

بسم الله الرحمن الرحيم

مقایسه تطبیقی جریان‌های رایج خودشناسی از منظر روان‌شناختی

پژوهشگران:

ارغوان جعفری-هانیه ستاری اسمرود

پایه دهم

متوسطه دوره دوم

مرکز آموزشی فرزندگان ۶- تهران

دبیر راهنما:

مهندس زندی

چکیده:

اکثر کاربران فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی حداقل یک بار با توصیه‌هایی نظیر «خودت را دوست داشته باش» یا «خودت واقعی‌ات باش» روبه‌رو شده‌اند. گویی دوست داشتن «خود واقعی» کلید تمام معماها و بهترین راه حل مشکلات ما در جهان امروز است. اما «خود واقعی» از نگاه جریان‌ات رایج خودشناسی در فضای مجازی به چه معناست و چه نسبتی با زمینه فرهنگی، اقتصادی، تاریخی و جغرافیایی ما دارد؟ با وجود اینکه پژوهش‌های بسیاری درباره «مفهوم خود» از دیدگاه‌های مختلف روانشناسی انجام شده، جریان‌ات رایج خودشناسی در فضای مجازی فارسی‌زبان از نگاه و توجه پژوهشگران روانشناسی و رسانه در ایران دور مانده‌اند و بنیادهای نظری این جریان‌ات مورد بررسی و تحلیل قرار نگرفته‌اند. این پژوهش می‌کوشد تا با مقایسه تطبیقی جریان‌ات رایج خودشناسی در فضای مجازی و تعریف خود از دیدگاه روانشناسی به فهمی هرچند محدود از «خود» دست بیابد. تحلیل محتوای مطالب پربازدید فارسی‌زبان درباره خودشناسی در اینستاگرام و مقایسه این مطالب با دیدگاه‌های علمی با رویکرد فرویدی و اسلام درباره شناخت خود، مصاحبه با متخصصین و مطالعه کتابخانه‌ای از جمله روش‌های تحقیق استفاده شده برای گردآوری اطلاعات در این پژوهش بوده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که خودشناسی در جریان‌ات روانشناسی زرد و عامه‌پسند مانند کالایی با ویژگی‌های جهان‌شمول و سهل‌الوصول معرفی می‌شود، برخلاف روانشناسی فرویدی و اسلامی که خودشناسی را حاصل تغییرات بسیار و طی کردن سیری طولانی و پیچیده می‌دانند. آگاهی‌بخشی درباره تفاوت‌های نظری فاحش بین جریان‌ات روانشناسی زرد و روانشناسی علمی و اسلامی می‌تواند از سرخوردگی و ناامیدی مخاطبین روانشناسی زرد پیشگیری کند.

کلمات کلیدی: خود، خودشناسی، روان شناسی زرد، روان شناسی اسلامی، روان شناسی علمی

مقدمه و طرح مساله:

مسلماً تا به امروز با جملاتی نظیر «خودت واقعی‌ات را پیدا کن» یا «خودت باش» رو به رو شده‌اید. علاوه بر آن این روزها بازار تست‌های خودشناسی گرم است. اما تعریف مفهوم واقعی این «خود» و راه شناخت آن چیست؟ با کمی مطالعه در زمینه روان شناسی یا با مرور تاریخ ادبیات و فرهنگ دینی می‌توان دریافت که خودشناسی امری پیچیده و زمان بر است؛ چرا که انسان دارای نقش‌ها و شخصیت‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی است و شناخت خود نه تنها سوالی هستی‌شناختی است که از خلال شناخت زمینه و شبکه‌های گسترده‌ای از روابط تاریخی، قومی، خانوادگی و فردی می‌گذرد. درواقع همینجاست که اولین سوال‌ها در ذهن هر فرد جرقه می‌زند. اصلاً این «خود»‌ای که از آن صحبت می‌کنند چه مفهومی را می‌رساند، یا به عبارت دیگر چطور رفتار کردن ما را به «خود»مان بودن نزدیک می‌کند؟

پیشینه تحقیق:

با وجود اینکه پژوهش‌های بسیاری درباره «مفهوم خود» از دیدگاه‌های مختلف روانشناسی انجام شده، جریان‌ات رایج خودشناسی در فضای مجازی فارسی‌زبان از نگاه و توجه پژوهشگران روانشناسی و رسانه در ایران دور مانده‌اند و بنیادهای نظری این جریان‌ات مورد بررسی و تحلیل قرار نگرفته‌اند. این پژوهش، ابتدا به مرور ادبیات روانشناسان علمی و اسلامی

درباره مفهوم خود می‌پردازد و سپس مطالب جمع‌آوری شده از جریانات خودشناسی در صفحات فارسی زبان اینستاگرام را در مقایسه با مطالب حاصل از مطالعات پیشینی مورد تحلیل و بررسی قرار می‌دهد.

روانشناسی علمی

از نظر علم روان شناسی خودآگاهی می‌تواند موجب خودگردانی، خودتوانایی و در نهایت خود ارجمندی یا همان عزت نفس شود. مسلماً تا به حال با آزمون‌های خودشناسی روبه‌رو شده‌اید. معمولاً این آزمون‌ها داده‌هایی را از شما می‌گیرند و در انتها تحلیل‌هایی درباره واکنش‌های رفتاری شما در موقعیت‌های گوناگون به شما ارائه می‌کنند. این نوع تست‌ها معمولاً در انتها اطلاعاتی نظیر شغل‌های مناسب شخصیت شما و... هم به شما می‌دهند. درواقع در جهان امروزی خودشناسی پلی برای بهتر شدن و بهتر زیستن است. روان شناسی علمی با این نگاه خودشناسی را امری ضروری می‌داند.

اما آیا شناخت دیگران نیز در روان شناسی علمی مبحثی ضروریست؟ طبق یک آزمایش میمون‌هایی که در تنهایی بزرگ شده باشند و میمون‌های دیگر را ندیده باشند تصویر خود را در آینه تشخیص نمی‌دهند. این درحالیست که اکثر میمون‌ها پس از گذشت مدتی می‌توانند تصویر خود را در آینه تشخیص دهند. همه این‌ها روی هم رفته نشان می‌دهد شناخت دیگران حداقل در میان میمون‌ها رابطه نزدیکی با شناخت خود دارد (رحمتی، ۱۳۷۷).

همانطور که شناخت افراد دیگر به خود شناسی کمک شایانی می‌کند، خودشناسی هم موجب می‌شود شناخت دیگران راه سریع و مفیدتری را طی کند. درواقع بین این دو رابطه‌ای دو سویه هست، چون انسان از طریق سنجش و مقایسه، اطلاعات دریافت می‌کند.

نکته اینجاست که خودی که از راه درون بینی به آن می‌رسیم معمولاً پایدارتر است و چهره‌ی دیگر خود که در برخورد با دیگران پدید می‌آید ممکن است چندان پایدار نباشد.

با توجه به گفته‌های محمد صادق رحمتی در خودشناسی علمی افراد مختلف با رویکردهای مختلف نظرات متفاوتی را درباره تعریف خود به ما عرضه می‌کنند (۱۳۷۷). روان کاوانی مانند زیگموند فروید، رفتارگرایانی چون اسکینر، هستی‌گرایانی همچون اریک اریکسون، جامعه‌شناسانی مانند چارلز کولی و حتی کارل یونگ، همگی تعاریف متفاوتی را بیان می‌کنند. این تعاریف در مواردی به هم شباهت دارند و در مواردی متفاوتند، مثلاً فروید در نظریه کوه یخ بُعد روانی انسان را به کوه یخی تشبیه می‌کند که بخش اعظم آن زیر آب است. این یعنی خود آگاهی از نظر فروید امری بسیار سخت و پیچیده و تقریباً غیرممکن بوده، درحالی که یونگ معتقد است خود جزیره‌ای ناشناخته است که از راه ناخودآگاه جمعی به دیگران متصل می‌شود، که این نشان می‌دهد یونگ بیشتر به شناخت خود بیرونی (در ارتباط با جهان اجتماعی) انسان اشاره داشته است (رحمتی، ۱۳۷۷). برای مثال چارلز کولی خود را این گونه تعریف می‌کند «آینه‌ای که بازتاب دریافت‌ها و داوریهاییست که از اطرافیانمان داشته‌ایم». او هم مانند یونگ تا حدودی شناخت خود و خودآگاهی را وابسته به شناخت دیگران می‌داند. درحالی که در نظریه کوه یخ هیچ اشاره‌ای به جهان اجتماعی اطراف نمی‌شود (رحمتی، ۱۳۷۷).

در عین حال ویلیام جیمز، نظریه خود چند چهره را بیان می کند و معتقد است خود پدیده ای پیچیده است و چهره های گوناگونی، مانند خود گسترده، خود برونی، خود درونی، خود گذشته، خود کنونی، خود آینده، خود دلخواه و آرمانی دارد (عابدی اردکانی، علیپور، ۱۳۹۲). جیمز پدیده خود اجتماعی را معرفی می کند و معتقد است هرکس در برابر افراد گوناگون مثل: معلم، والدین، دوستان و ... دارای چهره های ناهمسانی از خود اجتماعی است. در میان همه این چهره ها از خود، خود کنونی و خود آرمانی، جای بحث بیشتری دارند. درواقع آنچه مورد بحث است شکاف میان این دو شکل از خود است. این شکاف علاوه بر آنکه می تواند انسان را وا دارد تا تلاش بسیاری از خود نشان بدهد، همچنان می تواند بسیار ناگوار و تلخ باشد. از طرف دیگر انسان معمولاً در بسیاری از ویژگی های مثبت، چشم خود را به روی خود واقعی می بندد و خود آرمانی را می بیند. برای مثال فردی تصور می کند بسیار توانا و باهوش است اما تلاشی برای نشان دادن آن نمی کند. درواقع آنچه دیگران از آن فرد می بینند همان خود واقعی و بیرونی او می باشد. در اینجا جای دارد به نظریه پنجره جوهری که توسط جوزف لافت و هری اینگهام تدوین شده است اشاره کنیم. در این نظریه شخصیت افراد به چهار ناحیه تقسیم میشود. منطقه گشوده یا عمومی که شامل جنبه هایی از شخصیت فرد است که برای او و افراد معلوم است. منطقه پنهان که برای خود شخص معلوم اما برای افراد دیگر پنهان است. منطقه کور که دیگران آن را میدانند اما خود شخص بدان واقف نیست. و اما منطقه تاریک که برای خود شخص و دیگران نامعلوم است، مانند ناخودآگاه (علاقه بند، ۱۴۰۰).

از جمله "خودت باش" استفاده ها و دریافت های متفاوتی میتوان کرد اما به نظر میرسد یکی از این استفاده ها برای این شکاف بین خود کنونی و خودآرمانیست. به عنوان مثال فردی معتقد به اصول دینی در یک جامعه سکولار، با شنیدن جمله ی "خودت باش" میتواند به وجهه های اجتماعی دینش بیشتر روی بیاورد و به قضاوت های اجتماع بی توجهی کند. این رفتار های در وجهه های اجتماعی در خودآرمانی وی جای میگیرند. گاهی نیز برای کم کردن تلخی شکاف بین خود واقعی و خود آرمانی از این جمله استفاده میشود.

روانشناسی اسلامی

روانشناسی یا علم نفس با تاریخ فرهنگی دینی نیز گره میخورند و انطباق داده میشوند. قدمت روانشناسی اسلامی به تاریخ اندیشه ایران باز می گردد و بخشی از آن با نظرات دانشمندان ایران، گره خورده است. جای توجه دارد که تفسیر دینی از روانشناسی یا تفسیر روانشناختی از دین در ایران شکاف خود واقعی و آرمانی را چگونه معنا میکند.

روان شناسی اسلامی نیز مانند روان شناسی علمی در خود شناسی ضرورتی می بیند. به گفته ی آقای مظلومی، عالم اسلامی «خودشناسی در حوزه های اخلاق، عبادات، اعتقادات و احکام اصل قرار میگیرد و مهم ترین مساله ست.» اما تفاوت در این نکته است که ضرورت خود شناسی در روان شناسی علمی با موفقیت، خوشبختی و رستگاری در «این جهان» توجیه می شود. شناخت این جهان و خود از سوی روانشناسی اسلامی صرفاً واسطه شناخت خالق و اخلاص بیشتر در عبادت و بندگی پروردگار هستند:

«از نظر اسلام خودشناسی مساویست با نفس شناسی چرا که روانشناسی علمی تنها به بعد روحی و روانی خودشناسی توجه دارد در حالیکه منظور از نفس، وجود و هستی آدمیست که شامل جسم و ابعاد دیگر وی

نیز میشود. خودشناسی را از مسیر فیزیکی هم میتوان طی کرد؛ زیرا زمانیکه انسان به توصیه قرآن که سیر در آفاق و انفس که منظور دنیا و خود است عمل میکند نشانه هایی از خدا را در وجودش میبیند.¹

در حالی که روان شناسی اسلامی معتقد است خودشناسی علاوه بر ضرورت های ذکر شده توسط روانشناسی علمی، میتواند باعث شناخت خداوند و رستگاری «آنجهانی» یا اخروی شود. طبق نظر آقای مظلومی، «اصل نگاه اسلام به خودشناسی از حدیث نبوی "من عرف نفسه فقد عرف ربه" (هر کس خودش را بشناسد قطعا پروردگارش را) نشأت میگیرد.»² روان شناسی اسلامی همچنین بر تاثیر خودشناسی بر شناخت دیگران نیز تاکید دارد، اما اشاره ای به رابطه دو سویه ندارد. گویی «انسان اگر در خودشناسی کم بگذارد در عمل به دین اسلام هم کم خواهد گذاشت».³

این رویکرد من یا همان نفس را جهت دهنده حرکت و اندیشه انسان می داند که به دو دسته اماره و لوازم تقسیم می شود. راه هایی که روان شناسی دینی برای شناخت خود پیش روی انسان می گذارد عبارتند از: تزکیه، تعقل و مناجات. پس «خودشناسی بعد روحی هم دارد؛ چون وقتی انسان نواقص، صفات و ... خودش را می بیند، بهتر برای رسیدن به کمال که هدف اسلام است تلاش میکند».⁴

تفاوت بسیار مهم دیگر بین روانشناسی اسلامی و جریانات خودشناسی روانشناسی زرد در مفهوم اختیار و عاملیت انسان است. چرا که از نگاه اسلام «انسان به هر جا میرسد با کمک خداست و بدون یاری وی به هیچ جا نخواهیم رسید و صرف اراده فرد منجر به وقوع آن مساله نخواهد شد.»⁵ برای مثال جمله کلیدی جریانات خودشناسی مانند «کافیه خودت بخواهی» در با تحت امر بودن انسان در محضر پروردگار در مغایرت قرار می گیرد. همچنین خودشناسی ترویج شده در روانشناسی زرد ممکن است پیامدهایی مانند خودخواهی و نادیده گرفتن مصلحت دیگران بخاطر خود داشته باشند که با آموزه های دینی ما سازگار نیستند. به گفته آقای مظلومی «طبق آموزه های اسلام بایستی انسان هر چه برای خود میخواهد، برای دیگران نیز بخواهد. در واقع اینکه خودت و دیگران را دوست داشته باش مطلوب تر است.»⁶ این ناسازگاری های ارزشی بین جریانات خودشناسی و فرهنگ و آیین بندگی ما در کشوری مسلمان در موضوع دوست داشتن خود نیز نمود می یابد. چرا که غایت «کمال ... پیروی از خواسته خداست.... و عشق ورزیدن مومن هم باید بخاطر خدا باشد هر چند که بعضا ممکن است دستور خدا با نفس تضاد نداشته باشد».⁷

روانشناسی زرد

از مصاحبه انجام شده با جناب آقای علی مظلومی در تاریخ 1400/4/18.

² همان

³ همان

⁴ همان

⁵ همان

⁶ همان

⁷ همان

روان شناسی زرد جریانی از روانشناسی است که بیشتر در فضای عمومی و رسانه‌ای در معرض آن قرار می‌گیریم و به شکل کتاب‌های پرفروش، صفحات پرتعداد و نسخه‌های جهانشمولی هستند که فارغ از تفاوت‌های فردی و اجتماعی و فرهنگی راحل‌های واحدی را برای خودشناسی توصیه می‌کنند.

در این رویکرد دغدغه پیدا کردن خود وجود ندارد، بلکه دغدغه اصلی ساختن یک خود کاذب است. چرا که افراد توانایی رو به رو شدن با قسمت‌های زشت شخصیت خود را ندارند. بنابراین سعی می‌کنند خود کاذبی بسازند که در اکثر اوقات همان خود آرمانی است. این کار باعث می‌شود افراد در لحظه، احساس سرخوشی و شادی کنند. اما این نقاب زدن در دراز مدت نتایج بسیار بدی را به همراه دارد. متخصص روانشناسی علمی رویکرد فرویدی، جناب آقای سینا امینی معتقدند:

«خود، تعریف مشخصی در این رویکرد ندارد. و درواقع افرادی که این نوع از روانشناسی را نشر می‌دهند «خود» را یک سوژه لذت جو، مصرف‌گرا و نارسیمیزم یا خودشیفته می‌بینند که با فرمول‌های جادویی به مرادشان می‌رسند و می‌توان گفت که روانشناسی زرد محصول ناگزیر و همچنین تسهیل‌گر و امری ضروری برای نظام سرمایه داری است.»⁸

از طرف دیگر برخلاف دو رویکرد‌های علمی و اسلامی، در روان شناسی زرد هیچ نامی از دیگران و جامعه برای شناخت خود برده نمی‌شود، چرا که آنچه فرد از آن تحت عنوان خود نام می‌برد درواقع خود آرمانی است نه خود کنونی. و در چنین حالتی وجود دیگران باعث زیر سوال رفتن حقیقی بودن آن خود کاذب خواهد شد. در آخر اینکه با آرزومندتر شدن افراد و تلاش و تقلای بیشتر برای بدست آوردن کالاهای مورد نظر نظام سرمایه داری یعنی موفقیت و ثروت و خوشبختی با مسیرهایی که به ما فروخته میشوند همچون ماشین، خانه، دانشگاه شهریه‌ای و کالاهای مختلف و... که اگر بخواهیم نوع مناسب و سالم آنهارا پیدا و انتخاب کنیم، باید پیرو سلب‌ریتی‌هایی باشیم که ادعا میکنند موفق به پیدا کردن خود و اقیعشان شده اند و سبک زندگی و محصولات مورد استفاده خود را به ما می‌فروشند، روانشناسی زرد گسترش پیدا می‌کند..

روش شناسی:

برای رسیدن به پاسخ به پرسش اصلی این پژوهش درباره مفهوم خودشناسی، درباره تعریف کلمه «خود» اطلاعاتی جمع‌آوری کردیم. نخست مطالب و جریانات پربازدید مرتبط با خودشناسی را در فضای مجازی مورد بررسی قرار دادیم که عموماً ما را با سوالات و مطالب مربوط به خودشناسی مواجه می‌کنند. با نظر به اینکه خودشناسی در چهارچوب‌های فکری روانشناسی، فلسفه، جامعه‌شناسی و... تعاریف متفاوتی دارد، تمرکز اصلی این پژوهش را معطوف به جریاناتی کردیم که از دیدگاه روانشناختی به خودشناسی می‌پردازند. برای فهم بهتر این جریانات روانشناختی در زمینه‌ی علمی و اجتماعی‌شان، از رویکرد تبارشناسی استفاده کردیم. رویکرد تبارشناسی چه امکان‌هایی به ما می‌دهد؟ لغت تبارشناسی به صورت کلی یعنی دانش شناخت تبار یک پدیده. این روش توسط میشل فوکو، تاریخ‌دان و فیلسوف معاصر فرانسوی معرفی شد و در زمینه روانشناسی با اثر مهم او «تاریخ جنون» طرح شد (فوکو، ۱۹۶۱). در این کتاب، فوکو با استناد به تاریخ جنون نشان

از مصاحبه انجام شده در تاریخ 1399/12/20.⁸

می‌دهد که همگی انسان‌ها از ساختار ذهنی یکسان و خنثی‌ای برخوردار نیستند که بتوان با خط‌کش واحدی درباره سلامت و جنون‌شان قضاوت کرد. روانشناسی مدرن سعی در القای این باور دارد که هیچ اعمال قدرتی در مشخص کردن سلامت روان از جنون وجود ندارد در حالیکه مرز تمایز جنون از سلامت روان صرفاً انحراف از معیارهایی‌ست که برای تمام انسان‌ها خنثی و واحد در نظر گرفته شده‌اند. در واقع پشت مرزبندی‌هایی که انسان‌ها را به دو دسته ی سالم و دیوانه تقسیم میکند، ایدئولوژی‌های مدرن مانند علم و نظام دانشگاهی و قدرت‌های سیاسی وجود دارند که تعیین‌کننده معیارهای سلامت عقل و مرزگذاری بین رفتار هنجارمند و هنجارشکنانه هستند. در این مطالعه روش تبارشناسی به ما کمک کرد تا پرسشهایی طرح کنیم که در روش‌های دیگر فاقد اهمیت هستند (بامداد صوفی-1397): پرسش‌هایی مثل اینکه ایده‌ی خویشتن خویش یا خودشناسی از چه جریان‌های سیاسی یا اقتصادی یا فکری تأثیر می‌پذیرد و چه نسبت و سختی با آموزه‌های دینی و علمی و فرهنگی ما دارد. از این رو، فهمیدن چارچوبهای علمی و دینی در میدان مورد مطالعه (مطالب فارسی‌زبان اینستاگرام درباره خودشناسی) اهمیت ویژه‌ای دارد.

با توجه به اینکه تعاریف خود در ادبیات تحقیق پراکنده و متنوع و در مطالب مورد بررسی گنگ و مبهم بودند، تنها به سه رویکرد روانشناختی پرداختیم و با آن‌ها ادامه مسیر پژوهش را طی کردیم. با بررسی ادبیات تحقیق در حوزه خودشناسی دریافتیم که مقایسه‌ای با تمرکز بر تفاوت‌های نظری در زمینه خودشناسی موجود نیست؛ از این رو به جریان‌های رایج خودشناسی از دیدگاه روانشناختی پرداختیم و شباهت‌ها و تفاوت‌هایی که میان این تعاریف وجود داشت، ما را به طرف سه دسته اصلی روانشناسی اسلامی، علمی و روانشناسی عامه‌پسند یا همان زرد سوق داد. با روش‌های کتابخانه‌ای با مقالاتی در رابطه با خودشناسی آشنا شدیم که می‌توان در دو دسته روانشناسی علمی و اسلامی قرارشان داد. سه رویکرد از جمله روانشناسی اسلامی، روانشناسی علمی (اختصاصاً با رویکرد فرویدی) و روانشناسی زرد (یا عامه‌پسند و پرفروش) برای مقایسه تطبیقی انتخاب شدند که روان‌شناسی زرد با روش تحلیل محتوای صفحات در فضای مجازی اینستاگرام بررسی شد.

با استفاده از جستجوی هشتگ‌هایی مانند خودت باش، خودت را دوست داشته باش و... صفحاتی مانند دختران قوی⁹- انرژی کده¹⁰- بانوی قوی¹¹ پیدا کردیم و به بررسی مطالب آنها پرداختیم. هشتگ‌هایی از جمله روانشناسی زرد و روانشناس زرد را نیز در اینستاگرام بررسی کردیم و از نقد روانشناسان علمی درباره آنها استفاده کردیم. جهت رفع برخی ابهامات و بررسی جزئی‌تر تصمیم به مصاحبه با افراد مطلع کردیم. با کمک دبیر راهنمای این پژوهش، سرکارخانم مهشید زندی، با آقای سینا امینی کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی و متخصص رویکرد فرویدی مصاحبه مجازی کردیم. از طریق تلگرام با یک عالم اسلامی به نام آقای علی مظلومی ارتباط گرفتیم و با ایشان نیز مصاحبه مجازی انجام دادیم. درباره تأثیرات اجتماعی نئولیبرالیسم در ایران نیز به تحلیل تبارشناختی زمینه‌ی اقتصادی و سیاسی جریانات خودشناسی نیز از مشاوره‌ی مجازی خانم شادی خوشکار کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و مطالب پایان‌نامه‌شان بهره بردیم. به منظور رعایت پروتکل‌های بهداشتی

⁹ https://instagram.com/strong_girls1?utm_medium=copy_link

¹⁰ https://instagram.com/energy_kadeh?utm_medium=copy_link

¹¹ https://instagram.com/strong_girls1?utm_medium=copy_link

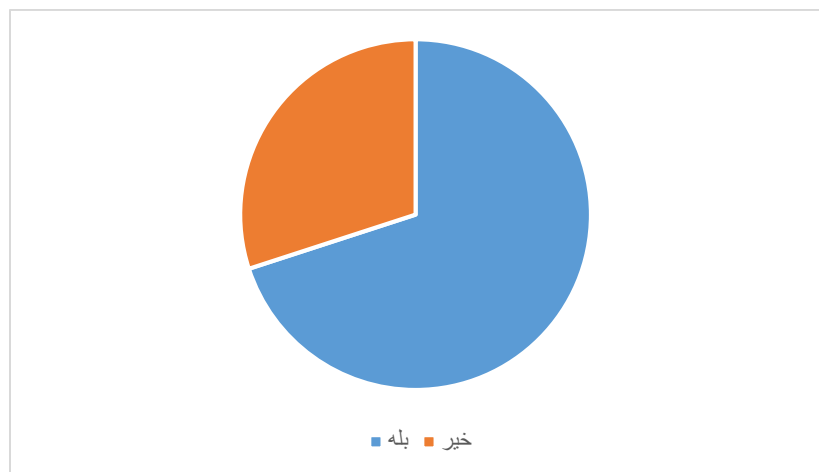
در شرایط نامساعد پیش‌آمده بخاطر بیماری همه‌گیر کرونا مصاحبه‌های مجازی به این صورت بودند که سوال‌ها را مکتوب در رسانه‌های اجتماعی نظیر تلگرام و واتساپ برای اشخاص مورد نظر فرستادیم و آنها به شکل فایل صوتی پاسخ هایشان را بیان کردند.

همچنین برای بررسی اینکه آیا تفاوت روانشناسی زرد با روانشناسی علمی برای مردم واضح است یا نه و اینکه مردم توصیه‌ها و جملات روانشناسی زرد را از چه منابعی دریافت میکنند پرسشنامه‌ای طراحی کردیم و در اختیار دانش آموزان پایه دهم دبیرستان فرزندگان شش تهران که ۷۰ نفر بودند قرار دادیم که نتایج آن به شرح زیر است:

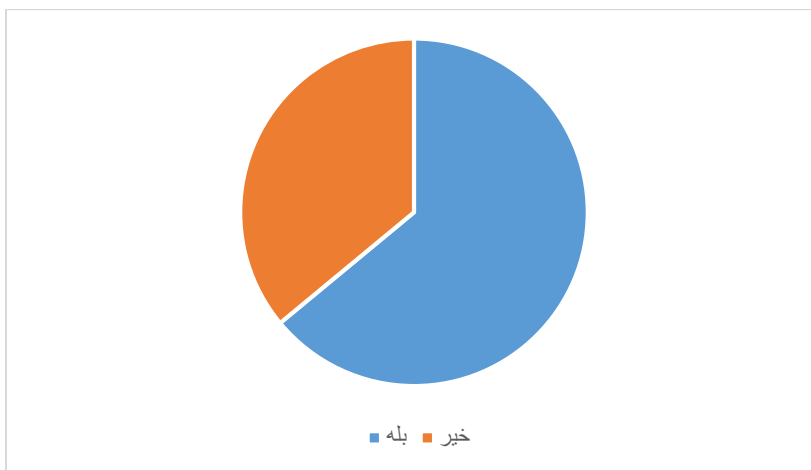
- آیا تا به حال با جملاتی مثل خودت باش، خودت را دوست داشته باش، خود واقعی‌ات را پیدا کن و مواردی از این قبیل در فضای مجازی مواجه شده‌اید؟



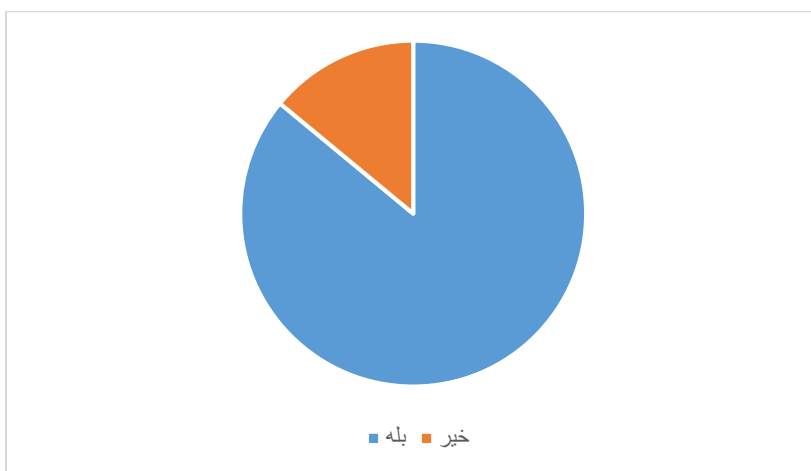
- آیا از درست و علمی بودن این جملات مطمئن هستید؟



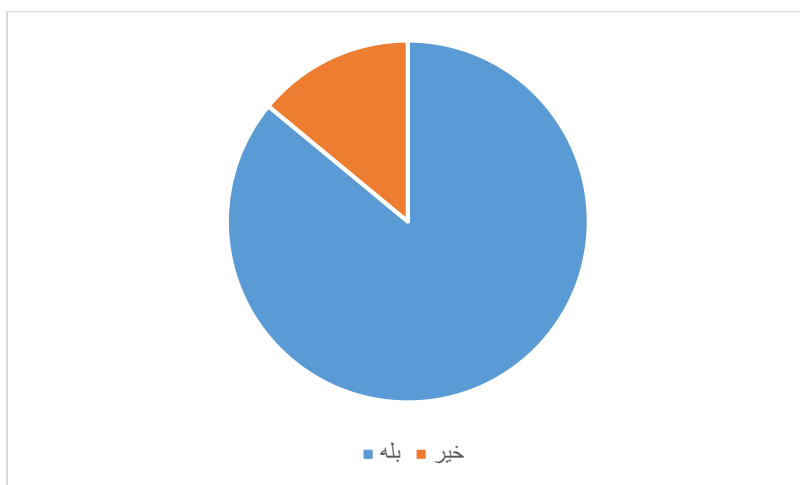
- آیا دنبال کننده مطالب صفحاتی مثل دختران قوی، انرژی کده، بانوی قوی و مواردی از این قبیل هستید؟



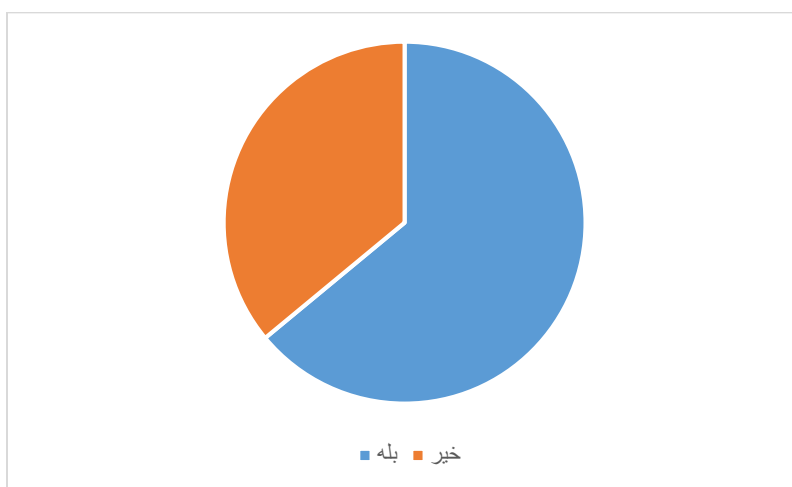
- آیا از درست و علمی بودن توصیه ها و جملات این صفحات مطمئن هستید؟



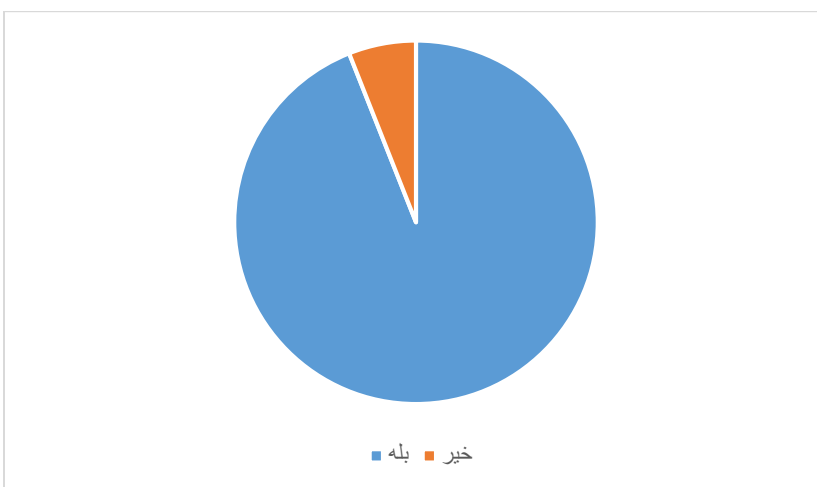
- آیا از اینکه ادمین این صفحات از دانش روانشناسی کافی برخوردار است یا خیر مطمئن هستید؟



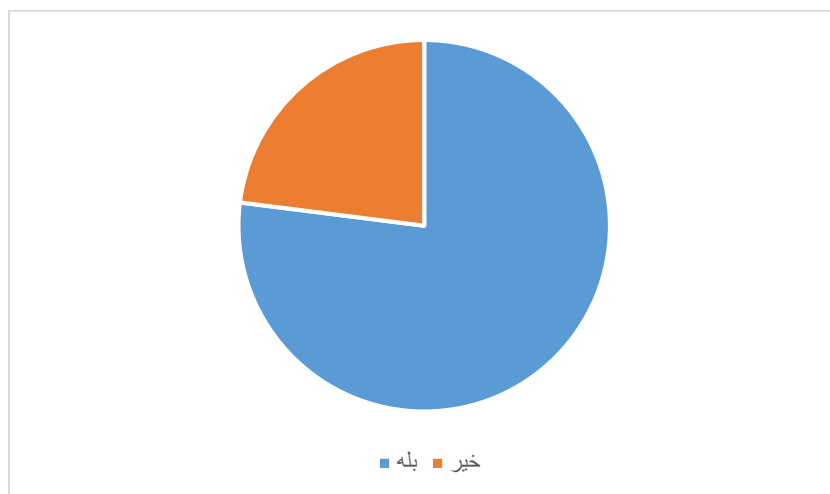
- آیا تا به حال کتاب هایی مانند قورباغه ات را قورت بده، زندگی ات را در بیست و یک روز تغییر بده و مواردی از این قبیل را خوانده اید؟



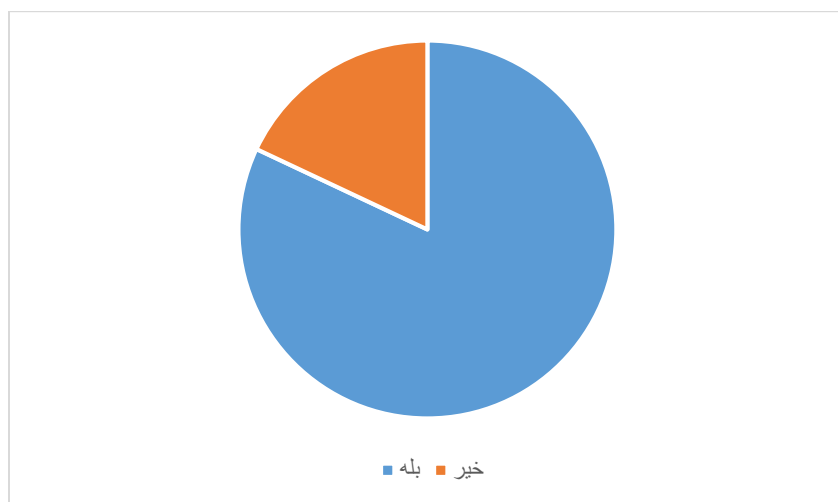
- آیا به طور مداوم به مطالعه اینها میپردازید؟



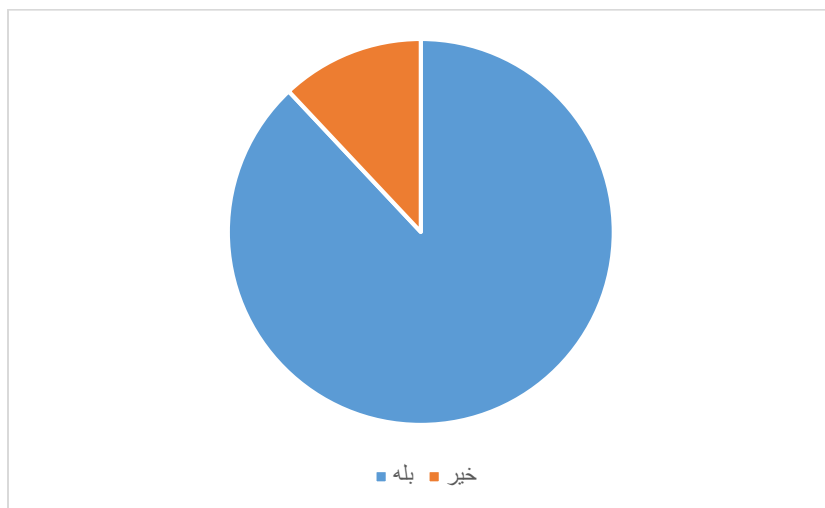
- آیا از درست و علمی بودن توصیه ها و مطالب کتاب مطمئن هستید؟



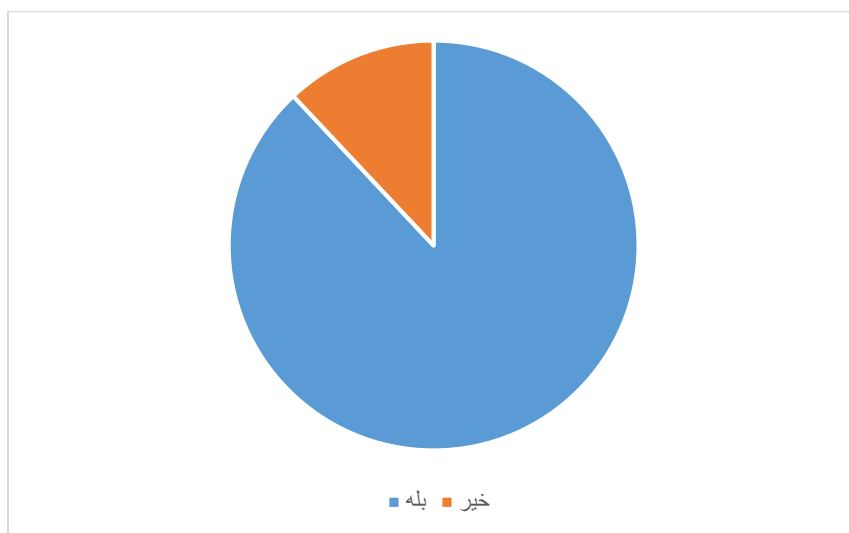
- آیا از اینکه نویسنده این کتب، از علم روانشناسی کافی برخوردار است اطلاع دارید؟



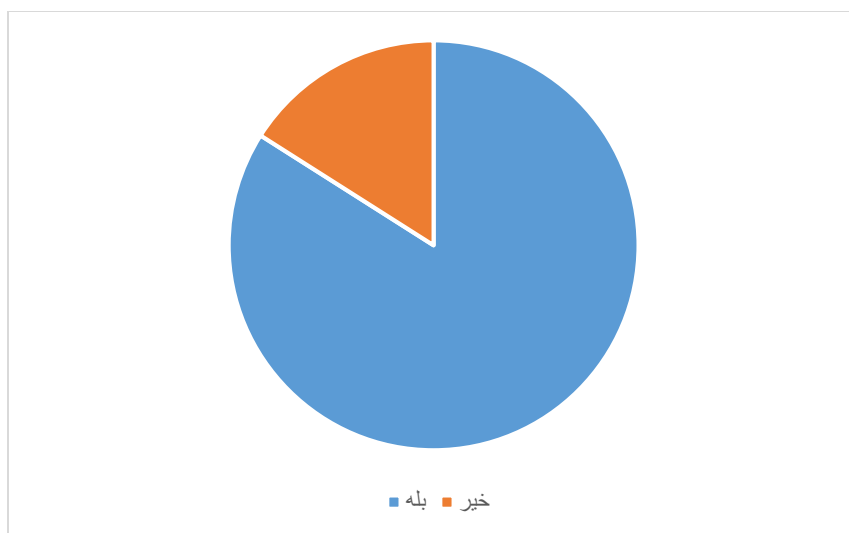
- آیا از مشاوره های آقای هلاکویی استفاده میکنید؟



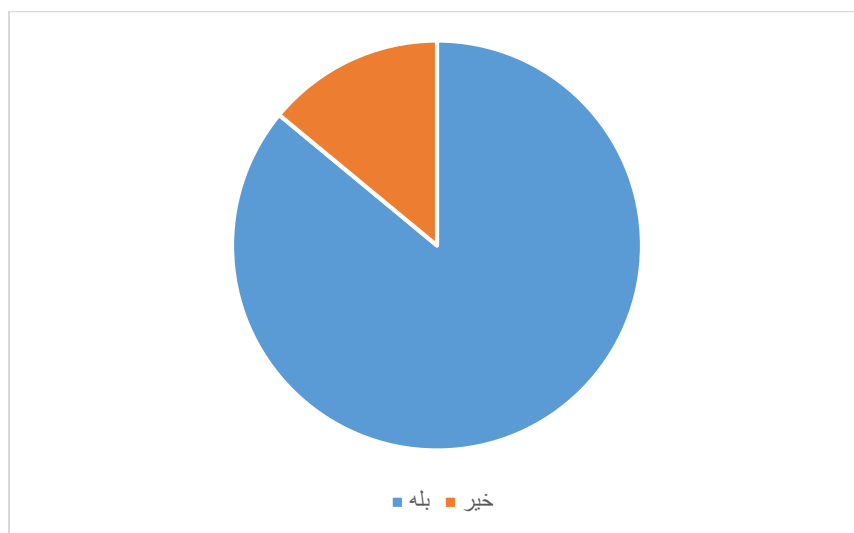
- آیا از درست بودن توصیه های وی مطمئن هستید؟



- آیا تا به حال کتاب های مانند قدرت فکر و قوانین جذب را خوانده اید؟



- آیا به درست بودن این مطالب ایمان دارید؟



نتیجه گیری:

روان شناسی علمی و اسلامی خودشناسی را امری دشوار و مهم می‌دانند با این تفاوت که ضرورت خودشناسی در روانشناسی علمی به امور دنیوی خلاصه می‌شود اما روانشناسی اسلامی ابعاد معنوی را نیز قلمداد میکند. از سوی دیگر جریانی که به اصطلاح روان شناسی زرد شناخته می‌شود همان کلیشه‌های متداول روان شناسی است. درواقع این نوع از روان شناسی بخش‌های عامه پسند روان شناسی علمی و دینی را جدا کرده و بخش‌هایی را خود اضافه کرده و آنها را به صورت تصنعی نشر داده است. این نوع از روان شناسی شناخت خود و خودآگاهی را امری آسان می‌داند و برای همه افراد بدون توجه به تفاوت‌های فردی و اجتماعی نسخه‌ای مشابه تجویز می‌کند.

درواقع علت آن که در مواجهه با جملاتی نظیر «خودت باش» که زاده روانشناسی زرد است در رابطه با مفهوم خود سردرگم می‌شویم آن است که خود در روان شناسی زرد اصلاً مفهومی ندارد چون به آن پرداخته نشده است. فرد با این سردرگمی، دچار نوعی سرخوردگی می‌شود زیرا در میابد که تلاش و تقلا برای دوست داشتن خود و یافتن خود واقعی مذبوه‌انه است. از جایی که شخص روانشناسی را اینگونه فهمیده، به روانشناسی درست و علمی هم، بدبین می‌شود.

چشم‌اندازها و پیشنهادات برای مطالعات آتی:

در این پژوهش مجال کافی نبود که به این بپردازیم که تبارشناسی می‌تواند به نقش نئولیبرالیسم در نسبت با جریان‌های روانشناسی عامه پسند کمک کند به طور مثال خانم شادی خوشکار با توجه به نتیجه پایان نامه کارشناسی ارشدشان به گفتند که اگر لیبرالیسم را بازار آزاد می‌بینیم، نئولیبرالیسم آزادی بسیار گسترده‌تر و افسارگسیخته‌تری را شامل می‌شود که گویی همه چیز را به سمت فردگرایی و موقتی بودن بیشتر سوق می‌دهد و بر روی مهارت‌های فردی تأکید می‌کند که این امر منجر به فراموشی ارزش‌های جمعی می‌شود. نئولیبرالیسم تنها جنبه اقتصادی ندارد بلکه انگار منطق اقتصاد آزاد وارد عرصه‌های

دیگر نیز میشوند. همه چیز حتی امور احساسی موقتی میشوند. سیستم نئولیبرالیسم از تمامی امکاناتش نظیر رسانه ها و روانشناسی زرد استفاده میکند تا ارزش های نئولیبرال را بر روی افراد دیکته کند و پیامد اینکار ایجاد کردن "خود" جدید و متفاوتی است که برای این سیستم کارآمد است. زیرا اقتصاد آزاد با تاکید بر موفقیت های فردی همخوانی دارد.

برای مطالعات آتی می توان تمرکز را بر نقد و بررسی نافعین جریان روانشناسی زرد که امروزه بازار آن بسیار گرم است، گذاشت. همچنین میتوان به این موضوع پرداخت که آیا رویکردهای مذکور و تاکید آنها بر مسئله خودشناسی، کمکی به فهم هویت -که جزو لاینفک اجتماع و هویت جمعی هست- میکند یا خیر؟ همچنین میتوان به بررسی موضوع روانشناسی زرد از منظر اجتماعی و سیاسی پرداخت و پرسید استفاده از روانشناسی زرد چه ارتباطی با میزان رجوع و اعتماد به روانشناسی علمی دارد.

کتابشناسی

بامداد صوفی، جهانیار، (1397)، تبارشناسی روش های تحقیق در علوم انسانی در مسیر تمدن ایرانی-اسلامی

حیدری، آرش. مهاجرانی، سید مهشاد، (1399)، کهریزک همچون حاشیه ای بر متن تهران؛ مطالعه ای تبارشناسانه در باب فرایندهای تولید فضایی کهریزک

رحمتی، محمدصادق (1377)، مقاله خودشناسی از دیدگاه روانشناسی اجتماعی

عابدی اردکانی، محمد، (1392)، مفهوم خود و نسبت آن با عمل سیاسی در اندیشه ی "هانا آرنت" و "هربرت مارکوزه"

مشایخی پور، محمدعلی و دیگران، (1397)، مقاله بررسی مفهوم خودشناسی در دیدگاه امام علی(ع) علاقیند، علی، (1400)، کتاب مدیریت عمومی، انتشارات روان

فوکو، میشل (1961)، تاریخ جنون (ترجمه فاطمه ولیانی)، انتشارات هرمس