



## Sociology of Education

### Identifying the Basic Components of Increasing Public Tendency Toward Pseudo-Psychology: A Qualitative Study

Nafiseh Eftekhari<sup>1</sup>, Mohammad Ali Rahmani<sup>2</sup>, Keyvan Salehi<sup>3</sup>

1. PhD Student, Department of Counseling and Psychology, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Counseling and Psychology, Tonekabon Branch, Islamic Azad University, Tonekabon, Iran (Corresponding Author).
3. Associate Professor, Department of Methods, Educational Planning and Curriculum, Faculty of Psychology and Education, University of Tehran, Tehran, Iran.

❖ Corresponding Author Email: ahmanima20@gmail.com

Research Paper	Abstract
<p><b>Receive:</b> 2024/03/26 <b>Accept:</b> 2024/06/02 <b>Published:</b> 2024/11/20</p> <hr/> <p><b>Keywords:</b> pseudo-psychology, pseudo-psychologist, Descriptive phenomenology, non-scientific psychology, consequences of pseudo-psychology</p> <hr/> <p><b>Article Cite:</b> Eftekhari N, Rahmani M, Salehi K. (2024). Identifying the Basic Components of Increasing Public Tendency Toward Pseudo-Psychology: A Qualitative Study, <i>Sociology of Education</i>. 10(2): 326-338.</p>	<p><b>Purpose:</b> pseudo-psychology refers to a way of presenting false, improper or misleading psychological information that lacks scientific and professional evidence or credibility and often includes misinterpretations of behavior, baseless ideas, and seductive and simplistic explanations of complex psychological phenomena and harms and injuries. It creates risk in emotional, financial, moral levels, unprincipled intervention and stigma for clients. The current study sought to answer the question, why is pseudo-psychology and pseudo-psychologists trusted? In other words, efforts have been made to investigate the factors related to people's tendency towards pseudo-psychology, to achieve a deep understanding of this phenomenon and to prevent the occurrence and severity of the consequences.</p> <p><b>Method:</b> In this study, the phenomenological research method was employed. Semi-structured, interviews were conducted with 24 participants selected purposively based on their direct experience with pseudo-psychology and The data were analyzed using the Colaizzi (1978) analysis method.</p> <p><b>Findings:</b> Through data analysis, 132 significant statements were identified, which were categorized into 21 sub-themes. These sub-themes were further classified into three main themes: "Attractiveness of pseudo-Psychological Services," "Accessibility," and "Weak Performance of the Psychology Community and Related Organizations." These themes were revealed as basic components contributing to the growing public preference for pseudo-psychology.</p> <p><b>Conclusion:</b> The result of this study shows that when the psychology community and related organizations are weak in providing scientific and effective psychological services, as well as dealing with and preventing the spread and increasing influence of pseudo-psychology, people fall into the trap of pseudo-psychology in order to meet their need for psychological services. And pseudo-psychologists fall. The consequences of this lack of attention to accurate and comprehensive information to the people and insufficient supervision and laws and non-deterrent actions have created the basis for the emergence and escalation of risks for the society and damage to the clients and the culture of referring to specialists.</p>

<https://doi.org/10.22034/ijes.2024.2025461.1549><https://dorl.net/dor/20.1001.1.23221445.1401.15.1.1.0>

Creative Commons: CC BY 4.0



# جامعه‌شناسی آموزش و پرورش

## شناسایی مؤلفه‌های زیربنایی در گرایش به روان‌شناسی کاذب: یک مطالعه کیفی

نقیسه افتخاری<sup>۱</sup>، محمد علی رحمانی<sup>۲\*</sup>، کیوان صالحی<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری، گروه مشاوره و روانشناسی، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران.
۲. استادیار، گروه مشاوره و روانشناسی، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران (نویسنده مسئول).
۳. دانشیار، گروه روشها و برنامه ریزی آموزشی و درسی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

✦ ایمیل نویسنده مسئول: rahmanima20@gmail.com

چکیده	مقاله تحقیقاتی
<p><b>زمینه و هدف:</b> روان‌شناسی کاذب به شیوه‌ای از ارائه اطلاعات نادرست، ناروا یا گمراه کننده‌ی روان‌شناختی اطلاق می‌شود که فاقد شواهد یا اعتبار علمی و حرفه‌ای و اغلب شامل تفسیرهای نادرست از رفتار، ایده‌های بی‌اساس، توضیحات اغواگر و ساده‌انگارانه از پدیده‌های پیچیده روانی بوده و آسیب‌ها و صدمات مخاطره‌آمیزی در سطوح عاطفی، مالی، اخلاقی، مداخله غیراصولی و انگ را برای مراجعان رقم می‌زند. مطالعه حاضر در پی پاسخ به این سؤال بود که چرا به روان‌شناسی کاذب و روان‌شناسان کاذب اعتماد می‌شود؟ به دیگر سخن، تلاش شده است تا عوامل مرتبط با گرایش مردم به روان‌شناسی کاذب را بررسی، به شناختی عمیق از این پدیده دست یافته و از بروز و شدت یافتن عواقب جلوگیری شود.</p> <p><b>روش:</b> بدین‌منظور از روش پدیدارشناسی استفاده شد و با استفاده از فن مصاحبه نیمه ساختاریافته، با ۲۴ نفر که به شیوه هدفمند انتخاب شده و تجربه مستقیم مواجهه با روان‌شناسی کاذب را داشتند، مصاحبه انجام شد. داده‌ها با استفاده از روش تحلیل کلاسیکی تحلیل شد.</p> <p><b>یافته‌ها:</b> تحلیل داده‌ها به شناسایی ۱۳۲ عبارت مهم، دسته‌بندی آن در قالب ۲۱ زیرمضمون و در نهایت طبقه‌بندی آن در قالب سه مضمون اصلی شامل «جذابیت خدمات روان‌شناسی کاذب»، «دسترسی‌پذیری» و «ضعف عملکرد جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های مرتبط»، به عنوان عوامل زیربنایی افزایش اقبال عمومی به روان‌شناسی کاذب منجر گردید.</p> <p><b>نتیجه‌گیری:</b> نتیجه‌ی این مطالعه گویای این مطلب است که وقتی جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های ذی‌ربط در ارائه خدمات علمی و موثر روان‌شناختی و همین‌طور برخورد و جلوگیری از گسترش و افزایش نفوذ روان‌شناسی کاذب ضعیف عمل می‌کنند، مردم برای رفع نیاز خود به خدمات روان‌شناختی، در دام روان‌شناسی کاذب و روان‌شناسان کاذب می‌افتند. تبعات این کم‌توجهی به اطلاع‌رسانی دقیق و جامع به مردم و نظارت ناکافی و قوانین و برخوردهای غیربازدارنده، زمینه بروز و تشدید خطراتی برای جامعه و آسیب‌دیدن مراجعان و فرهنگ مراجعه به متخصص را ایجاد کرده‌است.</p>	<p><b>دریافت:</b> ۱۴۰۳/۰۱/۰۷</p> <p><b>پذیرش:</b> ۱۴۰۳/۰۳/۱۳</p> <p><b>انتشار:</b> ۱۴۰۳/۰۸/۳۰</p> <p><b>واژگان کلیدی:</b> روان‌شناسی کاذب، روان‌شناس کاذب؛ پدیدارشناسی توصیفی، روان‌شناسی غیرعلمی، تبعات روان‌شناسی کاذب</p> <p><b>استناد مقاله:</b> افتخاری ن، رحمانی م، صالحی ک. (۱۴۰۳). شناسایی مؤلفه‌های زیربنایی در گرایش به روان‌شناسی کاذب: یک مطالعه کیفی. جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۱۰(۲): ۳۳۸-۳۲۶.</p>



<https://doi.org/10.22034/ijes.2024.2025461.1549>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23221445.1401.15.1.1.0>



Creative Commons: CC BY 4.0

## مقدمه

در عصر حاضر، مردم دائماً با انبوهی از اطلاعات حوزه روان‌شناسی مواجه می‌شوند، به گونه‌ای که می‌توان آن را استعاره‌ای از طریق بمباران اطلاعات روان‌شناختی دانست. وب سایت‌ها حاوی آزمون‌ها و پرسشنامه‌هایی هستند که ظاهراً خود واقعی افراد را آشکار می‌کند. پست‌های رسانه‌های اجتماعی حقایق جالبی را در مورد ذهن انسان بیان می‌کنند و افرادی در این رسانه‌ها تلاش می‌کنند تا فونونی را ارائه دهند که به طور قطع می‌تواند باعث خودسازی و بهبود زندگی شود. این مطالب ارائه شده اغلب لبخند به لبان مخاطب می‌آورد و به آن‌ها موضوعی برای صحبت با خانواده و دوستان می‌دهد، و البته گاهی تأثیرات بسیار مهم‌تری دارند، احساس افراد از هویت خود را تحت تأثیر قرار می‌دهند، نحوه درک و تعامل آن‌ها با دیگران را تغییر می‌دهند و بر تصمیم‌های مهم زندگی آن‌ها تأثیر می‌گذارند. متأسفانه، کنترل کمی بر اعتبار اطلاعات دریافتی عموم در مورد روان‌شناسی وجود دارد. در واقع، محققان، مکرراً دریافته‌اند که اغلب این اطلاعات از نظر اعتبار، بسیار مشکوک هستند (Hupp and Wiseman، 2022). در حقیقت، حوزه سلامت روان، دارای سابقه‌ای طولانی از ادعاهای مشکوک، پزشکان حيله‌گر و علم کاذب خطرناک است (Hupp & Maria، 2023).

روان‌شناسی کاذب، گستره‌ی وسیعی از هرگونه طرز فکر، درمان و فن را شامل می‌شود که از طریق کتاب، مطبوعات، سخنرانی، رسانه‌های اجتماعی و غیره، نزد عموم مقبول واقع می‌شود. خصیصه‌ی اصلی روان‌شناسی کاذب تأکید آن بر احساسات درونی، فرهنگ رایج و فنون خودیاری است. این رویکرد به واسطه‌ی روش‌شناسی علمی حمایت نمی‌شود اما از سوی افرادی که تمایل به ارتقاء بهزیستی روانی و سلامت روان خود دارند استقبال می‌شود. از این رو، روان‌شناسی کاذب خواننده می‌شود (Furnham & Robinson، 2022). درصد قابل توجهی از مردم چیزهای عجیب و غریب را باور می‌کنند. به عنوان مثال، پژوهشی در سال ۲۰۱۸ نشان داد که ۴۱٪ از بزرگسالان در ایالات متحده این ادعا که برخی افراد دارای قدرت‌های جادویی هستند را باور دارند (Gecewicz، 2018). در نگاه اول، این باور مانند یک سرگرمی بی ضرر به نظر می‌رسد، اما می‌تواند جنبه جدی‌تری نیز داشته باشد، به عنوان مثال، افرادی هستند که بر مبنای این باور برای راهنمایی‌های مربوط به سلامت روان خود به این افراد مراجعه می‌کنند (Held، 2019؛ Wagner، 2008). متأسفانه، این افراد اغلب آموزش رسمی بهداشت روانی ندیده‌اند و پتانسیل ایجاد آسیب را دارند. پژوهش‌های دیگری نشان می‌دهد که حتی درمانگران دارای مجوز نیز ممکن است در مداخلاتی شرکت کنند که فاقد پشتیبانی تجربی و علمی است به عنوان مثال، ۳۳ درصد از بزرگسالان ادعاهای مربوط به زندگی گذشته را باور می‌کنند و ممکن است به دنبال درمانگری باشند که درمان مبتنی بر بازگشت به زندگی گذشته را ارائه می‌دهد (Darrisaw، 2019). مشکلات ناشی از چنین ادعاهای بدون پشتوانه‌ای به بسیاری از مناطق جامعه گسترش می‌یابد و می‌تواند باعث شود در افراد افکار مخربی شکل گرفته یا برخورد وحشتناکی با بیگانگان داشته‌اند. چنین باورهایی می‌تواند پیامدهای جدی و منفی بر نحوه نگاه مردم به جهان و زندگی خود داشته باشد (Hupp and Wiseman، 2022).

خبرگزاری‌ها در ایران در مواردی روان‌شناسی که مبنای علمی ندارد و مبتنی بر باورهای ساختگی و دروغین است را روان‌شناسی زرد خوانده‌اند (Sohrabi and Ghavighalb، 2020). در متون علمی دیگر آن را روان‌شناسی عامه‌پسند و شبه روان‌شناسی نیز نامیده‌اند (Furnham & Robinson، 2022)؛ اما در واقع این که این پدیده را چه بنامیم در برابر عواقب گسترش روزافزون آن اهمیت چندانی ندارد. پژوهشی با بررسی تجربه زیسته افراد قربانی روان‌شناسی کاذب، نشان داد که آسیب‌های آن چند وجهی بوده و شامل صدمات عاطفی، آسیب‌های مالی، مداخله غیراصولی، انگ و آسیب‌های اخلاقی می‌شود (Eftekhari et al.، 2023). آسیب‌های عاطفی وارده بر افراد بسیار نگران‌کننده است چرا که ممکن است اثرات بسیار ماندگاری بر سلامت روان فرد داشته باشد (Davidson and Scott، 2009). از دیگر خساراتی که متوجه مخاطبین روان‌شناسی کاذب است می‌توان به گمراهی، دور شدن فرد از ارزش‌های شخصی و فرهنگی، اشتغال فرد نیازمند به درمان به چیزی غیر از آن و عدم درمان اشاره کرد (Furnham & Robinson، 2022).

این روزها همه ما دسترسی فوق العاده‌ای به اطلاعات داریم. این به این معنی است که به همان اندازه که اطلاعاتی برای آموزش یک زبان جدید یا حرکات رقص جدید و مانند این‌ها در اختیار داریم، اطلاعات نادرست از جمله اطلاعات مربوط به روان‌شناسی کاذب را نیز در دسترس داریم (Hupp and Wiseman، 2022). این موضوع در کنار آسیب‌های اغلب جبران‌ناپذیر ناشی از روان‌شناسی کاذب، نگرانی‌هایی را برای سلامت روان جامعه ایجاد می‌کند. به‌رغم تلاش‌های جامعه روان‌شناسی در شناساندن روان‌شناسی کاذب به عموم (از جمله اقدام سازمان نظام روان‌شناسی به علنی کردن نام تعدادی از روان‌شناسان کاذب در جهت آگاهی‌بخشی و جلوگیری

<sup>1</sup> Pop psychology

<sup>2</sup> Psuedo-psychology

از آسیب) روان‌شناسی کاذب هنوز به درستی در متون علمی روان‌شناسی جایگاه خود را نیافته است. با توجه به ابراز نگرانی جامعه روان‌شناسی درباره این پدیده و در راستای کشف ابعاد مختلف پدیده روان‌شناسی کاذب و علت گسترش روزافزون آن و همین‌طور افزایش میل عموم به استفاده از آن بررسی دقیق‌تر روان‌شناسی کاذب از هر زاویه‌ای لازم به نظر می‌رسد. از آنجایی که پژوهش‌های اندکی تا کنون در این زمینه هم به زبان فارسی و هم غیر از آن انجام شده است نقص اطلاعات و شواهد پژوهشی واضحی در این زمینه وجود دارد بنابراین، به نظر می‌رسد که شناسایی و کاوش علل گرایش افراد به روان‌شناسی کاذب می‌تواند به شناسایی و جلوگیری از آسیب‌های احتمالی وارده بر فرد و جامعه منتج از آن کمک کند. در همین راستا پژوهش حاضر در تلاش است تا با این سوال که مؤلفه‌های زیربنایی در گرایش به روان‌شناسی کاذب چیست؟ به دیگر سخن، علل افزایش اقبال عمومی به پدیده روان‌شناسی کاذب چیست، پاسخ دهد.

## روش:

از آنجایی که برای پاسخ به سوال پژوهش حاضر مبانی نظری منسجمی وجود نداشت، از روش پدیدار شناسی توصیفی استفاده شد. شرکت‌کنندگان شامل خبرگان و مطلعین حوزه مورد نظر از جمله روان‌شناسان و متخصصین امر روان‌درمانی، متولیان و تصمیم‌گیران در حوزه روان‌شناسی، ارائه‌دهندگان خدمات روان‌شناسی کاذب و مجریان قانون، می‌شد. رویکرد نمونه‌گیری در راستای رسیدن به اهداف پژوهش، به صورت هدفمند با استفاده از راهبرد نمونه‌گیری ملاکی و حجم نمونه با در نظر گرفتن ملاک اشباع داده‌ها ۲۴ نفر بود. فرایند رسیدن به اشباع داده‌ها به این صورت بود که ابتدا با انجام یک مصاحبه و تحلیل آن، عبارات مهم تشکیل شد و مبتنی بر این کدها، مصاحبه‌ی دوم انجام گرفت. سپس، مضامین بهبود بخشیده و کامل‌تر شدند و این روند تا ۲۴ مصاحبه ادامه یافت و مضامین با انجام هر مصاحبه کامل‌تر از قبل شده و در نهایت، مضامین نهایی تدوین شدند؛ کدها و جملات مهمی که از مصاحبه‌ی ۲۴ به بعد در متن مصاحبه‌ها شناسایی می‌شد، مضمون جدیدی بر مضامین استخراج شده‌ی قبلی اضافه نکرد و اشباع حاصل شد. ابزار گردآوری داده‌ها نیز مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود که باتوجه به مراحل عنوان شده در مقاله Baniasadi and Salehi (2019) ساخته و رواسازی شد. مصاحبه مورد استفاده در این پژوهش شامل ۹ سوال بازپاسخ که از آسان به مشکل مبتنی بر هدف پژوهش مرتب شده، بود و با جملاتی جهت یادآوری مطالبی چون جزئیات مهم پژوهش، چرایی پژوهش، محرمانه بودن پژوهش و رضایت آگاهانه آغاز می‌شد. طول مدت مصاحبه‌ها ۵۰ دقیقه به‌طور میانگین تخمین زده شد. رواسازی مصاحبه‌ها از طریق چارچوب IRP مطرح شده Castillo- Montoya (2016) انجام شد. رواسازی در این چارچوب در ۴ مرحله انجام می‌شود این مراحل عبارت‌اند از ۱. اطمینان از این‌که پرسش‌های مصاحبه با پرسش‌های پژوهشی منطبق هستند. ۲. ساخت گفتگوی مبتنی بر پژوهش ۳. دریافت بازخورد درباره پروتکل مصاحبه ۴. اجرای آزمایشی پروتکل مصاحبه. مصاحبه‌های انجام شده با کسب اجازه از شرکت‌کنندگان ضبط شده و همزمان با گردآوری داده‌ها، نسبت به پیاده‌سازی صوت، بازخوانی متن، مشخص نمودن موارد مهم و مرتبط، کدگذاری و دسته‌بندی و ارائه‌ی یافته‌ها با نرم‌افزار MAXQDA اقدام شد. پس از کدگذاری اولیه و استخراج کدها، پژوهشگر طی یک فرآیند استقرایی اقدام به مرور همه جانبه‌ی کدهای استخراجی نمود تا با ترکیب و تلخیص کدها و تشکیل خوشه‌های معنایی اقدام به تشکیل مضامین کلی‌تر نماید. لازم به ذکر است که اعتبار یافته‌های پژوهش حاضر به عنوان امری پویا، در کلیه‌ی مراحل پژوهش مورد توجه پژوهشگر بود.

تحلیل و کدگذاری داده‌های پژوهش با استفاده از روش هفت مرحله‌ای کلایزی انجام شد که این هفت مرحله به ترتیب؛ مطالعه‌ی چندباره متون و بازخوانی مکرر و فعال برای ایجاد آشنایی قابل توجه با داده‌ها، مراجعه به متن اصلی هر مصاحبه و در صورت نیاز شنیدن دوباره صوت مصاحبه برای استخراج جملات مهم، تلاش برای ادراک فرموله کردن معانی مستتر در متون مصاحبه و ایجاد خوشه‌های معنایی بین مضامین، تکرار مراحل یادشده برای همه‌ی مصاحبه‌ها برای کنار هم قرار دادن معانی فرموله شده مرتبط با هم در قالب خوشه‌های معنایی از مضامین، تلفیق نتایج در قالب توصیفی جامع از پدیده‌ی مورد مطالعه، توصیف جامع پدیده‌ی مورد مطالعه به صورت بیانیه‌ای صریح و روشن از ساختار اساسی پدیده به منظور درک ساختار ذاتی و تلاش برای افزایش پایایی یافته‌ها از طریق شیوه‌های بازرسی و بازبینی در زمان کدگذاری، استفاده از نظرات همکاران پژوهشی و درگیری طولانی‌مدت (Colaizzi, 1978). ارتقای اعتبارپذیری یافته‌ها، با استفاده از اصولی چون توجه کامل و گذراندن زمان لازم در میدان پژوهش، تبادل نظر با هم‌تایان و کنترل از سوی اعضا انجام شد. تلاش شد تا انتقال‌پذیری یافته‌های پژوهش با توصیف دقیق زمینه مورد مطالعه، پیش‌فرض‌ها و شرایط پژوهش و جزئیات آن، تا حدی قابل دستیابی باشد و پژوهشگر تلاش کرد تا با تشریح جزئیات گردآوری داده‌ها و نحوه تفسیر و تحلیل در فرایند پژوهش قابلیت اطمینان را ایجاد کند. یادداشت‌های میدانی و کنترل ارزش‌های شخصی پژوهشگر تا حد امکان در فرایند پژوهش نیز در راستای افزایش تاییدپذیری یافته‌ها انجام شد. مشخصات افراد شرکت‌کننده در پژوهش، در زیر آورده شده است.

جدول ۱-۱ مشخصات مصاحبه شونده‌گان پژوهش

ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	شغل	مدت زمان مصاحبه (دقیقه)
۱	مرد	۴۰	کارشناسی ارشد	روان‌شناس بالینی	۴۰
۲	زن	۴۲	دکتری	هیئت علمی	۴۵
۳	زن	۳۲	کارشناسی ارشد	روان‌شناس بالینی	۵۵
۴	زن	۳۸	دکتری	هیئت علمی	۶۰
۵	مرد	۳۶	دکتری	هیئت علمی	۳۵
۶	زن	۳۵	کارشناسی ارشد	روان‌شناس	۲۵
۷	مرد	۴۵	دکتری	هیئت علمی	۴۵
۸	زن	۴۴	دکتری	هیئت علمی	۸۵
۹	زن	۴۸	دکتری	هیئت علمی	۷۰
۱۰	مرد	۴۸	دکتری	هیئت علمی	۳۵
۱۱	مرد	۳۵	کارشناسی ارشد	روان‌شناس بالینی	۴۰
۱۲	زن	۳۲	کارشناسی ارشد	روان‌شناس بالینی	۷۵
۱۳	زن	۴۱	دکتری	هیئت علمی	۸۰
۱۴	زن	۳۴	دکتری	هیئت علمی	۹۵
۱۵	مرد	۴۰	دکتری	هیئت علمی	۱۴۰
۱۶	مرد	۴۲	دکتری	هیئت علمی	۱۲۵
۱۷	زن	۳۳	کارشناسی ارشد	روان‌شناس	۶۵
۱۸	مرد	۳۲	کارشناسی ارشد	روان‌شناس بالینی	۷۵
۱۹	مرد	۳۵	کارشناسی ارشد	روان‌شناس	۱۱۰
۲۰	زن	۳۶	دکتری	هیئت علمی	۹۰
۲۱	مرد	۳۸	دکتری	هیئت علمی	۶۰
۲۲	مرد	۴۹	دکتری	هیئت علمی	۵۵
۲۳	مرد	۴۵	دکتری	هیئت علمی	۴۵
۲۴	زن	۳۵	کارشناسی ارشد	روان‌شناس	۴۰

## یافته‌ها:

طبق یافته‌های توصیفی نمونه پژوهش شامل ۱۲ مرد و ۱۲ زن بود با میانگین سنی ۳۸/۹۵، ۱۵ نفر از افراد نمونه دارای مدرک تحصیلی دکتری و بقیه دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند. تحلیل داده‌های پژوهش حاضر، به همراه مقایسه‌های متوالی و کنکاش دقیق نظرات و روایات اطلاع‌رسان‌ها به شناسایی برخی از علل روان‌شناسی کاذب در قالب ۱۳۲ کد اولیه، ۲۱ زیرمضمون و ۳ مضمون اصلی منجر شد. در ادامه، ابتدا تشکیل و دسته‌بندی مضمون‌ها در جدول و سپس با استناد بر نمونه روایت‌ها ارائه شده‌اند و در پایان به بحث و بررسی و نتیجه‌گیری از یافته‌ها پرداخته شده است.

جدول ۱-۲ مضامین اصلی و زیر مضمون‌های احصا شده طی تحلیل داده‌ها

مضمون اصلی	زیر مضمون	نمونه‌ای از عبارات مهم (کدهای اولیه)
ضعف عملکرد جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های مرتبط	• مدرک‌گرایی و بی‌سوادی فارغ التحصیلان	<ul style="list-style-type: none"> <li>نداشتن مدرک علمی روان‌شناسی</li> <li>روان‌شناس نبودن</li> <li>مهارت کافی نداشتن متخصصان</li> <li>بی‌توجهی به کیفیت آموزش‌های آکادمیک روان‌شناسی</li> </ul>
	• فعالیت کم متخصصان و اساتید بنام در فضای مجازی	<ul style="list-style-type: none"> <li>در دسترس نبودن متخصص در فضای مجازی</li> <li>صفحه اینستاگرامی نداشتن روان‌شناسان متخصص</li> <li>نبود افراد علمی آموزش دیده در فضای مجازی</li> <li>دوری اغلب متخصصان از فضای مجازی</li> </ul>
	• نظارت ناکافی سازمان نظام روان‌شناسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>کم‌توجهی سازمان نظام روان‌شناسی</li> <li>کمبود بازرسی و نظارت بر فعالیت‌های مجازی روان‌شناسان</li> <li>نظارت ناکافی بر مطالب منتظر شده در فضای مجازی</li> </ul>
	• ضعف مهارت‌های بازاریابی و تبلیغات در روان‌شناسان	<ul style="list-style-type: none"> <li>ضعف روان‌شناسان آکادمیک</li> <li>مهارت ناکافی در فروش خدمات</li> <li>مهارت ناکافی در شناخت نیاز مخاطب</li> <li>مهارت ناکافی در معرفی خدمات</li> <li>تبلیغات غیر اصولی</li> </ul>
	• توجه ناکافی به آگاه‌سازی مردم توسط سازمان‌های ذیربط	<ul style="list-style-type: none"> <li>فعالیت‌های با هدف آگاه‌سازی نسبت به روان‌شناسی علمی محدود سازمان‌ها</li> <li>معرفی نشدن روان‌شناسی علمی به درستی به مردم</li> </ul>
	• ضعف در بازرسی منصفانه و واقع بینانه	<ul style="list-style-type: none"> <li>بازرسی‌های غیر منصفانه</li> <li>بازرسی‌های ناعادلانه</li> <li>بازرسی‌های غیرحرفه‌ای</li> <li>بازرسی‌های بعضاً نالایق</li> <li>بی‌کفایتی بازرسان</li> </ul>
	• نبود خدمات بیمه‌ای برای روان‌شناسی	<ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه‌های بالای خدمات روان‌شناسان متخصص</li> <li>نبود بیمه برای کاهش هزینه‌ها</li> <li>لوکس شدن خدمات روان‌شناسی علمی</li> </ul>
	• عملکرد متناقض و متضاد نهادها و دولت‌ها (عدم هماهنگی با یکدیگر)	<ul style="list-style-type: none"> <li>عدم هماهنگی سازمان‌های ذیربط با یکدیگر</li> <li>همکاری ناکافی سازمان‌های مربوطه</li> <li>تعارض سازمان‌ها با یکدیگر</li> </ul>
جذابیت خدمات روان‌شناسی کاذب	• استفاده از موضوعات خرافی	<ul style="list-style-type: none"> <li>استفاده از فنون با بنیان‌های جادویی</li> <li>اعتقاد به جادو</li> <li>اعتقاد به فال‌گیری و رمالی</li> </ul>
	• مهارت‌های جذب بالا در ارائه‌دهندگان روان‌شناسی کاذب	<ul style="list-style-type: none"> <li>مهارت‌های بازاریابی</li> <li>تبلیغات موثر</li> <li>شناسایی نیاز مخاطب</li> <li>شناسایی علایق مخاطب</li> </ul>

مضمون اصلی	زیر مضمون	نمونه‌ای از عبارات مهم (کدهای اولیه)
	• ساده بودن و سطحی بودن مطالب	<ul style="list-style-type: none"> <li>سطحی بودن مسائل مطرح شده</li> <li>راحت بودن درک مطالب برای مردم</li> <li>پیش‌پا افتاده بودن مطالب</li> <li>سادگی مطالب</li> <li>پیچیده نبودن مطالب</li> </ul>
	• ایجاد حس خوب آنی در مراجعان با استفاده از جملات انگیزشی	<ul style="list-style-type: none"> <li>انگیزه‌بخشی آنی</li> <li>استفاده از عبارات اثرگذار (به صورت لحظه‌ای)</li> <li>استفاده از عبارات انگیزشی</li> <li>داشتن لحن انگیزشی</li> <li>جوگیر کردن مراجعان</li> </ul>
	• بازپجه کردن مراجع با ایجاد جو ابراز وجود در جلسات روان‌شناسی کاذب	<ul style="list-style-type: none"> <li>نتیجه‌بخشی آنی</li> <li>راه‌حل‌های سریع</li> <li>امکان ابراز وجود مراجع</li> <li>امکان به نتیجه رسیدن سریع</li> </ul>
	• مهارت سخنوری بالا داشتن ارائه‌دهندگان روان‌شناسی کاذب	<ul style="list-style-type: none"> <li>داشتن مهارت سخنوری</li> <li>فن بیان</li> <li>فنون سخنرانی</li> <li>فنون اثرگذاری با کلام روی مخاطب</li> </ul>
	• استفاده از الفاظ عریان و جذاب	<ul style="list-style-type: none"> <li>مطرح کردن مسائل تابو</li> <li>مطرح کردن مسائل تابو به صورت عریان</li> <li>مطرح کردن جذاب مسائل تابو</li> </ul>
	• راهگشا بودن در برخی موارد	<ul style="list-style-type: none"> <li>جواب دادن راه‌حل‌های سریع در بعضی از موارد</li> <li>جواب گرفتن برخی از افراد از راه‌حل‌ها</li> </ul>
	دسترسی‌پذیری	• فراوانی محتوای روان‌شناسی کاذب در فضای مجازی
• تعداد خیلی زیاد دنبال‌کننده‌های ارائه‌دهندگان روان‌شناسی کاذب		<ul style="list-style-type: none"> <li>وجود نزدیک به ده هزار دنبال‌کننده</li> <li>وجود دنبال‌کننده‌های صدهزارنفری</li> </ul>
• تبلیغات فراگیر و جذاب محتواهای مرتبط با روان‌شناسی کاذب		<ul style="list-style-type: none"> <li>کلیک کردن روی تبلیغات به خاطر جذابیت بالای آن‌ها</li> <li>وسوسه‌انگیز بودن تبلیغات</li> <li>تکرار زیاد تبلیغات</li> <li>حجم بالای تبلیغات</li> </ul>
• ارائه مطالب روان‌شناسی کاذب از طریق رسانه‌های مختلف و حتی رسمی		<ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه مطالب از طریق تلویزیون</li> <li>ارائه مطالب از طریق اینستاگرام</li> <li>ارائه مطالب در کانال‌های تلگرامی</li> <li>ارائه مطالب در سایت‌های مختلف</li> </ul>
• تبلیغات دهان به دهان		<ul style="list-style-type: none"> <li>معرفی توسط آشنایان</li> <li>معرفی توسط دوستان</li> </ul>

همان‌طور که در جدول ۱-۲ مشخص است عوامل علی احصاء شده در پژوهش حاضر شامل سه مضمون ضعف عملکرد جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های مرتبط، جذابیت خدمات روان‌شناسی کاذب و دسترسی پذیری بود.

### • مضمون اول: ضعف عملکرد جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های مرتبط

اولین مضمون که پرتکرارترین و مهم‌ترین مضمون از نظر مصاحبه‌شوندگان بود، ضعف عملکرد جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های مرتبط، شامل ۸ زیرمضمون بود. اولین زیرمضمون آن مدرک‌گرایی و بی‌سوادی فارغ‌التحصیلان بود که مصاحبه‌شونده شماره ۲۴ در این باره گفت: «این‌که در کشور خیلی از افراد برای این رشته پذیرفته میشن به خاطر این‌که صندلی‌های دانشگاه پر بشه خیلی‌ها رو می‌شناسم که پول میدن که فقط مدرک بگیرن و هیچ علمی ندارن و اسم خودشون رو هم روان‌شناس میذارن.»

دومین زیرمضمون، فعالیت کم متخصصان و اساتید بنام در فضای مجازی، بود که در مصاحبه با مصاحبه‌شونده شماره ۱ این‌طور بیان شد: «من همیشه نظرم اینه که روان‌شناسان و اساتید بنام تو فضای مجازی فعالیت کمی دارن و اگر هم فعالیتی دارن مثل این‌ها نیست که لایوهای رایگان باشه یا حالا نمونه ای از دوره‌ها به صورت رایگان گذاشته بشه که حداقل عامه مردم یک تفاوتی رو ببینن و بفهمن که چی درسته و چی غلطه.»

سومین زیرمضمون در این مورد نظارت ناکافی سازمان نظام روان‌شناسی بر فعالیت روان‌شناسان و البته روان‌شناسان کاذب بود که بسیار در متن مصاحبه‌ها تکرار شد. و برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۲ گفت: «اولین دلیل فراگیری روان‌شناسی کاذب از نظر من سازمان نظام روان‌شناسی است چون نظارتی نداشت.» و یا مصاحبه‌شونده شماره ۵ که گفت: «یکی از دلایل می‌تواند بی‌توجهی نهادهای و سازمان‌های متولی خدمات روان‌شناسی حرفه‌ای در جوامع باشد.» و همین‌طور مصاحبه‌شونده شماره ۴ که گفت: «من فکر می‌کنم که نظارت نداشتن، وقتی نظارت درستی وجود نداشته باشه خبر هر کسی میاد و هر کاری میکنه دیگه، ما هنوز نظارت درستی بر روان‌شناسی نداریم و حیطه‌ای هست که هر اسمی مثلاً کوچینگ وارد میشه و هر کاری میکنه، عدم نظارت درست و این چارچوب‌هایی که باید گذاشته بشه دلیل اینه که این مسائل پیش بیاد.» زیرمضمون چهارم، ضعف مهارت‌های بازاریابی و تبلیغات در روان‌شناسان بود که در مصاحبه با مصاحبه‌شونده شماره ۱۶ این‌طور بیان شد: «روان‌شناسان مهارت فروش (به معنی فروش خدماتشون و این‌که بتونن خودشون رو پرزنت کنن) رو یاد بگیرن. متأسفانه این دانشی هستش که روان‌شناس‌ها بلد نیستن و اگر این مهارت رو یاد بگیرن روان‌شناسی زرد نقش بیشتری خواهد گرفت.» مقول جزئی بعدی با عنوان توجه ناکافی به آگاه‌سازی مردم توسط سازمان‌های ذیربط، در مصاحبه با مصاحبه‌شونده شماره ۱۳ این‌طور عنوان شد که «یکی از دلایل روی آوردن مردم به روان‌شناسی کاذب فراوان نبودن صفحات آگاه‌سازی (مثلاً نظام روان‌شناسی به‌طور گسترده روی آگاه‌سازی کار کند) ست.» زیرمضمون بعدی نبود بازرسی منصفانه و واقع‌بینانه بود که از نظر مصاحبه‌شوندگان عامل تعیین‌کننده‌ای محسوب می‌شد برای مثال مصاحبه‌شونده شماره ۱۲ گفت: «بازرسی‌های که انجام میشه بابد واقع‌بینانه باشه، ما شاهد این هستیم که بازرس‌های سازمان نظام، قدرت اجرایی و عملکردی لازم رو ندارن.» و مصاحبه‌شونده شماره ۷ گفت: «کسی که مسئولیت نظارت بر حرفه روان‌شناسی رو بر عهده داره حتماً باید فردی باشه که خارج از دنیای روان‌شناسی باشه و روان‌شناسان صرفاً می‌تونن نظر بدن به این کمیته که از نظر آکادمیک، علمی، فنی آیا این رفتار نادرست بوده یا نه.» هزینه‌های بالای خدمات روان‌شناسی و نبود پوشش بیمه‌ای برای این خدمات مضمون بعدی بود که مصاحبه‌شونده شماره ۱۴ در این باره گفت: «در واقع ارائه خدمات برای روان‌درمانی‌های علمی از طریق بیمه و حمایت از روان‌درمانگران علمی و آکادمیک میتونه زمینه‌ی گسترش روان‌شناسی کاذب رو محدودتر کنه. و نبود خدمات بیمه‌ای باعث میشه افراد دنبال خدمات ارزان‌تر برن.» و مضمون نهمی که عملکرد متناقض و متضاد نهادهای و دولت‌ها (عدم هماهنگی با یکدیگر) بود در این جمله توسط مصاحبه‌شونده شماره ۱۵ عنوان شد که «این‌که عملکردهای متناقض و متضاد در نهادهای و دولت‌ها نسبت به خدمات بهداشتی-روانی و خدمات روانشناختی هم میتونه یکی از علت‌ها برای رشد روان‌شناسی زرد باشه و به هر حال اون مبنای فکری که عموم مردم درباره خدمات درمانی دارن آن‌ها رو سوق میده به سمت این نوع از خدماتی که لزوماً پذیرفته شده نیستن.»

### • مضمون دوم: جذابیت خدمات روان‌شناسی کاذب

مضمون بعدی جذابیت خدمات روان‌شناسی کاذب بود که از مضمون‌های جزئی استفاده از موضوعات خرافی، مهارت‌های جذب بالا در روان‌شناسان کاذب، ساده بودن و سطحی بودن مطالب، ایجاد حس خوب آنی در مراجعان با استفاده از جملات انگیزشی، بازیچه کردن مراجع با ایجاد جو ابزار وجود در جلسات روان‌شناسی کاذب، مهارت سخنوری بالا داشتن روان‌شناسان کاذب، استفاده از الفاظ عربی و جذاب و راهگشا بودن در برخی موارد تشکیل شده بود.

اولین زیرمضمون آن یعنی استفاده از موضوعات خرافی در مصاحبه با مصاحبه‌شونده شماره ۱۷ این‌طور بیان شد «باورهای عامیانه یک جامعه می‌تونه باور به هر چیزی رو وقتی در یک جامعه ترویج داده بشه افراد اون جامعه مستعدتر هستن برای این‌که سراغ راه‌حل‌های ساده برن.»

دومین زیرمضمون با عنوان مهارت‌های جذب بالا در ارائه‌دهندگان روان‌شناسی کاذب در مصاحبه با مصاحبه‌شونده شماره ۲۱ این‌طور گفته شد «این افراد مثلاً تو دوره کرونا هرروز به دفعات لایو میذاشتن و خیلی‌هاشون دوره‌های فن بیان و سخنوری رفتن و این توانایی و مهارت‌ها رو دارن و کسب کردن، این نحوه صحبت کردنشون و روش‌های جلب مخاطبشون و استفاده از امکاناتی که برنامه‌های کاربردی مثل اینستاگرام داره که این‌ها رو بیاره تو اکسپلورر خودش که این افراد بیشتر



دیده بشن، تخفیف‌هایی که روی بسته‌هاشون میذارن و با روش‌های جذب مشتری آشنایی دارن». زیرمضمون بعدی، ساده بودن و سطحی بودن مطالب، به دفعات در مصاحبه‌ها تکرار شد. برای مثال مصاحبه شونده شماره ۱۸ گفت: «از مهمترین عوامل ساده‌سازی راه حل و کاملاً قابل فهم بودن و عاری از پیچیدگی بودن فرآیند حل مساله برای مخاطب عام در روان‌شناسی کاذب می‌باشد.» و یا مصاحبه شونده شماره ۱۰ در این باره گفت: «بسیار ساده و قابل فهم هستن و از اصطلاحات فنی و تخصصی استفاده نمیشه». و یا مصاحبه شونده شماره ۷ گفت: «رفتن سراغ ساده‌ترین راهکارها و نشان دادن راهکارهای آسان که در واقع مسیر انحرافی است». ایجاد حس خوب آنی در مراجعان با استفاده از زرق و برق جملات انگیزشی زیرمضمون بعدی بود که مصاحبه شونده شماره ۱۶ در این باره گفت: «خیلی شیک راجع به یک سری مطالب صحبت می‌کنن که در لحظه به فرد انگیزه میده.» و مصاحبه‌شونده ۹ گفت: «حتی میتونه مثلاً یک ساعت حال کسانی که دارن بهشون گوش می‌کنن رو بهتر کنه.» در رابطه با زیرمضمون بعدی، وجود بازیچه کردن مراجع با ایجاد جو ابراز وجود در جلسات روان‌شناسی کاذب، مصاحبه شونده شماره ۲۴ گفت: «مردم در برابر ارائه‌دهندگان روان‌شناسی کاذب می‌توانند ابراز وجود کنند و از آن احساس خوبی دریافت کنند». مهارت سخنوری بالا داشتن روان‌شناسان زرد، زیرمضمون بعدی در مصاحبه با مصاحبه‌شونده شماره ۳ اینطور بیان شد: «مهارت‌های سخنوری و فن بیان بالایی ایشان که باعث جذب مخاطب می‌شود.» زیرمضمون بعدی استفاده از الفاظ عربی و جذاب بود که مصاحبه شونده شماره ۵ به آن این‌طور اشاره کرد: «با بعضاً استفاده از الفاظ عربی در جامعه ما می‌تواند مخاطبین بیشتری را جذب کند». راهگشا بودن در برخی موارد آخرین زیرمضمون بود که مصاحبه شونده شماره ۲۳ در این باره گفت: «بعضی‌ها اظهار رضایت می‌کردند» و مصاحبه شونده شماره ۲ گفت: «حتی ممکن است توصیه‌های آن‌ها در پاره ای از موارد راهگشا نیز باشد».

#### • مضمون سوم: دسترس‌پذیری خدمات روان‌شناسی کاذب

سومین مضمون در عوامل علی‌الگوی پارادایمی داده بنیان، دسترس‌پذیری خدمات روان‌شناسی کاذب است که با مضمون‌های جزئی فراوانی محتوای روان‌شناسی کاذب در فضای مجازی، تعداد خیلی زیاد دنبال‌کننده‌های روان‌شناسان غیرعلمی، تبلیغات فراگیر و جذاب محتواهای مرتبط با روان‌شناسی کاذب، ارائه مطالب روان‌شناسی کاذب از طریق رسانه‌های مختلف و حتی رسمی و تبلیغات دهان به دهان مشخص شد.

اولین زیرمضمون، فراوانی محتوای روان‌شناسی کاذب در فضای مجازی بود که مصاحبه شونده شماره ۲۲ در این باره چنین گفت: «به نظرم فراوانی این افراد از دلایل افزایش اقبالشان است وقتی مردم صفحات مجازی را باز می‌کنند تعداد صفحات زیادی این مدلی بالا می‌آید» در کنار فراوانی محتوای روان‌شناسی کاذب تعداد خیلی زیاد دنبال‌کنندگان روان‌شناسان زرد به عنوان زیرمضمون بعدی مطرح است. مصاحبه شونده شماره ۱۳ در مورد این زیرمضمون گفت: «افراد خیلی زیادی اینان را دنبال می‌کنند و این باعث می‌شود که معتبر به نظر بیایند و علاوه بر آن بنا بر سیستم‌های هوش مصنوعی در بسترهای مجازی با افزایش تعداد دنبال‌کنندگان بیشتر در دسترس باشند مثلاً در اکسپلور اینستاگرام بالا بیایند». مضمون‌ی جزئی تبلیغات فراگیر و جذاب محتواهای مرتبط با روان‌شناسی کاذب که در مصاحبه با مصاحبه شونده شماره ۱۱ این‌طور بیان شد: «تبلیغات مناسب و جذاب در رسانه‌های اجتماعی به صورت فراگیر مردم را هرروز بیشتر در معرض روان‌شناسی کاذب قرار می‌دهد.» و مضمون‌ی جزئی ارائه مطالب روان‌شناسی کاذب از طریق رسانه‌های مختلف و حتی رسمی نیز در مصاحبه با مصاحبه شونده شماره ۱۴ این‌طور عنوان شد که «ارائه گسترده در رسانه‌های اجتماعی حتی رسانه‌های رسمی کشور، تبلیغات زیاد در فیسبوک، کلاب‌هاوس و اینستاگرام، مثلاً بلاگرهایی که تبلیغ پیج روان‌شناسی می‌کنند باعث می‌شوند در تمامی رسانه‌ها این مطالب در دسترس باشند.» آخرین زیرمضمون یعنی تبلیغات دهان به دهان در مصاحبه با مصاحبه شونده شماره ۱۵ این‌طور بیان شد: «وقتی مطالب جذابیت دارند و راهکارها به طور موقت حال مراجعان را خوب می‌کند و رضایت آنی وجود دارد تبلیغات دهان به دهان هم زیاد صورت می‌گیرد که افراد را بیشتر در معرض این مطالب قرار می‌دهد».

در ادامه شکل ۱-۱ مضامین و زیرمضامین را نشان می‌دهد.



شکل ۱-۱ مضامین و زیرمضمون‌ها

## نتیجه‌گیری:

روان‌شناسان هشدار داده‌اند که افزایش روان‌شناسی کاذب افراد را در معرض خطر قرار می‌دهد و رسانه‌های اجتماعی و تایید افراد مشهور تا حدی مقصر این پدیده است. عصر ما عصر فراگیری اطلاعات نادرست پیرامون سلامتی است. این اطلاعات همه جا هستند، در رسانه‌های اجتماعی که دنبال می‌کنیم، افراد مشهور و تأثیرگذارانی که آن‌ها را تبلیغ می‌کنند و حتی در رسانه‌های خبری قدیمی (Stea and Hupp, 2023). نگرانی در مورد روان‌شناسی و روان‌درمانی‌های کاذب از سال ۲۰۲۰ و به ویژه پس از دوران همه‌گیری کرونا بیش از دو برابر شده است (Greifeneder et al, 2021).

روان‌شناسی کاذب به شیوه‌ای از ارائه اطلاعات نادرست، ناروا یا گمراه‌کننده روان‌شناختی اطلاق می‌شود که فاقد شواهد یا اعتبار علمی و حرفه‌ای بوده و اغلب شامل تفسیرهای نادرست از رفتار، ایده‌های بی‌اساس، و توضیحات اغواگر و ساده‌انگارانه از پدیده‌های پیچیده روانی بوده (Zhang, 2021) و آسیب‌ها و صدمات مخاطره‌آمیزی در سطوح عاطفی، مالی، اخلاقی، مداخله غیراصولی و انگ (Eftekhari et al., 2023) را برای مراجعان رقم می‌زند. محتوای روان‌شناسی کاذب ممکن است قانع‌کننده به نظر برسد، اما فاقد پشتوانه تجربی و عقلانی است و می‌تواند به تصورات نادرست درباره سلامت روان و رفتار انسان منجر شود (Zhang, 2021). روان‌شناسی کاذب با جایگزین کردن درمان‌های علمی با روش‌های غیرعلمی یا غیرعقلانی، به مراجعین آسیب می‌رساند و ممکن است منجر به افزایش رنج روانی یا حتی مرگ شود مراجعین زمان و پول خود را برای درمان‌های ناکارآمدی هدر می‌دهند که حتی ممکن است به طور بالقوه علائم روانی آن‌ها را بدتر کند. روان‌شناسی کاذب نگرش منفی نسبت به مداخلات روان‌شناختی مبتنی بر شواهد علمی ایجاد می‌کند که منجر به بی‌اعتمادی جامعه به متخصصان سلامت روان و انتشار اطلاعات نادرست در مورد خدمات روان‌شناختی می‌شود (Bhatt & Dhasmana, 2021). از طرفی روان‌شناسی کاذب باورهای خرافی و اعتقاد به اتفاقات جادویی را رواج داده و درک افراد از واقعیت را تغییر می‌دهد (Hergovich, 2004). ضرورت مقابله با خرافه و خرافه‌گرایی نه تنها در مباحث علمی مورد توجه قرار گرفته، بلکه در آموزه‌های دینی نیز به شدت مورد تأکید قرار دارد. در این مسیر ابتدا باید معنای خرافه را به درستی شناخت و در عین حال در مسیر نفی خرافه، کرامات، امور خارق‌العاده غیبی و معنویت‌گرایی را نفی نکرد (مختاری پور، ۱۳۹۲). از آنجایی که خرافه و خرافه‌گرایی از جمله آفت‌های فکری، فرهنگی و اعتقادی است که به صورت مختلف در عرصه‌های گوناگون زندگی

انسان ظهور و نمود یافته است، اسلام با خرافه و خرافه‌پرستی مبارزه شدیدی را آغاز کرد و راه‌هایی را در پیش گرفت که همراه با موفقیت بود (شیرپور و همکاران، ۱۴۰۰).

پررنگ شدن روان‌شناسی کاذب و استفاده روزافزون عموم از آن، آنقدر مخاطره‌آمیز است که کاوش علل زیربنایی این پدیده را لازم می‌کند. پرواضح است که شناسایی علت‌ها می‌تواند در کاهش گسترش و تبعات آن نقش مهمی داشته باشد. بر اساس نتایج جدول ۱-۲، علل احصاء شده در پژوهش حاضر شامل سه مضمون ضعف عملکرد جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های مرتبط، جذابیت خدمات روان‌شناسی کاذب و دسترسی پذیری بود. به نظر می‌رسد اولین مضمون یعنی ضعف عملکرد جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های مرتبط که در تمامی مصاحبه‌ها عنوان شد علت زیربنایی افزایش گرایش مردم به روان‌شناسی کاذب است. این بدین معنی است که ضعف جامعه روان‌شناسان و سازمان‌های مرتبط با بی‌سوادی فارغ‌التحصیلان، فعالیت کم متخصصان در فضای مجازی و ضعف مهارت‌های تبلیغات و فروش، نظارت ناکافی سازمان نظام روان‌شناسی بازرسی‌های اغلب غیرمنصفانه، نبود خدمات بیمه‌ای و مانند این‌ها مستقیم و غیرمستقیم باعث افزایش روان‌شناسی کاذب و البته افزایش گرایش مردم به آن می‌شود. روان‌شناسی کاذب از طریق تظاهرات فریبنده خود می‌تواند افراد را به سمت ایجاد باورهای نادرست در مورد اصول روان‌شناختی سوق دهد. این اطلاعات غلط به طور بالقوه می‌تواند درک عمومی از روان‌شناسی را مخدوش کند و منجر به پذیرش ایده‌های نادرست یا بی‌اساس شود. در نتیجه، انتشار اطلاعات شبه روان‌شناختی ممکن است به فقدان تفکر انتقادی و شک‌گرایی کمک کند و بر نحوه درک و تفسیر افراد از پدیده‌های روان‌شناختی تأثیر بگذارد (Lan et al., 2016). روان‌شناسی کاذب سرشار از ایده‌های انگیزشی و الهام‌بخش و جذاب (Zhang, 2021) بدون پشتوانه علمی و منطقی است. وقتی روان‌شناسی کاذب جو ابراز وجود و حس خوب آنی در مراجع ایجاد می‌کند، از موضوعات خرافی و ساده و عریان استفاده می‌کند و افرادی هستند که اعتقاد به جادو دارند و دوست دارند اتفاقات جادویی ببینند یا برایشان بیفتد (Hergovich, 2004) و البته روان‌شناس کاذب، مهارت جذب و سخنوری بالایی دارد، استفاده بیشتر و بیشتر از خدمات آن امری مشخص است. دسترسی‌پذیری به عنوان آخرین علت در این پژوهش نیز بدین معناست که روان‌شناسی کاذب با فراوانی زیاد این روزها در تمامی بسترهای رسانه‌ای رسمی و غیررسمی بسیار به مردم نزدیک و استفاده از آن راحت و به آسانی یک لمس ساده است. به عبارت دیگر، انتشار گسترده محتوای روان‌شناسی کاذب از طریق بسترهای رسانه‌ای جدید، آن را به آسانی برای افرادی که به دنبال پاسخ یا راهنمایی سریع برای نگرانی‌های مربوط به سلامت روان خود هستند، در دسترس و جذاب می‌کند (Zhang, 2021).

در مجموع باید گفت؛ زمانی که جامعه روان‌شناسی و سازمان‌های ذی‌ربط در ارائه خدمات علمی و موثر روان‌شناختی و همین‌طور برخورد و جلوگیری از گسترش و افزایش نفوذ روان‌شناسی کاذب ضعیف عمل می‌کند، جامعه برای رفع نیاز خود به خدمات روان‌شناختی به تنها گزینه موجود یعنی روان‌شناسی کاذب که از قضا بسیار هم پر زرق و برق است مراجعه می‌کند و شاید بتوان گفت که در این موقعیت نمی‌توان مردم را مقصر اصلی دانست. روان‌شناسی کاذب جذاب و فریبنده در تمامی رسانه‌های اجتماعی به راحتی در دسترس است و فاصله افراد با استفاده از این خدمات و در اغلب موارد آسیب دیدن از این خدمات به اندازه یک کلیک است. در جامعه‌ای با خدمات روان‌شناسی ضعیف، نظارت ناکارآمد بر خدمات روان‌شناختی، روان‌شناسی کاذب بسیار جذاب و فریبنده و البته در دسترس، افزایش گرایش مردم به استفاده از این خدمات کاملاً قابل پیش‌بینی است.

پرواضح است که تربیت مشاوران و روان‌شناسان شایسته به طراحی و اجرایی‌سازی برنامه‌های کارآمد و نظارت مستمر بر کیفیت اجرای آن نیازمند است. در میان شیوه‌های تضمین کیفیت در آموزش عالی، اعتبارسنجی گسترده‌ترین رویکرد با قضاوتی صریح درباره رعایت حداقل معیارهای لازم است. با این وجود برای تضمین کیفیت برنامه‌های مختلف تربیت مشاور در ایران تا کنون خط مشی مشخصی وجود نداشته است (Haghighat et al., 2022)) به وزارت علوم پیشنهاد می‌شود که با زمینه‌سازی، حمایت و فعال‌سازی انجمن‌های علمی - تخصصی و استفاده از ظرفیت سازمان ملی سنجش آموزش کشور، سازوکار اعتبارسنجی دوره‌های پرورش روان‌شناس و مشاور را در دستور کار قرار داده و زمینه را برای آشنایی عمومی با فعالیت‌های این موسسات و اعتبارسنجی برنامه‌های پرورش روان‌شناس و مشاور در دانشگاه‌ها و سایر مراکز مورد حمایت از یکسو و درجه‌بندی آيا رتبه‌بندی روان‌شناسان و مشاوران به گروه‌های تخصصی، ظرفیت استفاده بهینه از خدمات روان‌شناسی

<sup>1</sup> accreditation

<sup>2</sup> grading

<sup>3</sup> ranking

و مشاوره و دور شدن از صدمات مرتبط با روان‌شناسی کاذب را فراهم نماید. یکی از اقدامات مرتبط با این اقدام به پژوهش (Haghighat et al., 2022)، بر می‌گردد. این مطالعه، به شناسایی و پیشنهاد الگوی جامع اعتبارسنجی در قالب ۳ عامل، ۶ ملاک، ۱۸ نشانگر، ۶ ویژگی بنیادی و ۶ مرحله اقدام در یک الگوی اعتبارسنجی برنامه جامع تربیت مشاور منتج گردید.

در نهایت پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی چون اندازه نمونه کوچک، ضعف عمیق مبانی نظری در این حوزه و فقدان پژوهش‌های داخلی و خارجی مشابه است که کار را برای مقایسه نتایج و تبیین‌های احتمالی همراه بود. در همین راستا پیشنهاد می‌شود هدف پژوهش‌های آتی شامل نمونه‌های بزرگ‌تر و متنوع‌تر و ترکیب دیدگاه‌های سایر ذینفعان برای دستیابی به درک جامع‌تری از پدیده روان‌شناسی کاذب در ایران باشد. ضمن تاکید بر این‌که مسئله روان‌شناسی کاذب و اثرات ناشی از آن به‌رغم اهمیت بالای آن، از یک خلاء پژوهشی عمیق رنج می‌برد، پیشنهاد می‌شود تحقیقات آینده بر اثربخشی اقدامات نظارتی به منظور جلوگیری از گسترش روان‌شناسی کاذب و محافظت از سلامت روان عمومی تمرکز کنند. با توجه به علت‌های احصاء شده در پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود تصمیم‌گیرندگان و متخصصان حوزه سلامت روان نسبت به برنامه‌ریزی برای مداخله در بحران روان‌شناسی کاذب در جامعه برنامه‌ریزی و اقدام کنند، نظارت بر خدمات روان‌شناسی ارائه شده به مردم را افزایش داده و دقت آن را نیز مرتباً ارزیابی کنند و مسئله روان‌شناسی کاذب را در صدر مسائل روز جامعه روان‌شناسی در نظر بگیرند. همین‌طور پیشنهاد می‌شود که سازمان نظام روان‌شناسی و متخصصان، مردم را از ملاک و معیارهای روان‌شناسان علمی آگاه کند تا مردم بتوانند روان‌شناسی کاذب را تشخیص دهند و جذب جذابیت ظاهری آن نشوند. به وزارت علوم پیشنهاد می‌شود که با زمینه‌سازی، حمایت و فعال‌سازی انجمن‌های علمی - تخصصی و استفاده از ظرفیت سازمان ملی سنجش آموزش کشور، سازوکار اعتبارسنجی دوره‌های پرورش روان‌شناس و مشاور را در دستور کار قرار داده و زمینه را برای آشنایی عمومی با فعالیت‌های این موسسات و اعتبارسنجی برنامه‌های پرورش روان‌شناس و مشاور در دانشگاه‌ها و سایر مراکز مورد حمایت از یکسو و درجه‌بندی یا رتبه‌بندی روان‌شناسان و مشاوران به گروه‌های تخصصی، ظرفیت استفاده بهینه از خدمات روان‌شناسی و مشاوره و دور شدن از صدمات مرتبط با روان‌شناسی کاذب را فراهم نماید. به مراجعین پیشنهاد می‌شود که هنگام مراجعه به روان‌شناس مدارک علمی و آکادمیک روان‌شناس را جویا شوند و در صورت نداشتن مدرک آکادمیک روان‌شناسی از دریافت خدمات اجتناب کنند. مراجعین باید دقت داشته باشند که جذابیت و در دسترس بودن خدمات روان‌شناسی کاذب ممکن است باعث گرایش آن‌ها به این سمت شود، بنابراین ایشان باید مراتب علمی بودن خدمات را چک کنند. مراجعین باید به دنبال آگاهی درباره روان‌شناسی علمی باشند تا بتوانند حدود و ثغور آن را تشخیص داده و آسیب‌های آن را به حداقل برسانند. و در نهایت به روان‌شناسان پیشنهاد می‌شود تا فعالیت چشمگیرتری در فضای مجازی داشته باشند و ضمن فعالیت‌های خود حدود و ثغور روان‌شناسی کاذب را به مخاطبین اطلاع دهند تا روان‌شناسی از روان‌شناسی کاذب در فضای مجازی قابل تفکیک شود و روان‌شناسی علمی به اندازه روان‌شناسی کاذب در دسترس عموم قرار گیرد. به ایشان پیشنهاد می‌شود که از مبتنی بر شواهد علمی بودن فعالیت‌های خود اطمینان حاصل کنند و هرروز اطلاعات خود را به روزتر و کارآمدتر کنند. در راستای پیش‌گیری از گسترش روزافزون روان‌شناسی کاذب، پیشنهاد می‌شود روان‌شناسان مهارت‌های جذب و بازاریابی خود را افزایش داده و تلاش کنند تا برنده جنگ روان‌شناسی علمی و غیرعلمی باشند.

## موازین اخلاقی

در مطالعه حاضر تلاش شد تا ملاحظات اخلاقی به‌صورت کامل مورد توجه قرار گیرد و رعایت شود.

## تشکر و قدردانی

نویسندگان از مشارکت‌کنندگان و کسانی که در انجام این مطالعه به هر نحوی همکاری داشتند، تشکر می‌نمایند.

## مشارکت نویسندگان

<sup>1</sup> accreditation

<sup>2</sup> grading

<sup>3</sup> ranking

نویسنده اول مسئول گردآوری و تحلیل داده‌ها و سایر نویسندگان مسئول نظارت بر فعالیت‌های نویسنده اول و نگارش مقاله بودند.

## تعارض منافع

در این مطالعه، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود نداشت.

## References

- Baniasadi, A., & Salehi, K. (2019). Introductions to the principles and process of creating and validating the interview protocol. *Higher Education Letter*, 46(12), 177-203. [https://journal.sanjesh.org/article\\_36128.html?lang=en](https://journal.sanjesh.org/article_36128.html?lang=en)
- Bhatt, R., & Dhasmana, S. (2021). Pseudo psychological practices in counselling settings in India: DOI: <https://doi.org/10.56173/BJCP.2021.1103>. *Bharatiya Journal of Counselling Psychology*, 1(1). <https://doi.org/10.56173/BJCP.2021.1103>
- Colaizzi, P. F. (1978). Psychological research as the phenomenologist views it.
- Darrisaw, M. (2019). By traveling back into my past life, I rediscovered my love for books and writing. Retrieved from [www.oprahmag.com](http://www.oprahmag.com)
- Davidson, K., & Scott, J. (2009). Does therapists' competence matter in delivering psychological therapy?. *Psychiatric Bulletin*, 33(4), 121-123.
- Eftekhari, N., Rahmani, M. A., & Salehi, K. (2023). A phenomenological approach to the consequences of pseudo-psychology from the point of view of clients: the need for action by the Iranian psychological society. *medical journal of mashhad university of medical sciences*, 66(1), 98-111. [https://mjms.mums.ac.ir/article\\_22869.html?lang=en](https://mjms.mums.ac.ir/article_22869.html?lang=en)
- Furnham, A., & Hughes, D. J. (2014). Myths and misconceptions in popular psychology: Comparing psychology students and the general public. *Teaching of Psychology*, 41(3), 256-261.
- Furnham, A., & Robinson, C. (2022). Myths and misconceptions about personality traits and tests. *Personality and Individual Differences*, 186, 111381
- Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E., & Schwarz, N. (2021). The psychology of fake news: Accepting, sharing, and correcting misinformation (p. 252).
- Haghighat, F., Madani, Y., Salehi, K., Ferasatkah, M., & Pazargadi, M. (2022). Accreditation Model of Counselor Training Program: A Meta-Synthesis Study. *Biannual Journal of Applied Counseling*, 12(2), 21-56. [https://jac.scu.ac.ir/article\\_18053.html?lang=en](https://jac.scu.ac.ir/article_18053.html?lang=en)
- Held, L. (2019). Psychic mediums are the new wellness coaches. Retrieved from [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)
- Hergovich, A. (2004). The effect of pseudo-psychic demonstrations as dependent on belief in paranormal phenomena and suggestibility. *Personality and Individual Differences*, 36(2), 365-380.
- Hupp, S., & Santa Maria, C. L. (Eds.). (2023). *Pseudoscience in Therapy: A Skeptical Field Guide*. Cambridge University Press
- Hupp, S., & Wiseman, R. (Eds.). (2022). *Investigating pop psychology: Pseudoscience, fringe science, and controversies*. Taylor & Francis.
- Lan, Y., Mohr, C., Hu, X., & Kuhn, G. (2018). Fake science: The impact of pseudo-psychological demonstrations on people's beliefs in psychological principles. *PLoS One*, 13(11), e0207629.
- Mokhtaripour, M. (1392). Islam and superstitions, ways of prevention and treatment. *Pasdar Islam*, 385
- Shirpour, N., Kariminia, M. M., & Ansari Moghadam, M. (1400). Investigating the issue of superstition and fighting it from the perspective of verses and traditions. *Journal of new achievements in humanities studies*; 4(4), 184-174
- Sohrabi, Azadeh; Ghavighalb, Mehssa. (1400). Make a trial for Instagram Pseudo-Psychologist. *Iranian newspaper*. Number 7849. <https://www.irannewspaper.ir/newspaper/item/602710/>
- Stea, J. N., & Hupp, S. (2023). *Investigating Clinical Psychology*. Routledge eBooks. doi.org/10.4324/9781003259510.
- Wagner, A. (2008). Psychics are the new psychologists. Retrieved from [www.npr.org](http://www.npr.org)
- Zhang, R. (2021). The Influence of Pseudo Psychological Knowledge Dissemination on College Students' Mental Health. *Symposium on Mental Health of Citizens in Pacific Rim Nations, Psychiatria Danubina*, 33(Suppl. 12), 4-47.