

تحلیل گفتمان‌های فال‌گیری در ایران

حمزه نوذری^۱

علیرضا کریمی^۲

معصومه غلامی^۳

دریافت ۱۳۸۸/۲/۱ تأیید ۱۳۸۸/۷/۲۶

چکیده

فال همواره در زندگی بشر وجود داشته و به عنوان معرفتی حاشیه‌ای، در گوشه و کنار جامعه به زندگی خود ادامه داده است. در سال‌های اخیر، گسترش و تنوع موضوع فال، ورود آدم‌های تحصیلکرده و با موقعیت اجتماعی بالا به فال‌گیری و استفاده از گفتمان رسمی-علمی، برای طرد فال سبب شده است که پرداختن به این موضوع اهمیت یابد.

مقاله حاضر می‌کوشد، با استفاده از نظریه نظم‌گفتار فوکو و تحلیل گفتمان، ابتدا به سازوکارهایی که گفتمان رسمی-علمی برای طرد و غیرحقیقی جلوه دادن فال استفاده می‌کند، بپردازد و سپس با بهره‌مندی از گفتار کنشگران فال‌گیری، معرفتی که فال ارائه می‌دهد و همچنین دنباله‌روندگان آن را با گفتمان علمی فال مقایسه کند. از جمله سازوکارهای فوکویی که گفتمان علمی-رسمی فال، در جهت طرد گفتمان غیررسمی بکار می‌بندد، کنارگذاری و تفسیر است. برحسب این دو سازوکار، فال، غیرحقیقی، غیرواقعی و شیادی است و کنشگران آن ساده‌اندیش و فاقد بینش علمی پنداشته می‌شوند. درحالی‌که، کنشگران گفتمان غیررسمی که اغلب تحصیلکرده هستند به فایده‌مندی فال در زندگی روزمره‌شان اشاره می‌کنند.

واژگان کلیدی: گفتمان رسمی، گفتمان غیررسمی، فال‌گیری، حقیقت، کنارگذاری، تفسیر.

۱- دانشجوی دکتری گروه توسعه دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران nozari56@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد گروه توسعه دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران karimionline@gmail.com

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جمعیت‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی gholami_parisa@yahoo.com

مقدمه

فال‌گیری همیشه در زندگی بشر وجود داشته است. گاهی به عنوان یک دانش رازآلود و مبهم در کنار رهبران جامعه قرار گرفته، و بعضی مواقع هم به‌عنوان معرفتی حاشیه‌ای در گوشه و کنار جامعه به زندگی خود ادامه داده است. اما شواهد زیادی وجود دارد که نشان می‌دهد اخیراً این پدیده، نقش ویژه‌ای در زندگی روزمره مردم پیدا کرده است. در سال‌های اخیر، چاپ و ترجمه کتاب‌های متنوع درباره فال‌گیری، گسترش و تنوع روش‌های فال‌گیری، پذیرش اجتماعی این پدیده، رجوع روزافزون دارندگان مدارک دانشگاهی به فال‌گیری، و طرد مداوم آن توسط گفتمان رسمی، سبب اهمیت روزافزون این موضوع شده است.

هر گفتمانی ضرورتاً نیاز به گفتمان رقیب دیگری دارد تا به واسطه آن هویت یابد. هیچ جامعه‌ی یک‌دستی را نمی‌توان تصور کرد که در آن، فقط یک گفتمان یا به‌عبارت دیگر، تنها یک نوع جهان‌بینی و طرز فکر حاکم باشد (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۱۱). بر این اساس، مقاله حاضر دو گفتمان رسمی و غیررسمی را در زمینه فال‌گیری مورد بررسی قرار داده است. برای تفسیر و تحلیل گفتمان‌های فال‌گیری، نخست به ساز و کارهای گفتمانی می‌پردازیم، که همچنان فال‌گیری را در حاشیه گفتمان علمی قرار می‌دهد. گفتمان علمی با استفاده از واژه‌های دوگانه حقیقت و خطا، فال را خطای بزرگی می‌پندارد که باید از جامعه حذف شود. سپس در خلال سازوکارهای گفتمان رسمی، به بررسی پدیده فال‌گیری و جایگاه آن نزد جامعه آماری مورد مطالعه می‌پردازیم. بدین ترتیب، می‌توان گفت که پژوهش حاضر به دنبال درستی یا نادرستی گزاره‌ها و جملات هر یک از گفتمان‌های فوق‌الذکر نیست، بلکه به دنبال پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است.

۱. گفتمان علمی بر اساس چه سازوکارهایی همچنان فال‌گیری را به حاشیه رانده است؟

۲. فال‌گیری به کدام نیازهای اجتماعی پاسخ می‌گوید و چه نوع معرفتی را ارائه می‌دهد؟

در این مقاله گفتمان علمی و رسمی را در کنار هم قرار دادیم، چون همان‌گونه که در ادامه به آن پرداخته می‌شود، گزاره‌هایی که توسط علم تولید می‌شوند، با گزاره‌ها و پاره‌گفتارهای گفتمان رسمی، در به حاشیه راندن گفتمان دیگر ترکیب می‌شوند. همچنین، ابزارهای گفتمان رسمی در ایران؛ مانند روزنامه‌ها برای طرد و کنارگذاری و درهم شکستن گفتمان غیررسمی در خدمت علم (رشته دانشگاهی) قرار می‌گیرد.

چارچوب نظری

"تمام کتاب‌های من جعبه ابزارهای کوچکی هستند. اگر مردم می‌خواهند آنها را باز کنند، این جمله یا آن ایده را به‌عنوان یک پیچ‌گوشتی یا آچار فرانسه برای کنار نهادن، بی‌اعتبار کردن یا متلاشی کردن نظام‌های قدرت، از جمله؛ سرانجام همان‌هایی که خواستگاه کتاب‌های من هستند، به کار بگیرند" (میلز، ۱۳۸۸: ۲۶).

فوکو، در دیرینه‌شناسی دانش نشان می‌دهد که؛ تاریخ بشر از گفتمان‌هایی تشکیل شده است که به‌گونه‌ای تصادفی ظهور می‌کنند و به شیوه‌ای نامعلوم نیز از بین می‌روند. آنها حقیقت و معیارهای صدق و کذب خاص خود را تولید می‌کنند، این حرف بدان معناست که؛ هیچ حقیقتی خارج از گفتمان نیست و همه چیز در درون گفتمان تولید می‌شود. همین امر ساختگی به مثابه حقیقت و واقعیت خود را برمی‌سازد. به اعتقاد فوکو، گفتمان نه تنها بزرگتر از زبان است بلکه کل حوزه اجتماع را در برمی‌گیرد و نظام‌های حقیقت را بر سوژه‌ها یا فاعلان اجتماعی تحمیل می‌کند (سلطانی، ۱۳۸۳). علاوه بر این، فوکو به فرایندهای تولید گفتمان اشاره می‌کند. در طی این فرایندها برخی از گفتمان‌ها، ممنوع یا سرکوب و برخی دیگر پذیرفته می‌شوند. گفتمان‌ها، در این فرایند به مستدل و نامستدل و درست و غلط تقسیم می‌شوند و در طی فرایندی، که اراده معطوف به حقیقت نامیده می‌شود؛ گفتمان‌های درست بر غلط ترجیح داده می‌شوند (حسینی‌زاده، ۱۳۸۳). یکی دیگر از ویژگی‌های تفکر فوکو این است که؛ گفتمان را در ارتباط با قدرت تعریف می‌کند (عضدانلو، ۱۳۸۰؛ مک دانل، ۱۳۸۰؛ تاجیک، ۱۳۸۳). گفتمان برای اینکه دانش تولید شده توسط خود را به عنوان تنها دانش درست و معیار جلوه دهد، سازوکارهای خاصی را بکار می‌گیرد. فوکو در "نظم گفتار" (۱۳۸۰)، به رویه‌ها و سازوکارهای مذکور (هم گفتمانی و هم غیرگفتمانی) اشاره می‌کند، رویه‌هایی که از طریق آن، یک گفتمان خود را از خطرات حفظ و تداوم می‌بخشد. این رویه‌ها و سازوکارها، به دو بخش درونی و بیرونی تقسیم می‌شوند. عوامل بیرونی نیز خود به سه بخش تقسیم می‌شوند. اول؛ رویه کنارگذاری^۱ است. بدین معنی که، هر کسی نمی‌تواند هر چیزی را بگوید و یا از موضوع خاصی صحبت کند. مثلاً در عصر "ویکتوریا"، سخن گفتن از امور جنسی ممنوع بود. دوم؛ تقسیم‌بندی است. مانند تمایز خود و دیوانگی. از اعماق قرون وسطی تا کنون، دیوانگان حق سخن گفتن نداشته‌اند و اگر هم سخن می‌گفتند، کسی آن را جدی تلقی نمی‌کرد. سوم؛ تمایزگذاری میان دانش حقیقی و کاذب است. قرار دادن حقیقت در برابر هر چیزی که غلط است، به سطره امر

حقیقی دامن می‌زند و سلطه آن را به پا می‌دارد و چون و چرا کردن درباره حقیقت و امر واقعی را غیرممکن می‌سازد. فوکو این موضوع را «ارادت به حقیقت» می‌نامد. وی این سه مورد را، نظام‌های طرد یا کنارگذاری تلقی نموده؛ یعنی نظام‌هایی که شدیداً به سانسور در درون گفتمان می‌پردازند.

رویه و سازوکارهای درونی گفتمان: این رویه و سازوکارها خود به سه مورد تقسیم می-

شوند:

۱. تفسیر: یعنی موضوعات درون گفتمان در طول تاریخ تکرار می‌شوند (مانند کتاب مقدس)، دهان به دهان می‌چرخند و بعد از بوجود آمدن تا بی‌نهایت گفته می‌شوند. «تکرار بی‌نهایت... تفسیرها به انگیزه درونی تکراری پوشیده صورت می‌گیرد؛ در چشم اندازی چنین گویا هیچ چیز، جز آنچه در نقطه آغازین بوده وجود ندارد، هر چه هست فقط از بخواندن است» (فوکو، ۱۳۸۰: ۲۶). بنابراین، تلاش برای رسیدن به معنای حقیقی متن رویه توهم‌آمیزی است که فقط تداوم گفتمان را ممکن می‌سازد.

۲. مؤلف: منظور فوکو از مؤلف، نه کسی که به سخن‌اش گوش می‌دهیم یا کسی که متنی را نوشته یا بیان کرده است، بلکه «اصل گروه‌بندی گفتارها، به‌عنوان وحدت و خواستگاه معانی و کانون انسجام‌شان است» (فوکو، ۱۳۸۰: ۲۷). این ویژگی سبب می‌شود متن‌های متباینی که اغلب اشتراک چندانی با هم ندارند کنار هم جمع شوند.

۳. رشته علمی^۱ دانشگاهی: هر رشته علمی تعیین خواهد کرد که کدام قضایا و استدلال، کدام روش‌ها و کدام موضوعات حقیقی‌اند. رشته علمی، امکان طرح دانش‌های دیگر را غیر-ممکن می‌سازد. «هر ماده علمی، در درون مرزهایش به قضایایی درست و نادرست معتقد است؛ ولی عجایب و غرایب قلمرو دانش دیگر را، از دایره درون مرزی ماده‌های علمی بیرون می‌کند» (همان، ۳۲). به‌عنوان مثال؛ با آنکه سخنان مندل در مورد وراثت کاملاً درست بود. اما به جهت این که خارج از رشته زیست‌شناسی زمان خود بود، یعنی در «راستای حقیقت» گفتمان دوران خودش نبود، به عنوان معما تلقی شد. علاوه بر این‌ها، فوکو به شیوه‌هایی از نظارت در درون گفتمان اشاره می‌کند که از طریق آن، فقط افراد خاصی توانایی دسترسی به گفتمان را دارند. افرادی به چنین جایگاهی خواهند رسید که مراحل متعدد و خاصی را طی کرده باشند. گفتمان از طریق «آیین‌های خاص»، این مهم را عملی می‌سازد. این آیین‌ها افرادی را که می‌توانند گفتارهای خاص را به زبان آورند، محدود می‌کند. برای مثال؛ فقط محضر دار می‌تواند خطبه

عقد را جاری کند. «یک نظام آموزشی اگر نوعی فرایند آیینی کردن گفتار نباشد، پس چیست؛ در واقع شیوه‌هایی برای آموختن و تثبیت نقش‌ها برای جان‌های سخنگوست؛ یعنی تشکیل گروه‌های آیینی دست‌کم پراکنده برای توزیع گفتمان و تملک آن با قدرت‌ها و دانش‌هایش» (فوکو، ۱۹۸۱: ۶۴). بنابراین، نظام آموزشی نه یک نظام حقیقت‌یاب بلکه تمهیدی است برای به نظم درآوردن گفتمان، گفتمانی که در درون آن، فقط افراد خاصی حق حرف زدن دارند، گزاره‌ها و قواعد خاصی دانش تلقی می‌شوند. این امور گفتمانی‌اند که فهم ما از واقعیت و تصویری که از هویت خویشتن داریم را شکل می‌دهند. منظور فوکو این نیست که واقعیتی در بیرون وجود ندارد، بلکه تأکید می‌کند که آنچه از نظر ما معنی‌دار است، و همچنین تعبیر ما از اشیاء و رخدادها و قرار دادن آنها در درون نظام‌های معنایی وابسته به امور گفتمانی است. گفتمان‌ها، اموری مجرد و انتزاعی نیستند. آنها گستره‌ای از گزاره‌ها، نشانه‌ها و رویه‌ها را می‌سازند که در محدوده آن، ما در هر شرایط تاریخی فقط در چارچوب آنها بیندیشیم.

روش‌شناسی

روش‌شناسی این پژوهش، مبتنی بر رویکرد گفتمانی فوکو است. در دیدگاه فوکو، نظریه و روش از هم جدا نیستند. شاید روش‌های دیرینه‌شناسی و تبارشناسی (کچویان، ۱۳۸۲) نیز دارای تکنیک‌های خاصی نیستند، بلکه فقط یک سری رهنمودهاست. شیوه تبارشناسانه، گفتمان‌ها را در طول شکل گرفتن‌شان و در ارتباط با قدرت بررسی می‌کنند، و نشان می‌دهند که چگونه گفتمان به اشیاء و مفاهیم شکل می‌دهند (خالقی، ۱۳۸۲: ۲۷۸-۲۷۳). در نزد فوکو؛ گفتمان، مجموعه‌ای از عناصر زبانی و غیرزبانی است که از یک‌سو، با زبان در ارتباط است و از سوی دیگر به ساختارها، روابط و نهادهای اجتماعی باز می‌گردد. هر گفتمان، یک بازی زبانی است که در اساس با یک ساختار سیاسی، در وسیع‌ترین معنای آن پیوند خورده است و مدعی هرگونه حقیقت و باورها، کنش‌ها و نهادهای متناظر آن است. گفتمان‌ها از آنجا که مدعی عینیت و حقیقت هستند، در ساختار شبکه‌ای که می‌توان آن را با ساختار شبکه‌ای قدرت یکی دانست، با یکدیگر پیوند می‌خورند. در جریان این ارتباط است که قدرت از طریق گفتمان اعمال می‌شود و ضد آن به وسیله گفتمان‌های بدیل سامان می‌یابد (رستمی، ۱۳۸۲: ۲۱). در این مقاله، جهت تحلیل دقیق‌تر و یافتن راهی برای صورت‌بندی داده‌های پژوهش، سازوکارهای نگه‌دارنده گفتمان از جمله کنارگذاری، تقسیم‌بندی، تمایز دانش حقیقی و کاذب، تفسیر و رشته علمی و دانشگاهی، مد نظر قرار گرفت؛ که از بین آنها رشته علمی و تفسیر مورد تأکید است. در موارد مذکور و خصوصاً دو مورد رشته علمی و تفسیر، نحوه به حاشیه رفتن گفتمان

فال‌گیری عیان می‌شود. همچنین گزاره‌ها و احکام فال‌گیری نیز کم‌کم در فرایند تحلیل مطرح خواهند شد.

گردآوری داده‌ها: در این مقاله، گردآوری داده‌ها از طریق بررسی اسناد، مصاحبه و مشاهده مشارکتی صورت گرفته است. اسناد مورد بررسی شامل مجلات^۱، روزنامه‌ها و کتاب‌ها می‌شوند. در بخش مصاحبه، از افراد آگاه و با دانش در زمینه فال‌گیری اطلاعات جمع‌آوری شده است. تعداد این مصاحبه‌ها ۵۰ مورد بود، که ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان در جدول شماره (۱) نشان داده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های افراد مورد مصاحبه

جنسیت	ویژگی نمونه‌های انتخاب	تعداد
زن	اکثر زنانی که انتخاب شدند از نزدیک با فال‌آشنایی داشتند و همچنین دارای تحصیلات دانشگاهی بودند.	۲۳
مرد	مردان جوان و تحصیلکرده که اغلب دارای مشاغل فرهنگی بودند به عنوان نمونه انتخاب شدند تا اطلاعاتی درباره دانشی که فال تولید می‌کند به دست آید.	۲۷

مشاهده مشارکتی نیز توسط یکی از نویسندگان، در مراسم فال‌قهوه در سال ۱۳۸۸ انجام شد.

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها: تجزیه و تحلیل در روش کیفی فرایندی پیچیده، درهم و وقت‌گیر است. در مقاله حاضر با توجه به ادبیات نظری، روش پنج مرحله‌ای ذیل در تجزیه و تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت:

- سازماندهی داده‌ها؛
- طبقه‌بندی داده‌ها، موضوع‌های اصلی و الگوها؛
- ارزیابی سؤالات با توجه به داده‌ها؛
- جستجو برای توجیه‌های مختلف این داده‌ها؛
- نوشتن و تهیه گزارش (مارشال و راسمن، ۱۳۸۱: ۱۵۷).

۱- نشریات بررسی شده: روزنامه‌های اعتماد □ اعتماد ملی □ انتخاب □ ایران □ توسعه □ جام‌جم □ جمهوری اسلامی □ راه مردم □ رسالت □ قدس □ کیهان □ همشهری. مجلات چلچراغ □ دنیای زن □ رویش و گزارش.

مفاهیم فال‌گیری

فال‌گیری یکی از مسائل مهم کشور است. به طوری که افراد زیادی، به نحوی درگیر آن هستند. اگرچه صفحات روزنامه و مجلات سرشار از پرداختن به این موضوع است اما تاکنون پژوهش و مطالعه‌ای منسجم و علمی در این زمینه انجام نشده است. فاضلی (۱۳۸۷)، مفاهیم فال‌گیری را به صورت زیر صورت‌بندی نموده است:

- فال‌گیرها: این گروه شامل طیف گسترده‌ای از دو گروه می‌شوند. فال‌گیران حرفه‌ای (آنها که مزد می‌گیرند و به نام فال‌گیر شناخته می‌شوند)، و فال‌گیران غیرحرفه‌ای (کسانی که فنون فال‌گیری را می‌دانند و گاه و بی‌گاه برای دوستان و آشنایان یا خودشان فال می‌گیرند)؛
- مشتریان فال: این گروه نیز طیف بسیار وسیعی از کسانی را، که از روی اعتقاد یا به دلیل حل مشکل و رفع یک نیاز و گروهی که صرفاً برای تفریح و سرگرمی فال می‌گیرند را شامل می‌شوند؛

- موضوعات و مسایل فال: هیچ محدودیت موضوعی برای فال‌گیری وجود ندارد. از این‌رو، از ساده‌ترین و پیش پا افتاده‌ترین موضوعات زندگی روزمره و مشخص، تا مسائل انتزاعی و فلسفی و حتی مسایل پیچیده سیاسی می‌توانند موضوع فال‌گیری باشند؛

- دانش‌ها، فنون و مهارت‌های فال‌گیری: فال ممکن است به کمک ابزارهای فنی پیچیده یا تنها به کمک اندام‌ها و بدون وسایل و اشیاء خاصی انجام شود. از این‌رو، از نظر فنی، فال‌گیری با مجموعه‌ای از باورها، دانش‌ها و مهارت‌های خاص همراه است؛

- هدف‌های فال‌گیری: این اهداف شامل عمل به یک آیین و اعتقاد، باز کردن سر یک راز مربوط به گذشته، حال یا آینده، پیدا کردن راه‌حل یا برطرف کردن یک مشکل، تأمین یک نیاز و سرگرمی و تفریح است؛

- زمینه اجتماعی فال‌گیری: فال‌گیری امروز، در تمام جوامع رایج است. از این‌رو، در زمینه‌های اجتماعی مختلف، توسعه‌یافته تا توسعه‌نیافته، مذهبی و سکولار، و روستا و شهر انجام می‌شود (فاضلی، ۱۳۸۷: ۱۷۳-۱۷۲).

رشته دانشگاهی

علم، اقتدار بیشتری نسبت به هیچ یک از دیگر اشکال ندارد (فایراوند، ۱۳۸۷). از جمله سازوکارهای گفتمان علمی جهت طرد فال‌گیری این است که؛ رشته علمی موضوع و روش درست (به زعم خودش) تعیین می‌کند و امکان طرح موضوعات دیگر را غیر ممکن می‌-

سازد. همچنین، روش‌ها و موضوعات غیر از خودش را از دایره درون‌مرزی ماده‌های علمی بیرون می‌کند.

رشته علمی، در ابتدا دنباله‌روندگان فال را مشخص می‌کند. گفتمان رسمی، دنباله‌روندگان فال را افرادی ساده، فاقد بینش علمی و فاقد اعتماد به نفس معرفی می‌کند که سره را از ناسره تشخیص نمی‌دهند و به همین دلیل، در دام شیادان (فال‌گیران) می‌افتند. در همین زمینه هاشمی^۱ معتقد است که: «بیشتر افرادی که ساده‌دل بوده و شرایط اجتماعی را نمی‌شناسند و هنوز به یک خودشناسی کامل نرسیده‌اند، در دام شیادانی با عناوین فال‌گیر، رمال و... گرفتار می‌شوند. عمده‌ترین دلیل مراجعه برخی افراد به فال‌گیران، ضعف اعتماد به نفس آنهاست، چون اگر فردی به توانایی خود توجه داشته باشد و خود را دست‌کم نگیرد، قطعاً به دنبال ترسیم آینده آن هم توسط افرادی تحت‌عنوان فال‌گیر نیست» (روزنامه کیهان، ۸۶/۵/۱).

پاره‌گفتار به‌ظاهر علمی بالا، افرادی فاقدصلاحیت علمی که دانش زیادی ندارند را، ساده-دلانی پنداشته که اعتماد به نفس یک فرد علمی را ندارند و به همین دلیل، به دنبال فال‌گیری هستند. از سوی دیگر، این پاره‌گفتار معتقد است که؛ شخص علمی توانمند است و کمتر به دنبال فال‌گیری می‌رود. نقل قول بالا، گفتمان علمی و رسمی را در مقابل گفتمان غیررسمی (فال) قرار می‌دهد و فال را شیادی قلمداد می‌کند. اما یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که؛ کنشگران گفتمان غیررسمی، که هم دارای تحصیلات دانشگاهی، و هم دارای مشاغل فرهنگی هستند نظر دیگری دارند. آنها معتقد بودند که؛ اکثر افراد به سمت فال‌گرایش دارند. «همه علاقه‌مند به فال‌گیری هستند و دوست دارند فال بگیرند، حتی آدم‌های تحصیلکرده مانند من که زیاد هستند یا از روی اعتقاد یا از روی سرگرمی و تفنن، و گاهی هم به‌خاطر امید به آینده به فال‌گیری روی می‌آورند، اما به‌خاطر شرایط اجتماعی همه از همدیگر پنهان می‌کنند که فال می‌گیرند» (محمدرضا، ۲۶ ساله، دانشجوی کارشناسی ارشد).

محمدرضا که دانشجوی کارشناسی ارشد بوده، معتقد است که اگر شرایط اجتماعی مناسب باشد همه افراد فال گرفتن‌شان علنی می‌شود.

«من هم مانند خیلی‌ها به فال اعتقاد نداشتم و آن را به افراد بی‌سواد نسبت می‌دادم، تا اینکه تصادفی با دوست یکی از دوستانم، که لیسانس پرستاری داشت و فال می‌گرفت آشنا شدم، او به‌درستی پیش‌بینی کرد که تا یک ماه دیگر برادرم ازدواج می‌کند، در حالی که برادرم

۱- معاون مرکز علمی کاربردی واحد ۱۴۱ تهران و سرگروه مدیریت فرهنگی

اصلاً قصد ازدواج نداشت، او درست پیش‌بینی کرد و من بعد از آن، مایلم از پیش‌بینی‌های فال کمک بگیریم» (روشنک، ۲۵ ساله، دانشجوی کارشناسی ارشد).

کنشگرانی که به فال‌گیر مراجعه می‌کنند، برخلاف گفتمان علمی که آنها را غیر علمی و فاقد دانش روز معرفی می‌کند، افراد باسواد و تحصیلکرده هستند که، یا از روی اعتقاد به درستی فال، و یا به خاطر تفنن و سرگرمی به این موضوع می‌پردازند. اما گفتمان علمی با استفاده از نظریات به اصطلاح علمی و بدون توجه به واقعیت زندگی روزمره، به دنبال فرو کاستن کنشگران گفتمان غیررسمی فال، به افراد ساده‌اندیش و فاقد تحصیلات است.

گفتمان علمی با استفاده از سازوکار رشته دانشگاهی، فال را غیر واقعی و خرافی معرفی می‌کند که باید با آن مبارزه کرد. «به‌طور کلی پناه بردن به رمال‌ها و فال‌نویس‌ها، همه از جهل و ناآگاهی افراد نشأت می‌گیرد. باید با خرافات مبارزه کرد و به مردم فهماند که؛ فال‌گیری واقعیت ندارد» (روزنامه اعتماد ملی، ۸۷/۷/۴).

در مجموع، گفتمان علمی، دنباله‌روندگان فال را افرادی با خصوصیات زیر معرفی می‌کند:

- ساده‌اندیش که به راحتی توسط فال‌گیر فریب می‌خورند؛

- غیر علمی که هنوز به یک خودشناسی نرسیده‌اند؛

- ضعف اعتماد به نفس دارند و خود را دست‌کم می‌گیرند.

این گفتمان، فال را خرافه و غیر واقعی می‌داند که توسط عده‌ای شیاد و کلاهبردار راهبری می‌شود و باید با چنین موضوعی برخورد شود.

در مقابل، تعداد زیادی از دنباله‌روندگان فال در گفتمان غیررسمی، تحصیلکردگان و دانشجویانی هستند که در عرف جامعه، ساده‌اندیش و فاقد بصیرت معرفی نمی‌شوند. این گفتمان، دانشی را که فال تولید می‌کند برای کنشگران مهم و قابل توجه می‌داند، و مهم‌ترین ویژگی‌های این دانش را به صورت زیر بیان می‌دارد:

- موجب اعتماد به نفس، خوش‌بینی و امید نسبت به آینده می‌شود. گزاره‌های فال‌گیری احساس امیدواری و اعتماد به نفس را در میان کنشگران به وجود می‌آورد. بر شمردن اخلاق نیک و پسندیده؛ مانند اینکه شما قلب پاک دارید و فرد درستکاری هستید، خداوند شما را دوست دارد و... نوعی خوش‌بینی و امید را در وجودشان زنده نگه می‌دارد؛

- گزینه مناسبی برای پر کردن اوقات فراغت است. برای آنهایی که به فال روی می‌آورند، فال‌گیری نوعی تفنن و لذت بردن است. همه انسان‌ها دوست دارند که از آینده‌شان مطلع شوند و مطلع شدن از آینده نوعی هیجان و لذت بردن است. البته این موضوع بیشتر در مورد جوانان

اتفاق می‌افتد. علاوه بر این، فال در جمع‌های خانوادگی و دوستانه عامل مهمی در شاد بودن و لذت بردن از اوقات است؛

- گاهی هم پیش‌بینی‌های صحیحی از وقوع رخدادها برای برخی کنشگران انجام می‌دهد؛
- دارای جذابیت‌هایی برای کنشگران این عرصه است.

نتیجه‌بخش بودن علم و عدم فایده‌مندی فال

یکی از استدلال‌های مشخصی که علم را در موقعیت خاصی قرار می‌دهد؛ نتایجی است که به بار آورده است. پل فایراند (۱۳۷۳)، معتقد است این نکته وقتی استدلالی پذیرفتنی می‌شود که بتوان فرض کرد؛ هیچ چیز دیگری هرگز نتیجه‌ای به بار نیاورده است. «ما اکنون با روش‌هایی در تشخیص و درمان پزشکی آشنا شده‌ایم که بسیار مؤثرند، اما درعین حال بر ایدئولوژی‌هایی اتکا دارند که از ریشه، با ایدئولوژی علوم غربی متفاوت است. ما اکنون می‌دانیم که پدیده‌هایی چون تله‌پاتی و تله‌کینسیس^۱ وجود دارند که رهیافت علمی آنها را نادیده گرفته است، در حالی که ممکن است برای انجام تحقیق، به سبکی کاملاً جدید کارساز باشد. فشارهای ایدئولوژیک ما را وا می‌دارد که فقط به علم گوش فرا دهیم و هر چیز دیگر را نادیده بگیریم. همچنین درست است که پدیده‌هایی از قبیل تله‌کینسیس و طب سوزنی ممکن است عاقبت، جذب بدنه علم شوند و در نتیجه، پدیده‌هایی علمی خوانده شوند، لیکن این امر فقط پس از مقاومت در طی دوره‌های طولانی رخ می‌دهد، دوره‌هایی که در طی آن، علمی که هنوز شامل آن پدیده‌ها نیست تلاش می‌کند تا بر اشکال زندگی، که چنین پدیده‌هایی را در برمی‌گیرد چیره شود» (فایراند، ۱۳۷۳: ۱۵۷).

آیا فال هرگز نتیجه‌ای برای کنشگرانش به بار نیاورده است؟ آیا همه کسانی که به فال گیر مراجعه می‌کنند، انسان‌های ساده‌اندیشی هستند که فال برای آنها، نتیجه‌ای به بار نیاورده و آنها را دچار غبن و زیان ساخته است؟ اما واقعیت در گفتمان دیگر، متفاوت و در تقابل با جهت‌گیری گفتمان علمی و رسمی بیان شده است.

«من به فال یقین دارم، چون هر پیش‌بینی که برای من کرد مو به مو اتفاق افتاد. فال قهوه به من گفته بود، تصادف می‌کنم، بعد که تصادف کردم، دقیقاً همان جای ماشین صدمه دید که

1-telekinesis

در فال آمده بود. بعد از آن من حتی برای گرفتن پرونده موکلانم از قبل فال قهوه می‌گیرم» (وکیل، ۳۵ ساله).

«کسانی که می‌گویند فال دروغ است، به فال‌گیر متخصص مراجعه نکرده‌اند، اگر به فال‌گیر خوب مراجعه کنیم، مطمئن باشید که نتیجه می‌گیریم» (معصومه، ۲۹ ساله، دانشجو).

«یکی از دوستان من می‌گوید که؛ چندی قبل به یک فال‌گیر مراجعه کردم و او گفت پدرم به زودی می‌میرد، من ناراحت شدم بعد از توهین به او از پیش فال‌گیر ناراحت بیرون آمدم، تا اینکه ۴۰ روز پس از آن، پدرم فوت کرد بدون این که مرضی داشته باشد و من به یاد فال‌گیر افتادم و نزد او رفتم و از او عذرخواهی کردم» (معصومه، ۳۳ ساله، لیسانس، کارمند).

افرادی که تجربه فال‌گیری داشته‌اند (بیشتر فال قهوه)، به درستی پیش‌بینی‌ها، اشاره کردند این در حالی است که، افرادی که تجربه فال‌گیری نداشتند آن را مردود اعلام نمودند.

فاضلی (۱۳۸۷)، درباره فایده‌مندی فال می‌نویسد: «فال‌گیری هم نوعی کنش عاطفی و اجتماعی با منطق و کارکردهای خاص خود است. البته نمی‌توان سود و زیان مالی آن را برآورد کرد. در فال‌گیری، مجموعه‌ای از اتفاقات رخ می‌دهد که می‌توان آنها را به‌مثابه پادشاهی دانست که فرد، در برابر پولی که می‌دهد آنها را دریافت می‌کند. مهم‌ترین اینها لذت و هیجانی است که در فرایند فال‌گیری برای مشتریان و افرادی که فال‌شان گرفته شده ایجاد می‌شود. با در نظر گرفتن این بُعد فال‌گیری، می‌توان گفت که آیا فال‌گیری معنایی برای فال‌گیرنده دارد یا خیر. مبنای عقلانی فال‌گیری را نمی‌توان در درستی یا صحت پیش‌گویی‌های فال‌گیر دانست، بلکه باید در کارکردها و منطق اجتماعی و فرهنگی این رفتار جستجو نمود» (فاضلی، ۱۳۸۷: ۱۸۵).

مهم‌ترین پیامد سخنان کنشگران عرصه فال‌گیری این است که؛ همان‌گونه که علم رسمی می‌تواند در جامعه وجود داشته باشد و بر روی افراد تأثیر بگذارد، هر گروه و گفتمان دیگری نیز مجاز است سخن بگوید و قضاوت نهایی درباره نتیجه‌دار بودن فال به مردم واگذار شود. مردمی که وقتی دلیلی برای نپذیرفتن گفتمان‌های رسمی یا علمی و رد فرضیه‌ها و ادعاهای علم دارند، تردید نکنند. همان‌گونه که فایرآبند گفته است؛ «علم کتاب سر بسته‌ای نیست که فقط پس از سال‌ها کارآموزی فهمیده شود، علم، فعالیت فکری است که هر فرد علاقه‌مندی می‌تواند به بررسی و نقد آن بپردازد. اگر دشوار و عمیق به نظر می‌رسد به دلیل تبلیغات منظم و گمراه‌کننده بسیاری از دانشمندان است. نهادهای دولتی، (و هر فردی) وقتی دلیلی برای رد کردن قضاوت دانشمندان دارند، هرگز نباید در این کار تردید کنند، چنین ردی، افکار عمومی را

پرورش می‌دهد و به مردم اعتماد به نفس بیشتری می‌بخشد، و حتی چه بسا در بهبود اوضاع مؤثر افتد» (فایراوند، ۱۳۷۳: ۱۵۹).

ایدئولوژی‌ها، چیزهای خیلی خوبی هستند ولی به شرط آنکه در کنار ایدئولوژی‌های دیگر بکار آیند. به محض آنکه محاسن‌شان به حذف مخالف‌شان بینجامد، کسالت‌آور و زجر‌آور می‌شوند (همان: ۱۵۹).

باید به فال‌گیری و کنشگران این عرصه فرصت داده شود که در کنار گفتمان رسمی و علمی، به بیان ایدئولوژی خود بپردازند. همان‌گونه که پرسش‌شوندگان گفتند؛ فال‌گیری هم نتیجه‌بخش، و هم مؤثر در زندگی‌شان بوده است.

فایراوند، ایراد دیگری نیز بر استدلال گفتمان علمی و رسمی درباره نتیجه بخش بودن علم، در مقابل بی‌نتیجه بودن سایر گفتمان‌ها می‌آورد. او معتقد است؛ «این واقعیت که علم در بر-گیرنده نتایج است فقط در صورتی نکته‌ای مثبت برای علم محسوب می‌شود که، این نتایج را علم به‌تنهایی، و بی‌هیچ کمک خارجی بدست آورده بود. نگاهی سطحی به تاریخ نشان می‌دهد که علم، نتایج خود را هرگز از این طریق بدست نمی‌آورد. وقتی کوپرنیک، تصویری جدید از جهان ارائه داد، نه به آثار اسلاف علمی خود، بلکه به آثار فیثاغورث مسلک دیوانه‌ای چون فیلولائوس^۱ مراجعه کرد. اندیشه‌های او را برگرفت و از آنها در برابر همه قواعد معقول روش علمی دفاع کرد. مکانیک و فیزیک نور، تا حد زیادی معلول صنعتگران است و پزشکی مدیون قابله‌ها و جادوگران» (فایراوند، ۱۳۷۳: ۱۵۷).

از گذشته تا کنون، کسانی بوده‌اند که پیش‌بینی و پیش‌گویی کرده‌اند. کاهنان، پیامبران، جادوگران و... از این دست هستند و کسانی هم بوده‌اند که علاقه‌مند به دانستن آینده‌اند مانند؛ پادشاهان و حتی مردم عادی.

علم امروزه نیز براساس قواعد و اصول خود پیش‌بینی می‌کند و آینده‌نگری، جزئی از هر علم به شمار می‌رود. هر چند که علم، در پیش‌بینی کارهای زیادی انجام داده است اما فال-گیری و سایر گفتمان‌ها نیز همین تأثیر را داشته‌اند.

«دور هم که می‌نشینیم، اگر یکی از ما فال قهوه بلد باشد، برایمان فال می‌گیرد و ما به آینده‌هایی که فال پیش‌بینی می‌کند خوش‌بین می‌شویم و امیدوار» (علی، ۲۲ ساله، دیپلم، بیکار).

منظر محمدی^۱ (۱۳۸۶) معتقد است که؛ «امروزه بسیاری از فال‌گیران در نقش مشاوره خانوادگی ظاهر شده و برای برخی افراد ساده‌دل، خط و ربط آینده زندگی را به غلط ترسیم می‌کنند. حتی برخی از خانم‌ها با ماشین آخرین سیستم و آخرین مدل‌های لباس، مشتری پر و پا قرص فال‌گیران هستند. یعنی این‌طور نیست که بگوییم فلان شخص چون فعالیت و تجهیزات دنیای مدرن را در اختیار دارد، مدرن هم فکر می‌کند. بلکه آگاهی فرهنگی او به حدی نرسیده که تشخیص دهد چگونه می‌تواند بر مشکلاتش غلبه کند» (روزنامه کیهان، ۸۶/۵/۱).

گفتمان رسمی و علمی، قضاوت در خصوص نتیجه‌دار بودن و مؤثر بودن فال‌گیری را از مردم عادی سلب می‌کند. آیا مردم عادی نمی‌توانند به قضاوت درستی دست یابند؟ در پاسخ به این سؤال، فایراند معتقد است که؛ مردم عادی می‌توانند به قضاوت درست دست پیدا کنند. زیرا در توانایی‌ها، پیچیدگی‌ها و موفقیت‌های علم، بسی اغراق شده است. او در این زمینه مثالی می‌آورد بر این مبنا که؛ یکی از سرور انگیزترین تجارب روزمره این است که چگونه یک وکیل، که از مردم عادی است، می‌تواند در دادگاه، نقاط ضعف شهادت یا نظر کارشناسی با صلاحیت‌ترین کارشناس‌ها را برملا سازد و از این طریق، هیأت منصفه را در صدور رأی هدایت کند (فایراند، ۱۳۷۳: ۱۶۰).

سازوکار تفسیر

یکی دیگر از سازوکارهایی که به اعتقاد فوکو، باعث تداوم یک گفتمان می‌شود اصل تفسیر است، مدام گفتن و بیان یک گزاره یا موضوع، مانند کتاب مقدس. روان‌شناسان، روزنامه‌نگاران و قانون‌گذاران به شکل مستمر و پی در پی، از تفسیر در مورد خطا بودن فال باز نمی‌ایستند. انگار هم قسم شده‌اند که این پدیده به نسبت فراگیر، ریشه‌دار و قدیمی را هیچ و پوچ بدانند، اما انگار فراموش کرده‌اند که آیا یک موضوع باطل و عبث، می‌تواند عمری به درازای زندگی بشر داشته باشد؟ فوکو (۱۳۸۰)، می‌نویسد که تکرار بی‌نهایت و گوسفندوار تفسیرها، به انگیزه درونی رؤیای تکراری پوشیده صورت می‌گیرد. در چشم‌انداز چنین رؤیایی گویا هیچ چیز، جز آن‌چه در نقطه آغازین بوده، وجود ندارد، هر چه هست فقط از برخواندن است.

هر آنچه روان‌شناسان و جامعه‌شناسان در خصوص فال می‌گویند، تکرار مکررات جملاتی است که انگار از روی دست هم نوشته شده است، نه تازگی دارد و نه مخاطب را اقناع می‌سازد.

متن‌ها (که عمدتاً در روزنامه‌ها منتشر می‌شود)، تفسیر و تکرار این جملات است که "انسان-های ساده‌دل و با اعتماد به نفس پایین، بیشتر به فال‌گیری مراجعه می‌کنند و در کشورهای توسعه‌نیافته، که آرزوها و نیازهای مردم برآورده نشده این پدیده رواج دارد". نوشته‌های آنها به قول فوکو؛ «مجموعه‌هایی از گفتارهای توأم با آداب معین‌اند، که همه، آنها را از بر هستند و در اوضاع و احوال کاملاً مشخصی، تکرار می‌شوند» (فوکو، ۱۳۸۰: ۲۴).

«هر وقت تیتیر یک روزنامه یا مجله را درباره پدیده فال‌گیری ببینیم، مطالب درونش را از بر هستیم و لازم نیست مطالعه کنیم. گفتارهایی می‌بینیم که مانند ستون مذهبی یا حقوقی دائماً تجدیدگفتار می‌شوند» (پریسا، ۲۸ ساله، مدرس و دانشجوی کارشناسی ارشد).

«گفتارهایی که، پس از به زبان آمدن، تا بی‌نهایت گفته می‌شوند، گفته شده باقی می‌مانند و همچنان باید گفته شوند» (فوکو، ۱۳۸۰: ۲۴).

در درون تفسیرهای متعددی که از فال‌گیری، در گفتمان رسمی و علمی می‌شود گزاره‌ها و جملات متناقضی دیده می‌شوند که در کنار هم ردیف شده، در حالی که با هم اختلاف دارند. روان‌شناسان، فال‌گیری را متعلق به انسان‌های ساده‌دل می‌دانند و جامعه‌شناسان نیز عقب-ماندگی یک کشور را عامل توجه مردم به فال‌گیری تلقی می‌کنند.

«هر کسی که دور و برش آدم فال‌گیری باشد، او هم علاقه‌مند می‌شود که فال بگیرد؛ نه از روی اعتقاد بلکه از روی تفریح شاید هم از روی امید» (اکبر، ۳۷ ساله، مدیر فرهنگی).

جملات و گزاره‌های یکسان در گفتمان رسمی دائماً تجدید می‌شوند.

«یک دختر دانشجوی هنر، درباره تجربه خود در جلسه فال قهوه می‌گوید که؛ در اثر مشکلاتی که در رابطه با نامزد پیدا کرده بودم و به توصیه یکی از دوستانم، برای فال قهوه به یک فال‌گیر مراجعه کردم، فال‌گیر در تفسیر فال قهوه من اتفاقاتی را مربوط به گذشته رابطه من و نامزدم گفت، که مطمئن هستم که درست است. وی می‌افزاید: به‌عنوان مثال؛ وقتی سؤال کردم که آیا نامزد من با کس دیگری به غیر از من ارتباط دارد، یا نه؟ او گفت که تا چهار ماه قبل، با دختر دیگری ارتباط داشته و در مدتی که با تو در ارتباط بوده، بیکار نبوده و افراد زیادی را مورد امتحان قرار داده است. اما در حال حاضر، فهمیده که هیچ‌کس را بهتر از تو پیدا نمی‌کند و فقط تو را دوست دارد. که این موضوع برای من الان ثابت شده است. این دختر دانشجوی، در پاسخ به این سؤال که؛ آیا نامزدت از این ماجرا اطلاع دارد یا نه؟ اظهار می‌کند که نه! چون این مسائل را قبول ندارد. افزایش ارتباط اجتماعی و روابط دو طرفه دختران و پسران جوان، و مسایل و مشکلات پیچیده ناشی از آن از یک سو، و بی‌تجربگی و ناآگاهی جوانان در

حل منطقی مشکلات و یا مراجعه به مشاوران و متخصصان امر، گاهی باعث می‌شود که عده‌ای از آنان بسوی پیشگویی و پیش‌بینی اتفاقات این روابط کشیده شوند و سعی کنند تا با اجرای توصیه‌های فال‌بین‌ها، به‌نوعی روابط خود را اداره و کنترل کنند» (روزنامه رسالت، ۸۸/۵/۲۰).

دختر دانشجویی که دوستش فال‌گیری را می‌شناسد که می‌تواند کمکش کند، باعث روی آوردن او به فال می‌شود در حالی که نامزدش این‌گونه نیست. روزنامه، با وجود اینکه دختر دانشجوی صحت و درستی حرف‌های فال‌گیر را تأیید می‌کند و آرامشی نصیب او گردیده است را نادیده می‌انگارد، می‌خواهد با گزاره‌های ایدئولوژیک، نادرستی و غیر واقعی جلوه دادن چنین رفتارهایی را تبیین کند. متن‌هایی این‌چنینی، در گفتمان رسمی و علمی به وفور یافت می‌شوند، که به‌دنبال طبیعی‌سازی باطل بودن گفتمان غیررسمی فال‌گیری هستند. ناآگاهی، حل منطقی مشکلات، مشاوران و متخصصان از واژه‌هایی است که در این متن ضد گفتمان غیر-رسمی و نادرست جلوه دادن آن بکار رفته است. منظور از افراد ناآگاه، کسانی هستند که به فال مراجعه می‌کنند، حل منطقی مشکلات یعنی آن چیزی که فال نمی‌تواند انجام دهد. منظور از مشاوران و متخصصان، افرادی هستند که بهتر مشکلات را حل کرده و آینده را پیش‌بینی می‌کنند. چنین مفاهیمی که در متون روزنامه‌ها (که جزئی از گفتمان رسمی هستند)، شاهد آن هستیم سعی در طبیعی‌سازی نادرست بودن فال می‌کنند.

تکرار مداوم گزاره‌های یکسان، که حکایت از غیرواقعی و باطل بودن فال می‌کند، این امر را طبیعی جلوه‌گر می‌سازد. از دل تکرار تفسیرها، می‌توان به خصوصیت مهم دیگر گفتمان علمی که طبیعی‌سازی است پی برد.

طبیعی‌سازی

طبیعی‌سازی، از خصوصیت‌های مهم گفتمان است. طبیعی‌شدگی، بازنمودهای ایدئولوژیک خاص را به صورت عقل سلیم در می‌آورد، به‌طوری‌که، دیگر به آنها به‌عنوان ایدئولوژی نگاه نمی‌شود. فرکلاف (۱۳۷۹)، معتقد است گفتمان، این ایدئولوژی‌های طبیعی‌شدگی را دانش پایه کنشگران می‌سازد. از این رهگذر، ایدئولوژی‌ها و اعمال طبیعی شده، به بخشی از دانش پایه تبدیل می‌شوند.

باطل، غیرمشروع و خرافی جلوه دادن گفتمان غیررسمی فال‌گیری، توسط گفتمان رسمی به دانش پایه افرادی که کنشگر عرصه فال‌گیری نیستند تبدیل شده است. به طوری‌که، این افراد حتی نمی‌خواهند حرفی درباره فال بشنوند و شنیدن آن را نیز ناپسند می‌شمرند. نکته

جالب توجه این است که؛ این چنین افرادی تمام دانش خود را از طریق تلویزیون و رسانه‌های رسمی بدست آورده و اکثراً نیز به علم و رابطه علت و معلولی اعتقاد راسخی ندارند. اما در این زمینه خاص (فال) معتقدند که خرافی و غیرعلمی است.

«من به فال اعتقاد ندارم، این همه در روزنامه‌ها و تلویزیون می‌نویسند و می‌گویند که چقدر کلاهبرداری شده، آدم‌های بی‌سواد فال می‌گیرند، هیچ کسی جز خدا نمی‌داند که چه اتفاقی می‌افتد» (منصور، ۴۵ ساله، کارمند).

نتیجه‌گیری

واقعیت، دیگر مثل گذشته خود را به بشر عرضه نمی‌کند، بلکه در فرایند مدرنیته و زندگی مدرن روزمره، واقعیت گونه‌های متعددی پیدا می‌کند که یافتن اصل از فرع آن، بسیار دشوار است. صور حقیقت به حدی گوناگون شده‌اند که افراد مختلف (که تحت تأثیر گفتمان‌های مختلف هستند)، آن را به شیوه‌های مختلفی درک می‌کنند. حقیقت، در گذشته رازآلود و در حاله‌ای از ترس و رعب قرار داشته و گفتمان‌های اولیه آن را رازآلود جلوه داده‌اند؛ که شناخت اصل از فرع دشوار بود و کسی نمی‌توانست شناختی از آنچه که رازآلود و مایه ترس است داشته باشد. اما امروزه گفتمان‌ها، حقیقت‌ها و واقعیت‌های متکثری را جلوه‌گر ساخته‌اند و این تکثر است که باز رازآلودگی واقعیت و حقیقت را سبب شده است. ممکن است در یک گفتمان، چیزی حقیقت و درست باشد که در گفتمان دیگر توهم، غیرواقعی و غیرحقیقی تعبیر شود. اگر یک گفتمان ادعا کرد که به حقیقت ناب رسیده است و خواست به سایرین بفهماند، گفتمان‌های دیگر در برابرش موضع می‌گیرند.

دو گفتمان درباره پدیده فال‌گیری وجود دارد. گفتمان رسمی-علمی، و گفتمان غیررسمی. گفتمان غیررسمی از گفتمان شفاهی در نوع مصاحبه که با کنشگران عرصه فال بدست آمده مشخص گردیده و تحلیل شده است، و گفتمان علمی-رسمی، از تحلیل متون روزنامه‌ها که توسط روان‌شناسان و جامعه‌شناسان بیان شده، مشخص و تحلیل گفتمان شده است.

گفتمان رسمی فال‌گیری، فال را از اساس پوچ و باطل می‌انگارد و کلاهبرداری عده‌ای از افراد تحت پوشش فال‌گیر را مصداق غیرمشروع ساختن فال فرض می‌کند. در تحلیل متون گفتمان رسمی، هر آن کس که درگیر موضوع فال می‌شود، یا آدم ساده‌اندیش است که از توانایی اندیشیدن علمی برای رسیدن به خواسته‌هایش ناتوان است، یا آدم شیاد و کلاهبرداری است که از ساده‌اندیشی دیگران سوء استفاده می‌کند. همچنین، گزاره‌های این گفتمان چنین

روایت می‌کنند که؛ تنها راه دستیابی به حقیقت، ابتدا ریشه‌کن کردن هر آنچه تحت عنوان فال است (سرکوب گفتمان غیررسمی فال‌گیری) و سپس، ترویج علم و دانش و مبارزه با چنین پرده‌ای برای اینکه کسی به سمت فال‌گیری گرایش پیدا نکند.

از سوی دیگر، گفتمان غیررسمی دانش خاص خود را تولید می‌کند و کنشگران و دنباله‌روندگان خاص خود را دارد. این دنباله‌روندگان، برخلاف آنچه که گفتمان رسمی ادعا می‌کند آدم‌های ساده‌اندیش و فاقد بینش مناسب نیستند. معرفتی که فال‌ارائه می‌کند، در فایده‌مندی‌هایی که کنشگران آن ادعا می‌کنند عایدشان شده، نهفته است. از جمله فوایدی که از سوی این افراد بیان شده، می‌توان به تولید فراغت، امید به آینده، تولید هیجان و درستی پیش‌بینی‌ها اشاره کرد.

ادعای مقاله حاضر این است که؛ گفتمان رسمی یکی از گفتمان‌هایی است که در جامعه وجود دارد و جامعه را به پیش می‌راند، زمانی می‌تواند گفتمان مناسبی باشد که: ۱. توتالیتر و سرکوبگر سایر ایدئولوژی‌ها و گفتمان‌ها نباشد، و ۲. در کنار سایر گفتمان‌ها از جمله گفتمان غیررسمی و غیرعلمی قرار گیرد. گفتمان غیررسمی همان‌گونه که بیان شد، به مردم اعتماد به نفس می‌بخشد و چه بسا در پاره‌ای از مواقع مؤثر افتد (مانند همان کاری که علم انجام می‌دهد).

امروزه در جامعه ایران، گفتمان غیررسمی برخلاف گفتمان علمی-رسمی، که قضاوت درباره مؤثر بودن فال را از مردم عادی می‌گیرد، معتقد است که قضاوت را باید به مردم عادی واگذار کرد. گفتمان رسمی فال‌گیری با سازوکارهایی که در اختیار دارد مانند؛ سازوکار رشته علمی و تفسیر، سعی دارد بر گفتمان غیررسمی مسلط شود و آن را طرد نماید و خود را یگانه پرچمدار حقیقت معرفی نماید. درمقابل، گفتمان غیررسمی نیز، سازوکارهای خاص خود را داشته و از طریق آنها سعی دارد در جامعه گسترش یابد.

منابع

- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۳) *گفتمان، یادگفتمان و سیاست*، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- حسینی، سیدرضا (۱۳۸۷) *نظریه پردازی، مفاهیم و استلزامات*، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- حسینی زاده، سید محمدعلی (۱۳۸۳) *نظریه گفتمان و تحلیل سیاسی*، فصلنامه علوم سیاسی: شماره ۲۸.
- خالقی، احمد (۱۳۸۲) *قدرت، زبان، زندگی روزمره در گفتمان فلسفی سیاسی معاصر*، تهران: نشر گام نو.
- رستمی، محمدرضا (۱۳۸۲) *تحلیل گفتمان انتقادی پوشش خبری قتل‌های زنجیره‌ای (روزنامه‌های سلام، ایران، همشهری، صبح امروز، رسالت و کیهان)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۴) *قدرت، گفتمان و زبان*، تهران: نشر نی.
- سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۳) *تحلیل گفتمان به مثابه نظریه و روش*، فصلنامه علوم سیاسی، شماره ۲۸.
- عضدانلو، حمید (۱۳۸۰) *گفتمان و جامعه*، تهران: نشر نی.
- فاضلی، نعمت‌اله (۱۳۸۷) *مدرن یا امروزی شدن فرهنگ ایران*، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- فایراند، پل (۱۳۷۳) *چگونه باید از جامعه در برابر علم دفاع کرد*، ارغنون: سال اول، شماره ۱.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹) *تحلیل انتقادی گفتمان*، ترجمه: فاطمه شایسته پیران و همکاران، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- فوکو، میشل (۱۳۸۰) *نظم گفتار*، ترجمه: باقر پرهام، تهران: نشر آگه.
- کجوییان، حسین (۱۳۸۲) *فوکو و دیرینه‌شناسی دانش روایت تاریخ علوم انسانی از نوزایی تا ما بعد/تجدد*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مارشال، کاترین؛ راسمن، کرچمن (۱۳۸۱) *روش‌های تحقیق کیفی*، ترجمه: علی پارسایان و سید محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- مک‌دائل، دایان (۱۳۸۰) *مقدمه‌ای بر نظریه‌های گفتمان*. ترجمه حسینعلی نوذری، تهران: فرهنگ گفتمان.

- میلز، سارا (۱۳۸۸) *گفتمان*، ترجمه: فتاح محمدی، تهران: نشر هزاره سوم.
- Foucault, Michel (1981) *The order of discourse, in young, Robert (ed) untung the text: Apoststr ucturalist Reader: PKP, London.*

روزنامه‌ها و مجلات

- روزنامه ابرار

۱- ۸۸/۷/۱۸، «وقتی که فرهنگ در ته فنجان به سخره گرفته می‌شود؛ نیم‌نگاهی به پدیده رو به افزایش کف‌بینی و فال‌گیری در جامعه».

۲- ۷۸/۹/۸، «مسئولان فرهنگی به فکر باشند؛ افزایش مراجعه به رمال و فال‌بین».

- روزنامه اعتماد

۱- ۸۴/۱۰/۲۶، «بقایای "شمنیسم" در انسان مدرن: تحلیلی بر پدیده فال‌گیری از نگاه انسان‌شناسی».

۲- ۸۲/۷/۱، «امید در فنجان‌های قهوه‌بی».

۳- ۸۴/۴/۱، «شیفتگی به طالع‌بینی در ایران و جهان؛ گرایش به خرافه - تشکیک در علم».

۴- ۸۴/۷/۱۷، «فقر فرهنگی و خرافه‌پرستی امروزی؛ فنجان‌ت را وارونه بگذار».

- روزنامه اعتماد ملی، ۸۷/۷/۴، «فال‌بینی و جادو هیچ جایگاه علمی ندارد».

- روزنامه انتخاب، ۸۲/۲/۲۲، «گرایش به فال‌بینی و عوامل فرهنگی مرتبط با آن در بین دبیران دبیرستان‌های دخترانه تهران».

- روزنامه ایران، ۸۴/۸/۲۳، «فال و پیش‌گویی در دکان‌های بی‌کرکره: بررسی دلایل گرایش مردم به انواع پیش‌گویی».

- روزنامه توسعه، ۸۰/۴/۲۰، «نگاه مخدوش به آینده در فنجان‌های بخت و اقبال فال قهوه».

- روزنامه جام‌جم، ۸۱/۲/۲۲، «آینده شما در یک فنجان قهوه».

- روزنامه جمهوری اسلامی، ۷۸/۹/۲۲، «رجوع به فال‌گیران؛ دور شدن از حقایق زندگی».

- روزنامه راه مردم، ۷۸/۲/۲۰، «فال‌بینان سوداگران اندیشه».

- روزنامه رسالت، ۸۸/۵/۲۰، «فال‌گیری، غافل شدن از زندگی واقعی».

- روزنامه قدس، ۷۹/۹/۶، «هنوز هم فال بین‌ها مردم را سرکیسه می‌کنند: نتایج مشاهدات عینی گزارشگر قدس».
- روزنامه کیهان
- ۱- ۸۴/۴/۳۱، «سوءاستفاده از اعتقادات مذهبی مردم؛ آسیب‌شناسی گرایش به فال‌گیری و طالع‌بینی».
- ۲- ۸۶/۵/۱، «آسیب‌شناسی گرایش به فال‌گیری و طالع‌بینی؛ فال‌گیری عملی مجرمانه».
- روزنامه همشهری
- ۱- ۸۱/۵/۴، «آنها از آینده نمی‌گویند (فال‌گیران)».
- ۲- ۸۰/۲/۶، «روانشناسی اجتماعی خرافات».
- مجله چلچراغ
- ۱- شماره ۲۵۲، ۸۶/۴/۹، «پرتله یک بانوی قهوه‌ای».
- ۲- شماره ۲۵۲، ۸۶/۴/۹، «یک درخت، یک زنجیر، یک پله».
- ۳- شماره ۲۵۲ و ۲۵۳، ۸۶/۴/۱۶ و ۹، «خطار! راه عقل در دست تعمیر است، پرونده‌ای برای "فال‌گیرها" و "فال‌گیرها"».
- مجله دنیای زن، شماره ۲۳، «چقدر به فال‌گیری اعتقاد دارید؟ سرنوشت شما در یک فنجان قهوه».
- مجله رویش، شماره ۱۲، نیمه دوم آبان ۱۳۸۷، «بازار داغ فال‌گیری».
- مجله گزارش، شماره ۲۰۳، آذر ۱۳۸۷، «خوشبختی در ته فنجان قهوه؛ آسیب‌شناسی پدیده فال و فال‌گیری در ایران».

بررسی میزان آشنایی دانشجویان دانشگاه اصفهان با فرقه های شیطان پرستی با تاکید بر نقش رسانه ها و پایگاه اجتماعی - اقتصادی

بی بی عشرت زمانی^۱، یاسمین عابدینی^۲

محمد جعفر دانشجو^۳، فریبا حیدری^۴

دریافت ۱۳۸۸/۵/۸ تایید ۱۳۸۸/۹/۱۱

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه نوع رسانه و پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده با میزان آشنایی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان با فرقه های شیطان پرستی انجام گرفته است. نمونه این پژوهش شامل ۳۴۲ نفر از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان است که به شیوه نمونه گیری تصادفی از میان دانشجویان گروه های علوم انسانی، فنی و مهندسی و علوم پزشکی انتخاب شده اند. ابزار مورد استفاده پژوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته تحت عنوان "میزان، علل و منبع آشنایی با فرقه های شیطان پرستی در نوجوانان و جوانان است". روایی سازه پرسشنامه با استفاده از روش تحلیل عاملی و پایایی آن با استفاده از روش دونیمه کردن مورد بررسی قرار گرفته است. داده های پژوهش با استفاده از آزمون های t برای گروههای مستقل، تحلیل واریانس یکراهه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج نشان داد که بین دانشجویان دختر و پسر تفاوت معناداری از نظر میزان آشنایی کلی با فرقه های شیطان پرستی، اصطلاحات و نمادهای تصویری رایج در آن وجود دارد. هم چنین مشاهده شد که بین دانشجویان گروه های فنی - مهندسی، پزشکی و علوم انسانی از نظر میزان آشنایی با اصطلاحات و نمادهای رایج در شیطان پرستی تفاوت معناداری وجود دارد و دانشجویان فنی - مهندسی آشنایی بیشتری با این اصطلاحات و نمادها دارند و منبع این آشنایی بیشتر مربوط به رسانه های حامل پیام های غربی و رسانه های شنیداری و ترکیبی از نوع دیداری - شنیداری است. بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده و میزان آشنایی کلی با فرقه های شیطان پرستی، اصطلاحات و نمادهای تصویری رایج در آنها نیز رابطه معناداری مشاهده شد.

کلیدواژه ها: رسانه ها، پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده، شیطان پرستی، دانشجویان دختر و پسر

۱. دانشیار گروه علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه اصفهان bzamani@edu.ui.ac.ir

۲. استادیار گروه علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه اصفهان yasaminbedini@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد مشاوره خانواده دانشگاه تهران Daneshjoo.mostata@gmail.com

۴. کارشناس مشاوره دانشگاه اصفهان Heydari23@yahoo.com

مقدمه

رسانه‌های ارتباط جمعی آن دسته از وسایلی هستند که در تمدن‌های جدید به وجود آمده و ویژگی اصلی آن‌ها قدرت و شعاع عمل گسترده آنها است (کازنو: ۱۳۶۴). در باب اهمیت رسانه‌های ارتباط جمعی مک لوهان^۱ عقیده دارد، آنچه به طور کلی در اجتماع نوع معرفت را تغییر می‌دهد، مجموعه پیام‌ها نیست، بلکه ماهیت خاصی است که از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی به آنها داده شده است. به عبارت دقیق‌تر محتوای پیام از صورت خاصی که بر حسب وسیله ارتباطی می‌تواند پیدا کند جدایی‌ناپذیر است و وسیله فی‌نفسه پیام است (مک لوهان، ۱۳۵۴). در این نظریه، اهمیت خاصی به رسانه و وسیله ارسال پیام داده شده به طوری که خود رسانه را از پیام‌های آن مهمتر می‌داند. در مورد تاثیرگذاری پیام‌های رسانه‌های ارتباط جمعی، مطالعات کلان بنیاد پاین توسط جامعه‌شناس معروف هربرت بلومر^۲، بر روی ۱۲۰۰ نفر قبل و بعد از تماشای فیلم‌های سینمایی در مورد کودکان و نوجوانان از نمونه‌های مختلف و در مورد فیلم‌های گوناگون نشان داد که عقیده مخاطبان در مورد مسائلی نظیر اقلیت، جنگ، قمار، تصاویر متفاوتی بعد از تماشای فیلم‌ها ایجاد می‌کنند. این اطلاعات همگان را به این نتیجه رسانید که فیلم‌ها به طور کلی تاثیرات قوی در کودکان و نوجوانان دارند. با توجه به یافته‌های تحقیقات بنیاد پاین که در اوایل دهه ۱۹۳۰ به چاپ رسید، نظریه گلوله سحرآمیز طرفداران قابل توجهی یافت و نتیجه‌گیری‌ها به سوی تقویت حس ترس و نگرانی از اثرات رسانه‌ها پیش رفت و نظر منتقدان که وسایل ارتباط جمعی در عین قدرت‌سازندگی می‌توانند مخرب نیز باشند را تقویت می‌کرد (ملوین و دنیس^۳، ۱۳۸۷). بنا بر نظریه ارتباط گلوله‌ای، پیام‌دهنده می‌تواند گلوله جادویی خود را به سوی بیننده یا شنونده شلیک کند و همان‌گونه که یک مدار الکتریکی می‌تواند الکترون‌ها را به فیلامنت داخل لامپ ببرد و آن را روشن کند، رسانه‌ها نیز با این گلوله جادویی می‌توانند اندیشه پیامگیران را روشن کنند (دادگران، ۱۳۸۴). در این نظریه، این‌طور تصور می‌شود که پیام‌ها به صورت یکنواختی به تمام چشم‌ها و گوش‌ها می‌رسند، دقیقاً مثل یک گلوله تغییرات یکنواخت و یکسان را در مخاطبان خود به وجود می‌آورند و دارای تاثیراتی مستقیم، فوری، قوی و پایدار برای کسانی هستند که توجه کافی به آن ابراز می‌دارند. پژوهشگران دیگری نظیر کوهن سه‌آ و فوژی رالا^۴ با دیدی متفاوت

1 - McLuhan

2 - Herbert Blumer

3 - Melvin & Dennis

4 - Cohenseat et fougerollas

ولی متناسب با اصول روانشناسی جدید تاکید دارند که پیامهای سمعی و بصری، برخلاف پیامهای کتبی (رسانه‌های چاپی) بدون عبور از موانع و صافی‌های عقلی، به طور مستقیم بر حواس اثر می‌گذارند. براین اساس عده‌ای از صاحب‌نظران و متخصصان رسانه‌ها را براساس نوع حسی که تحریک می‌کنند به رسانه‌های بصری یا دیداری، رسانه‌های سمعی و یا شنیداری و رسانه‌هایی که دو حس را به کار می‌گیرند، یعنی وسایل سمعی و بصری (شنیداری و دیداری) تقسیم بندی کرده‌اند (کازنو، ۱۳۷۳). رسانه‌های ترکیبی رسانه‌هایی هستند که از دو حس و در برخی از موارد از چند حس استفاده می‌کنند. در اواخر قرن بیستم، فناوری‌های نوین با به کارگیری اشعه لیزر در انتقال علائم و پیام‌ها از طریق اقمار مصنوعی که از کابل و امواج هرترز قوی‌تر و دقیق‌تر است امکان پخش جهانی برنامه‌ها را فراهم کرده است. اکثر این برنامه‌ها از طریق ماهواره‌ها در سراسر جهان پخش می‌شوند و حاوی پیام‌های کشورهای غربی می‌باشند. از سوی دیگر، پیدایش و توسعه فناوری‌های دیجیتالی نظیر شبکه‌های اینترنتی و موبایل نوع جدیدی از ارتباطات را فراهم کرده است که در پژوهش حاضر تحت عنوان "فناوری‌های نوین" نام گرفته است. همسو با تغییرات سخت افزاری، از نظر نرم افزاری هم تغییراتی در نظریه‌های مربوط به رسانه‌های جمعی تحقق پذیرفته است. برخلاف نظریه ارتباط گلوله‌ای، پل لازارسفند^۱ و شاگردانش نشان دادند که پیام‌های رسانه‌های جمعی بر پیامگیران، به منزله توده‌ای یکسان اثر نمی‌گذارد و اثر آن بر افکار عمومی به یک اندازه نیست. زیرا توده‌هایی که افکار عمومی در آن پدید می‌آید، دارای ساختار است (کازنو، ۱۳۶۴).

ملاحظات نظری: یکی از موضوعاتی که طی سال‌های اخیر توجه کارشناسان رسانه‌ها را به خود جلب کرده است و در اکثر کشورها خصوصاً کشورهای نظیر ایران که دارای ایدئولوژی‌های قوی دینی و مذهبی می‌باشند نمود بیشتری یافته است توجه این رسانه‌ها به تبلیغ فرقه‌ها و گروه‌های منحط شیطان پرستی به صورت تهیه پیام‌های ضمنی و آشکار در محتوای برنامه‌هاست. برای مثال، دیرندال^۵ (۲۰۰۵) در مروری که بر نقش رسانه‌ها در توسعه و ترویج عقاید شیطان پرستی در میان جوانان و نوجوانان نروژ طی سالهای ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۷ اشاره کرده است که رسانه‌ها مهمترین عامل ترویج عقاید شیطان پرستی در میان جوانان نروژی طی این سالها بوده است. اینکه رسانه‌ها چقدر در ترویج و یا شناساندن این فرقه‌ها در کشوری نظیر ایران میان قشر جوان موفق بوده است و کدام رسانه در دادن اطلاعات در این مورد نقش بیشتری داشته است به دست اندرکاران و مسئولان برنامه‌های فرهنگی کمک می‌کند تا دریابند که جوانان از

چه رسانه‌ای بیشتر این اطلاعات را بدست می‌آورد و چگونه می‌توان با تولید برنامه‌هایی داخلی از بروز و اشاعه این گونه عوارض پیشگیری کرد. از سوی دیگر، این نوشتار در صدد است که نقش عامل جنس و همچنین تاثیر پایگاه اجتماعی و اقتصادی خانواده‌ها را در زمینه میزان آشنایی جوانان با علائم و شناسایی کند و اینکه کدام جنس بیشتر در معرض پیام‌ها قرار می‌گیرد و اطلاعات کدام گروه در مورد فرقه‌های شیطان پرستی بیشتر است نیز به سازندگان و تولید کنندگان برنامه‌های فرهنگی یاری خواهد کرد که با توجه به رسانه مورد علاقه هر جنس برنامه‌های مناسب را تهیه نماید.

بنا به نظر ویلبر شرام¹، پیام‌ها به جای فرایندی دو مرحله‌ای جریان N مرحله‌ای را طی می‌کنند، یعنی گروه‌های تاثیرگذار، خود به نوبت می‌توانند تحت تاثیر گروه‌های دیگری قرار بگیرند و از آنها کسب اطلاع کنند. میزان تاثیر رسانه‌ها به عوامل گوناگونی نظیر منبع پیام، ماهیت پیام، ویژگی‌های پیامگیر، محیط پیام یا شرایط دریافت پیام بستگی دارد. نتایج به دست آمده از پژوهش‌های گوناگون در زمینه قابلیت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی افراد نشانگر تاثیرگذاری متفاوت یک پیام روی افراد گوناگون است. یکی از عوامل بسیار مهم در زمینه تفاوت افراد از نظر تاثیرپذیری جنسیت است. نتیجه تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که آمادگی زنان برای تغییر نگرش به مراتب بیشتر از مردان است. زنان به ظاهر تاثیر پذیرتر از مردان هستند، براساس مدارک جمع‌آوری شده، زنان در قیاس با مردان، شنوندگان بهتری هستند و به تقریب، در هر وضعیت آموزشی مشابه، بیشتر از مردان یاد می‌گیرند (دادگران، ۱۳۷۴).

الیور ارونسون روانشناس اجتماعی در مورد متقاعد شدن آسانتر زنان نسبت به مردان می‌گوید: "شاید علت آن باشد که در جامعه ما زنان طوری بار می‌آیند که تسلیم تر از مردان باشند و کمتر در مسائل شک و تردید کنند. زنان بیشتر برای تسلیم و تمکین پاداش می‌گیرند تا برای اظهار وجود، البته شاید این نتیجه گیری اشتباه باشد و یا ممکن است مثالی از برتری‌گرایی ناآگاهانه باشد (اورنسون، ۱۳۸۴). در هر حال، تحقیقات نشان دهنده وجود تاثیر عوامل اجتماعی و نگرشی افراد یک جامعه می‌باشد. بنا بر نظر هاچ شیلد^۲ (۱۹۷۵)، الگوسازی از تجربیات فرهنگی افراد تاثیر می‌پذیرد (ساروخانی، ۱۳۷۷). یکی دیگر از عوامل تاثیر گذار بر کیفیت پیام دریافت شده شرایط و زمینه فرهنگی اجتماعی و اقتصادی گیرنده است. بنا بر نظر

1 - Schramm, Wilbur

2 - Hochschild

متخصصان رسانه‌ها، جامعه‌شناسان و روانشناسان، محیطی که وسیله ارتباطی در آن به کار برده می‌شود، می‌تواند اثرات پیام را تغییر دهد به گفته اورنگای کاست: انسان، انسان است به اضافه شرایطش، پس اگر این "شرایط" یا "محیط" تغییر کند و یا تحول یابد، انسان نیز باید تغییر و تحول یابد (به نقل از دادگران، ۱۳۷۴: ۱۲۳). شرایط می‌تواند شرایط فیزیکی و یا روحی روانی، فرهنگی اجتماعی باشد که در پژوهش حاضر به دلیل اهمیت نقش رسانه‌ها، بیشتر به عوامل اجتماعی اقتصادی پرداخته می‌شود که ارتباط تنگاتنگی به میزان دسترسی به رسانه‌ها دارد. تحقیقات نشان داده است که تنوع استفاده از رسانه‌های گوناگون علاوه بر شرایط اقتصادی به شرایط فرهنگی و اجتماعی نیز بستگی دارد که در این پژوهش سعی بر آن است که نقش این عوامل بر میزان شناسایی و گرایش نوجوانان و جوانان ایرانی مورد بررسی قرار گیرد.

در مورد نحوه تاثیرگذاری پیام‌های رسانه‌ها شواهد متعددی در روانشناسی شناختی وجود دارد که شناخت، حافظه، درک افراد تحت تاثیر پیام‌های دیداری و یا شنیداری قرار می‌گیرد که در معرض آن قرار گرفته‌اند، حتی هنگامی که به طور هشیارانه از آن آگاه نبوده‌اند (توت^۱ و همکاران، ۱۹۹۲؛ کیولسترم و بارنهارت^۲، ۱۹۹۲، لافتوس و کلینگر^۳، ۱۹۹۲، مارسل^۴، ۱۹۸۳؛ ریبر^۵، ۱۹۹۲؛ رادیجر^۶، ۱۹۹۰ همگی به نقل از کرسنر^۷، ۱۹۹۸). شواهد رو به رشدی هم از روانشناسی اجتماعی وجود دارد که طرز فکر و نگرش افراد تحت تاثیر اطلاعات ناشناخته‌ای قرار گرفته است (لوی^۸، ۱۹۸۹؛ سرونسکی، لایت فیت، و شرفین^۹، ۱۹۹۲؛ کالتر^{۱۰}، ۱۹۸۲؛ لواندوسکی، برینبریج^{۱۱}، ۱۹۹۴). به علاوه، دورکین^{۱۲}، (۱۹۹۸) عقیده دارد که نظام پردازش ناآگاهانه اطلاعات می‌تواند داده‌های پیچیده و ارتباطات بین آنها را موثرتر و سریعتر از شناخت-های هوشیارانه (آگاهانه) پردازش کند. برخی از صاحب‌نظران و متخصصان نیز به تحلیل

- 1- Toth
- 2- Kihlstorym, Barnhardt & Tataryn
- 3- Loftus & Klinger
- 4- Marcel
- 5-Reber
- 6-Roediger
- 7-Kirsner
- 8-Levy
- 9-Czerwinski, Lightfoot & Schifrin
- 10-Culter
- 11-Lewandowsky & Brainbridge
- 12 - Durkin

محتوای پیام‌های رسانه‌ها پرداخته‌اند و عقیده دارند که علاوه بر مفاهیم آشکار، مفاهیم پنهانی و ضمنی نیز در محتوای پیام‌ها وجود دارد. برای مثال، انیس¹ (۱۹۵۱)، عقیده دارد که افراد براساس محتوای ضمنی رسانه‌ها در مورد تربیت فرزندانشان، در مورد شغل، ساختن منزل، استفاده از خدمات درمانی و حل مسائل بین شخصی تصمیم‌گیری می‌کنند. تحقیقات انجام شده درباره تحلیل محتوای برنامه‌ها نشان می‌دهد که حتی در مواردی که نشان دادن تمایلات گروه‌های خاصی از طریق رسانه‌ها مجاز نیست، پیام‌های آنها به طور ضمنی در برنامه‌ها لحاظ شده است. بنا به اظهار دورکین "بی شک مایکل جکسون تنها شخصی نیست که به مفاهیم پنهانی نهفته در موزیک پاپ اشاره کرده است. طی دهه ۱۹۸۰، پاستور گاری و گرین واله و برخی دیگر از اشخاص مذهبی به مفاهیمی که در پخش وارونه موسیقی‌های راک نهفته است اشاره کرده‌اند. آنان این نوع موسیقی را به دلیل اینکه جوانانی را که به این موسیقی‌ها گوش داده‌اند را منحرف و به شیطان پرستی و یا خودکشی ترغیب کرده‌اند را محکوم می‌کنند" (دورکین، ۱۹۹۸: ۲۷۶). با توجه به گسترش و نفوذ روز افزون فناوری‌های نوین نظیر ماهواره، موبایل، بلوتوث و و تجدد گرایی قشر نوجوان و جوان و تمایل آنان به استفاده از این فناوری خطرات و آسیب‌های ناشی از این پدیده را بیش از پیش کرده است. از سویی عدم آموزش صحیح و ایجاد فرهنگ مناسب برای استفاده صحیح از این فناوری‌ها و کمبود سواد رایانه‌ای و اینترنتی سبب شده که به جای استفاده صحیح از این فناوری‌ها بیشتر به جنبه‌های سرگرم‌کننده این فناوری‌ها نظیر استفاده برای سرگرمی و شنیدن موسیقی اختصاص یابد.

سوال‌های پژوهش

۱. آیا میزان و منبع آشنایی با فرقه‌های شیطان پرستی در بین دانشجویان دختر و پسر دانشگاه اصفهان با همدیگر تفاوت معناداری دارد؟
۲. آیا تفاوتی در میزان و منبع آشنایی دانشجویان دختر و پسر با فرقه‌های شیطان پرستی در گروه‌های تحصیلی وجود دارد؟
۳. آیا میزان و منبع آشنایی با فرقه‌های شیطان پرستی در بین دانشجویان با پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده آنان تفاوت معناداری دارد؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر به روش پیمایشی و از نوع تبیینی است، جامعه آماری آن شامل کلیه دانشجویان دختر و پسر مشغول به تحصیل در گروه‌های پزشکی، فنی مهندسی و علوم انسانی دانشگاه اصفهان در سال تحصیلی ۸۸-۱۳۸۷ است. نمونه پژوهش نیز شامل ۳۴۰ نفر از دانشجویان است که به صورت تصادفی انتخاب و در این تحقیق شرکت کرده‌اند. لازم به توضیح است که از این تعداد ۱۴۰ نفر دختر، ۲۰۰ نفر پسر، ۱۴۰ نفر پزشکی، ۱۰۰ نفر انسانی و ۱۰۰ نفر فنی و مهندسی بودند. قبل از اجرای پرسشنامه در مورد هدف پژوهش و محرمانه ماندن اطلاعات بدست آمده از آن برای آزمودنی‌ها توضیحات لازم داده شد و سپس پرسشنامه به صورت گروهی و در کلاس‌های درس روی آن‌ها اجرا شد. پس از جمع‌آوری داده‌های پژوهش، داده‌ها با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل، تحلیل واریانس یک راهه (پس آزمون توکی) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. همچنین برای ارزیابی اعتبار سازه این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی استفاده شده است.

یافته‌ها

در این بخش، ابتدا ویژگی‌های توصیفی گروه نمونه به تفکیک جنیست، رشته تحصیلی، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، میزان و منبع آشنایی با فرقه‌های شیطان پرستی ارائه خواهد شد و سپس آمار توصیفی مربوط به سوالات پژوهش بررسی خواهد شد. در گروه نمونه ۲۱۵ نفر زن (۶۴ درصد) و ۱۲۱ نفر مرد (۳۶ درصد) هستند و گروه تحصیلی نمونه ۹۷ نفر فنی و مهندسی (۴۲ درصد) و ۹۸ نفر علوم انسانی (۲۹ درصد) و پزشکی ۱۳۸ نفر (۴۱ درصد) هستند.

جدول ۱. ویژگی‌های توصیفی گروه نمونه براساس شغل پدر و مادر

کل	دکتری	فوق لیسانس	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	سیکل	بیسواد	
۳۴۳	۱۲	۱۹	۵۷	۱۸	۸۱	۹۳	۶۳	پدر
%۱۰۰	%۳/۵	%۵/۵	%۱۶/۶	%۲/۵	%۲۳/۶	%۲۷/۱	%۱۸/۴	
۳۴۳	۵	۸	۲۹	۱۱	۸۳	۱۲۵	۸۲	مادر
%۱۰۰	%۱/۵	%۲/۳	%۸/۵	%۳/۲	%۲۴/۲	%۳۶/۴	%۲۳/۹	

همانگونه که در جدول ۱ ملاحظه می شود، سطح تحصیلات اکثر پدران و مادران دارای مدرک تحصیلی سیکل است.

جدول ۲. ویژگی های توصیفی افراد نمونه براساس شغل پدر و مادر

کل	متخصص	کارگر	کارمند	خانه دار	آزاد	
۲۲۰	۱۲	۲۱	۹۱		۹۶	شغل پدر
%۱۰۰	%۵/۵	%۹/۵	%۴۱/۴	۰	%۴۴/۶	
۲۶۷	۷	۰	۴۳	۲۱۷	۰	شغل مادر
%۱۰۰	۲/۶	۰	%۱۶/۱	%۸۱/۳		

جدول ۲ نشان می دهد که شغل اکثر پدران شغل آزاد و یا کارمند بوده است و شغل اکثر مادران خانه دار است.

جدول ۳. ویژگی های توصیفی افراد نمونه براساس میزان آشنایی با فرقه های شیطان پرستی

کل	بدون پاسخ	خیر	بلی	
۳۴۳	۱۵	۴۳	۲۸۵	فراوانی
۱۰۰	۴/۴	۱۲/۵	۸۳/۱	درصد

همانگونه که مشاهده می شود ۸۳ درصد از دانشجویان اظهار کردند که با فرقه های شیطان پرستی آشنایی کلی داشته ، به عبارت دیگر مطلب یا موضوعی را در این باره دیده و یا شنیده اند.

جدول ۴. ویژگی های توصیفی افراد نمونه براساس منبع آشنایی با فرقه های شیطان پرستی

کل	بلی	خیر		
فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	
۱۰۰	۳۴۳	۷	۲۴	جزوه
۱۰۰	۳۴۳	۱۰/۸	۳۷	کتاب
۱۰۰	۳۴۲	۲۱/۹	۷۵	مجلات
۱۰۰	۳۴۲	۱۹	۶۵	روزنامه ها
۱۰۰	۳۴۳	۵۶	۱۹۳	تلویزیون
۱۰۰	۳۴۳	۶/۴	۲۲	سینما

۱۰۰	۳۴۲	۳۲/۵	۱۱۱	۶۷/۵	۲۳۱	اینترنت
۱۰۰	۳۴۳	۳/۵	۱۲	۹۶/۵	۳۳۱	کافی نت ها
۱۰۰	۳۴۳	۱۲/۲	۴۲	۸۷/۸	۳۰۱	ماهواره
۱۰۰	۳۴۲	۵/۳	۱۸	۹۴/۷	۳۲۴	تلفن همراه
۱۰۰	۳۴۳	۶/۴	۲۲	۹۳/۶	۳۲۱	بازیهای کامپیوتری
۱۰۰	۳۴۲	۸/۸	۳۰	۹۱/۲	۳۱۲	کاست ها و سی دی ها
۱۰۰	۳۴۳	۲۰/۱	۶۹	۷۹/۹	۲۷۴	موسیقی غربی و رپ
۱۰۰	۳۴۳	۲۴/۸	۸۵	۷۵/۲	۲۵۸	دوستان و آشنایان
۱۰۰	۳۴۳	۱۴/۹	۵۱	۸۵/۱	۲۹۲	همکلاسی ها
۱۰۰	۳۴۲	۸/۵	۲۹	۹۱/۵	۳۱۲	کلاسهای دانشگاه
۱۰۰	۳۴۱	۵/۳	۱۸	۹۴/۷	۳۲۳	میهمانی ها
۱۰۰	۳۴۳	۷/۶	۲۶	۹۲/۴	۳۱۷	توسط یکی از افراد خانواده
۱۰۰	۳۴۳	۱۰/۲	۳۵	۸۹/۸	۳۰۸	زبور آلات
۱۰۰	۳۴۲	۱۹/۶	۶۷	۸۰/۴	۲۷۵	تی شرت ها
۱۰۰	۳۴۲	۳/۲	۱۱	۹۶/۶	۳۳۱	سرویس های حمل و نقل عمومی
۱۰۰	۳۴۳	۹	۳۱	۹۱	۳۱۲	پوسترها
۱۰۰	۳۴۱	۴/۴	۱۵	۹۵/۶	۳۲۶	پارک ها و اماکن عمومی
۱۰۰	۳۴۳	۵/۵	۱۹	۹۴/۵	۳۲۴	رادیو

اطلاعات توصیفی مربوط به تفاوت های جنسیتی در میزان و منبع آشنایی دانشجویان با فرقه های شیطان پرستی در جدول ۷، ۸، ۹ مشاهده می شود.

جدول ۵. ویژگی های توصیفی مربوط به تفاوت های جنسیتی در میزان و منبع آشنایی کلی دانشجویان با فرقه های شیطان پرستی

عامل ها جنسیت	عامل اول		عامل دوم		عامل سوم		عامل چهارم	
	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین
زن	۲۱۳	۰/۸۶	۲۱۴	۰/۴۴	۲۱۲	۰/۷۳	۲۱۱	۰/۴۱
مرد	۱۲۰	۱/۱۶	۱۲۱	۰/۷۰	۱۲۱	۰/۸۳	۱۲۱	۰/۴۶

اطلاعات جدول ۵ نشان می دهد که میانگین نمرات دانشجویان پسر در هر چهار عامل آشنایی کلی با فرقه های شیطان پرستی بیشتر از دانشجویان دختر است.

جدول ۶. ویژگی های توصیفی مربوط به تفاوت های جنسیتی در میزان و منبع آشنایی با اصطلاحات شیطان پرستی در دانشجویان

عامل ها جنسیت	عامل اول		عامل دوم		عامل سوم		عامل چهارم	
	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین
زن	۲۱۵	۰/۶۳	۲۱۳	۰/۶۵	۲۱۵	۰/۱۳	۲۱۳	۰/۴۸
مرد	۱۲۰	۱/۱۱	۱۲۱	۰/۷۵	۱۲۰	۰/۱۸	۱۲۱	۰/۷۴

همانگونه که مشاهده می شود میانگین نمرات دانشجویان پسر در هر چهار عامل آشنایی با اصطلاحات شیطان پرستی بیشتر از دانشجویان دختر است.

جدول ۷. ویژگی های توصیفی مربوط به تفاوت های جنسیتی در میزان و منبع آشنایی با نمادهای شیطان پرستی در دانشجویان

	عامل اول		عامل دوم		عامل سوم	
	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین
زن	۲۱۵	۱/۲	۲۱۴	۰/۳۰	۲۱۴	۰/۸۷
مرد	۱۲۱	۱/۷	۱۲۰	۰/۵۰	۱۲۰	۱/۲

همانگونه که در جدول ۷ ملاحظه می شود، میانگین نمرات دانشجویان پسر در هر سه عامل آشنایی با نمادهای شیطان پرستی بیشتر از دانشجویان دختر است.

پس از بررسی آمار توصیفی ویژگی‌ها، در ادامه تحلیل‌های آماری مربوط به سوالات پژوهش به ترتیب ارائه خواهد شد.

جدول ۸. نتایج آزمون T مستقل جهت بررسی تفاوت‌های جنسیتی در میزان و منبع آشنایی کلی دانشجویان با فرقه‌های شیطان پرستی

سطح معناداری	df	T	آشنایی کلی با شیطان پرستی	
			نوع رسانه	
* / .۰۲	۳۳۱	۲/۲۰	فن آوری های نوین آموزشی	
* / .۰۳	۲۱۳/۵۸	۲/۰۹		
* / .۰۱	۳۳۳	۲/۴۸	رسانه های دیداری	
* / .۰۲	۱۹۰/۱۵	۲/۲۷		
. / ۴۶	۳۳۱	. / ۷۳	رسانه های شنیداری	
. / ۴۷	۲۲۷/۳۸	. / ۷۱		
. / ۵۵	۳۳۰	. / ۵۹	رسانه های چاپی	
. / ۵۷	۲۱۷/۸۲	. / ۵۶		
			آشنایی با اصطلاحات رایج شیطان پرستی	
			نوع رسانه	
** / .۰۰	۳۳۳	۳/۲۸	رسانه های حامل پیام غربی	
** / .۰۰	۲۱۲/۰۳	۳/۱۲		
. / ۳۷	۳۳۲	. / ۸۹	رسانه های دیداری- شنیداری	
. / ۳۷	۲۴۱/۱۲	. / ۸۸		
. / ۲۹	۳۳۳	. / ۰۶	رسانه های ترکیبی (چاپی و شنیداری)	
. / ۳۳	۱۸۶/۱۹	. / ۹۶		
** / .۰۰	۳۳۲	۲/۶۷	رسانه های ترکیبی (شنیداری و دیداری- شنیداری)	
* / .۰۱	۲۱۲/۶۳	۲/۵۳		
* / .۰۲	۳۳۴	۲/۳۲	رسانه های دیداری- شنیداری	
* / .۰۳	۲۰۴	۲/۱۷		
* / .۰۲	۳۳۴	۲/۳۴	رسانه های حامل پیام غربی	
* / .۰۳	۱۹۸	۲/۱۷		
** / .۰۰۱	۳۳۳	۳/۲۴	رسانه های چاپی	
** / .۰۰۱	۲۶۴	۳/۳۲		

*P < .۰۵ **P < .۰۰۱

به منظور بررسی تفاوت های جنسیتی در میزان و منبع آشنایی دانشجویان دختر و پسر با فرقه های شیطان پرستی از آزمون T برای نمونه های مستقل استفاده شد که نتایج آن را در جدول شماره ۸ مشاهده می کنید. همانگونه که قبلا ذکر شد این تفاوت ها در سه زمینه مورد بررسی قرار گرفت که عبارتند از میزان آشنایی کلی با فرقه های شیطان پرستی، میزان آشنایی با اصطلاحات رایج در فرقه های شیطان پرستی و میزا آشنایی با نمادهای تصویری فرقه های شیطان پرستی.

چنان که در جدول ۸ مشاهده می شود مقادیر t برای عامل اول و عامل دوم از سوال دوم و برای عامل های اول و چهارم از سوال چهارم معنادار هستند، به عبارت دیگر بین دانشجویان دختر و پسر از نظر میزان آشنایی کلی با فرقه های شیطان پرستی و از نظر میزان آشنایی با اصطلاحات و نمادهای تصویری رایج در شیطان پرستی تفاوت معناداری وجود دارد و دانشجویان پسر آشنایی بیشتری با فرقه های شیطان پرستی، اصطلاحات و نمادهای رایج آن دارند و منبع این تفاوتها در مورد آشنایی کلی با فرقه های شیطان پرستی مربوط به رسانه فن آوری های نوین آموزشی و رسانه های دیداری است و در مورد آشنایی با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی مربوط به رسانه های حامل پیام های غربی و رسانه های ترکیبی از نوع شنیداری و دیداری- شنیداری است. و در مورد آشنایی با نمادهای تصویری رایج در شیطان پرستی مربوط به رسانه های دیداری- شنیداری، رسانه های حامل پیام غربی و رسانه های چاپی می باشد. جهت بررسی تفاوت دانشجویان رشته های فنی- مهندسی، پزشکی و علوم انسانی از نظر میزان و منبع آشنایی با فرقه های شیطان پرستی از آزمون تحلیل واریانس یک راهه استفاده شد که نتایج آن را در جدول ۹ مشاهده می کنید.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۹. نتایج آزمون تحلیل واریانس یکراهه

سطح معناداری	f	Ms	df	SS	میزان آشنایی کلی با فرقه های شیطان پرستی نوع رسانه
.۱۱	۲/۱۶	۳/۰۸۰ ۱/۴۲	۲ ۳۲۷ ۳۲۹	۶/۱۶ ۴۶۵/۶۴ ۴۷۱/۸۰	فن آوری های نوین بین گروهی درون گروهی کل
.۲۰	۱/۵۹	۱/۳۷ .۸۶	۲ ۳۲۹ ۳۳۱	۲/۷۵ ۲۸۳/۸۸ ۲۸۶/۶۳	رسانه های دیداری بین گروهی درون گروهی کل
.۱۵۶	.۱۵۶	.۷۳ ۱/۲۹	۲ ۳۲۷ ۳۲۹	۱/۴۶ ۴۲۴/۴۸ ۴۲۵/۹۵	رسانه های شنیداری بین گروهی درون گروهی کل
.۱۶۷	.۳۸	.۲۶ .۱۶۷	۲ ۳۲۶ ۳۲۸	.۵۲۴ ۲۲۰/۳۲ ۲۲۰/۸۴	رسانه های چاپی بین گروهی درون گروهی کل
					اصطلاحات رایج شیطان پرستی نوع رسانه
.۰۱	۴/۲۱	۷/۰۷۰ ۱/۶۷	۲ ۳۲۹ ۳۳۱	۱۴/۱۴ ۵۵۲/۲۸ ۵۶۶/۴۲	رسانه های حامل پیام غربی بین گروهی درون گروهی کل
.۱۵۹	.۱۵۹	.۵۰۲ .۱۹۶	۲ ۳۲۸ ۳۳۰	۱/۰۰ ۳۱۷/۵۶ ۳۱۸/۵۶	رسانه های دیداری - شنیداری بین گروهی درون گروهی کل
.۱۴	۱/۹۷	.۳۷ .۱۹	۲ ۳۲۹ ۳۳۱	.۷۵ ۶۳/۰۱ ۶۳/۷۶	رسانه های ترکیبی (چاپی و شنیداری) بین گروهی درون گروهی کل

**	۵/۸۸	۴/۱۶	۲	۸/۳۳	رسانه های ترکیبی(شنیداری بین گروهی و دیداری-شنیداری) درون گروهی کل
.۱۰۰		.۷۰	۳۲۸ ۳۳۰	۳۳۲/۲۹ ۲۴۰/۶۲	
					آشنایی با نمادهای تصویری شیطان پرستی نوع رسانه
					رسانه های دیداری-شنیدار بین گروهی درون گروهی کل
.۵۲	.۶۵	۱/۹۵ ۳	۲ ۳۳۰ ۳۳۲	۳/۸۹ ۹۹۴ ۹۹۸	
					رسانه های حامل پیام غرب بین گروهی درون گروهی کل
.۸۵	.۱۶	.۰۹ .۶۱	۲ ۳۳۰ ۳۳۲	.۱۹ ۲۰۲ ۲۰۲/۲	
					رسانه های چاپی بین گروهی درون گروهی کل
*	۳/۷	۳/۵۲ .۹۵	۲ ۳۲۹ ۳۳۱	۷/۰۳ ۳۱۲ ۳۱۹	

*P<.۰۵ **P<.۰۰۱

همانگونه که در جدول بالا مشاهده می گردد مقدار f برای عامل اول از سوال چهارم یا رسانه- های حامل پیام های غربی و مقدار f برای عامل چهارم از سوال چهار یا رسانه های ترکیبی از نوع شنیداری و دیداری-شنیداری و عامل سوم از سوال ششم یا رسانه های چاپی معنادار است. به عبارت دیگر بین دانشجویان رشته های پزشکی، فنی مهندسی و علوم انسانی از نظر میزان و منبع آشنایی با فرقه های شیطان پرستی تفاوت معناداری وجود دارد و منبع این تفاوتها در مورد آشنایی با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی مربوط به رسانه های حامل پیام های غربی و رسانه های ترکیبی(شنیداری و دیداری- شنیداری) است و در رابطه با آشنایی با نمادهای تصویری رایج در شیطان پرستی مربوط به رسانه های چاپی است.

بین دانشجویان فنی- مهندسی و دانشجویان و علوم انسانی از نظر میزان آشنایی با "اصطلاحات و نمادهای رایج در شیطان پرستی" تفاوت معناداری وجود دارد و منبع این تفاوتها به ترتیب مربوط به رسانه های حامل پیام های غربی، رسانه های ترکیبی از نوع شنیداری و دیداری- شنیداری و رسانه های چاپی است، به عبارت دیگر میزان آشنایی دانشجویان فنی- مهندسی با

اصطلاحات و نمادهای رایج در فرقه‌های شیطان پرستی بیشتر از دانشجویان علوم انسانی بوده است. در قسمت بعد رابطه سطح سواد پدر را با میزان و منبع آشنایی با شیطان پرستی مورد بررسی قرار خواهیم داد.

برای (رسانه های حامل پیام غربی) در بعد آشنایی با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی و رسانه‌های حامل پیام‌های غربی از بعد آشنایی با نمادهای تصویری رایج در شیطان پرستی ($f= 3/83$) معنادار است. به عبارت دیگر فقط بین سطح سواد پدر و میزان آشنایی دانشجویان با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی رابطه معناداری وجود دارد و منبع این رابطه همان رسانه‌های حامل پیام‌های غربی است. هم چنین بین سطح سواد پدر و میزان آشنایی با نمادهای تصویری رایج در شیطان پرستی رابطه معناداری وجود دارد و مجدداً منبع این رابطه رسانه‌های حامل پیام‌های غربی است. در ادامه نتایج آزمون توکی را در جدول مشاهده می کنید.

همانگونه که مشاهده می شود میزان آشنایی دانشجویانی که سطح تحصیلات پدر آنها سیکل و فوق لیسانس است تفاوت معناداری با یکدیگر دارد. به عبارت دیگر میزان آشنایی دانشجویانی که پدر آنها دارای تحصیلات فوق لیسانس است با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی بیشتر از دانشجویانی است که پدر آنها دارای تحصیلات سیکل است. هم چنین دانشجویانی که پدر آنها دارای تحصیلات فوق لیسانس است تفاوت معناداری با دانشجویانی که پدر آنها بی سواد است از نظر میزان آشنایی با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی دارند. به عبارت دیگر دانشجویانی که پدرشان تحصیلات فوق لیسانس دارند آشنایی بیشتری با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی دارند تا دانشجویانی که پدر آنها بی سواد است و منبع این تفاوتها مربوط به رسانه‌های حامل پیام غربی است. هم چنین در رابطه با میزان آشنایی دانشجویان با نمادهای تصویری رایج در شیطان پرستی مشاهده شد که دانشجویانی که پدر آنها دارای تحصیلات فوق لیسانس است با دانشجویانی که پدر آنها دارای تحصیلات سیکل است تفاوت معناداری دارند و منبع این تفاوت مربوط به رسانه‌های حامل پیام‌های غربی است. به علاوه دانشجویانی که میزان تحصیلات پدر آن‌ها فوق لیسانس است با دانشجویانی که پدر آنها بی سواد یا لیسانس است از نظر میزان آشنایی با نمادهای رایج در شیطان پرستی تفاوت معناداری دارند و منبع این تفاوتها مربوط به رسانه‌های دیداری- شنیداری است. تفاوت دانشجویانی که پدر آنها دارای تحصیلات دکتری است نیز با دانشجویانی که پدر آنها بی سواد، سیکل و لیسانس است نیز از این نظر معنادار است. به عبارت دیگر هر چه تحصیلات پدر دانشجویان بیشتر باشد میزان

آشنایی آن‌ها با اصطلاحات و نمادهای رایج در شیطان پرستی بیشتر است. جهت بررسی رابطه سطح سواد مادر و میزان و منبع آشنایی دانشجویان با فرقه‌های شیطان پرستی نیز از آزمون تحلیل واریانس یک راهه استفاده شد که نتایج آن را در جدول ۶ مشاهده می‌کنید.

رابطه معناداری بین سطح سواد مادر دانشجویان و میزان آشنایی کلی آنان با فرقه‌های شیطان پرستی وجود دارد و منبع این آشنایی مربوط به رسانه‌های فن آوری‌های نوین آموزشی و رسانه‌های شنیداری است. هم‌چنین بین سطح سواد مادر و میزان آشنایی دانشجویان با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی رابطه معناداری وجود دارد و منبع آن مربوط به رسانه‌های حامل پیام‌های غربی و رسانه‌های ترکیبی از نوع شنیداری و دیداری- شنیداری است. نتایج آزمون توکی در جدول ۱۶ نشان می‌دهد، دانشجویانی که تحصیلات مادر آنها دکتری است با دانشجویانی که تحصیلات مادر آنها سیکل، دیپلم، فوق لیسانس یا بی‌سواد است از نظر میزان آشنایی کلی با فرقه‌های شیطان پرستی تفاوت معناداری دارند، به عبارت دیگر دانشجویانی که تحصیلات ما در آنها دکتری است نسبت به سایر دانشجویان آشنایی بیشتری با فرقه‌های شیطان پرستی دارند و منبع این آشنایی بیشتر مربوط به رسانه فن آوری‌های نوین آموزشی است. هم‌چنین مشاهده می‌شود که این تفاوت‌ها در رابطه با رسانه‌های شنیداری نیز معنادار است. و در مورد میزان آشنایی دانشجویان با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی نیز تفاوت معناداری بین دانشجویانی که تحصیلات ما در آنها دکتری است و سایر دانشجویان وجود دارد و منبع این تفاوتها مربوط به رسانه‌های حامل پیام‌های غربی و رسانه‌های ترکیبی از نوع شنیداری و دیداری- شنیداری است. به عبارت دیگر هر چه میزان تحصیلات ما در دانشجویان بالاتر باشد میزان آشنایی آن‌ها با فرقه‌های شیطان پرستی و اصطلاحات رایج در آن‌ها بیشتر است. جهت بررسی رابطه بین شغل پدر و مادر با میزان آشنایی دانشجویان با فرقه‌های شیطان پرستی و اصطلاحات و نمادهای رایج در آن‌ها نیز از آزمون تحلیل واریانس یک راهه استفاده شده است.

رابطه معناداری بین شغل پدر دانشجویان و میزان آشنایی کلی آن‌ها با فرقه‌های شیطان پرستی وجود دارد و منبع این رابطه مربوط به رسانه فن آوری‌های نوین آموزشی و رسانه‌های دیداری است. هم‌چنین مشاهده می‌شود که بین شغل پدر و میزان آشنایی دانشجویان با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی رابطه معناداری وجود دارد و منبع آن رسانه‌های دیداری است. به علاوه نتایج آزمون پسین توکی نشان داد که: میزان آشنایی کلی دانشجویانی که پدر آنها متخصص است با فرقه‌های شیطان پرستی بیشتر از دانشجویانی است که شغل پدر آنها

آزاد یا کارمند است و منبع این آشنایی بیشتر رسانه‌های فن آوری های نوین آموزشی است. از طرفی مشاهده شد که دانشجویانی که پدر آنها متخصص است نسبت به آنهایی که پدرشان شغل آزاد دارند یا کارمند است، آشنایی کلی بیشتری با فرقه‌های شیطان پرستی دارند و منبع این آشنایی رسانه‌های دیداری است. در رابطه با میزان آشنایی دانشجویان با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی مشاهده شد دانشجویان که پدر آنها متخصص است آشنایی بیشتری با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی دارند تا دانشجویانی که پدرشان شغل آزاد دارند یا کارگر هستند. در مورد شغل پدر و ارتباط آن با آشنایی دانشجویان با نمادهای تصویری شیطان پرستی هیچ رابطه معناداری مشاهده نشد.

رابطه معناداری بین شغل مادر با میزان آشنایی کلی دانشجویان با فرقه های شیطان پرستی و اصطلاحات رایج در این فرقه وجود دارد و منبع این رابطه معنادار به ترتیب مربوط به رسانه های شنیداری و رسانه های ترکیبی از نوع شنیداری و دیداری - شنیداری است. به علاوه هیچ رابطه معناداری بین شغل مادر و میزان آشنایی دانشجویان با نمادهای تصویری رایج در شیطان پرستی مشاهده نشد. از طرفی نتایج آزمون پسین توکی نشان داد که دانشجویانی که مادر آنها متخصص است آشنایی کلی بیشتری با فرقه‌های شیطان پرستی دارند تا دانشجویانی که مادر آنها خانه دار یا کارمند است. هم چنین مشاهده شد که دانشجویانی که مادر آن ها شغل تخصصی دارند نسبت به دانشجویانی که مادر آنها خانه دار یا کارمند است، آشنایی بیشتری با اصطلاحات رایج در شیطان پرستی دارند.

بحث و نتیجه گیری

همانگونه که قبلاً اشاره شد هدف از پژوهش حاضر بررسی میزان آشنایی دانشجویان دانشگاه اصفهان با فرقه های شیطان پرستی با تاکید بر نقش رسانه‌ها و پایگاه اجتماعی - اقتصادی بود. یافته‌ها نشان داد که بین دانشجویان دختر و پسر از نظر میزان آشنایی کلی با فرقه‌های شیطان پرستی و از نظر آشنایی با اصطلاحات و نمادهای تصویری رایج در این فرقه‌ها تفاوت معناداری وجود دارد و دانشجویان پسر آشنایی بیشتری با فرقه‌های شیطان پرستی، اصطلاحات و نمادهای رایج در آنها دارند و منبع این آشنایی بیشتر مربوط به رسانه فن آوری‌های نوین آموزشی نظیر ماهواره ، تلفن همراه و اینترنت و رسانه‌های دیداری نظیر عکس، زیورآلات ، تی شرت‌ها، رسانه‌های حامل پیام‌های غربی نظیر کاست ها و CDها، برنامه های صوتی و تصویری

حاوی موسیقی غربی و رپ و پارتی‌ها و رسانه‌های ترکیبی از نوع شنیداری و دیداری-شنیداری نظیر آشنایان، دوستان و همکلاسی‌ها است.

احتمالاً یکی از دلایل آشنایی بیشتر دانشجویان پسر با فرقه‌های شیطان پرستی، اصطلاحات و نمادهای رایج در آن‌ها، مربوط به وجود تفاوت‌های جنسیتی در میزان و چگونگی رجوع به اینترنت و استفاده از این رسانه است. در این راستا، نتایج تحقیقات نیز نشان داده‌اند که میزان و چگونگی استفاده از اینترنت و رسانه‌های دیگر در بین دانشجویان دختر و پسر متفاوت است (دهقانی، ۱۳۸۸؛ دهقانی و زمانی، ۲۰۱۱؛ ترک زاده و همکاران، ۲۰۰۲). نتایج پژوهش دهقانی (۱۳۸۸) نشان می‌دهد که پسران در انجام فعالیت‌های اینترنتی و رایانه‌ای از توانایی و خلاقیت بالاتری نسبت به دختران برخوردار بوده و بهتر عمل می‌کنند. همچنین مشاهده شد که دختران از نظر اطمینان به توانایی‌شان در استفاده از اینترنت از اعتماد به نفس کمتری نسبت به پسران برخوردارند. نتایج تحقیق ترک زاده و همکاران (۲۰۰۲) نیز نشان می‌دهد که کارآمدی اینترنتی پسران چه قبل و چه بعد از دوره آموزشی در سطحی بالاتر از دختران است. به طور کلی، به نظر می‌رسد که بین رسانه‌ها و نگرش‌های جنسیتی ارتباط دوسویه وجود دارد که توسط کلیشه‌های جنسیتی واسطه‌گری می‌شود. از یک سو، رسانه‌ها با ارائه الگوهای مبتنی بر نقش‌های جنسیتی (کار با فناوری‌ها به عنوان کاری مردانه) منجر به تقویت کلیشه‌های جنسیتی شده از سوی دیگر این کلیشه‌ها سبب تفاوت استفاده از این رسانه‌ها و فناوری‌های نوین در دوجنس می‌گردد. لذا پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی نقش واسطه‌ای کلیشه‌های جنسیتی در ارتباط بین رسانه‌ها و میزان گرایش به فرقه‌های شیطان پرستی در قالب الگوهای ساختاری و علی بررسی گردد.

یافته‌ها در رابطه با ارتباط رشته تحصیلی با میزان آشنایی با فرقه‌های شیطان پرستی نیز بیانگر تفاوت معنادار دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی و علوم انسانی با یکدیگر است. به طوری که دانشجویان فنی-مهندسی آشنایی بیشتری با اصطلاحات و نمادهای رایج در فرقه‌های شیطان پرستی دارند و منبع این آشنایی بیشتر مربوط به رسانه‌های حامل پیام‌های غربی، رسانه‌های ترکیبی از نوع دیداری-شنیداری و شنیداری است. احتمالاً یکی از دلایل آشنایی بیشتر دانشجویان رشته فنی-مهندسی با اصطلاحات و نمادهای رایج در فرقه‌های شیطان پرستی اولاً مربوط به ماهیت و ویژگی رشته تحصیلی آنان و استفاده بیشتر آنها از کامپیوتر، فن‌آوری‌های اطلاعات و اینترنت و رجوع به سایت‌های مختلف کامپیوتری است. ثانیاً این تفاوت‌ها

می تواند مربوط به تعداد بیشتر پسران شاغل به تحصیل در این رشته‌ها نسبت به دختران باشد که در قسمت قبل نیز به آن اشاره شد.

یافته‌ها از وجود ارتباط مثبت و معنادار بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانواده و میزان آشنایی با فرقه‌های شیطان پرستی، اصطلاحات و نمادهای رایج در این فرقه‌ها نیز حمایت کرده و نشان دهنده ارتباط مثبت و معنادار بین سطح سواد پدر و مادر و شغل پدر با میزان آشنایی با فرقه‌های شیطان پرستی است. به عبارت دیگر مشاهده شد که هر چه سطح تحصیلات پدر و مادر دانشجویان بالاتر باشد، و هر چه شغل پدر دانشجویان تخصصی تر باشد، میزان آشنایی کلی آنان با فرقه‌های شیطان پرستی و اصطلاحات و نمادهای تصویری رایج در این فرقه‌ها بیشتر است. به عبارت دیگر دانشجویان متعلق به خانواده‌هایی که پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالاتری دارند، آشنایی بیشتری با فرقه‌های شیطان پرستی دارند و منبع این آشنایی بیشتر آنها مربوط به رسانه‌های حامل پیام غربی نظیر ماهواره، اینترنت و غیره و رسانه‌های شنیداری و دیداری-شنیداری است. احتمالاً فرزندان خانواده‌هایی که از پایگاه فرهنگی-اجتماعی بالاتری برخوردارند، به دلیل پایگاه اقتصادی بالاتر امکان دسترسی بیشتری به ماهواره، اینترنت، کامپیوتر و... دارند، در نتیجه با این فرقه‌ها آشنایی بیشتری دارند. نتایج تحقیقات انجام شده در خارج از کشور نیز نشانگر نقش رسانه‌ها در ترویج و توسعه شیطان پرستی در کشور نروژ است (دیرندال، ۲۰۰۵). لازم به توضیح است که یافته‌ها در رابطه با شغل مادر و ارتباط آن با میزان آشنایی دانشجویان با فرقه‌های شیطان پرستی نشان داد که بین شغل مادر با آشنایی کلی با فرقه‌های شیطان پرستی و همچنین آشنایی با اصطلاحات رایج در این رشته‌ها رابطه معنی داری وجود دارد. این یافته‌ها همسو با نتایج پژوهش شعشانی و خلیلی (۲۰۰۱)، مبنی بر تاثیر میزان تحصیلات والدین بر میزان استفاده دانشجویان از اینترنت و فناوری های نوین و نگرش مثبت تر نسبت به سودمندی آنان است. به علاوه، یکی از یافته‌های مهم پژوهش حاضر، اهمیت و نقش رسانه‌ها در میزان آشنایی دانشجویان با فرقه‌های شیطان پرستی و علائم و نمادهای تصویری آن از نظر جنسیتی، رشته تحصیلی و پایگاه اجتماعی، اقتصادی آنان است. در واقع به نظر می‌رسد آنچه در محور اصلی این تفاوت‌ها قرار دارد، نقش و پایگاه رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های حامل پیام‌های غربی، دیداری-شنیداری و دیداری است. نتایج اکثر مطالعات کلان بنیاد پایین نیز در راستای این یافته است. چنانچه کوهن سه آ و فوژی رالا به نقل از کازنو (۱۳۷۳) با دیدی متفاوت ولی متناسب با اصول روانشناسی جدید تاکید دارند که پیام های

سمعی و بصری، برخلاف پیامهای کتبی (رسانه‌های چاپی) بدون عبور از موانع و صافی‌های عقلی، به طور مستقیم بر حواس اثر می‌گذارند.

یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر استفاده از روش خود گزارش دهی جهت بررسی میزان آشنایی و منبع دانشجویان با فرقه‌های شیطان پرستی است. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات بعدی ضمن استفاده از مصاحبه ساختار یافته و نیمه ساختار یافته، گروه نمونه از میان اقشار مختلف جوانان و نوجوانان از جمله دانش آموزان دبیرستانی و نوجوانان و جوانانی که به کافی نت‌ها رجوع می‌کنند انتخاب شده و میزان آشنایی آنان با فرقه‌های شیطان پرستی با یکدیگر مقایسه گردد. هم‌چنین با توجه به نقش رسانه‌های دیداری-شنیداری و شنیداری و رسانه‌های حامل پیام‌های غربی در توسعه و ترویج عقاید و نمادهای شیطان پرستی پیشنهاد می‌گردد، رسانه‌های داخلی اقدام به تهیه و پخش برنامه‌های آموزشی جهت آشنایی بیشتر جوانان و نوجوانان و خانواده‌های آنها با آسیب‌های ناشی از پیوستن آنها به این فرقه‌ها نمایند.

منابع

- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵) تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی: تهران.
- آورنسون، الیور (۱۳۸۴) روانشناسی اجتماعی، ترجمه دکتر حسین شکر کن، انتشارات دانشگاه شهید چمران.
- دادگران، سید محمد (۱۳۸۴) مبانی ارتباط جمعی، انتشارات مروارید: تهران.
- دهقانی، لیلیا (۱۳۸۸) بررسی مقیاس‌های نگرش دانشجویان بر کاربرد اینترنت در دانشگاه‌های اصفهان و علوم پزشکی برحسب مولفه‌های دموگرافیک، پایان نامه کارشناسی ارشد برنامه ریزی آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی: اصفهان.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۷) جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: انتشارات اطلاعات.
- شرام، ویلبر (۱۳۶۸) روانشناسی و ارتباط، ترجمه محمد رضا طالبی نژاد، مرکز نشر دانشگاهی: تهران.
- کازنو، ژان (۱۳۶۴ الف) قدرت تلویزیون، ترجمه علی اسدی، چاپ اول، تهران.
- کازنو، ژان (۱۳۷۳ ب) جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه دکتر باقر ساروخانی و دکتر منوچهر محسنی، انتشارات اطلاعات، تهران.

- مک لوهان، مارشال (۱۳۵۴) آئینه های جیبی آقای مک لوهان، ترجمه ابراهیم رشید پور، دفتر انتشارات رادیو و تلویزیون، تهران.
- محسنی، منوچهر (۱۳۶۲) مقدمات جامعه شناسی، انتشارات پژوهش، چاپ اول، تهران.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۶۲) ارتباط شناسی، انتشارات سروش، تهران.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۵۵) وسایل ارتباط جمعی، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، جلد اول، تهران.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱) مطالعات انتقادی در وسایل ارتباط جمعی، مجله رسانه، ۹ (۳) ۹:
- ملوین، د. دنیس، ا.ا. (۱۳۸۷) شناخت ارتباطات جمعی، ترجمه سیروس مرادی و ناصر باهنر، چاپ دوم، انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران: تهران.
- Culter, A (1982). The reliability of speech errors data, in A. Culter (Ed). Slips of the tongue, Berlin: Mouton
- Czerwinski, M. LightFoot, N. & Shiffrin, M. (1992) Automation & training in visual search, American Journal of Psychology, 105, 271-351.
- Dehghani, L. Zamani, B. E. & Abedi, A. (2011), Relation between Iranian students' attitudes subscales with the kind of internet usage in universities, 3rd world conference on educational sciences- 2011 Bahceschir university, ۲۰۱۰/۰۲/۰۳, Turkey, Istanbul.
- Durkin, K. (1998). Implicit content and implicit processes in mass media use, in Kim Kirsner, "Implicit and explicit processes, University of Australia: Australia
- Dyrendal, A. (2005). Media construction of "Satanism" in Norway (1988-1997). <http://skepsis.no>
- Innis, A. (1951). The bias of communication, Toronto: University of Toronto Press, p. 3.
- Kirsner, K. (1998). Implicit and explicit processes, University of Australia: Australia
- Lewandowsky, S. & Brainbridge, J. V. (1994), Implicit memory, in Ramachndrau (Ed), Encyclopedia of human behavior, San Diego: Academic Press, (pp. 589-600).
- Levy, B. A. & kirsner, K. (1989). Reprocessing text: indirect of measures of word and message level processes. Journal of Experimental Psychology, Learning, Message & Cognition, 15, 407-411.
- Lewicki, P. Czyzenwska, M. Hoffman, H. (1987). Unconscious acquisition of complex procedural knowledge, Journal of Experimental psychology: Learning, Memory & Cognition, 13, 523-530.

- McLuhan, M. (1974). Understanding Media, The extensions of Man”, O, 82-83. London: Abacus.
- Schramm, W. (1970). The nature of communication between human in the Process and effects of communication, Urban: University of Illinois Press.
- Shashaani, L. & Khalili, A. (2001). Gender and computers: Similarities and differences in Iranian College students attitudes toward computers, Computers and Education, 37(3): 375-363.
- Torkzadeh, G. , Thomas, P. , & Dyke, V. (2002). Effects of training on Internet self-efficacy and computer user attitudes. Computers in Human Behavior, 18(5), 479-494.

