



### چگونه فریب می‌خوریم؟

کتاب «چگونه فریب می‌خوریم؟» نوشته سید محمد وفايي است و به معرفی ۱۰ روشی می‌پردازد که فرورونده‌ها برای فریب دادن شما استفاده می‌کنند. در این کتاب برای آشنایی با هر روش یک داستان نوشته شده و سپس توضیح داده می‌شود که چرا این اتفاق می‌افتد و ما تصمیم اشتباه می‌گیریم. در پایان درباره راهکار اینکه چگونه در دام این ترندها نیفتیم صحبت شده است.



### تکنیکی برای فریب نخوردن

مطالعات روی پدیده فریب فعالیت‌هایی را معرفی کرده‌اند که می‌توانیم تشخیص دهیم چه کسی قصد فریب دادن ما را دارد؛ علائم آن می‌تواند عدم قطعیت، ابهام در جزئیات روایت، تأخیر در پاسخ دادن به سؤالات با مکث مکرر در کلام یا بروز برخی نشانه‌ها در اعضای بدن باشد. با این ۳ تکنیک مؤثر می‌توان افراد فریبکار را شناخت.



### دریچه

## هرچه قبول داریم پدایم کنم

علی ملانکه / روزنامه‌نگار

«سوگیری تأییدی» نوعی سوگیری شناختی است و هنگامی برای شما رخ می‌دهد که درباره موضوعی تصمیم خود را گرفته باشید و از جست‌وجو و گردآوری اطلاعات بیشتر درباره آن دست بردارید. در این حالت اطلاعات متعارض با نظر تثبیت‌شده‌تان را بی‌اعتبار می‌شمارید و اطلاعاتی را می‌پذیرید که با نظر تان موافقت داشته باشد. هرچه موضوع دارای بار عاطفی بیشتر و باور فرد به آن عمیق‌تر باشد، این سوگیری شدیدتر می‌شود. برای مثال، اگر اعتقاد داشته باشید که افزودن فلوراید به آب آشامیدنی (برای سلامت دندان‌ها) کار خطرناکی است، فقط آن مقالاتی را می‌خوانید که با این کار مخالفت کرده باشند و اطلاعات متضاد با این دیدگاه را نادیده می‌گیرید. به این ترتیب در دیدگاه خود راسخ‌تر از قبل می‌شوید بدون اینکه همه جنبه‌های موضوع را در نظر بگیرید. بنابراین هنگام جست‌وجوی اطلاعات و اخبار پزشکی بهتر است منابعی را انتخاب کنید که تا حد ممکن بی‌طرف باشند. به این ترتیب می‌توانید به‌طور متعادلی شواهد موافق و مخالف را به دست آورید. رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام سوگیری تأییدی مخاطبان را تشدید می‌کنند. در این رسانه‌های اجتماعی شما آن اخبار و اطلاعاتی را می‌بینید که دوستان‌تان برای اشتراک گذاشتن انتخاب کرده‌اند و از آنجا که معمولاً بر دیدگاه‌های گروه دوستان‌تان روی شبکه اجتماعی توافق دارید، احتمالاً مقالاتی را خواهید دید که از قبل با آن موافقت دارید.

یک مشکل دیگر این است: طراحی شبکه‌های اجتماعی اینگونه است که محتوایی روی آن به اشتراک گذاشته شود که قابل فهم باشد و به راحتی بتواند فراگیر (وایرال) شود. بنابراین درباره اخبار و اطلاعات بهداشتی و پزشکی که در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شوند، باید بسیار محتاط باشید و این شبکه‌ها را منبع اصلی اخبار و اطلاعات قرار ندهید.



یکتا فراهانی / روزنامه‌نگار

بی‌اعتمادی، پیامدهای عاطفی زیادی به دنبال دارد و باعث می‌شود فرد نتواند به‌سادگی به دیگران اعتماد کند، خودش را مقصر و ساده‌لوح بداند و مدام از خود سؤال کند که چرا در ارتباطاتش دچار اشتباه می‌شود. به گفته کلی کمپبل، دکتری روانشناسی در دانشگاه ایالتی کالیفرنیا دلایل بی‌شماری وجود دارد که افراد همدیگر را فریب می‌دهند اما او به این نکته اشاره می‌کند که لزوماً نباید فقط افراد فریب‌دهنده را مقصر دانست. چون در این چرخه کسی هم که به راحتی فریب می‌خورد بسیار مهم است. بنابراین باید کار هر دوی آنها را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد. این روزها افراد زیادی در زمینه سلامت در شبکه‌های مجازی فعالیت می‌کنند و باید به مهارت‌مان را بالا ببریم تا اصل را از فرع تشخیص دهیم و در دام پزشک‌نماها نیفتیم. درباره اینکه چرا و چگونه جذب حرف‌های فریب‌دهنده می‌شویم و تحت تأثیر تبلیغات دروغین قرار می‌گیریم با دکتر مهدی اسکندری، روان‌درمانگر خانه روانشناسی تجربه گفت‌وگو کرده‌ایم.



# چگونه در دام نیفتیم؟

ویژگی شخصیتی افراد فریبکار را بشناسید

### ۱. چرا برخی فریب تبلیغات دروغین در حوزه سلامت را می‌خورند؟

در دست با غلط بودن انتخاب‌های مان عواملی مانند نیاز، کم‌هوشی، بی‌اطلاعی، دروغ‌گویی، اضطراب، طردشدگی و ایده‌آل‌سازی فرد پیش‌نهاددهنده، نقش ویژه‌ای دارند. البته ناگفته نماند که قرار گرفتن در موقعیت فریب می‌تواند به‌صورت اتفاقی باشد اما در صورتی که موقعیت فریب به کرات ایجاد و تبدیل به رفتاری عادت‌گونه (برای فریبکار یا فریب‌خورنده) شود، موضوع اختلال شخصیت مطرح می‌شود. قرار گرفتن در موقعیت فریب نشانه وجود شخصیت ضعیف و شکننده در این افراد است که باید علت آنها را در کودکی و چگونگی رابطه آنها با والد جست‌وجو کرد.

### ۲. افراد فریبکار و اغواگر چه شخصیتی دارند؟

افراد فریب‌دهنده و اغواگر اغلب شخصیت ضداجتماعی دارند و اتفاقات تلخی را از دوران کودکی تجربه کرده‌اند. این تجارب تلخ باعث شده تا برای رسیدن به هدف خود از هر روشی استفاده کنند. این افراد معمولاً از فریب دادن دیگران نیز احساس گناه نمی‌کنند و کودک‌شان اغلب با سر خوردگی و محرومیت سپری شده؛ ضمن آنکه در بسیاری موارد هم پدر و مادرشان از روی ناآگاهی آنها را آزار می‌دهند. به این ترتیب، عدم امنیتی که این افراد در کودکی تجربه کرده‌اند باعث شده تا رسیدن به آرامش و امنیت مالی و روانی حاصل از مال‌اندوزی، تنها هدف آنان برای جبران عقده‌های زمان کودکی‌شان باشد. افراد فریب‌دهنده بر اثر تجربه‌های آزاردهنده کودکی و قرار گرفتن در فضای ارتباطی ناپایمن با والدین خود، بی‌اعتمادی را تجربه کرده‌اند که باعث پنهانکاری و دروغ‌گویی آنان شده است. در چنین موقعیت‌هایی افراد برای فرار از فضاهای ناامن روانی، با فریب دیگران خود را ایمن تصور می‌کنند. نیازهای روانی و عاطفی این افراد در دوران کودکی ارضانگشته و رویارویی آنها با تجربه تلخ فریب و عدم همراهی روانی و عاطفی والدین، از آنان افرادی با شخصیت ضداجتماعی و خودشیفته (نارسیسیستیک) ساخته است.

### ۳. افرادی که به‌سادگی فریب می‌خورند معمولاً چه شخصیتی دارند؟

افراد ساده‌انگار و کسانی که به‌سادگی فریب می‌خورند هم دچار آسیب شخصیتی و روانی هستند. معمولاً در کودکی یا به خواسته‌ها و نیازهای آنها خیلی زود پاسخ داده می‌شده یا نقطه مقابل آن، هیچ توجهی به خواسته‌هایشان نمی‌شده است. همین موضوع باعث شده هنگام نیاز، قدرت تصمیم‌گیری چنین افرادی ضعیف شود و در زمان تصمیم‌گیری به جای توجه به انتخاب درست و مفید، بیشترین ملاک انتخاب آنها فقط پاسخ به نیازها و برآورده شدن خواسته‌هایشان باشد. بنابراین به راحتی می‌توانند فریب بخورند. مثلاً کسی که در کودکی والدین توجهی به آنچه لازم داشته نمی‌کرده‌اند، ممکن است در بزرگسالی هنگام خرید، توجه زیادی به کیفیت محصولات یا کالاها نکند و فقط در صدد تهیه آنها برآید تا کمبودهای خود را در گذشته جبران کند. ضمن آنکه می‌توانیم شاهد چنین الگویی هنگام تصمیم‌گیری‌های مهم و وارد شدن در روابط عاطفی و اجتماعی اینگونه اشخاص نیز باشیم.

### ۴. چگونه در دام افراد اغواگر نیفتیم و فریب آنها را نخوریم؟

اگر بخواهیم بدانیم چگونه می‌توان جلوی فریب‌دهی فریب‌داده‌ها را گرفت باید ریشه این موضوع را در دوران کودکی و رابطه والد-فرزند افراد اغواگر و اغواشونده یافت. همچنین با دادن آموزش‌های صحیح به والدین و خانواده‌ها به ایجاد امنیت روانی در کودکان بپردازیم. البته در کنار آن هم می‌توان با بررسی و تغییر متغیرهای تعدیل‌کننده مانند عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ارائه اطلاعات زیاد از موقعیت‌های فریب‌زا و بررسی عوامل خارجی که موجب عدم انجام تعهد یا تأخیر در انجام آنها می‌شوند، پرداخت. اگر بخواهیم یک موقعیت فریب‌زا را مانند تبلیغات فروش داروهای تقویتی یا فروش اجناس تقلبی بررسی کنیم، متوجه خواهیم شد که فرد فریبکار براساس نیاز جامعه هدف خود، وارد گفتمان و تبلیغ می‌شود و با گفتن دروغ و خلاف واقعیت، حتی با آگاهی از این موضوع که احتمال آسیب دیدن جدی طرف مقابل وجود دارد، تمام تلاشش را می‌کند تا جنس عرضه شده خود را بفروشد و از این معامله نفعی ببرد. در واقع نفع مالی او در ازای آسیب و زیان رساندن به دیگران است. در نتیجه با آموزش‌های اجتماعی لازم می‌توان زمینه موقعیت‌های اغواگر را مهار و تا حد امکان آنها را تعدیل کرد. مثلاً با نظارت بر آگهی‌های دروغین می‌توان ضرر کمتری را متوجه افرادی کرد که به‌آسانی در دام چنین تبلیغاتی می‌افتند و در حد امکان فرصت فریب دادن را از افراد فریب‌دهنده سلب کرد.