

هلمشهر و خانواده

شبکه‌های اجتماعی میدان جدید رمالان برای کلاهبرداری است

دکان تازه رمالان و فالگیران

گزارش

رابعه تیموری

روزنامه‌نگار

در تبلیغات کانال‌های مجازی انواع و اقسام خدمات به چشم می‌خورد: آینه می‌بینند، طلسم تضمینی راه دستشان است، طلسم‌های خرسوار و شیر و خورشیدشان رخسارند، فال احساسی دو کاپ می‌گیرند و کاپ می‌گیرند و فن انواع طلسم را می‌دانند. آنها نه برای چاپ کارت ویزیت و کاتالوگ تبلیغاتی هزینه می‌کنند و نه به پست و دوخته‌های عجیب و غریب یا دفتر و دستک‌های شیک بالاشهری نیاز دارند که با آویختن علامت باطل‌السحر به در و دیوارشان، مشتریان حیران خود را به باور توانایی‌های خود مجاب کنند. مثل قارچ از شبکه‌های اجتماعی سر در می‌آورند و بدون صرف هزینه و دور از چشم قانون به صید طعمه‌هایی می‌پردازند که حاضرند میلیون‌ها تومان بپردازند تا با قدرت‌های ماورایی این کاسبان چرب‌زبان گره‌های کور زندگی‌شان باز شود. این کاسبان پر درآمد تا چند سال پیش در گوشه و کنار شهر بساط کار و کسب خود را پهن می‌کردند، اما در سال‌های اخیر تعداد قابل توجهی از آنها به فضای مجازی کوچ کرده‌اند و در شبکه‌های اجتماعی به دنبال مشتری می‌گردند. دست خالی هم نمی‌مانند و تولید و انتشار ۳۰۰ هزار محتوای مرتبط با رمالی و دعانویسی در فاصله سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲ در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد در این فضا هم کار و بارشان حسابی سکه است.

دور از دسترس قانون

پروفایلش تصویری از یک آدم برهنه سم‌دار است که سر بزی شاخ‌دار روی تنه آن وصل شده و با رسم خطوط ناخوانای کج و معوج کنار این تصویر سعی کرده ارتباط خود با اجنه و موجودات ماورائی را نشان دهد. انگار خیاالش آسوده است که قانون به‌سادگی سراغ او نمی‌آید و در بیوگرافی‌اش خود را جادوگر و دعانویس معرفی کرده است. کمتر پیش می‌آید آنلاین نباشد و خیلی زود پیام مشتریان را پاسخی می‌دهد. وقتی می‌خواهد به مشتری اطمینان دهد مشککش را حل می‌کند، پیشنهادش طلسمی است که با اظاهر موکلان پهلوی انجام می‌دهد. می‌گوید: «تا امروز کاری نبوده که آنها از پشش برنیانند، موکلان پهلوی به کسی رحم نمی‌کنند»، همان رد و بدل کردن پیام هم کافی است که تشخیص دهد باید طالع مشتری‌اش را کف فنجان قهوه ببینند یا در آینه یا برایش روی پوست حیوانات سحر و جادو بنویسد. تا اینجای کار ماجرا در مرحله پرداخت هزینه‌های کلان باقی می‌ماند، اما بسیار پیش می‌آید برای بانوان جوانی که تصاویر پروفایل و پست‌های آنها را پسندیده، نسخه باطل‌السحر حضوری بپیچد و آنها را مجاب کند برای حل مشکل خود و بر باد رفتن پول‌های کلانی که هزینه کرده‌اند به محلی مراجعه کنند که او تعیین می‌کند؛ جایی دنج و دورافتاده که برای گرفتار کردن اجنه مناسب می‌دانند...

شاکی خصوصی، شرط پیگرد قانونی

فعالیت رمالان و فالگیران در فضای مجازی باعث تشکیل پرونده‌های کلاهبرداری متعدد شده است. سرهنگ مسلم میراحمدی، رئیس اداره مبارزه با کلاهبرداری پلیس آگاهی تهران بزرگ به فراوانی این پرونده‌ها اشاره می‌کند و می‌گوید: «یکی از مسائلی که در برخورد قانونی با رمالان و فالگیران محدودیت به‌وجود می‌آورد، شرط صدور دستور قضایی است.» داشتن شاکی خصوصی را برای صدور دستور قضایی لازم می‌داند و می‌گوید: «در کلاهبرداری‌هایی که رقم کمتر از ۱۰۰ میلیون تومان است باید شاکی خصوصی به شکایت از فرد رمال بپردازد تا مورد پیگرد قانونی قرار گیرد.» سرهنگ علی محمد رجبی، رئیس مرکز تشخیص و پیشگیری پلیس فتا درباره گستردن فعالیت رمالان در فضای مجازی می‌گوید: «فضای مجازی، فرصت ارتباط‌گیری با طیف گسترده‌ای از مردم، انجام تبلیغات مختلف، درآمدزایی و... را برای کاربران فراهم آورده است، اما در این بین افرادی هستند که سعی دارند از این فرصت‌ها سوءاستفاده کرده و اهداف مجرمانه خود را عملی کنند. او ادامه می‌دهد: «براساس گزارش تیم تحلیل بیت‌بان، از ۱۵ پرونده فال و طالع‌بینی موجود در فروشگاه‌های اندرویدی، نزدیک به یک‌سوم، یعنی ۱۹۷ مورد از آنها بدافزار بوده‌اند. این نرم‌افزارها غالباً بدون اطلاع کاربر اقدام به دانلود دیگر برنامه‌ها، ارسال ناخواسته تبلیغات یا عضو کردن کاربر در کانال‌های تلگرامی می‌کنند و به این ترتیب حریم خصوصی کاربران نقض می‌شود.»

فقر فرهنگی؛ عامل رونق رمالی

امان‌الله قزایی مقدم، معتقد است احساس ضعف و ناتوانی سبب گرایش افراد به سمت فالگیری و رمالی می‌شود. این پژوهشگر اجتماعی درباره مشتریان رمالان و فالگیران می‌گوید: «معمولاً افراد کم‌سواد، دارای فقر فرهنگی و درمانده و مستاصل از همه‌چیز، گرایش بیشتری به فالگیری، رمالی و احضار روح دارند.» او داشتن سواد و آگاهی را عاملی بازدارنده در گرایش به رمالی عنوان می‌کند و می‌گوید: «افراد تحصیلکرده در پدیده‌های مختلف به‌دنبال علت واقعی و منطقی مسائل می‌گردند و به رفتارهایی مانند رمالی که ریشه عقلانی ندارند، باور پیدا نمی‌کنند.» قزایی مقدم رو آوردن به رمالی را نوعی فرار از مسئولیت و منفعل بودن می‌داند و ادامه می‌دهد: «وقتی بر بینش و طرز فکر افراد تقدیر گزایی حاکم شود و خود را در شکل‌گیری فرایند زندگی و فرایند حرکتی آینده مؤثر ندانند، به این سمت گرایش پیدا می‌کنند. زمانی که انسان‌ها به‌دلیل عدم دسترسی به همه متغیرها در زندگی، با شکست‌هایی روبه‌رو می‌شوند، ناکامی در غلبه بر موانع سبب می‌شود افراد تصور کنند یک عامل بیرونی، سبب شکست آنهاست؛ بنابراین برای رهایی از این شکست، تلاش می‌کنند از نظر روانی نیز متوسل به یک عامل بیرونی شوند.»

روشی ساده برای حل مشکل

علیرضا محمدی، راحت‌طلبی بعضی از افراد را دلیل مراجعه آنها به رمالان ذکر می‌کند و توضیح می‌دهد: «بعضی از افراد برای حل مشکلات خود به‌دنبال ساده‌ترین و آسان‌ترین راهکارها هستند و تصورشان این است که با مراجعه به رمال و فالگیر مشکل خود را حل می‌کنند.» این روانشناس و استاد دانشگاه کمبودها و مشکلات عاطفی و اجتماعی را از عوامل مهم و مؤثر در مراجعه افراد به فالگیران و رمالان می‌داند و می‌گوید: «بسیاری از افراد تحصیلکرده که با وجود داشتن سواد و موقعیت اجتماعی به سراغ این افراد می‌روند از کمبودهای عاطفی رنج می‌برند.» محمدی درباره نقش شبکه‌های مجازی در موفقیت رمالان می‌گوید: «غلب کسانی که در فضای مجازی به‌دنبال رمال و کف‌بین برای حل مشکلات خود می‌گردند، افرادی برونگرا هستند و با پست‌ها و مطالبی که در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند، به رمالان و سودجویان کمک می‌کنند که از زندگی خصوصی آنها اطلاعات مناسبی به‌دست آورند و با سوءاستفاده از این اطلاعات اعتماد آنها را جلب کنند.»

منابع: محمدعلی دادگستر نیا پژوهشگر علوم اجتماعی در تحلیل کلان‌داده‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به روایت وزارت بهداشت

حال خوب

چرا همیشه خسته هستیم؟

گاهی بیش‌تر می‌آید که از همان اول صبح که تازه از رختخواب بلند می‌شویم و می‌خواهیم روز خود را آغاز کنیم، خسته و بی‌انرژی هستیم: یک چسوری خستگی مزم که گویی در باقی روزها نیز کش می‌آید. آنقدر که بعد از مدتی کوتاه تبدیل به عادت یا رویه روزانه می‌شود. پای صحبت دوستان و اطرافیان هم اگر بنشینیم، در خواهیم یافت که این یک مسئله در حال شیوع و فراگیر است که درمان و رفعش نیاز به رعایت اصول و تکنیک‌هایی دارد.

روز خود را بسا یک لیوان آب ولرم آغاز کنید. کمی زودتر از خواب بیدار شوید تا فرصت پرداختن به‌اموری مانند پهن‌آست، نظافت، آرایش و صرف یک صبحانه ساده و معمولی را داشته باشید.

حین انجام کارها و وظایف روزانه سعی کنید روی یک کار و وظیفه متمرکز شوید و از انجام کارها به‌صورت همزمان بپرهیزید. این تقسیم تمرکز فقط باعث می‌شود تا انرژی‌تان به‌در رود و زودتر از انتظار، خسته شوید.

بین انجام کارها و وظایف روزانه، زمانی هم برای استراحت‌های کوتاه قرار دهید؛ حتی شده به اندازه یک قدم‌زدن کوتاه یا بستن چشم‌ها.

اگر هم عادت دارید زمان زیادی در فضای مجازی سپری کنید و مدام اخبار را رصد کنید، حتماً راه‌هایی مانند تعیین بازه‌های مطالعه داشته باشید. جدای از آسیب‌های جسمانی ناشی از استفاده بیش از حد از گوشی‌های تلفن همراه، استرس، اضطراب، تنش و ناامیدی رهایی‌ناخواهد کرد.

به خیال‌بافی‌های بیپهوده و افکار منفی و به عبارتی نشخوارهای فکری، اجازه عرضه‌اندام‌نهدید. این موارد در نهایت باعث افزایش نارضایتی شما از زندگی خواهد شد و خستگی روحی‌تان را بیشتر می‌کند.

واضح است که برای رسیدن به همه آرزوها و اهدافمان در زندگی به شغل و درآمد آن نیسازیم، اما این مهم نباید باعث شود که شما از ساعت‌های تفریح و خودشناسی خود غافل بمانید. ساعت‌های تفریح و خودشناسی به‌اندازه کسب درآمد، ضروری و حیاتی هستند.

انجام کار خوب از توجه به خود، اغراق‌ناکه‌ها برای دوستان گرفتن تا کمک به نیازمندان به شیوه‌های مختلف می‌تواند حس و حال‌تان را در چنتی مثبت و مسیری خوشایند قرار دهد.

لیستی از علایق‌تان تهیه کنید و برای هر یک به ترتیب اولویت، هزینه و زمان صرف کنید.

فضای مجازی، پستوی رمالان

آمارهای رسمی نشان می‌دهند دلایلی مانند فراوانی مخاطبان، پایین بودن هزینه‌ها و پنهان ماندن از چشم قانون سبب شده تعداد قابل توجهی از رمالان و فالگیرها فضای مجازی را برای تبلیغ و توسعه کسب و کار خود انتخاب کنند و از سال ۱۳۹۵ به موازات توسعه فعالیت سنتی این کلاهبرداران، شاهد پرسه‌زنی و جذب طعمه توسط آنها در شبکه‌های اجتماعی باشیم:

فعالیت رمالان در فضای مجازی

۱۴۵۰۰۰
کاربر ایکس

۶۵۰۰۰
پاسخ

۶۰۰۰
کوت

۱۳۰۰۰۰
رتیویت

۱۸۵۰۰۰۰
لایک



کار و بار سکه رمالان در فضای واقعی

۱۰
درصد

از جمعیت کشور نزد افراد بی‌صلاحیت، مانند رمال رفته‌اند.

۷٫۵
میلیون

ایرانی مشتری فالگیرها، رمال‌ها و دعانویس‌ها بوده‌اند.

۵۰
درصد

از جامعه آماری این پژوهش چندین بار به رمالان مراجعه کرده‌اند.

۶۸
درصد

از دختران ۱۸ تا ۲۶ سال، دهمت کم یک‌بار به فالگیر مراجعه کرده‌اند.

۳۸
درصد

از دانشجویان حرف‌های فالگیران را تصدیق کرده یا اعتقاد سراغ آنها رفته‌اند.

۱۱۶۰۰۰
کاربر

اینستاگرام یک میلیون محتوا یا موضوع رمالی ایجاد کرده‌اند.