



# روان شناسی اجتماعی سیاسی و مسایل محوری آن با تاکید بر انتخابات

## چکیده

این نوشتار در صدد است تا روان شناسی اجتماعی سیاسی را به عنوان یکی از دانش های بین رشته ای سیاست، جامعه شناسی و روان شناسی معرفی نماید. موضوع اصلی روان شناسی اجتماعی از نوع سیاسی آن با رویکرد انتخابات، بررسی کنش های اجتماعی فعالین حوزه ی سیاسی، اعم از انتخاب کنندگان و انتخاب شوندگان می باشد. کنش های سیاسی را می توان در دو گروه پیوسته و گسسته مورد مطالعه قرار داد. همکاری و ائتلاف کاندیداها با یکدیگر و تلاش جمعی ستادهای انتخاباتی در زمره ی کنش های پیوسته از نوع همکاری قرار دارند. اقتباس از الگوهای رفتاری اشخاص و گروه های مرجع برای رأی دهندگان و الگوبرداری ستادها بالاخص در بخش تبلیغات را می توان جزو انواع کنش های تقلیدی دانست. نمونه برداری ستادهای انتخاباتی از الگوهای تبلیغاتی جوامع صنعتی را می توان از نوع کنش همانند گردی دانست. در جریان انتخابات، نامزدهای انتخاباتی تلاش می کنند تا از یکدیگر سبقت گیرند. در این نوع کنش آنها خود را برای انتخاب شدن به دیگران عرضه می کنند. این نوع کنش را می توان سبقت جویانه دانست. بسیاری از کنش های کاندیداها رقابتی است. کرسی های نمایندگی مجلس جزو منابع کمیاب قدرت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و تا حدودی اقتصادی به شمار می روند. نامزدها تلاش دارند تا رقبای خود را پشت سر گذاشته و خود به این کرسی های محدود دست یابند. در فرآیند رقابت برخی از نامزدها رقبای خود را مورد تخریب قرار می دهند. قلمرو کنش های ستیزه جویانه

..... دکتر رضا اسماعیلی

جامعه شناس و پژوهشگر مسایل فرهنگی و اجتماعی

و تخریبی در ابعاد جسمی، اقتصادی، حیثیتی، روانی و ذهنی می‌باشد. در این مقاله شایعه به عنوان یکی از کنش‌های تخریبی مورد بررسی بیشتر واقع شده است. این مقاله همچنین به یکی از مباحث اصلی روان‌شناسی یعنی جامعه‌پذیری سیاسی و چگونگی شکل‌گیری شخصیت سیاسی، آموزش‌های سیاسی و عوامل اجتماعی‌کننده‌ی سیاسی چون خانواده، رسانه و نظام آموزشی، تشکل‌های صنفی و اجتماعی پرداخته است. مبحث هم‌رنگی و تبعیت‌پذیری و عوامل مؤثر بر تبعیت‌پذیری از جمله مباحث مورد توجه در این گفتار می‌باشد. در قسمت پایانی جایگاه نظریه‌ی نقش و نظریه‌ی بازی‌ها در انتخابات تشریح شده است.

## مقدمه

روان‌شناسی اجتماعی شاخه‌ای از علوم اجتماعی است که تاثیر متقابل فرد و گروه اجتماعی را مطالعه می‌کند. روان‌شناسی اجتماعی کوشش می‌کند حضور واقعی، تصویری یا تلویحی رفتار فرد را مورد بررسی قرار دهد؛ این شاخه از علوم اجتماعی را می‌توان نماد بارز فعالیت علمی بین رشته‌ای در حوزه‌ی روان‌شناسی و جامعه‌شناسی دانست.

پیشینه‌ی این دانش به مانند بیشتر دانش‌ها را به برخی از متقدمان مانند افلاطون و ارسطو منتسب کرده‌اند. ارسطو انسان را حیوان اجتماعی می‌دانست و بر اصول اساسی نفوذ اجتماعی و متقاعدسازی تاکید داشت. این دو مبحث از جمله مباحث اصلی روان‌شناسی اجتماعی به شمار می‌رود، به همین دلیل آرونسون ارسطو را نخستین روان‌شناس اجتماعی می‌داند.

پیشینه‌ی روان‌شناسی اجتماعی با رویکرد آزمایشی در ۱۸۹۷ میلادی با آزمایش نورمن تریپلت آغاز می‌شود. او در دانشگاه ایندینا به عنوان روان‌شناس کار می‌کرد. تریپلت<sup>۱</sup> علاقه‌ی شدیدی به رکوردگیری مسابقات دوچرخه‌سواری داشت. او در حین رکوردگیری‌ها متوجه شد وقتی دوچرخه‌سواران به صورت جمعی مسابقه می‌دهند رکوردهای بهتری از خود به جای می‌گذارند تا وقتی که به تنهایی از آنها رکوردگیری می‌شود. تریپلت با مشاهده‌ی نتایج رکوردگیری، این فرضیه را تایید کرد که رقابت گروهی موجب عملکرد بهتر می‌شود.

سال ۱۹۰۸ میلادی را باید نقطه‌ی عطفی در روان‌شناسی اجتماعی دانست. در این سال بطور هم‌زمان یک جامعه‌شناس به نام ادوارراس<sup>۲</sup> کتابی با عنوان «روان‌شناسی اجتماعی» و روان‌شناسی به نام ویلیام مک دوگال<sup>۳</sup> کتاب «مقدمه‌ای بر روان‌شناسی

اجتماعی» را به جهان علم عرضه داشتند. از اشخاص تاثیرگذار این رشته باید به مظفرشریف اشاره کرد. او در سال ۱۹۳۶ گزارش پژوهش خود را با عنوان نفوذ اجتماعی منتشر کرد. نقطه‌ی عطف تاریخ روان‌شناسی اجتماعی را باید در آثار لوین<sup>۴</sup> دانست. او در قالب نظریه‌ی میدانی رفتار آدمی را فرموله کرد. به نظر او رفتار تابعی است از ضرب عوامل شخصیتی در عوامل محیطی.

روان‌شناسی اجتماعی با انجام مطالعات کاربردی و ارائه‌ی راه‌حل‌های راهبردی در طول جنگ و پس از جنگ جهانی دوم خوش درخشید. با گذشت زمان و افزایش مطالعات و پژوهش‌های تجربی دایره‌ی این علم گسترده‌تر گشت (کریمی، ۱۳۷۱، ۱۴).

این گستردگی موضوعی همچنان ادامه دارد. متأسفانه این شاخه‌ی علمی در جامعه‌ی ایران آن‌طور که باید و شاید شناخته شده نیست، گرچه با تلاش استادان ارجمند و از طریق ترجمه‌ی کتاب‌های محدود تا حدودی در مجامع دانشگاهی جای خود را باز کرده است. هنوز رشته‌ی روان‌شناسی اجتماعی به عنوان رشته‌ای مستقل در نظام دانشگاهی تعریف نشده است. اما کمیت و تنوع قابل توجه پژوهش‌های انجام شده با رویکرد روانشناختی اجتماعی می‌تواند زمینه‌ساز تکوین روان‌شناسی اجتماعی کاربردی متناسب با فرهنگ و جامعه ایران باشد.

## موضوع روان‌شناسی اجتماعی

همان‌طور که اشاره شد موضوعات متعددی در رشته‌ی روان‌شناسی اجتماعی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در این شاخه پدیده‌هایی مانند باورها، رفتارها، گرایش‌ها، اطاعت و فرمان‌برداری، انتخاب‌های انسانی در شرایط مختلف فعالیت‌ها یا فرآیندهای مربوط به تصمیم‌گیری مورد بررسی واقع شده است. این پدیده‌ها به زندگی فردی اشخاص مربوط می‌شوند. روان‌شناسی به مفهوم عام آن با دیدگاه فردگرایانه موضوعات مذکور را مطالعه می‌کند. در نگاه دیگر این پدیده‌ها به عنوان واقعیت‌های فردی و جمعی مطرح شده و اهمیت پیوندهای مثبت و منفی در درون یک گروه بررسی می‌شود. در این رویکرد بر کنش‌ها و واکنش‌های ارتباطی و تاثیرات بجای مانده از تعاملات تاکید می‌شود.

همچنین به پدیده‌هایی چون تاثیرگذاری و تاثیرپذیری هم‌رنگی با جماعت و سرکشی مورد تجزیه و تحلیل واقع می‌شود. این دیدگاه بیانگر نگاه روان‌شناسی اجتماعی است.

در نگاه جامعه‌شناختی پدیده‌های مذکور به صورت

روان‌شناسی اجتماعی  
این پیش فرض ساده را  
پذیرفته است که افراد  
آدمی در جهان اجتماعی  
زندگی می‌کنند.  
بر همین اساس  
روان‌شناسی اجتماعی  
را می‌توان مطالعه‌ی  
علمی ارتباطات بین مردم  
دانست. این علم دانش  
منظمی در باب اعتقادات،  
احساسات و رفتار مردم  
در محیط اجتماعی‌شان به  
دست می‌دهد

واقعیت‌های اجتماعی، مستقل از فرد مورد مطالعه قرار می‌گیرند.

نگاه هر یک از حوزه‌های روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی نسبت به پدیده‌ها متفاوت است. علاوه بر دیدگاه‌های نظری متفاوت، واحد تحلیل و موضوع مورد مطالعه‌ی این سه شاخه‌ی علمی با یکدیگر تفاوت دارند.

گرچه هر سه شاخه رفتار انسانی را هدف‌گیری کرده‌اند. اما در شیوه‌ی مطالعه با یکدیگر اختلاف دارند. برجستگی خاص روان‌شناسی اجتماعی در این نکته است که رفتار فرد را در گروه مورد مطالعه قرار می‌دهد. روان‌شناسی اجتماعی این پیش فرض ساده را پذیرفته است که افراد آدمی در جهان اجتماعی زندگی می‌کنند. بر همین اساس روان‌شناسی اجتماعی را می‌توان مطالعه‌ی علمی ارتباطات بین مردم دانست. این علم دانش منظمی در باب اعتقادات، احساسات و رفتار مردم در محیط اجتماعی‌شان به دست می‌دهد (از کمپ، ۱۳۶۹، ۱۴).

### مباحث اصلی روان‌شناسی اجتماعی کاربردی

روان‌شناسی اجتماعی دایره‌ی وسیعی از موضوعات را در بر می‌گیرد. جامعه‌پذیری و اجتماعی شدن کودک، مطالعه‌ی تطبیقی ویژگی‌ها و رفتارهای گروه‌های مختلف قومی و اجتماعی، نگرش‌ها و باورها و اعتقادات افراد نسبت به موضوعات گوناگون، تعامل اجتماعی و روابط بین افراد در یک گروه اجتماعی، پویایی‌های گروهی و نقش رهبری در گروه‌ها، آسیب‌های اجتماعی، مطالعه‌ی رفتارها در سیاست داخلی و بین‌المللی از جمله موضوعات اصلی روان‌شناسی اجتماعی می‌باشند (کلاین برگ، ۱۳۵۲: ۳۴).

روان‌شناسی اجتماعی از جمله علمی است که به سرعت از دایره‌ی نظریه پردازی عبور کرده و خود را

به میدان عمل کشانده و به اصطلاح شاخه‌ی کاربردی آن شکل گرفته است. روان‌شناسی اجتماعی کاربردی تلاش دارد تا روش‌ها و نظریه‌ها، اصول و یافته‌های پژوهشی مرتبط با دانش روان‌شناختی اجتماعی را در درک یا حل مشکلات اجتماعی مورد استفاده قرار دهد. روان‌شناسی اجتماعی کاربردی مساله مدار است. ویژگی این شاخه از علوم رفتاری، این مطلب است که موضوع آن از یک مساله‌ی گروهی شروع می‌شود. به علاوه روان‌شناسی اجتماعی کاربردی بر موقعیت‌های میدانی تاکید می‌ورزد بدون آن که خود را از مطالعات آزمایشگاهی محروم سازد.

### کنش اجتماعی، محوری‌ترین موضوع روان‌شناسی اجتماعی

آزمایشگاه واقعی روان‌شناسی اجتماعی زندگی اجتماعی است که در آن افراد و گروه‌های اجتماعی به کنش می‌پردازند. کنش‌ها رفتارهایی هستند که تحت تأثیر رفتار دیگران انجام می‌شوند. ویژگی مهم کنش، درک ذهنی آن توسط فرد است. به بیان دیگر کنش، رفتاری است که بر اثر تحریک یک محرک بوجود آمده و پس از ارزیابی ذهنی، پاسخ مناسب داده می‌شود. نقش ذهن و فعالیت ذهنی از جمله خصوصیات انکارناپذیر کنش محسوب می‌شود.

### انواع کنش اجتماعی

کنش‌ها دارای انواع مختلف می‌باشند در یک طبقه‌بندی کلی می‌توان کنش‌ها را به دو دسته‌ی پیوسته و گسسته تقسیم‌بندی کرد.

۱. کنش‌های پیوسته: کنش‌های پیوسته کنش‌هایی هستند که هم‌جهت بوده بطوری که کنشگران در یک جهت و مسیر کنش خود را سازماندهی می‌کنند.

کنش پیوسته دارای انواع گوناگون شامل

الف) همکاری، ب) تقلید، ج) همانند‌گردی، می‌باشند. کنش پیوسته از نوع همکاری، کنش‌هایی هستند که کنشگران جهت رسیدن به هدف مشترک با هم همکاری می‌نمایند.

الف) همکاری: همکاری نوعی کنش پیوسته است که کنشگران برای رسیدن به هدف مشترک با هم همکاری می‌نمایند.

نمونه‌ی بارز کنش همکاری در فرآیند انتخابات ائتلاف نامزدهای انتخاباتی است که برای ورود به پارلمان توان و قوای خود را بسیج نموده و جهت رسیدن به موفقیت همکاری می‌نمایند و تعاون و همکاری در فرایند انتخابات به ائتلاف انتخاب‌شوندگان محدود نشده و در قالب همکاری تیم انتخاباتی و ستادهای انتخاباتی تجلی می‌یابد. ستاد انتخابات متشکل از گروهی از کنشگران هستند که برای موفقیت کاندیداهای مورد نظر تلاش خود را سازماندهی کرده‌اند. کنش‌ها و واکنش‌های همکاران یک تیم انتخاباتی عمدتاً پیوسته از نوع همکاری می‌باشد. ستادهای انتخاباتی موفق‌تر هستند که از سازمان و مدیریت قوی‌تری حول محور همکاری برخوردار باشند.

به بیان دیگر ستادهای انتخاباتی ضمن بسیج منابع انسانی و تعامل مناسب اعضا با یکدیگر در فرایند انتخابات باید از برهم‌افزایی و به اصطلاح سینرژی لازم برخوردار شوند. ترکیب مناسب توان و انرژی اعضای ستاد و بهره‌برداری بهینه از سرمایه‌های انسانی، مالی و تجهیزاتی و سرمایه‌های فرهنگی موجب می‌شود که نتایج فراتر از تلاش تک‌تک افراد بوده و در نتیجه یک تیم انتخاباتی بتواند از همه‌ی ظرفیت‌های خود حداکثر بهره‌برداری را داشته و به اهداف مورد نظر دست یابد.

ب) تقلید: در کنش‌های تقلیدی فرد الگوهای رفتاری را از دیگران اقتباس می‌کند. تقلید بخش

مهمی از زندگی ماست که از بدو تولد شروع می‌شود و در دوره‌ی نوجوانی و جوانی به اوج می‌رسد. کودکان از تولد تا سه سالگی رفتارهای اطرافیان خود را به شیوه‌ی کاملاً تقلیدی یاد می‌گیرند. فرآیند تقلید در دوره‌ی کودکی شروع شده و در مرحله‌ی نوجوانی و جوانی و بزرگسالی استمرار می‌یابد. فرد در طول حیات خود بسیاری از الگوهای کنش را از دیگران تقلید می‌کند. گروه‌های اجتماعی و جوامع نیز بیشتر الگوهای عمل خود را از نسل گذشته یا از دیگران اقتباس کرده‌اند. بطوری که می‌توان گفت تعداد الگوهای نوآورانه بسیار محدود می‌باشد.

در جریان انتخابات، کنشگران رفتار سیاسی خود را از دیگران تقلید می‌کنند؛ انتخاب‌کنندگان تحت تاثیر اشخاص و گروه‌های مرجع قرار می‌گیرند. ستادهای انتخاباتی الگوهای تبلیغاتی را از دیگران اقتباس می‌کنند.

نامزدهای انتخاباتی در معرفی خود الگوهای تجربه‌شده‌ی سیاستمداران مرجع را اقتباس و تقلید می‌نمایند. نکته‌ی مهم تر آن است که فرد بسیاری از آموزش‌های سیاسی و شخصیت‌پذیری سیاسی‌اش را از طریق تقلید کسب می‌کند.

ج) همانند‌گردی: نوع دیگر از کنش‌های پیوسته همانند‌گردی است. همانند‌گردی، تقلیدی از فرهنگ دیگر جوامع می‌باشد. جوامع و گروه‌های اجتماعی در تبادل با یکدیگر الگوهایی را از یکدیگر وام می‌گیرند. جریان انتخابات به مفهوم جدید آن یک نوع اقتباس از تجربیات جوامع اروپایی به شمار می‌رود. پارلمان، انتخابات پارلمانی و حتی نظام جمهوری به مفهوم امروزی آن، جریان تفکیک قوای مقننه، قضائیه و اجرائیه را می‌توان نوعی اقتباس از فرهنگ جوامع صنعتی دانست.

جوامع در حال گذار در مقایسه با جوامع مولد و خلاق میزان بیشتری از عناصر زندگی خود را از

در صورتی که

رسانه‌های جمعی وارد

این عرضه شوند و

با برخورداری از

وضعیت‌هایی چون

قدرت انتشار و شعاع

تاثیرگذاری و بهره‌گیری

از ابزارهایی چون فرهنگ،

هنر و ایدئولوژی مخاطبان

فرد را در معرض اطلاعات،

درست و ناقص قرار دهند

و ذهن آنها را به اصطلاح

شست و شو دهند،

کنش‌های ستیزه‌جویانه

وارد مرحله‌ی

پیچیده‌ای می‌شود



تخریب رقیبان در جریان انتخابات و استفاده از شیوه های جنگ روانی از جمله کنش های ستیزه جویانه ی معمول به شمار می رود. تبلیغات سیاسی و استفاده از شگردهایی که حقوق اساسی انسان ها زیر پا نهاده شده و موازین اخلاقی و عرفی نادیده گرفته می شود در زمره ی کنش های ستیزه جویانه قرار می گیرند

دیگران اقتباس کرده اند. آن چه در حال حاضر به آن شیوه و سبک زندگی اطلاق می کنیم، بخش مهمی از آن برگرفته شده از سنت ها و میراث گذشتگان می باشد و بخش دیگر عناصری از جوامع دیگر است که ما آن را به عاریت گرفتیم. فرآیند وام گیری بسیار کند و آرام است، بطوری که ما احساس نمی کنیم موارد وام گرفته شده به ما تعلق نداشته است. گر چه امروز جوامع مسلط با برخورداری از صنعت فرهنگ و ابزارهای رسانه ای الگوهایی خود را به صورت سازمان یافته خارج از جریان تبادل و تعامل عادی به دیگر جوامع انتقال می دهند. به بیان دیگر فرآیند انتقال و مبادله ی الگوها و هنجارها مسیر طبیعی و زمان تدریجی خود را طی نمی کند.

جوامعی چون جامعه ی ایران که فرایند گذار از جامعه ی سنتی به جامعه ی نوگرا را تجربه می نمایند، بخش مهمی از الگوهای خود چون نظام اداری، نظام آموزشی، سازمان های خدمات رسانی، نظام حقوقی ارتباطی و سیاسی خود را از دیگر جوامع اقتباس کرده اند. در بعد سیاسی می توان به الگوهایی اقتباس شده نظیر پارلمان، احزاب، جمهوری و سبک های مدیریت در قلمرو سیاست اشاره کرد.

الگوهای کنش سیاستمداران در جریان تبلیغات سیاسی قابل تامل می باشد. شگردها و ابزارهای تبلیغاتی به کار گرفته شده توسط کنشگران سیاسی با ابزارها و شیوه هایی نظیر؛ ۱. انتشار اطلاعیه ها، پیام ها، مقالات و گزارش ها ۲. خطابه ها ۳. تظاهرات، میتینگ ها و گردهمایی های انتخاباتی ۴. جنگ روانی علیه رقبا و دشمنان ۵. احاله به ارزش ها در ابعاد مثبت و منفی ۶. مهندسی تغییر مسیر و اصلی نشان دادن راه های فرعی ۷. سفر ۸. سکوت در برابر برخی از پدیده ها ۹. کوچک شمردن برخی از پدیده ها ۱۰. بزرگ نمایی ۱۱. تحریف ۱۲. ایجاد ابهام و تردید و شورش افکار عمومی ۱۳. شایعه سازی ۱۴. یک سو نگری و مطلق گرایی از جمله شگردهایی هستند که در تبلیغات سیاسی به کار می روند (متولی، ۱۳۸۴: ۱۷۹-۲۰۶).

برخی از شیوه ها و شگردهای تبلیغاتی، اقتباس شده از فرهنگ رقابت انتخاباتی جوامع صنعتی با نظام سرمایه داری است که با نظام اخلاقی مبتنی بر فرهنگ ملی و دینی تناسب ندارد، اما به عنوان یک واقعیت قابل مطالعه و بررسی است.

در سطح سازمانهای سیاسی و احزاب و رقابت های حزبی نیز بخشی از فرهنگ سیاسی، اقتباس شده از جوامع دیگر است. واژه ی حزب از زبان عربی به عاریت گرفته شده است؛ در قرآن مجید این واژه به معنای گروهی که می توانند برای هدف الهی و غیرالهی

تجمع نمایند به کار برده شده است. حزب در معنای کهن و لغوی بیانگر دسته بندی و تجمع کسانی است که آرمان ها و یا منافع مشترکی دارند و با کسانی که این آرمان ها و یا منافع را به خطر می اندازند در حال مبارزه می باشند. (ایوبی، ۱۳۸۲: ۳۶)

الگوهای حاکم بر روابط اجتماعی در احزاب و سازمان های سیاسی و تجزیه ی داخلی اعضای حزب به جناح تندرو و میانه رو به نحوی تحت تأثیر الگوهای حاکم بر جوامع صنعتی با رویکرد سرمایه داری می باشند. گونه های مختلف رهبری و سبک های متفاوت رهبری در احزاب از جمله موضوعات مهم روان شناسی اجتماعی سیاسی می باشد.

۲. کنش های گسسته: افراد و اعضای جامعه علاوه بر کنش های پیوسته با یکدیگر دارای کنش های گسسته می باشند. منظور از کنش های گسسته کنش هایی هستند که در یک مسیر نبوده و از جهت واحد برخوردار نیست. کنش های گسسته دارای انواع مختلف می باشند که در ذیل به اختصار توضیح داده می شود.

الف) کنش سبقت جویانه: کنش سبقت جویانه نوعی کنش است که فعالان کنش به اهدافی که مورد نظر دیگری است رغبت نشان می دهند. در حوزه ی انتخابات مطلوب ترین نوع کنش، رفتار سبقت جویانه می باشد. در این فرایند داوطلبان احراز نقش نمایندگی، خود را در معرض انتخاب قرار داده و در





در نظریه ی بازی،  
انتخابات به مانند  
صفحه ی شطرنجی است  
که با شناخت  
موقعیت خود باید  
حرکت رقیب را بتواند  
پیش بینی کند

تصویب برسانند و در کل مدافع بهتر انتخاب کنندگان باشند.

الگوی جوامع در تعداد احزاب و صف بندی های آنان متفاوت می باشد. در برخی از جوامع تنها یک حزب مقتدر وجود دارد. در برخی دیگر دو حزب مقتدر در جریان انتخابات مقابل هم صف آرای می کنند. نکته ی مهم در جوامع با دو حزب مسلط آن است که فاصله ی هر یک از احزاب تعریف شده است. بسیاری از اصول مشترک در این احزاب قابل مشاهده است که در چارچوب قانون اساسی و منافع ملی کشور تعریف شده است. لذا جابه جایی احزاب در هرم قدرت نمی تواند تغییرات اساسی در ساختار مدیریت سیاسی به وجود آورد، بلکه بیشتر روش ها و شیوه ها جایگزین می شود و حداکثر برخی از اولویت های سیاست داخلی جامعه جابه جا می شود.

در برخی از جوامع از الگوهای احزاب متعدد استفاده می شود. در این الگو گروه های سیاسی متعددی تلاش دارند تا با رقابت با سایر احزاب بتوانند اکثریت بیشتری را از آن خود سازند و در هژمونی قدرت نقش تعیین کننده تری داشته باشند. اداره کردن امور در این نوع جوامع، تدابیر و ساز و کارهای خاص خود را می طلبد. در برخی از مواقع امکان کسب اکثریت قدرت فراهم نبوده و شبکه ی قدرت اجرایی شکننده می شود.

با خروج یک حزب از جریان، ائتلاف گسسته شده و دولت مورد پذیرش پارلمان اعتبار خود را از دست می دهد و در برخی از مواقع امکان دستیابی به تفاهم به حداقل ممکن کاهش می یابد (مثال لبنان در جریان انتخاب رییس جمهور در سال ۲۰۰۷).

موضوع احزاب، کارکردها و جایگاه آن در جامعه ایران، توصیف و تحلیل فراز و نشیب های آن از جمله موضوعات جالب در جامعه شناسی سیاسی و علوم سیاسی هستند که از حوصله ی این گفتار محدود خارج است، اما نکته ی مهمی که از نظر تعدد احزاب باید به آن پرداخت، مهندسی احزاب سیاسی در ایران و دستیابی به الگوی مطلوب و باز تعریف فاصله ی احزاب با یکدیگر در چارچوب قانون اساسی است. امید است که در فرصت مقتضی و در جایی دیگر به این موضوع پرداخته شود.

ج) کنش ستیزه جویانه: از انواع دیگر کنش های گسسته، رفتارهای ستیزه جویانه می باشد. کنشگران در این نوع تعامل جهت رسیدن به اهدافی که مورد نظر دیگران می باشد با یکدیگر رقابت داشته و در جریان رقابت همدیگر را مورد اذیت و آزار قرار می دهند. اذیت و آزار می تواند روحی و روانی، جسمی

جریان انتخابات انتظار دارند تا از طرف مردم انتخاب شوند. هدف تمامی داوطلبان، انتخاب شدن و استقرار بر کرسی های کمیاب نمایندگی است. در کنش سبقت جویانه نوعی نگاه مثبت نهفته است. بطوری که کنشگران تمایل دارند سریع تر و با مقبولیت بیشتری از طرف مردم به نمایندگی انتخاب شوند. در این الگوی کنش همه ی نامزدها توانمندی ها، مهارت ها، دانش و تجربه ی خود را عرضه می دارند، بدون آن که به نقاط منفی نامزدهای دیگر توجه داشته باشد.

ب) کنش رقابتی: نوع غالب کنش های گسسته در روابط اجتماعی، کنش رقابتی است. رقابت نوعی کنش است که کنشگران تمایل دارند رقبا ی خود را پشت سر گذاشته و خود به هدف مورد نظر دست یابند.

انتخابات زمینه ی بروز کنش های رقابتی است. نقش های سیاسی که در نظام های دموکراتیک طراحی شده اند به لحاظ کمیت و تعداد محدود بوده و داوطلبان زیادی قصد تصرف آنها را دارند. در نظام های انتخاباتی، شاخص رقابت به عنوان یکی از مهم ترین شاخص های سلامت انتخابات به شمار می رود. انتخاباتی از مشروعیت بیشتر برخوردار است که نامزدها بتوانند خود را به دیگران معرفی کرده و در فرآیند رقابتی «پذیرش» دیگران را کسب نمایند.

رقابت در انتخابات از سطح نامزدها فراتر رفته و گروه ها و احزاب را نیز در می نوردد. احزاب و سازمان های سیاسی که ادعا دارند می توانند امور را بهتر اداره کنند. قوانین مناسب تر و کارآمدتر را به



برخی از شیوه‌ها  
و شگردهای تبلیغاتی،  
اقتباس شده از  
فرهنگ رقابت انتخاباتی  
جوامع صنعتی با  
نظام سرمایه داری است  
که با نظام اخلاقی  
مبنتی بر فرهنگ  
ملی و دینی  
متناسب ندارد

و اقتصادی باشد.

قدرت و عناصر تشکیل‌دهنده‌ی آن مملو از کنش‌های ستیزه‌جویانه‌است. کنش‌های ستیزه‌جویانه در سطح فردی، گروهی و حزبی، سازمانی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی صورت می‌گیرد.

تخریب رقیبان در جریان انتخابات و استفاده از شیوه‌های جنگ روانی از جمله کنش‌های ستیزه‌جویانه‌ی معمول به شمار می‌رود. تبلیغات سیاسی و استفاده از شگردهایی که حقوق اساسی انسان‌ها زیر پا نهاده شده و موازین اخلاقی و عرفی نادیده گرفته می‌شود در زمره‌ی کنش‌های ستیزه‌جویانه قرار می‌گیرند. در صورتی که رسانه‌های جمعی وارد این عرضه شوند و با برخورداری از مزیت‌هایی چون قدرت انتشار و شعاع تاثیرگذاری و بهره‌برداری از ابزارهایی چون فرهنگ، هنر، ایدئولوژی مخاطبان خود را در معرض اطلاعات نادرست و ناقص قرار دهند و ذهن آنها را به اصطلاح شست‌وشو دهند، کنش‌های ستیزه‌جویانه وارد مرحله‌ی پیچیده‌ای می‌شود که خود یکی از موضوعات هیجان‌انگیز روان‌شناسی اجتماعی سیاسی می‌باشد.

یکی از ابزارهای پیچیده‌ی شایعه‌ی می‌باشد. شایعه‌ی پیامی است که در میان مردم رواج می‌یابد، ولی واقعیت آن را تایید نمی‌کند. شایعه در موقعیت‌هایی رواج می‌یابد که مردم مشتاق خبرگیری باشند، ولی نتوانند آن را از منابع معتبر دریافت کنند. شایعه می‌تواند از یک اطلاع نادرست منشا بگیرد، یا آن که منبع اطلاع درست ولی اغراق‌آمیز و مغلوط باشد. این خبر از فردی به فرد دیگر و از گروهی به گروه دیگر منتقل می‌شود، بدون آن که منشأ آن مشخص یا دلایلی قطعی درباره‌ی صحت آن وجود داشته باشد (آلن بیرو، ۱۳۶۷: ۳۲۷). آلپورت و پستمن شایعه را محصول دو عامل می‌دانند: (ستوده، ۱۳۷۴: ۲۰۴)

الف) علاقه‌ی مردم به موضوع و اهمیت داشتن شایعه هم برای گوینده و هم برای شنونده.

ب) میزان ابهام موضوع و احتمال وجود دو یا چند تعبیر از یک موضوع.

شایعه خود دارای انواع مختلفی است. در فرایند انتخابات طراحان تبلیغات و مدیران تبلیغاتی سیاست‌سازان انتخاباتی تلاش دارند تا از تکنیک‌های مختلف شایعه‌پردازی استفاده نمایند. انواع شایعه را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی کرد:

• شایعه‌ی خزنده: شایعه‌هایی که به آرامی منتشر می‌شوند و این نوع شایعه از پچ‌پچ شروع می‌شود و در

نهایت در همه جا پخش می‌گردد.

• شایعه‌ی سریع: این نوع شایعه به سرعت جمع‌وسعی را در بر می‌گیرد، این نوع شایعه بیشتر بار هیجانی و عاطفی سریع دارد.

• شایعه‌ی شناور: این گونه شایعه هنگامی رایج می‌شود که شرایط محیطی برای آن فراهم باشد.

• شایعه‌ی وحشت‌آور: در مواقعی که یک حادثه‌ی غیرعادی برای مردم پیش می‌آید، ترس همگان را فرا گرفته و این نوع شایعه رواج بیشتری می‌یابد.

در جریان رقابت‌های انتخاباتی بیشتر از شایعه‌های خزننده و سریع استفاده می‌شود.

در مراحل آغازین رقابت‌ها رقبای انتخاباتی برای تخریب کاندیداهای دیگر از شایعه‌های خزننده استفاده می‌کنند.

از شایعه‌ی تند و سریع هنگامی استفاده می‌شود که رقیب به سرعت در حال پیشروی است و در صورت استمرار روند برنده‌ی نهایی انتخابات، رقیب می‌باشد. در چنین حالتی طراحان شایعه از نوع شایعه تند و سریع استفاده می‌کنند.

گونه‌ی دیگر کنش ستیزه‌جویانه، ستیزه‌جویی جسمی است. افراد در مسیر رسیدن به اهداف مورد نظر با یکدیگر به زد و خورد جسمی می‌پردازند. گرچه این نوع از کنش در سطح بین‌الدول در قالب جنگ اتفاق می‌افتد و هر یک از طرفین تمایل دارد تا دشمن خود را نابود کند، در سطح داخلی جوامع و در فرآیند انتخابات نیز قابل مشاهده است. طرفداران کاندیداها با یکدیگر درگیر شده و به ستیزه می‌پردازند.

در برخی از نقاط بالاخص در جوامع با حساسیت‌های بالای قومی، محلی و مذهبی این نوع کنش پس از اعلام نتایج انتخابات قابل مشاهده است. بویژه آن که نتایج انتخابات مورد قبول نباشد.

در فرآیند بهبود و ارتقای فرهنگ انتخابات جوامع، به تدریج از نقش مهم کنش‌های ستیزه‌جویانه جسمی کاسته شده و کنش‌های ستیزه‌جویانه بیشتر حالت روحی و روانی می‌گیرد.

گونه‌ی دیگر کنش ستیزه‌جویانه از نوع اقتصادی می‌باشد\*. افراد در جریان این کنش سعی دارند طرف مقابل خود را به لحاظ اقتصادی متضرر کنند.

آمیختن کنش‌های متقابل پیوسته و گسسته به همسازی کشانیده می‌شود. همسازی کوششی است برای رفع اختلالات اشخاص یا عاملان آن کنش‌ها که به خودی خود می‌تواند به صورت‌های گوناگون درآید. فرمان‌فرمایی که ضرورتاً با فرمان‌برداری همراه است

\* موضوع اقتصاد و انتخابات از جمله موضوعات بکری می‌باشد که می‌تواند مورد توجه بیشتر دانش‌پژوهان حوزه‌ی اقتصاد و علوم سیاسی قرار گیرد، متأسفانه اطلاعات و دانش منظم راجع به این موضوع بسیار اندک است.

## شکل‌گیری شخصیت سیاسی فرد از محوری‌ترین موضوعات روانشناسی اجتماعی سیاسی است

در جریان جامعه‌پذیری سیاسی، فرهنگ سیاسی آن جامعه به فرد آموخته می‌شود. منظور از فرهنگ سیاسی اعتقاداتی است که درباره‌ی الگوهای کنش و واکنش متقابل و نهادهای درونی شده سیاسی شکل گرفته است. (همان منبع، ۴۳)

در صورتی که جامعه تغییرات شدید سیاسی را تجربه نماید، فراگرد جامعه‌پذیری سیاسی اقدام به خلق فرهنگ سیاسی جدید می‌کند. «حفظ و نگهداری، تغییر و تحول و خلق کردن سه وظیفه‌ی اختصاصی است که جامعه‌پذیری سیاسی در رابطه با فرهنگ سیاسی انجام می‌دهد. وظیفه‌ی حفظ و نگهداری فرهنگ سیاسی از طریق انتقال و آموزش همراه با موفقیت‌گرایی‌ها و وابستگی‌های اساسی از نسلی به نسلی دیگر تضمین می‌شود. تغییر و تحول در چارچوب ساختار سیاسی یک امر عادی است، جامعه‌پذیری سیاسی کوشش می‌کند دنیای ذهنی شهروندان را با تغییرات و تحولات جهان سیاست وفق دهد. خلق فرهنگ سیاسی دگرگون‌شده‌ی یک جامعه بر عهده جامعه‌پذیری سیاسی است.

صورتی از این کنش است. این نوع همسازی مستلزم تسلط یکی از دو طرفین اختلاف است. صورت دیگر همسازی سازش است. در جریان سازش طرفین اختلاف به یکدیگر نزدیک می‌شوند. صورت دیگر همسازی، توافق است. اگر توافق پس از اختلاف شدید یا طولانی روی دهد، آشتی نام می‌گیرد. در صورتی که فرمان‌فرمایی، سازش و توافق دست ندهد ممکن است دو طرف اختلاف ناگزیر بشوند وجود یک دیگر را تحمل کنند، تحمل متقابل مدارا خوانده می‌شود (آگبرن، ۱۳۵۳: ۲۸).

حیات سیاسی در هر جامعه مشحون از کنش‌های متقابل پیوسته و گسسته است. گونه‌های مختلف کنش در سطح بزرگ‌تر جریان‌ها و گروه‌ها و احزاب سیاسی بالاخص در حوزه‌ی مدیریت اجرایی قابل مشاهده است.

فاصله‌گیری جریان‌ها و احزاب سیاسی از یکدیگر و همچنین نزدیک شدن آنها حکایت از گونه‌های مختلف تعامل اجتماعی دارد. در برخی از مواقع گروه‌های سیاسی در عین داشتن اختلاف با یکدیگر سازش کرده و به یک نوع همزیستی مسالمت‌آمیز تن در می‌دهند. در چنین حالتی مدارای سیاسی در جامعه به اوج می‌رسد.

## جامعه‌پذیری سیاسی و روان‌شناسی اجتماعی

### مفهوم جامعه‌پذیری سیاسی

از جمله موضوعات مورد توجه روان‌شناسان اجتماعی پدیده‌ی اجتماعی شدن می‌باشد. اجتماعی شدن فراگردی است که انسان‌ها از طریق آن شیوه‌های زندگی در جامعه را یاد می‌گیرند، شخصیتی کسب می‌کنند و آمادگی عملکرد به عنوان یک عضو جامعه را پیدا می‌کنند. (کوشن، ۸۳: ۷۴) اهداف اصلی اجتماعی شدن عبارتند از:

- یادگیری مهارت‌های لازم برای زندگی.
- توانایی برقراری ارتباطات اجتماعی موثر با دیگران.
- تامین نیازها مطابق الگوهای مورد قبول جامعه.
- ملکه‌ی ذهن ساختن ارزش‌ها و باورهای بنیادی جامعه.

یکی از مباحث مهم اجتماعی شدن، جامعه‌پذیری سیاسی است. جامعه‌پذیری سیاسی فرایندی است که بر اساس آن جامعه‌گرایی‌ها، نگرش‌ها، دانش‌ها و اطلاعات و خلاصه ارزش‌ها و معیارهای سیاسی خود را از نسلی به نسلی دیگر منتقل می‌کند (مهرداد۱۳۷۶: ۱۷)

## روند جامعه‌پذیری سیاسی در دوره‌ی کودکی و نوجوانی

تحقق فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی در هر جامعه بر عهده‌ی عوامل و نهادهای مختلفی است. اولین نهاد اجتماعی‌کننده در حوزه‌ی سیاست، خانواده است. کودک در جریان زندگی با نهادها و شخصیت‌های سیاسی آشنا شده و ارزش‌ها و اطلاعاتی کسب می‌کند. تجربیات اجتماعی و روانی متعددی در جامعه‌پذیری



جامعه را می توان  
به دو دسته ی  
اقلیت رهبران،  
فرمان دهندگان و  
صاحبان قدرت و اکثریت  
فرمانبران و  
افراد فاقد قدرت  
طبقه بندی نمود

سیاسی فرد دخالت دارند. گرایش های سیاسی ممکن است از طریق مواد درسی و یا پیام هایی که دارای محتوای صریح و روشن سیاسی است کسب شوند. دانش آموزان و دانشجویان از طریق مواد درسی آشکار، آموزش سیاسی می بینند. فرد در جریان تعامل با دیگران با موضوع سیاست ارزش های سیاسی را کسب می کند.

جوامعی که در معرض یک تجربه و تغییر شدید سیاسی قرار می گیرند، نگرش های سیاسی شهروندان خود را تحت تأثیر قرار می دهند. انقلاب ها، جنگ ها و بحران های اقتصادی، وقایع سیاسی و اجتماعی مهم، وقایع استقلال طلبانه و دیگر وقایعی که بطور ناگهانی حادث می شوند قادرند دیدگاه ها و گرایش های سیاسی جامعه را به یکباره تحت تأثیر خود قرار دهند.

شکل گیری شخصیت سیاسی فرد از محوری ترین موضوعات روان شناسی اجتماعی سیاسی است. همان طوری که قبلا اشاره شد، هسته ی اولیه ی شخصیت سیاسی افراد در دوران کودکی شکل می گیرد. کودک در سال های اولیه ی حیات خویش گرایش ها، شخصیت های سیاسی، نمادهای سیاسی، احساس و پیوندهای عاطفی با نهادها و همچنین تصویری از «ملت»، میهن و گروه بندی های اجتماعی را یاد می گیرد. در آغاز دوره ی نوجوانی، فرد گرایش های سیاسی دیگری را کسب می کند. انتظارات او از نظام

سیاسی در فرد تکوین می یابد. هنگامی که فرد به سن هیجده سالگی می رسد شخصیت سیاسی او بطور روشنی شکل گرفته است. در این دوره ی سنی، فرد با دنیای سیاست رابطه برقرار می کند و شناخت او از سیاست تا حدودی با شناختی که بزرگسالان از سیاست دارند یکسان می شود.

موقعیت خانوادگی و پایگاه اجتماعی - طبقاتی فرد در گرایش های سیاسی اش تأثیرگذار است. کودکان در سنین ۵ الی ۶ سالگی تصویر مثبتی نسبت به شخصیت های سیاسی و نهادهای سیاسی دارند. از نظر کودکان این دوره ی سنی رهبران سیاسی افراد خیرخواه و بخشنده تلقی می شوند. آنان عناصر مقتدر سیاسی را به خود نزدیک دیده و در تصور خود با آنان تعامل ذهنی و عاطفی برقرار می کنند.

در اوایل دوره ی نوجوانی، در سنین سیزده تا چهارده سالگی تصور فرد از شخصیت های سیاسی تغییر می یابد. نوجوانان از فاصله ی ۱۳ تا ۱۸ سالگی به بلوغ نسبی سیاسی دست می یابند. نوجوان در این دوره با عناصر اصلی نظام سیاسی آشنا شده و از نقش ها و کارکردهای عناصر سیاسی اطلاعات دقیق تری به دست می آورد. او در این دوره وقایع سیاسی را تعقیب می کند. درباره ی احزاب سیاسی و سیاست های آنان ابراز نظر می کند، درباره ی شخصیت و رهبران سیاسی به داوری و قضاوت می نشیند. با گذشت زمان و کسب تجربیات جدید در جهان سیاست و اجتماع بلوغ سیاسی فرد تکمیل می گردد، بطوری که فرد به تدریج می تواند وظایف شهروندی و نقش های سیاسی خود را بطور فعال ایفا نماید. تجربیات فرد در مواجهه با سیاستمداران و نظام سیاسی در رفتارهای سیاسی فرد در بزرگسالی نقش تعیین کننده ای خواهد داشت.

اطلاعات و دانش سیاسی فرد از طریق غیر مستقیم به تدریج افزایش یافته و احساسات او نسبت به سیاست و پدیده های سیاسی تغییر می یابد. پیامد این دو موضوع شناخت و احساسات جدید موجب تغییر رفتار سیاسی افراد می شود.

### یادگیری سیاسی

یادگیری سیاسی به عنوان یکی از موضوعات روان شناسی اجتماعی سیاسی مورد توجه می باشد. فرد در فرآیند اجتماعی شدن از طریق آموزش های رسمی و آموزش غیرمستقیم سیاسی می شود. در شیوه ی غیرمستقیم فرد موضوعاتی را در زمینه های سیاسی می آموزد که در اصل سیاسی نیستند، لیکن در او تمایلاتی را به وجود می آورد که بر شکل گیری شخصیت سیاسی او موثر می باشند. کودک در مواجهه



سیاسی کشور به تدریج شکل می گیرد. به تدریج با گسترش جهان اجتماعی نوجوان و افزایش فعالیت های جمعی و مواجهه با پدیده ی سیاسی، موضع گیری،

صحنه‌ی انتخابات  
به تئاتری شباهت  
پیدا می‌کند که  
بازیگران تلاش دارند  
تا خود را به  
بهترین نحو عرضه کنند،  
تماشاچیان هم  
تماایل دارند که صحنه را  
زیبا ببینند و  
تصویری مطلوب از  
بازیگران نقش داشته باشند

سیاسی قابل قبول می‌باشند.  
• آشنایی عملی افراد با سازمان‌های اداری و اجرایی که به لحاظ ساختار سازمانی وابسته به دولت می‌باشند از جمله ابزارهای آموزشی سیاسی به شمار می‌روند.  
• نظام رسمی آموزشی تمام تلاش خود را مصروف می‌نماید تا میزان تعلق و تعهد دانش‌آموزان و دانشجویان به نظام سیاسی و نقش‌های وابسته به آن افزایش یابد.

• تاثیر مدرسه و مؤسسات آموزشی در جامعه‌پذیری از سه جنبه قابل بررسی است:

الف) تأثیر کلاس درس و محتوای آموزشی نظیر آموزش دروس مطالعات اجتماعی، تعلیمات دینی، تاریخ، جغرافیای سیاسی، متون ادبیاتی گزینش شده حول محور ارزش‌های سیاسی مورد تأیید حکومت.  
ب) تأثیر غیرمستقیم افزایش دانش و اطلاعات کودکان، نوجوانان و جوانان به منظور درک بهتر مسایل سیاسی و تشخیص ارتباط مسایل سیاسی با یکدیگر.

ج) تأثیرات معلمان و اولیای مدارس در جهت‌گیری‌های سیاسی دانش‌آموزان.

• انواع آموزش‌های سیاسی: آموزش مسایل سیاسی در نظام آموزشی را می‌توان به دو گونه طبقه‌بندی نمود:

الف) آموزش‌های شهروندی: آموزش‌های مدنی و توسعه‌ی اجتماعی، دانش‌آموزان را با مسایل کشوری و روابط بین‌ساخت‌های سیاسی با دیگر ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آشنا می‌سازد. هدف اصلی این آموزش‌ها تربیت شهروند مطلوب است. شهروند مطلوب به لحاظ سیاسی شهروندی است که ارزش‌های مورد تأیید نظام سیاسی را در خود درونی ساخته و الگوهای عمل مورد انتظار نظام سیاسی را رعایت نماید.

ب) آموزش‌های عقیدتی و سیاسی: هدف این آموزش‌ها در بعد شناختی افزایش اطلاعات و دانستنی‌های افراد جامعه نسبت به نظام سیاسی است. در بعد احساسی هدف اصلی آموزش‌های سیاسی افزایش احساس تعلق و وفاداری به نظام سیاسی می‌باشد. در بعد عملی انتظار می‌رود آموزش‌گیرندگان مشارکت و همکاری فعال‌تری در کنش‌های سیاسی مورد انتظار نظام سیاسی داشته باشند. آموزش‌های عقیدتی و سیاسی در هر نظام سیاسی به نوع ایدئولوژی و ساختار سیاسی نظام حاکم بر جامعه وابسته است. در نظام‌های با ایدئولوژی مسلط تلاش می‌شود در دروس مختلف به شیوه‌ی مستقیم و غیر مستقیم ارزش‌های سیاسی را به دانش‌آموزان و

با دیگران بالاحص اعضای خانواده با موضوع قدرت و صاحبان آن آشنا می‌شود. او یاد می‌گیرد که چگونه انتظارش را در مقابل قدرت تنظیم نماید. چنانچه روابط قدرت در داخل خانواده با انعطاف همراه باشد. تصویری که از رهبران سیاسی در ذهن کودک نقش می‌بندد یک تصویر انعطاف‌پذیر و آزادی‌خواه خواهد بود.

فرد در جریان زندگی اجتماعی و سیاسی تجربیات و آموخته‌های خود در زمینه‌ی چگونگی تنظیم رابطه‌اش با قدرت را در زمینه‌های غیرسیاسی فرا گرفته، آن را به زندگی سیاسی منتقل می‌کند و در عمل به کار می‌بندد. این تجربیات برگرفته از خانواده، محیط مدرسه و جامعه است.

در برخی از جوامع به منظور جامعه‌پذیرکردن نوجوانان در ابعاد سیاسی علاوه بر نظام آموزش رسمی باشگاه‌ها و سازمان‌های ویژه‌ای را طراحی می‌کنند. در این مؤسسات افراد برای به دست گرفتن پست‌های سیاسی باید با یکدیگر رقابت کنند. کودکان و نوجوانانی که خود را برای احراز چنین پست‌هایی نامزد می‌کنند باید با قوانین و مقررات چنین سازمان‌هایی آشنا باشند. آنان باید در فرایند رقابتی در انتخابات پیروز شوند. (مهرداد، ۱۳۷۶: ۸۰)

در مجموع باید گفت تجربیات مشارکتی کودک در خانواده، الگوهای تربیت فرزند، محیط مدرسه و محل کار همگی در کیفیت و چگونگی مشارکت بعدی او در زندگی سیاسی موثر است. این نکته را باید یادآور شد که با افزایش سن و رشد عقلانیت فرد در صورتی که هزینه‌های مشارکت سیاسی از منافع احتمالی کمتر باشد احتمال رغبت فرد در فعالیت‌های سیاسی کاهش می‌یابد.

## آموزش‌های سیاسی

یادگیری سیاسی از طریق آموزش مستقیم به واسطه‌ی نهادهای آموزشی انجام می‌پذیرد. هدف آموزش سیاسی انتقال مهارت‌ها، تجارب، دانش و گرایش‌های سیاسی به فراگیران است. ابزارهای این آموزش می‌تواند تدریس متون سیاسی، شرکت در یک کارگاه آموزشی و مشارکت عملی در پدیده‌های شبیه‌سازی شده انتخاباتی باشد.

هدف آموزش‌های سیاسی ایفای نقش شهروند مورد تأیید نظام سیاسی است. علاوه بر آن آشنایی شهروندان با حقوق سیاسی و اجتماعی خود از دیگر اهداف آموزش‌های سیاسی توسط سازمان‌های رسمی حکومتی می‌باشد. تحکیم احساس تعلق و تعهد شهروندان با نظام سیاسی و تقویت وابستگی آنان به نهادهای و ارزش‌های سیاسی از دیگر اهداف آموزش‌های

## رسانه‌ها بالاخص تلویزیون امروز کلیدی ترین نقش را در فرهنگ سیاسی بر عهده دارند. رسانه‌ها با قدرت جادویی خود اعضای جامعه را بدون توجه به شغل، ملیت و یا جنسیت تحت تأثیر قرار می‌دهند و به اصطلاح جامعه توده‌وار را شکل می‌بخشند

دانشجویان منتقل نمایند.

جهت رهبری سیاسی جامعه به آزادی و بهزیستی مردم توجه کنند و هدف‌ها و برنامه‌های اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی ثمربخش را به مردم معرفی نمایند و در راه ساختن زندگی بهتر و مرفه‌تر، همکاری و همبستگی افراد را جلب کنند، به اقناع سیاسی و تحمیل قدرت می‌پردازند و بدین صورت نقش ابزارها و سلاح‌های مسلکی و حکومتی را بر عهده می‌گیرد. (معتد نژاد، ۷۱: ۸)

مطالعات تجربی در سال‌های اخیر هم نشان می‌دهد ارتباط بین آنچه در جهان اتفاق می‌افتد و آنچه در اخبار شب یا روزنامه صبح ظاهر می‌شود بسیار ناقص است.

رسانه‌های جمعی تلاش می‌کنند تا گرایش‌های سیاسی اعضای جامعه را تحت تأثیر قرار دهند. هدف اصلی رسانه‌ها در جوامعی که دولت رسانه‌ها را تحت کنترل دارد تثبیت و تحکیم گرایش‌های سیاسی موافق با نظام سیاسی است. رسانه‌ها بطور مستقیم انتقال‌دهنده‌ی پیام‌هایی هستند که در سازمان‌ها و نهادهای سیاسی طراحی و برنامه‌ریزی شده‌اند. منبع بسیاری از پیام‌های سیاسی که از طریق رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها و مجلات به دیگران منتقل می‌شود در خارج از رسانه‌ها قرار دارند. مقامات و رهبران سیاسی بیاناتی ایراد می‌کنند و یا به صدور اعلامیه‌ها و اطلاعیه‌ها دست می‌زنند و رسانه‌ها هم به واسطه‌ی رسالت خبری تعریف شده اطلاع‌رسانی می‌کنند. نکته‌ی مهم در تأثیر گذاری سیاسی رسانه‌ها آن است که مخاطبان در برابر پیام‌های سیاسی به صورت کاملاً منفعل عمل نکرده و آن را تفسیر می‌نمایند. در نتیجه واقعیت‌های اجتماعی با واقعیت‌های مورد انتظار سیاستمداران همخوانی لازم را ندارد. در مواقعی که پیام سیاسی موافق افکار و عقاید گیرندگان پیام باشد توجه آنها به پیام بیشتر می‌شود و احتمال عدم پذیرش پیام‌هایی که موافق پیام گیرنده نباشد فراوان است.

با وجود این رسانه‌ها بالاخص تلویزیون امروز کلیدی ترین نقش را در فرهنگ سیاسی بر عهده دارند. رسانه‌ها با قدرت جادویی خود اعضای جامعه را بدون توجه به شغل، ملیت و یا جنسیت تحت تأثیر قرار می‌دهند و به اصطلاح جامعه توده‌وار را شکل می‌بخشند.

روان‌شناسی توده‌ها و شکل‌گیری جامعه‌ی توده‌وار از جمله موضوعاتی بود که نخستین بار مورد توجه گوستاو لوبون قرار گرفت. به زعم لوبون افراد توده هنگامی که در جمع قرار می‌گیرند احساس می‌کنند که از قدرت فوق‌العاده‌ای برخوردار هستند، بطوری که هیچ‌کس نمی‌تواند آنها را مغلوب کند. افراد توده تحت

آموزه‌های عقیدتی - سیاسی از طریق برگزاری آیین‌ها و مراسم نمادین به دانش‌آموزان و دانشجویان آموخته می‌شود. برگزاری مراسم صبحگاهی، شنیدن سرود ملی، تجلیل از شخصیت‌های سیاسی، برگزاری مراسم‌ها و مناسبت‌های ملی و فرهنگی، نصب تصاویر رهبران سیاسی در محیط‌های آموزشی و برگزاری آیین‌های مختلف از جمله شیوه‌های آموزش سیاسی در مؤسسات آموزشی است.

از دیگر عناصر نظام آموزشی موثر بر آموزش سیاسی، معلمان، استادان و اولیای آموزشی می‌باشند. نقش معلم در جامعه‌پذیری سیاسی از چند جنبه قابل تأمل است. معلم و استاد به عنوان نمادی از جریان اقتدار در جامعه به شمار می‌آیند و فراگیران از طریق ارتباط با معلم اقتدار را تجربه می‌نمایند. مدرسه یکی از نهادهای مهم اجتماعی است که نظم سیاسی را به دانش‌آموزان یاد می‌دهد. دانش‌آموزان در مدرسه اطاعت را می‌آموزند. اقتدار معلم در افزایش تبعیت‌پذیری دانش‌آموزان بسیار موثر است.

### تشکل‌های صنفی و جامعه‌پذیری سیاسی

علاوه بر مدرسه، سازمان‌ها و انجمن‌های صنفی و شغلی در جامعه‌پذیری سیاسی اعضای جامعه تأثیر گذارند. میزان تأثیر احزاب و گروه‌های سیاسی به مراتب بیشتر از سازمان‌های مردم‌نهاد می‌باشد. تفاوت احزاب سیاسی و سازمان‌های مردم‌نهاد در این نکته است که احزاب و انجمن‌های سیاسی بطور حرفه‌ای فعالیت سیاسی را دنبال می‌کنند، ولی اتحادیه‌های صنفی و انجمن‌های شغلی گرچه بطور مستقیم به آموزش‌های سیاسی نمی‌پردازند، در برخی از مواقع نقش بسیج سیاسی را ایفا کرده و در شرایط ویژه بعنوان گروه‌های فشار سیاسی عمل می‌کنند. سعی این انجمن‌ها آن است که تصمیمات سیاستگذاران را متناسب با منافع صنفی و شغلی گروه‌های اجتماعی تحت تأثیر قرار دهند.

### رسانه‌ها و جامعه‌پذیری سیاسی

رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی نیز در آموزش‌های سیاسی و جامعه‌پذیری سیاسی نقش تعیین‌کننده‌ای برعهده دارند. یکی از مهم‌ترین کارکردهای وسایل ارتباط جمعی افزایش اطلاعات سیاسی اعضای جامعه می‌باشد. رسانه‌ها با انتقال اخبار و اطلاعات تلاش دارند تا سطح آگاهی‌های سیاسی جامعه را ارتقا بخشند. رسانه‌ها با گذشت زمان کارکرد خود را تغییر داده‌اند. امروزه وسایل ارتباط جمعی به جای آن که در

**همرنگی با جماعت از جمله رفتارهایی است که هر یک از ما در طول زندگی بارها آن را تجربه کرده ایم، هنگامی که در محیط ناشناخته ای قرار می گیریم و یا به کشور تازه ای سفر می کنیم، سعی می کنیم آداب و رسوم و هنجارهای آنها را رعایت کنیم**

معلم و دیگری شاگرد باشد (قرعه کشی طوری ترتیب داده شده بود که آزمودنی اصلی - داوطلبان شرکت در آزمایش - به عنوان معلم انتخاب می شدند و همدست آزمایشگر به محل مسابقه می رفتند).  
 برای انجام آزمایش یک ساعت در نظر گرفته شده بود به معلم گفته شده بود که ابتدا فهرستی از لغات که با یک لغت معادل جور شده اند را قرائت کند و شاگرد باید گوش می داد آنگاه معلم لغات را یک به یک می خواند و برای هر لغت چهار معادل قرائت می کند. شاگرد می بایست معادل صحیح را انتخاب و با فشار دکمه ای آن را به معلم که در اطاق مجاور است منتقل کند.  
 قبل از آزمایش، آزمایشگرها معلم را با ابزار مجازات که ضربات شوک الکتریکی است آشنا ساخته بودند دستگاه الکتریکی می توانست شوک هایی به ولتاژ از ۱۵ ولت تا ۴۵۰ ولت به شاگردان وارد کند.

نفوذ یک تلقین توان خود را با اشتیاق زاید الوصف و مقاومت ناپذیری متوجه اعمال خاصی می کنند.  
 علامت اصلی یک توده عبارتند از: محوشدن شخصیت خود آگاه، تفوق یافتن ماهیت ناخود آگاه، هدایت شدن افکار و احساسات توسط تلقین و سرایت به سویی واحد و تمایل به فعل در آوردن نظریات تلقین شده در کوتاه ترین زمان ممکن (لوبون، ۱۳۶۹: ۵۳)  
 رسانه ها در جامعه ای امروز عامل توده وارد شدن جوامع می باشند؛ رسانه ها موجب می شوند که افراد در مجموعه ای بی ترکیب، غیر شخصی و یکنواخت قرار گیرند. (معمد نژاد، ۱۳۷۱: ۱۸۵) سهم تلویزیون در این زمینه نسبت به رسانه های دیگر بیشتر است. ایدئولوژی فرهنگ توده ای بیانگر این دیدگاه است که فرهنگ نتیجه ی تولید کالا در نظام سرمایه داری است و لذا از قانون مندی های حاکم بر نظام سرمایه داری تبعیت می کند (استوری، ۱۳۸۶: ۶۵).

سیدمن به نقل از هال بنیانگذار مکتب فرهنگی بیرمنگام معتقد است که رسانه ها کاری بیش از انتقال باورها و ارزش ها انجام می دهند. رسانه های شیوه های تعریف، دسته بندی و قضاوت افراد و گروه ها را منتقل می سازند (سیدمن، ۱۳۸۶: ۱۸۲)

در مقابل گروهی بر این باورند که نمی توان مخاطب را به عنوان توده ای بی شکل توصیف کرد. مخاطبان هر کدام دارای ارزش ها، عقاید و علایق خاص هستند افراد پیش از آن که تحت تأثیر رسانه ها باشند، تحت تأثیر همتایان خود هستند. (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۷۴۲)

### اطاعت، فرمانبرداری و همرنگی اجتماعی

یکی از موضوعات مهم در روان شناسی اجتماعی همرنگی، اطاعت و فرمان برداری است. میزان تبعیت پذیری مردم تا چه حدی می باشد؟ به عنوان مثال اگر روزی شما در میدان عمومی شهر بایستید و به رهگذران بگویید این شیء را از این طرف خیابان به آن طرف برده و تحویل فلان مغازه بدهید تا چه حد مردم از دستوره های شمای ناشناس تبعیت خواهند کرد؟ اگر شما لباس پلیس راهنمایی را برتن داشته باشید. میزان تبعیت پذیری مردم چقدر افزایش خواهد یافت؟ اولین بار استانیلی میلیگرام<sup>۵</sup> در دانشگاه یل آزمایش معروف خود را انجام داد. او ۴۰ نفر داوطلب را از طریق آگهی روزنامه ای برای شرکت در یک آزمایش مربوط به حافظه و یادگیری انتخاب کرد. همه ی داوطلبان مرد بودند و برای شرکت در این آزمایش ۴/۵ دلار دریافت کردند. هر آزمودنی به یک نفر دستیار میلیگرام معرفی می شد. آزمایشگر (دستیار میلیگرام) توضیح می داد که کار آزمودنی ها این است که به قید قرعه یکی از آنها





**فشارهای جمعی و تسلط  
گسترده‌ی نظام هنجاری  
موجب می‌شود  
که افراد برای  
انگشت نما نشدن در مقابل  
جمع، خواسته‌های فردی  
خود را در موقعیت خاص  
فراموش کرده و  
مطابق با انتظارات  
جماعت به کاندیدای مورد  
قبول اکثریت  
رای دهند**



به فاصله‌ی هر ۱۵ ولت یک اهرم نصب شده بود که با فشار آن علاوه بر روشن شدن چراغ قرمز روی آن صدای وزوز به گوش می‌رسید. معلم می‌توانست مقدار ضربه‌ی لازم را انتخاب و آن را به شاگرد وارد کند. به معلم گفته شده بود که به نوک الکتروود که روی دست شاگرد قرار گرفته است، پماد مخصوص زده‌اند که پوست شاگرد را نسوزاند.

کار معلم به این ترتیب آغاز می‌شد که به ازای هر لغت، شاگرد باید معادل صحیح را انتخاب کرده و با فشار دکمه‌ای آن را به معلم که در اطاق مجاور است. منتقل کند قبل از انجام آزمایش نوک الکتروود به صورت آزمایشی بدست معلم وصل شده بود و او در ولتاژ ۴۵ ولت سوزش پوست خود را کاملاً حس کرده بود. وظیفه‌ی معلم آن بود که هرگاه شاگرد اشتباه کند یا اشتباهی را تکرار کند ضربه‌ها را شدیدتر نماید تا هنگامی که شاگرد جواب درست را بگوید. در موقعی که معلم ضربه‌ی سیصد ولت را وارد می‌کند، شاگرد از شدت درد با مشت به دیوار اطاق می‌کوبد. اما تعدادی از معلمین همچنان شوک شدیدتری به شاگردان وارد می‌کنند. اگر شما به جای معلم بودید چه کاری می‌کردید؟ تا چه میزان به شاگردان شوک وارد می‌ساختید؟

میلیگرام به نتایج عجیبی دست یافت. ۶۵ درصد معلمان تا شوک ۴۵۰ ولت پیش می‌رفتند. معنی این کلام این نیست که افراد از کار خود لذت می‌بردند و یا در مقابل این عمل خونسرد بودند، بلکه بر عکس اکثر آنها می‌خواستند آزمایش را رها کنند، اما آزمایشگر به آنها اجازه نمی‌داد.

اکثر آنها در مرحله شوک ۳۰۰ ولتی چنین تقاضایی را می‌کردند، اما آزمایشگر به آنها اجازه‌ی ترک کار نمی‌داد، البته معلمان می‌توانستند از اطاق خارج شوند کسی مانع خروج آنها نمی‌شد. هنگامی که معلمان می‌پرسیدند مسؤولیت صدمات وارده به داوطلبان برعهده‌ی چه کسانی خواهد بود، آزمایشگر مسؤولیت صدمات وارده به شاگردان را می‌پذیرفت.

آزمایش میلیگرام بعدها با انتقادات شدیدی مواجه شد، زیرا او اصول اخلاقی و انسانی را در انجام آزمایش رعایت نکرده بود. ولی یافته‌های او در مورد میزان تبعیت پذیری انسان‌ها جالب توجه است. مردم تا چه حد در مقابل صاحبان قدرت سر تسلیم فرود می‌آورند بالاخص هنگامی که دیگران مسؤولیت اعمال آنان را پذیرفته و به اصطلاح آنان مأمور باشند و معذور تا حد زیادی اجرا کنندگان از فرمان تبعیت می‌کنند.

در جنگ جهانی دوم افسران و مسؤولان حزب نازی در کشتار مخالفان سیاسی هیتلر شرکت داشتند. وقتی

این افراد به عنوان جنایتکاران جنگی در دادگاه پس از جنگ در نورنبرگ محاکمه شدند اغلب این جمله را تکرار می‌کردند که «من فقط از دستورها اطاعت می‌کردم».

### عوامل موثر بر اطاعت و فرمانبرداری

۱. فاصله‌ی میان فرمان دهنده و فرمان گیرنده: هرچه فاصله‌ی بین اجراکننده‌ی فرمان و قربانی کمتر باشد، از میزان تبعیت او کاسته می‌شود. در صورتی که فرمانبر نتواند قربانی را ببیند احتمالاً مجازات‌های سنگین تر را عملی می‌کند. مثل خلبانان جنگی که دشمن خود را نمی‌بینند، در عمل مجازات سنگین تری را اعمال می‌کنند، از فرماندهان رده‌ی بالاتر تبعیت بیشتری داشته باشد.

۲. حضور فرمان دهنده: با حضور فرمان دهنده میزان تبعیت پذیری اجراکننده‌ی فرمان افزایش خواهد یافت. در صورتی که حضور فرمان دهنده ملموس نباشد احتمالاً فرمانبر به دلیل کاهش نسبی تعارضات درونی، شدت مجازات را کاهش خواهد داد.

۳. اعتبار فرمان دهنده: هر چه موقعیت و جایگاه مسؤولیت فرمان دهنده بالاتر باشد، احتمالاً میزان تبعیت فرمانبر از دستوره‌های مافوق افزایش خواهد یافت.

آزمایش دیگر که توسط فیلیپ زیمباردو ده سال بعد از آزمایش میلیگرام انجام شد، تأییدکننده‌ی نتایج آزمایش میلیگرام بود. زیمباردو دانشجویان را به دو دسته‌ی زندانی و زندانبان تقسیم کرده بود. آزمایش قرار بود ۶ روز طول بکشد، اما به دلیل رفتار سرکوبگرانه زندانبانان پس از ۴ روز آزمایش متوقف شد.

این آزمایش تأثیر نقش و منزلت شغلی را بر رفتار متقابل آدم‌ها به خوبی نشان داد.

مطالعات میلیگرام و زیمباردو نشان داد که اکثریت مردم چنانچه در موقعیت مناسب قرار گیرند و مسؤولیت صدمات وارده به قربانی توسط دیگران پذیرفته شود متابعت از دستورها را افزایش خواهد داد. بالاخص در مواقعی که اجراکننده‌ی فرمان، قربانی را کم ارزش و سزاوار مجازات ببیند. در موضوع تبعیت پذیری نباید ویژگی‌های شخصیتی افراد را نادیده انگاشت. اشخاصی که دارای شخصیت تبعیت پذیر باشند، میزان اطاعتشان بیشتر خواهد بود.

فرمان برداری، تسلیم فرد به تقاضای گروه است، در عین حال این که فرد عقاید و گرایش‌های خود را ممکن است حفظ کند. (مثل تسلیم گالیله در جلسه‌ی محاکمه و همرنگی او با جماعت)

### همرنگی با جماعت

همرنگی درجه‌ای به مراتب پایین تر از تبعیت پذیری



فرد در جریان زندگی  
اجتماعی و سیاسی  
تجربیات و آموخته‌های  
خود در زمینه‌ی چگونگی  
تنظیم رابطه‌اش با  
قدرت را در زمینه‌های  
غیرسیاسی فرا گرفته،  
آن را به زندگی سیاسی  
منتقل می‌کند و در  
عمل به کار می‌بندد.  
این تجربیات برگرفته از  
خانواده، محیط مدرسه و  
جامعه است

خود را درباره‌ی آن موضوع و ابزار صالح تر تشخیص دهد احتمال هم‌رنگی او کاسته می‌شود.

۵. هوش: افراد با هوش پایین تر در مقایسه با افراد باهوش تر احتمالاً بیشتر هم‌رنگ تر خواهند بود.

۶. جنسیت: در صورتی که تربیت زنان و مردان مشابه باشد در مسایلی که زنان خود را صاحب نظرتر بدانند از هم‌رنگی آنان کاسته می‌شود، در غیر این صورت هم‌رنگی زنان با جمع بیشتر است.

### جمع بندی

با توجه به مباحثی که پیرامون هم‌رنگی و اطاعت مطرح شد، اهمیت و جایگاه این مباحث در قلمرو رفتارهای اجتماعی و سیاسی و جایی که گروه حضور دارد آشکار می‌شود. عمده‌ی مباحث سیاسی حول موضوع قدرت، سلسله مراتب قدرت، توزیع قدرت، اعمال قدرت و تبعیت، سازماندهی شده است.

در این دیدگاه جامعه را می‌توان به دو دسته‌ی اقلیت رهبران، فرمان‌دهندگان و صاحبان قدرت و اکثریت فرمانبران و افراد فاقد قدرت، طبقه‌بندی نمود. پذیرش اراده‌ی رهبران و تن‌دادن به تصمیمات سیاسی رهبران از موضوعات دیرپای علم سیاست بوده است.

شکل تعدیل‌یافته‌ی اطاعت و فرمانبرداری در حوزه‌ی سیاست هم‌رنگی است. چون سیاست‌فعالیتی است که غالباً توسط اقلیت نخبگان سازماندهی می‌شود. نقش بقیه‌ی اعضای جامعه در این فرآیند اطاعت و نشان دادن هم‌رنگی است.

پدیده‌ی هم‌رنگی از جمله مباحثی است که در رفتارهای اجتماعی بالاخص انتخابات قابل بررسی است. سیاست به مفهوم عام آن به نظر بیشتر مردم جزء موضوعات ساده تلقی می‌شود، به همین دلیل بیشتر مردم خود را در قلمرو این موضوع صاحب نظر می‌دانند. در نتیجه از هم‌رنگی آنان با جمع کاسته می‌شود. هنگامی که موضوع برای جمع قابل توجهی پیچیده می‌شود، احتمالاً آنان برای پذیرش کاندیدای خاص هم‌رنگی بیشتری از خود نشان می‌دهند. در مواقعی که افراد احساس نمایند کاندیدای مورد نظر از قدرت پاداش دهی بیشتری برخوردار است. احتمال هم‌رنگ شدن افراد جهت رأی دادن به کاندیدای مورد نظر بیشتر است. در صورتی که کاندیداهایی در فرآیند رقابت انتخاباتی بتوانند مرحله‌ی فاصله‌گیری از رقبا را بطور صعودی طی نمایند، احتمال دارد در روزهای پایانی مردم هم‌رنگی بیشتری را نشان دهند و رأی خود را با رأی اکثریت همانند خواهند ساخت. در این حالت مردم مصداق این گفتار خواهند بود که چون

دارد. هم‌رنگی تغییر رفتار یا گرایش زیر فشار مستقیم و غیر مستقیم گروه می‌باشد. به عنوان مثال هنگامی که اولیای مدرسه به دانش‌آموزان فشار می‌آورند که آنان موهایشان را کوتاه کنند. عده‌ای از این هنجار رسمی اطاعت می‌کنند. اما گروهی مقاومت می‌کنند. مقاومت‌کنندگان را می‌توان در دو گروه طبقه‌بندی کرد: گروهی که معتقدند موهای بلند، آنها را بهتر نشان می‌دهد و گروهی که می‌خواهند نشان دهند که تابع قواعد مدرسه نیستند.

هم‌رنگی با جماعت از جمله رفتارهایی است که هر یک از ما در طول زندگی بارها آن را تجربه کرده‌ایم، هنگامی که در محیط ناشناخته‌ای قرار می‌گیریم و یا به کشور تازه‌ای سفر می‌کنیم، سعی می‌کنیم آداب و رسوم و هنجارهای آنها را رعایت کنیم. مظفر شریف روان‌شناس اجتماعی آمریکایی ترکیه‌ای‌الاصل این موضوع را به صورت تجربی مورد آزمون قرار داد. او تأثیر گروه را بر قضاوت و رفتار فرد دانشجویان در سال ۱۹۳۵ آزمایش کرده بود.

شریف از دانشجویان خواست در اطاق تاریکی بنشینند و نقطه‌ی نورانی مقابل را یک بار به تنهایی و یک بار در حضور گروه نگاه کنند و بگویند آیا نقطه ثابت است یا حرکت می‌کند. آزمایش نشان داد که قضاوت گروه بر قضاوت و رفتار فرد مؤثر است. به عنوان مثال هنگامی که در جمعی طعم یک غذا را مورد ارزیابی قرار دهیم احتمال دارد ارزیابی ما از طعم غذا تحت تأثیر قضاوت گروه تغییر یابد.

### عوامل مؤثر در هم‌رنگی

عوامل موقعیتی و شخصی مؤثر در هم‌رنگی عبارتند از: (سختاوت، ۱۳۶۶)

۱. حجم گروه: هر چه تعداد افراد گروه افزایش یابد (البته تا حدود معینی) میزان هم‌رنگی در گروه بیشتر می‌شود.

۲. حضور اشخاص برجسته: هر چه در یک گروه اشخاص برجسته‌ای حضور داشته و سایر اعضای گروه اعتبار آنان را بالا ارزیابی نمایند، میزان تأثیر آنان در هم‌رنگی دیگران بیشتر خواهد بود.

۳. مقدار فاصله‌ی شخص با گروه: بیشترین مقدار هم‌رنگی هنگامی پدید می‌آید که میزان فاصله‌ی فرد با گروه در حد میانه باشد. هر چه فاصله‌ی فرد با گروه کمتر باشد شخص خود را برای ابراز نظری که دارد آزادتر حس می‌کند. با فاصله‌ی خیلی زیاد هم قبول عقاید مخالف برای شخص کاری دشوار و غیرقابل قبول است و احتمال هم‌رنگی کاهش می‌یابد.

۴. موضوع: هر چه موضوع آسان تر باشد و شخص



شخصی که می خواهد  
مسئولیت نمایندگی  
مردم را در مجلس شورای  
اسلامی به عهده گیرد،  
باید از میزان مطلوب  
سابقه ی کار مدیریتی  
برخوردار باشد یا میزان  
تحصیلاتش به حد کفایت  
(فوق لیسانس) رسیده  
باشد یا  
قبلاً نقش نمایندگی  
مجلس را تجربه  
کرده باشد.  
این بدان معنا است که  
همه ی افراد در دستیابی  
به این نقش دارای  
فرصت مساوی نیستند

همه به فلانی رأی می دهند، من هم به او رأی خواهم داد. پدیده ی هم‌رنگی در جامعه های توده وار به مراتب بیشتر از جامعه های فردگرا است.

فشارهای جمعی و تسلط گسترده ی نظام هنجاری موجب می شود که افراد برای انگشت نماندن در مقابل جمع، خواسته های فردی خود را در موقعیت خاص فراموش کرده و مطابق با انتظارات جماعت به کاندیدای مورد قبول اکثریت رأی دهند.

### ایفای نقش و نظریه ی بازی - مفهوم نقش و منزلت

مفهوم نقش یکی از مهم ترین دیدگاه های روان شناختی اجتماعی است. این دیدگاه از سطح زندگی روزمره به قلمرو علمی گام نهاد. بعدها تلاش شد تا این مفهوم در خانواده ی علوم انسانی بویژه روان شناسی و جامعه شناسی بنای مستحکمی پیدا کند.

به عقیده ی تولمن این مفهوم جزئی از جامعه شناسی است و چون روان شناسی اجتماعی تأثیر عوامل جامعه شناختی را بر شخصیت بررسی می کند به موضوع نقش توجهی خاص مبذول می دارد. (روش بلاو، ۱۳۷۲، ۴۳۸)

همان طور که در مباحث قبلی اشاره شد زندگی انسانی و عرصه ی پهناور رفتار او بدون گروه معنایی ندارد. در هر گروه افراد در جایگاه های مختلفی قرار گرفته اند. به هر یک از این موقعیت ها که افراد با قرار گرفتن در آنها باید الگوهای عمل خاصی را رعایت کنند، «نقش» گفته می شود.

این تعریف ساده دو نکته را در بر دارد: اول این که در زندگی گروهی انسان ها موقعیت های مختلفی وجود دارد که جایگاه، مرتبه و ارزش آن متفاوت است و نکته ی دوم این که دارنده ی هر موقعیت یا منزلت باید الگوهای عمل خاص متناسب با آن را انجام دهد.

این موقعیت را اصطلاحاً «منزلت» می گویند. منزلت به پایگاه اجتماعی یک فرد در یک گروه و یا به رتبه یک گروه در مقایسه با گروه های دیگر اطلاق می شود.

در جوامع امروزی منزلت به دو گونه ی انتسابی و اکتسابی بدست می آید. منزلت انتسابی منزلتی است که فرد برای دستیابی به آن تلاشی از خود نشان نداده است. به عنوان مثال فرزند پسر پادشاهی که در نظام سلطنتی پس از پدر به تخت سلطنت می نشیند دارای منزلت انتسابی است. منزلت اکتسابی آن نوع منزلتی است که فرد برای رسیدن به آن باید شایستگی های لازم را از خود نشان بدهد. به عنوان مثال احراز نقش نمایندگی در پارلمان مستلزم کوشش و پیمودن مدارج مختلف است که فرد باید آن را به دست آورد.

شخصی که می خواهد مسئولیت نمایندگی مردم را در مجلس شورای اسلامی به عهده گیرد، باید از میزان مطلوب سابقه ی کار مدیریتی برخوردار باشد یا میزان تحصیلاتش به حد کفایت (فوق لیسانس) رسیده باشد یا قبلاً نقش نمایندگی مجلس را تجربه کرده باشد. این بدان معنا است که همه ی افراد در دستیابی به این نقش دارای فرصت مساوی نیستند.

### انتظارات نقش (حقوق و تکالیف)

هر نقش دارای وظایفی است. مجموعه ی رفتارها و الگوهای عملی که از بازیگران نقش ها انتظار می رود آنها را انجام دهند، «تکالیف نقش» گفته می شود، آن روی دیگر مسأله ی «حقوق نقش» می باشد. مجموعه ی امتیازات و مزایایی که برای هر منزلت و ایفاگر نقش در نظر گرفته، حقوق نقش نامیده می شود. تکالیف هر نقش، در زاویه ی دیگر حقوق نقش طرف مقابل می باشد.

هر آنچه در قانون اساسی به عنوان «حقوق ملت» نامیده می شود و انتظار می رود نمایندگان مجلس و مسؤولان اجرایی در قوه ی مجریه و سازمان های دولتی و کارگزاران قضایی در نظام قضایی آن را رعایت کنند، جزو تکالیف نقش مسؤولان محسوب می شود. در برابر، شهروند باید تکالیف تعیین شده در جامعه ی خود را عملی سازد. یعنی تعهدات و وظایف خود را در موقعیت های خانوادگی، محله ای، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بطور مطلوب انجام دهد و در مقابل پاداش های مادی و معنوی لازم را دریافت نماید.

### نقش تجویز شده و نقش کار بسته

نقش تجویز شده به آن شیوه ای اطلاق می شود که جامعه از ما انتظار دارد نقش خاصی را مطابق آن انجام دهیم. لیکن در عمل بسیاری از افراد که نقشی را پذیرفته اند مطابق با انتظارات تعریف شده رفتار نمی کنند. نقش کار بسته به آن روشی از ایفای نقش اطلاق می شود که شخص در عمل انجام می دهد (کوئن، ۱۳۸۳، ۶۰)

ایفای هر نقش تجویز شده مستلزم کسب مهارت های شناختی، احساسی و رفتاری متعددی است. به علاوه نقش هر بازیگر باید با شخصیتش هماهنگی لازم را داشته باشد. یک نماینده ی مجلس از لحاظ شخصیتی باید از چه ویژگی هایی برخوردار باشد. به لحاظ عقلانی روانی، عاطفی، جسمی و اجتماعی باید از چه ویژگی های برخوردار باشد تا بتواند رسالت نمایندگی خود را به نحو مطلوب ایفا کند؟ ایفای هر نقش بالاخص نقش نمایندگی با مشکلاتی همراه است.

## مشکلات ایفای نقش نمایندگی مجلس

کسی که نقش نمایندگی مجلس را به عهده می‌گیرد با مشکلات متعددی مواجه است. یکی از مشکلات تعارض نقش می‌باشد. نماینده قبل از ورود به پارلمان نقش حرفه‌ای خاصی را بر عهده داشته است. بعد از کسب منزلت نمایندگی مشکل آن است که او چگونه نقش جدید را با نقش قبلی هماهنگ نماید.

نماینده به مانند هر فرد عادی باید نقش‌های خانوادگی خود را ایفا نموده و با همشهریان هم‌محله‌ای‌ها ارتباط مناسب و خاکی داشته باشد. پس از احراز نقش نمایندگی فرد دچار تعارض می‌شود که چگونه این همه نقش را با هم هماهنگ کند. تعارضاتی که در این مسیر برای هر نماینده حاصل می‌شود حائز اهمیت است. او باید شیوه‌های مختلفی برای حل تعارض اتخاذ کند. یکی از این شیوه‌ها اولویت‌بندی نقش‌هاست. اولویت‌بندی ایفای نقش لزوماً با انتظارات جامعه همخوان نیست. به علاوه هر نماینده به دلیل موقعیت خاصی که از آن برخوردار است با فشارهای متعددی مواجه می‌شود. برخی از افراد تلاش دارند تا حساب و موقعیت ویژه‌ای برای آنها باز کنند.

چشم‌داشت‌های متفاوت موجب می‌شود که نماینده الگوهای متفاوتی را در پیش بگیرد. آیا الگوی رفتار عام‌گرا داشته باشد و یا بطور خاص عده‌ای را به دیگران ترجیح دهد.

آیا اطلاعات گران‌قیمت و ویژه‌ی خود را به افراد و گروه‌های خاص بدهد یا این فرصت را برای همه قائل شود. آیا خویشاوندان، وابستگان فامیلی، دوستان و هم‌مسلمکی‌های خود را به سایرین ترجیح دهد یا نگاه تساوی‌گرایانه‌ای را برای عموم مردم حفظ کند؟ اینها نمونه‌ای از فشار نقش می‌باشند که بر هر نماینده وارد می‌شود در اینجاست که اخلاق حرفه‌ای و انسانی نماینده، اهمیت وافر می‌یابد.

## نظریه‌ی بازی و نقش نمایشی

افراد آگاهانه می‌کوشند تا نقش خود را به گونه‌ای ایفا کنند که دیگران را تحت تأثیر قرار دهند. در هنگام رقابت‌های انتخاباتی نامزدها تلاش دارند تا به مردم بفهمانند که از دیگران توانا تر هستند، نامزدها تمایل دارند تا تصویر مطلوبی از خود نزد رأی‌دهندگان بوجود آورند.

و بدین ترتیب صحنه‌ی انتخابات به تئاتری شباهت پیدا می‌کند که بازیگران تلاش دارند تا خود را به بهترین نحو عرضه کنند. تماشاچیان هم تمایل دارند که صحنه را زیبا ببینند و تصویری مطلوب از بازیگران نقش داشته باشند. طبق نظریه‌ی «ایفای نقش نمایشی» در

صحنه‌ی زندگی به مانند تئاتر دو صحنه وجود دارد: بازیگران صحنه‌ی تئاتر و صحنه‌ی زندگی اجتماعی هر دو به حفظ ظاهر، لباس مناسب و وسایل صحنه‌آرایی علاقه‌مندند، وانگهی در هر دو اجراء یک نوع پشت صحنه وجود دارد که بازیگران می‌توانند به آنجا برگردند و خودشان را برای اجراء آماده سازند. (ریترز، ۱۳۸۵: ۹۴) پشت صحنه، واقعی‌تر و بعضاً آشفته‌تر از جلوی صحنه است. سیاست جزو عرصه‌هایی محسوب می‌شود که پشت صحنه‌ی آن با جلوی آن دارای تفاوت‌های بنیادی است. ایفاگران نقش‌های سیاسی تلاش می‌کنند تا با استفاده از شگردهای پنهان‌سازی مانع از آشکار شدن بخش منفی شخصیت در رفتارشان شوند، یا آن را از دیدگاه دیگران مخفی بنمایند. هر کس در طول زندگی احتمال دارد در ایفای نقش‌ها آسیب ببیند و بدین طریق برای هویت ضایع شده خود چاره‌اندیشی کند. (گافمن، ۱۳۸۶)

نظریه‌ی بازی نقش‌ها با نگاه نسبتاً بدبینانه به انسان و روابط اجتماعی توسط «گافمن» وارد مرحله‌ی جدیدی گردید. «گادامر» دیدگاه خوش بینانه‌تری نسبت به این موضوع دارد به نظر او در بازی آن کس که بر اساس قاعده‌ها بازی می‌کند، می‌تواند دل خوش کند که قاعده‌ها را شناخته و یا حتی خودش آنها را ساخته است. اما واقعیت این است که خود او نیز مورد بازی قاعده‌ها قرار می‌گیرد. قاعده‌ها به بازیگر خود و هویت خویش‌تن تحقق می‌بخشند و در واقع این بازی است که با بازیگر بازی می‌کند.

دیدگاه ایفای نقش نمایشی که بعدها در حوزه‌ی علوم سیاسی با عنوان نظریه‌ی بازی تکمیل شد. در نظریه‌ی بازی برنده‌ی بازی کسی است که علاوه بر آن که موقعیت خود را خوب شناخته باشد، از موقعیت رقبا و دشمنانش آگاهی دقیقی داشته باشد. هر بازی مستلزم آمادگی و مهارت چند جانبه است. بدون آمادگی و کسب مهارت‌ها وارد شدن به بازی‌ها نتیجه‌ای جز شکست را به ارمغان نخواهد آورد.

انتخابات به مانند صفحه‌ی شطرنجی است که بازیگر با شناخت موقعیت خود باید حرکت رقیب را بتواند پیش بینی کند. هدف بازیگر مات کردن رقیب است. بازیگران توانمند نه تنها بر نقاط مثبت خود تاکید کرده، بلکه باید بتوانند از نقاط ضعف رقیب حداکثر بهره‌برداری را داشته باشند؛ در نظریه‌ی بازی نکته‌ی مهم نتیجه‌ی بازی و سرانجام آن است. کمتر بازی‌ای را می‌توان یافت که یک طرف برنده‌ی مطلق بازی باشد. برنده‌ی مطلق مطلوب‌ترین گزینه‌ی بازی است که همیشه اتفاق نمی‌افتد. بهترین حالت بازی حالتی است که هر دو طرف احساس نمایند بیشترین سود را از بازی برده‌اند

کسی که نقش نمایندگی

مجلس را به عهده

می‌گیرد با مشکلات

متعددی مواجه است. یکی

از مشکلات تعارض نقش

می‌باشد. نماینده قبل

از ورود به پارلمان نقش

حرفه‌ای خاصی را بر عهده

داشته است. بعد از کسب

منزلت نمایندگی مشکل

آن است که او چگونه نقش

جدید را با نقش قبلی

هماهنگ نماید

## پی نوشت

1. Norman Triplett
2. Edward Ross
3. William McDougall
4. Kurt Lewin
5. Stanley Milligram
6. Game Theory

## فهرست منابع فصل اول

- از کمپ، استوارت (۱۳۶۹) روان شناسی اجتماعی کاربردی، ترجمه ی فرهاد ماهر، انتشارات آستان قدس رضوی.
- استوتزل، ژان، (۱۳۶۹)، مقاله ی روان شناسی مناسبات میان اشخاص از کتاب مسایل روان شناسی جمعی و روان شناسی اجتماعی، نوشته ی ژوزگوویچ، ترجمه ی علی محمد کاردان، انتشارات دانشگاه تهران.
- استوری، جان (۱۳۸۶) مطالعات فرهنگی درباره ی فرهنگ عامه، ترجمه ی حسین پاینده، انتشارات آگه.
- آگبرن و نیمکوف (۱۳۵۳) زمینه ی جامعه شناسی، ترجمه و اقتباس امیرحسین آریانپور، انتشارات کتاب های جیبی.
- ایوبی، حجت الله (۱۳۸۲) پیدایی و پایایی احزاب سیاسی در غرب، انتشارات سروش
- بیرو، آلن (۱۳۶۷) فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه ی باقر ساروخانی، انتشارات کیهان.
- تایپا، کلود (۱۳۷۹) درآمدی بر روان شناسی اجتماعی، ترجمه ی مرتضی کتبی، انتشارات نی.
- ریتزر، جرج (۱۳۸۲) نظریه های جامعه شناسی، ترجمه ی محسن ثلاثی، انتشارات علمی.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰) درآمدی به دایره المعارف علوم اجتماعی، انتشارات کیهان.
- ستوده، هدایت ... (۱۳۷۴) درآمدی بر روان شناسی اجتماعی، انتشارات آوای نور.
- سخاوت، جعفر (۱۳۶۶) جزوه ی درسی روان شناسی اجتماعی، دانشکده ی علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- سیدمن، استیون (۱۳۸۶) کشاکش آرا در جامعه شناسی، مترجم هادی جلیلی، انتشارات نیل.
- فورسایت، دانلسون (۱۳۸۰) پویایی گروه، ترجمه ی نجفی زند، جعفر، حسن پاشا شریفی، نشر دوران.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۷) روان شناسی اجتماعی، انتشارات ارسباران.
- کلاین برگ، اتو (۱۳۵۱) روان شناسی اجتماعی، ترجمه ی علی محمد کاردان، انتشارات فرانکلین.
- کوئن، بروس (۱۳۸۳) درآمدی به جامعه شناسی، ترجمه ی محسن ثلاثی، انتشارات توتیا.
- گافمن، اروینگ (۱۳۸۵)، داغ ننگ، ترجمه ی مسعود کیانپور، انتشارات مرکز.
- لوین، گوستاو (۱۳۶۹) روان شناسی توده ها، ترجمه ی کیومرث خواجوی ها، انتشارات روشنگران.
- لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴) نظریه های ارتباطات ترجمه ی سید مرتضی نوربخش و سید اکبر میر حسینی، انتشارات جنگل.
- متولی، کاظم (۱۳۸۴) روابط عمومی و تبلیغات، انتشارات بهجت.

- Marshal. Gordon (1998), Dictionary of sociology, oxford university Press.

و به اصطلاح هر دو برنده شده اند. بازی می تواند بدون برنده باشد و به اصطلاح به تساوی بیانجامد.

در حالت دیگر یک طرف برنده و طرف دیگر بازنده است. بازی هایی که قاعده ی بازی بر اساس الگویی بنا شده که نتیجه ی بازی، برنده شدن یک نفر باشد، در پایان بازی طرف های مقابل احساس باخت داشته و پس از پایان بازی رفتار انفعالی یا انتقامی در پیش گرفته و یا خود را برای بازی دیگری آماده می کنند. چون زندگی تنها یک صحنه نیست، صحنه های دیگر باقی است و بازیگر می تواند خود را در آن بازی ها نشان دهد.

نظریه ی بازی برای انتخاب کنندگان نیز صحت پیدا می کند. بازیگر در اینجا انتخاب کنندگان هستند که از بین چندین گزینه دست به انتخاب می زنند. بازیگر باید بدترین نتیجه ی ممکن را در هر عمل در نظر گیرد و به انتخاب عملی دست زند که بدترین حاصل آن کمترین زیان را به بار آورد. (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۲۸۹)

پیش فرض اصلی نظریه ی بازی آن است که رفتارهای انسانی مبتنی بر عقل است، در این نظریه همچنین انسان موجودی انتخابگر می باشد. این نظریه پس از طرح توسط نومن در سال ۱۹۴۷ توسعه یافت. بطوری که می توانست انواع رفتارهای قابل انتخاب را با استفاده از مدل های ریاضی و آماری بررسی و تحلیل نماید. (Marrshal, ۱۹۹۸: ۲۴۶)

## دیگر موضوعات محوری روان شناسی اجتماعی

موضوعات متعدد دیگری هستند که می توانند محور توجه روان شناسان اجتماعی کاربردی باشند.

نگرش و تغییر نگرش ها هسته ی اصلی موضوع روان شناسی اجتماعی سیاسی است که در گفتارهای بعد مورد بحث قرار می گیرد. گروه های مرجع، جایگاه و اهمیت آن از دیگر موضوعات مهم می باشد که در گفتاری کوتاه در این مجموعه بطور اجمال مورد بحث واقع شده است. جای مباحثی چون فنون تبلیغات، سازماندهی، رهبری در این مجموعه خالی است. امید است در ویراست دوم با هدف تقویت بعد کاربردی دانش روان شناسی اجتماعی و تقویت رابطه ی دانش اجتماعی با نیازهای اجتماعی افراد جامعه بتوانیم گام های بلندتری برداریم. این سخن بدان معنا نیست که بعد معرفت شناسانه ی دانش اجتماعی را کم بها داده و در ورطه ی عمل زدگی روزمره بیفتیم. آنچه مهم است ارائه ی تصویری علمی از واقعیت ها، انتظارات و مشکلات جامعه ی ایران در فرآیند توسعه است.