بستگی میان متغیر شاغل یا خانه‌دار بودن یا کارمند بودن با موقعیت‌های دروغ‌گویی، سلاح، مفر و تسهیل‌کننده روابط اجتماعی بررسی شده است. برای انجام این تحلیل‌ها، از نرم افزار spss استفاده شده است. پس از گرفتن پیش‌آزمون و وارد کردن داده‌های آن در spss، آلفای کرونباخ محاسبه شد. آلفای کرونباخ بیش‌تر از هفت دهم شد که نشان‌دهنده پایایی پرسش‌نامه است.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	18

۸. یافته‌های پژوهش

توصیف یافته‌های پژوهش را با ذکر سیمای نمونه آماری آغاز می‌کنیم. در این تحقیق، ۲۸۰ زن بررسی شدند. از نظر سنی، ۵۷/۹ درصد پاسخ‌گویان جوان (بین ۲۵ تا ۳۵ سال)، ۲۴/۳ درصد پاسخ‌گویان میان‌سال (بین ۳۵ تا ۴۵ سال)، و ۱۷/۹ درصد پاسخ‌گویان سال‌مند (۴۵ تا ۵۵ سال) بوده‌اند. از نظر تحصیلات، ۴۰ درصد زنان پاسخ‌گو مدرک کارشناسی داشتند. بعد از آن بیش‌ترین درصد (۳۲ درصد) مربوط به زنان دارای مدرک دیپلم است. کم‌ترین درصد به مدرک دکترا اختصاص دارد که حدوداً یک درصد کل پاسخ‌گویان را شامل می‌شود. همه زنان نیز متأهل‌اند.

به طور کلی زنان، فارغ از شاغل آزاد بودن یا کارمند یا خانه‌دار بودن، در موقعیت تسهیل بیش‌ترین آمادگی برای دروغ‌گویی را بروز داده‌اند. این نشان می‌دهد یکی از چالش‌هایی که زنان با آن درگیرند، تلاش برای حفظ و بهبود روابط اجتماعی‌شان است؛ از روابط زناشویی و فامیلی گرفته تا روابط دوستانه.

جدول توزیع درصد بیش‌ترین نوع دروغ‌گویی در بین زنان بررسی شده

نوع دروغ‌گویی	شغل		
	کارمند	خانه دار	فروشنده
مفر	۲۴	۲۷	۱۹
سلاح	۹	۲۲	۲۱
تسهیل	۶۷	۵۱	۶۰
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

هم‌چنین درصد زنان خانه‌داری که در موقعیت مفر دروغ می‌گویند بیش‌تر از زنان کارمند و خانه‌دار است. به نظر می‌رسد که زنان خانه‌دار به دلیل مسئولیت‌های فراوانی که در قبال امور خانه و خانواده و همسرشان دارند و به دلیل نداشتن استقلال مالی و اعتماد به نفس کم‌تر، بیش‌تر در موقعیت‌های فشار قرار می‌گیرند و برای فرار از سرزنش و موأخذه، دست به پنهان‌کاری و دروغ‌گویی می‌زنند.

در موقعیت دروغ‌گویی به مثابه سلاح، زنان کارمند کم‌تر از زنان شاغل آزاد و زنان خانه‌دار دروغ می‌گویند. در موقعیت دروغ‌گویی به مثابه تسهیل‌کننده روابط اجتماعی، زنان کارمند اندکی بیش‌تر از زنان شاغل آزاد یا زنان خانه‌دار دروغ می‌گویند. همه زنان، فارغ از موقعیت‌های خانه‌دار بودن، شاغل آزاد بودن و کارمند بودن در موقعیت مفر زن خانه‌دار بیش‌ترین دروغ را می‌گویند. منظور این است که همه زنان وقتی که در این موقعیت قرار داده شدند، با گزینه دروغ‌گویی بیش‌ترین هم‌دلی و همراهی را بروز داده‌اند و انتخاب این گزینه را درست دانسته‌اند. دلیل این امر می‌تواند این باشد که همه زنان، حتی زنان شاغل، عملاً در موقعیت زن خانه‌دار قرار می‌گیرند و همان نقش را در خانواده ایفا می‌کنند؛ بنابراین با این نقش هم‌دلی دارند و موقعیت آن را به‌خوبی می‌شناسند. زنان هر سه قشر خانه‌دار، کارمند و شاغل آزاد در موقعیت دروغ‌گویی به مثابه سلاح نیز در موقعیت زن خانه‌دار بیش‌ترین دروغ را می‌گویند؛ در حالی که تصور اولیه ما این بوده است که زنان شاغل آزاد برای کسب سود بیش‌تر از این نوع دروغ‌گویی بهره خواهند گرفت.

نخستین پرسش برای موقعیت دروغ‌گویی به مثابه سلاح زنان خانه‌دار مربوط به بی‌علاقگی احتمالی آنان به کارهای منزل و تمایل به انجام فعالیت‌های خارج از منزل یا گذراندن اوقات فراغت بود. پرسش دوم برای موقعیت دروغ‌گویی به مثابه سلاح زن خانه‌دار بیان‌گر شرایط زنی بود که به رفتن به کلاس آموزشی تمایل داشت، اما همسرش به دلیل تعصب مانع آنان می‌شد. برای از میان برداشتن این مانع، زن گزینه دروغ‌گویی را انتخاب می‌کرد. این که هر سه قشر زنان با این گویه موافق‌اند، شاید نشان‌دهنده این باشد که حضور اجتماعی جاذبه بسیاری برای زنان دارد. بنابراین، برای نیل به این هدف، برخی از آنان اگر توانایی مقابله مستقیم با نظرهای همسرشان را ندارند، با توسل به دروغ اهدافشان را دنبال می‌کنند.

هم‌چنین زنان هر سه قشر، وقتی در موقعیت تسهیل زن شاغل آزاد قرار داده شدند، بیش‌ترین هم‌دلی را در قیاس با موقعیت‌های دیگر دروغ‌گویی به مثابه تسهیل (دروغ‌گویی به مثابه تسهیل در موقعیت زن خانه‌دار و زن کارمند) بروز دادند.

توزیع درصد بیش‌ترین دروغ‌گویی زنان در موقعیت تسهیل

دروغ تسهیل	شغل زنان پاسخگو		
	کارمند	خانه دار	شاغل آزاد
موقعیت زن خانه دار	۴۲	۳۴	۳۵
موقعیت زن کارمند	۶	۵	۱۱
موقعیت زن شاغل آزاد	۵۲	۶۱	۵۳
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مضمون یکی از پرسش‌ها درباره این موقعیت، به اعتماد به نفس دادن به شاگردی تازه‌کار مربوط بوده است. پرسش دیگر نیز مربوط به کمک کردن به اعضای خانواده، بدون اطلاع همسر بوده است. در این جا نیز به نظر می‌رسد اعتماد به نفس دادن به دیگران برای زنان هر سه قشر اهمیت بسیاری دارد. در مورد دوم، زنان هر سه قشر کمک کردن از درآمد خود به خانواده‌شان را حق خود می‌دانند و لزومی نمی‌بینند که اگر همسرشان با آن مخالفت کند، دست از این کار بکشند. بنابراین، ترجیح می‌دهند با توسل به دروغ، کارشان را پیش ببرند؛ البته نکته جالبی که هنگام پرسش برخی پرسش‌نامه‌ها به چشم می‌خورد این بود که برخی از زنان نخست به اشتباه فکر می‌کردند منظور پرسش این است که مردی از درآمد خود بدون اطلاع همسرش به خانواده‌اش کمک می‌کند و می‌گفتند هرگز درست نیست، اما وقتی پی می‌بردند که زنی از درآمد خود بدون اطلاع همسرش به خانواده‌اش کمک می‌کند، می‌گفتند ایرادی ندارد. این نکته مؤید آن است که زنان با موقعیت هم‌جنسشان بیش‌تر هم‌دلی می‌کنند تا موقعیت غیر هم‌جنسشان و کاری که برای او (مرد) عیب می‌دانند برای خود درست می‌دانند. این داده حاکی از نوعی گرایش و اخلاق خاص گرایانه در زنان بررسی شده است. البته این امر باید در تحقیقات دیگر دوباره بررسی شود.

کارمندان به طور کلی در مقایسه با زنان خانه‌دار و زنان شاغل آزاد کم‌تر دروغ می‌گویند. جدول زیر میزان موافقت زنان با دروغ‌گویی را نشان می‌دهد.

توزیع درصد بیش‌ترین موافقت با دروغ‌گویی در میان زنان

دروغ‌گویی به طور کلی	شغل زنان پاسخگو		
	خانه دار	کارمند	شاغل آزاد
درصد دروغ‌گویی	۱۸	۱۱	۱۵
مجموع	۴۴		

هم‌چنین در موقعیت مفر، زنان کارمند به نسبت زنان خانه‌دار و زنان شاغل آزاد، به دلیل استقلال مالی و اعتماد به نفس بیش‌تر، کم‌تر دروغ می‌گویند. به نظر می‌رسد آنان کم‌تر از

سرزنش و موأخذه می‌ترسند و با توجه به این که در پرسش‌های باز تحقیق، بخش درخور توجهی از دروغ‌ها در مورد دخل و خرج زنان بود و مشاهده شد که اغلبشان میزان خرج و مخارجشان را از شوهرانشان پنهان می‌کنند، گفتنی است که زنان کارمند به دلیل استقلال مالی، کم‌تر در این موقعیت قرار می‌گیرند که پاسخ‌گوی چگونگی هزینه کردن پولی که از شوهرشان می‌گیرند باشند. هم‌چنین به نظر می‌رسد زنان کارمند به دلیل اوقاتی که سر کارند کم‌تر از زنان خانه‌دار درگیر مسائل و چالش‌های روابط دوستانه، همسایگی یا فامیلی‌اند و زمان کم‌تری را در این ارتباطات می‌گذرانند.

زنان کارمند در موقعیت دروغ‌گویی به مثابه تسهیل نیز به نسبت کم‌تر دروغ می‌گویند. زنان خانه‌دار و شاغل آزاد در موقعیت تسهیل نیز در قیاس با زنان کارمند بیش‌ترین دروغ را می‌گویند و از نظر دروغ‌گویی وضع مشابهی دارند. در این جا نیز به نظر می‌رسد زنان کارمند کم‌تر درگیر بهبود یا حفظ روابطشان با دیگران‌اند، اما زنان خانه‌دار و زنان شاغل آزاد، که در این تحقیق بیش‌تر زنان فروشنده بودند، به دلیل روابط چهره به چهره با مشتریان، بیش‌تر در موقعیت دروغ به مثابه تسهیل قرار می‌گیرند. زنان کارمند به نسبت زنان فروشنده (یا شاغل آزاد) در محیط انتزاعی‌تری قرار دارند و اگر ارتباطی با ارباب رجوع دارند، این ارتباط سطحی‌تر و محدودتر از آن است که چندان دغدغه حفظ رابطه را داشته باشند، اما زنان فروشنده احتمالاً تمایل دارند که روابطشان با مشتریان یا هم‌کارانشان افزایش یابد و اعتمادی برای خود کسب کنند. جدول زیر یافته‌های فوق را منعکس می‌سازد.

توزیع درصد بیش‌ترین دروغ‌گویی زنان در موقعیت تسهیل

شغل زنان پاسخگو			دروغ تسهیل
شاغل آزاد	خانه دار	کارمند	
۳۵	۳۴	۴۲	موقعیت زن خانه دار
۱۱	۵	۶	موقعیت زن کارمند
۵۳	۶۱	۵۲	موقعیت زن شاغل آزاد
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	کل

۹. نتیجه‌گیری

با توجه به آزمون معناداری، بین شغل و میزان دروغ‌گویی در میان زنان رابطه معنادار وجود دارد. به عبارت دیگر، فرضیه اصلی تحقیق تأیید شده است.

با توجه به آزمون فی و کرامر، بین شغل و میزان دروغ‌گویی در میان زنان

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal		
Phi	.244	.002
Cramer's V	.172	.002
N of Valid Cases	280	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

با توجه به این که ضریب فی و کرامر $0/02$ کم‌تر از $0/05$ است، بین شغل و نوع دروغ‌گویی رابطه معناداری وجود دارد. در بین فرضیات فرعی بین شغل و دروغ‌گویی به مثابه مفر و تسهیل‌کننده روابط اجتماعی نیز رابطه معناداری وجود دارد. زنان کارمند در مقایسه با زنان خانه‌دار و زنان شاغل آزاد کم‌تر دروغ می‌گویند. همان‌طور که گفته شد، این امر ممکن است به دلیل استقلال مالی و اعتماد به نفس این زنان باشد؛ زیرا آنان کم‌تر نگران قرار گرفتن در موقعیت‌های سرزنش‌آمیز و به هم خوردن روابط اجتماعی‌شان‌اند، اما بین شغل و دروغ‌گویی به مثابه سلاح رابطه معناداری به دست نیامد. معمولاً چنین تصور می‌شود که در بازار و به طور کلی فعالیت اقتصادی، دروغ‌گویی به مثابه سلاح بیش‌تر استفاده می‌شود، اما داده‌ها در این‌جا نشان نمی‌دهد که زنان شاغل آزاد (فروشنده) بیش از دیگر زنان بررسی شده تمایل به دروغ‌گویی دارند.

به طور کلی زنان، فارغ از پایگاه اجتماعی‌شان، بیش‌تر از آن‌که به منظور کسب منفعت و سود دروغ بگویند، در موقعیت‌هایی که روابط اجتماعی‌شان به خطر می‌افتد یا در موقعیت‌هایی که در معرض فشار قرار می‌گیرند دروغ می‌گویند. هم‌چنین بیش‌تر زنان در موقعیت‌های زن خانه‌دار بیش‌ترین دروغ را می‌گویند. این نشان می‌دهد برای زنان، زندگی خانوادگی و محیط خانواده هم‌چنان بیش‌ترین چالش را دربر دارد. به عبارت دیگر، بیش‌ترین دروغ‌گویی زنان بررسی شده، در محیط خانواده، که اغلب نهادی «مقدس» تلقی می‌شود، رخ می‌دهد! هم‌چنین به نظر می‌رسد زنان بسیاری از موقعیت‌هایی را که مربوط به دروغ‌های ظاهراً مصلحت‌آمیز می‌شود دروغ نمی‌دانند و از گفتن این دروغ‌ها احساس ناراحتی نمی‌کنند. دروغی که زنان درباره آن بیش‌تر از همه ابراز مخالفت کرده‌اند دروغ‌هایی است که در موقعیت‌های مشاغل آزاد و به منظور کسب سود و منفعت گفته می‌شود. این نشان می‌دهد که وقتی پای دروغ‌های مهم‌تری در میان باشد، زنان این دروغ‌ها را توجیه‌پذیر نمی‌دانند.

در پاسخ به پرسش‌های باز پژوهش نیز وقتی از زنان پرسیده شد بدترین دروغی که گفته‌اند چه و به چه کسانی بوده است؟ و هم‌چنین بدترین دروغی که شنیده‌اند چه و از چه

کسانی بوده است؟ مشخص شد زنان خانه‌دار بیش‌ترین دروغ را به همسر، نامزد یا خانواده‌شان می‌گویند؛ در حالی که زنان کارمند و فروشنده بیش‌ترین دروغ را به غریبه‌ها (که شامل کارفرما، مشتری، و غیره می‌شود) می‌گویند. روشن است که این یافته با توجه به نوع روابط اجتماعی‌شان قابل انتظار است. با توجه به دسته‌بندی پرسش‌های باز، به نظر می‌رسد زنان خانه‌دار چون مسئولیت بیش‌تری در خانه دارند و به همین علت باید پاسخ‌گو باشند، بیش‌تر در موقعیت دروغ‌گویی قرار می‌گیرند. به‌ویژه زنان هنگامی که از خطرات دروغ‌های دوران مجردی‌شان می‌گویند اغلب به دلیل کنترل بیش از اندازه خانواده بر روابطشان ناچار به دروغ‌گویی بوده‌اند و همین امر، بعد از ازدواج در ارتباط با همسرشان دوباره تکرار شده است. در دسته‌بندی موضوعی دروغ‌ها، که در ادامه آمده است، زنان دروغ‌های درخور توجهی را درباره رفت و آمدشان به خانواده یا همسرانشان گفته‌اند که این امر نشان می‌دهد زنان همواره از احساس کنترل شدن در رنج بوده‌اند و می‌کوشند با توسل به پنهان‌کاری و دروغ‌گویی از فشار این کنترل کم کنند.

در دروغ‌گویی به مثابه تسهیل، زنان بیش‌ترین دروغ را به خانواده‌شان و پس از آن، به همسر یا نامزدشان می‌گویند. درباره دروغ‌گویی به مثابه مفر، زنان بیش‌ترین دروغ را در درجه اول به همسر یا نامزدشان و سپس خانواده‌شان می‌گویند. در واقع، به نظر می‌رسد بیش‌تر مخاطبان دروغ‌گویی به مثابه تسهیل‌کننده روابط اجتماعی و به مثابه مفر، افراد نزدیک خانواده زن‌اند، اما در دروغ‌گویی به مثابه سلاح، مخاطبان بیش‌تر افراد غریبه را شامل می‌شوند. به نظر می‌رسد هر قدر رابطه زنان با مخاطب دروغ‌گویی‌شان دورتر می‌شود و مخاطب از قلمرو مایی به قلمرو دیگری نزدیک‌تر می‌شود، دروغ‌گویی به مثابه سلاح بیش‌تر رخ می‌دهد. در واقع، هرچه تراکم رابطه زنان با نزدیکانشان بیش‌تر می‌شود، چالش‌های بیش‌تری پیش روی زنان قرار می‌گیرد و موقعیت‌های دروغ‌گویی بیش‌تری پدید می‌آید.

بیش‌تر زنان رواج دروغ‌گویی را در جامعه بسیار زیاد دانسته‌اند. با این حال وقتی از آنان پرسیده شد که خود چه میزان دروغ می‌گویند، دروغ‌گویی‌های خود را خیلی کم دانسته‌اند. در واقع، زنان افراد جامعه خود را بسیار دروغ‌گو خوانده‌اند، اما خودشان را انسان‌های بسیار راست‌گویی معرفی کرده‌اند. فاصله فاحش بین ارزیابی فرد از میزان وجود یک متغیر در سطح جامعه و ارزیابی وی از رفتار خویش نشان‌دهنده تفاوت فاحش بین فرهنگ آرمانی و فرهنگ واقعی است. افراد معمولاً در ارزیابی رفتارشان فرهنگ آرمانی را مد نظر قرار می‌دهند؛ زیرا ترجیح می‌دهند رفتارشان چندان پایین‌تر از سطح آرمانی در نظر گرفته نشود.

در مجموع، به نظر می‌رسد زنان بررسی‌شده برای دروغ‌گویی در موقعیت تسهیل آمادگی بسیار بالایی دارند؛ در حالی که آمادگی آن‌ها برای دروغ‌گویی در موقعیت مفر و موقعیت سلاح به نحو شایان توجهی پایین‌تر است. از آنجایی که میزان و نوع دروغ‌گویی افراد ثبت‌شدنی نیست و پرسش از خود آنان نیز لزوماً به دریافت پاسخ‌هایی قرین صحت نمی‌انجامد (زیرا همان‌طور که ملاحظه شد، افراد میزان دروغ‌گویی موجود در جامعه را بالا و میزان دروغ‌گویی خود را پایین گزارش کرده‌اند)، به نظر می‌رسد استفاده از پرسش‌های فرافکن درباره آمادگی برای دروغ‌گویی طریق مناسبی برای سنجش میزان دروغ‌گویی در جامعه را فراهم می‌کند.

نکته نهایی این که ما به این مقاله هم‌چون فتح بابی در مطالعات جامعه‌شناختی تجربی دروغ‌گویی می‌نگریم و انتظار داریم در همین حد بدان نگرینسته شود؛ نه این که از تحقیقی در مجال رساله دانشجویی با محدودیت‌های زمانی و مالی درخور توجه، انتظار رود که واجد ویژگی‌های تحقیقی پیمایشی و استاندارد باشد. اگر این تحقیق فقط الهام‌بخش و مشوق نظریه‌پردازی‌های نوین و تحقیقات تجربی دیگری درباره دروغ‌گویی شود، مقصود حاصل است.

منابع

- اترک، حسین (۱۳۸۸). «چیستی دروغ»، فصل‌نامه فلسفه و کلام اسلامی آینه معرفت، دانشگاه شهید بهشتی. اسکیدمور، ویلیام (۱۳۸۵). تفکر نظری در جامعه‌شناسی. ترجمه علی محمد حاضری و دیگران، قم: نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- اسلامی، سیدحسین (۱۳۸۵). دروغ مصلحت‌آمیز: بحثی در مفهوم و گستره آن، قم: نشر مؤسسه بوستان کتاب (مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم).
- بازرگان، مهدی (۱۳۹۳). دروغ و نقش آن در دین و دنیای ما، تهران: نشر کویر.
- داوس، دی. ای. (۱۳۸۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- دستغیب، عبدالحسین (۱۳۸۴). دروغ، تهران: نشر ناس.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۴). کتاب‌وکاوها و پنداشته‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- صدا و سیما (۱۳۷۴). «نظرسنجی از مردم تهران درباره "خصوصیات ایرانی‌ها"»، طرح پژوهشی، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- کتبی، مرتضی (۱۳۷۷). «جایگاه "دروغ" و الگوهای رفتاری آن در روابط اجتماعی ما»، نامه علوم اجتماعی، ش ۱۲.
- محدثی، حسن (۱۳۸۸). «بررسی وضعیت صداقت عمومی و راه‌کارهای ارتقای آن»، شورای انقلاب فرهنگی.

حسن محدثی گیلوایی و دریا فلسفی ۱۵۵

هاشمی، سروالسادات (۱۳۸۶). «نظرسنجی تلفنی از مردم تهران دربارهٔ دروغ‌گویی»، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای همشهری: www.hccmr.com/newsaspx?id
وکیلی، شروین (۱۳۸۹). «مفهوم دروغ در ایران باستان»، فصل‌نامهٔ ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی.

Barnes, J. A. (1994). *A Pack of Lies: Towards a Sociology of Lying*, Cambridge, NY: Cambridge University Press.

Bok, Sissela (1999). *Lying: Moral Choice in Public and Private Life*, Vintage Books, NY.

Fullinwider, Robert K. (2007). "Sissela Bok on lying and moral choice in private and public life - an amplification", *the encyclopaedia of informal education*, www.infed.org/thinkers/bok_lying.htm

Martin, Brian (2003, 2004). "Telling lies for a better world", *Social Anarchist Press*.

Nyberg, David (1993). *The Varnish Truth: Truth telling and Deceiving in Ordinary Life*, Chicago and London: The University of Chicago Press.

منابع دیگر

محدثی، حسن (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی دین: روایتی ایرانی*، تهران: نشر یادآوران.

Fried, Charles (1978). *Right and Wrong*, Cambridge, Mass, Harvard University Press.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی