



خبرنامه انجمن روان شناسی اجتماعی ایران

«تابستان ۱۳۹۹؛ شماره ۲۵»

نشانی دفتر یکم انجمن: تهران، خیابان کریم خان زند، نبش آبان شمالی، ساختمان علامه اقبال ۲۰۹

شنبه، دوشنبه و سه شنبه ها: سرکار خانم سیمپاریان ۸۱۰۳۲۲۱۳

نشانی دفتر دوم انجمن: تهران، خیابان نجات الهی، نبش سپند، ساختمان آموزشی دانشگاه پیام نور اقبال ۳۰۴

یکشنبه تا چهارشنبه: سرکار خانم جعفری ۸۸۸۰۷۵۸۹

www.iranianasp.ir

وبسایت:

www.instagram.com/iranian_asp

اینستاگرام:

Info@iranianasp.ir

رایانامه:



آنچه در شماره تابستان ۱۳۹۹ می‌خوانید

- | | |
|----|---|
| ۴ | اولین گروه دانشجویان کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی اجتماعی  |
| ۵ | چهارمین همایش ملی روان‌شناسی و علوم رفتاری  |
| ۶ | اولین نشست هسته روان‌شناسی و رسانه انجمن  |
| ۷ | صفحه رسمی انجمن در اینستاگرام شروع به کار کرد  |
| ۸ | تأثیر اطلاعات و فشار اجتماعی بر تغییر عقاید  |
| ۱۴ | کاربرد نظریه عزت نفس در رابطه با سومصرف مواد  |
| ۱۸ | مرامنامه منظومه انجمن‌های روان‌شناسی و مشاوره ایران  |
| ۲۱ | چکیده رساله‌های دکتری تخصصی روان‌شناسی اجتماعی  |
| ۲۴ | معرفی کتاب  |
| ۲۷ | شماره جدید نشریه‌های انجمن  |
| ۳۰ | شرایط عضویت در انجمن  |
| ۳۱ | همکاری در تدوین خبرنامه  |



مدیر مسئول: دکتر مجید صفاری نیا

سر دبیر: دکتر مجتبی دلیر

همکاران این شماره

Majid Saffarinia (Ph. D)

Mojtaba Dalir (Ph. D)

Shahla Zoormand Bonab

Seyyde Sima Siyadati

دکتر مجید صفاری نیا

دکتر مجتبی دلیر

شهلا زورمند بناب

سیده سیما سیادتی





اولین گروه دانشجویان کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی اجتماعی



با تلاش‌های مستمر انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران سرانجام اولین گروه دانشجویان دوره کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی اجتماعی در ایران از سال تحصیلی ۱۳۹۹ - ۱۴۰۰ در دانشگاه پیام‌نور تهران جنوب مشغول به تحصیل خواهند شد.

در خبرنامه بهار عنوان شده بود که پس از سال‌ها پی‌گیری و برگزاری جلسات متعدد، مجوز تأسیس رشته روان‌شناسی اجتماعی در مقطع کارشناسی‌ارشد از سوی شورای گسترش وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری ابلاغ شده است. با تلاش مستمر و پیگیر رئیس و اعضای هیات مدیره انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران و کمیسیون روان‌شناسی اجتماعی سازمان نظام روان‌شناسی و مشاوره کشور برای اولین بار در ایران شورای گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی با ایجاد رشته روان‌شناسی اجتماعی در مقطع کارشناسی‌ارشد در دانشگاه پیام‌نور تهران جنوب موافقت کرد و همان‌طور که پیش‌بینی شده بود دانشگاه پیام‌نور از همین سال تحصیلی دانشجوی کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی اجتماعی می‌پذیرد. انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران به همه دست‌اندرکاران و اولین گروه دانشجویان این رشته تبریک می‌گوید.

روابط عمومی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران



چهارمین همایش ملی روان شناسی و علوم رفتاری دانشگاه پیام نور (استان گیلان) با همکاری انجمن روان شناسی اجتماعی ایران، جهت توسعه و ترویج مبانی علمی روان شناسی در ۲۷ شهریور ماه ۱۳۹۹ در دانشگاه پیام نور مرکز رشت برگزار خواهد شد. جهت ورود به سایت همایش روی لینک زیر کلیک نمایید.

<http://conference.pnu.ac.ir/Gilan-Conference/default.aspx>



اولین نشست هسته روان‌شناسی و رسانه انجمن



به گزارش روابط عمومی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران، اولین نشست هسته روان‌شناسی و رسانه انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران در محل سازمان مرکزی دانشگاه پیام‌نور در مورخ ۱۱ تیرماه برگزار شد. حاضران در این جلسه جناب آقای دکتر مجید صفاری‌نیا- رئیس انجمن، سرکار خانم دکتر ارمغان دماوندیان- روان‌شناس، سرکار خانم ضربی- کارشناس ارشد کارگردانی، تئاتر، سرکار خانم نوربخش- رمان‌نویس، و سرکار خانم شهسوار- کارشناس ارشد روان‌شناسی بودند.

روابط عمومی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران



صفحه رسمی انجمن در اینستاگرام شروع به کار کرد



لطفا صفحه رسمی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران در اینستاگرام به آدرس زیر را دنبال نموده، به همکاران، دانشجویان و دیگر علاقمندان معرفی بفرمایید. علاقه‌مندان به همکاری با این صفحه پیام ارسال کنند.

www.instagram.com/iranian_asp



تأثیر اطلاعات و فشار اجتماعی بر تغییر عقاید



شهلا زورمند بناب

عضو پیوسته انجمن روان‌شناس اجتماعی

ارائه اطلاعات جدید و متقاعدسازی از مهم‌ترین محرک‌های تغییر رفتار و عقیده در افراد هستند. این محرک‌ها به این دلیل دارای اهمیت است که انسان‌ها وقتی با فشارهای اجتماعی رو به رو می‌شوند، تمایل به انطباق با همتایان خود دارند؛ چه زمانی که در اتاق هیئت مدیره باشند و چه در فیسبوک. مطالعات کلاسیک Asch (1951) و Sherif (1936) امروزه نیز قابل اثبات است: افراد براساس تمایل به دوست داشته شدن توسط دیگران که Asch آن را انطباق نامید (یعنی همراه با اکثریت شدن حتی اگر خود شما آن عقیده را قبول ندارید، اما برای پذیرفته شدن در گروه از آن پیروی می‌کنید) یا تمایل به درونی کردن عقاید گروه که Sherif آن را پذیرش خصوصی می‌نامد (عقیده به اینکه نظرات دیگران درست‌تر یا آگاهانه‌تر از نظرات خود باشد)، با اعضای گروه هم‌نوا می‌شوند.

این دو طرح گسترده شامل بسیاری از مکانیزم‌های خاص مانند منطق انگیزشی، ناهنجاری شناختی، حداکثر بهره‌برداری، اجتناب از درگیری، و پیگیری روابط مثبت می‌باشد. تاثیرگذاری



اجتماعی بر پایه‌ی اطلاعات و تاثیر گذاری اجتماعی هنجاری، هردو نقش‌های مهم و البته دور از هم را در تئوری‌های پذیرش خصوصی و انطباق‌بازی می‌کنند. در هر دو حالت، انسان‌ها رفتار هم‌نوايي را نشان می‌دهند، هرچند تنها در پذیرش خصوصی است که آنها واقعا عقیده خود را به دلیل نحوه‌ی ارائه‌ی اطلاعات جدید به روز می‌کنند.

توسعه‌ی کارهای Asch, Sherif به صورت گسترده‌ای بر روی نواحی رفتاری متعدد پیاده‌سازی شده است. تا اینکه امروزه مشارکت سیاسی افراد را نیز می‌توان بر اساس این نظریه تبیین کرد. تحقیقات گسترده نشان می‌دهند که فشارهای اجتماعی بر روی مشارکت‌های سیاسی مانند شرکت در رای‌گیری تاثیر می‌گذارد. که شامل تاثیرات فشار اجتماعی بر روی رفتارهای انتخابی شهروندان معمولی می‌شود. این تحقیقات به هر دو نیروی «قدرت آشکار» و «قدرت نامحسوس» تاثیرگذاری اجتماعی بر رفتار انتخاباتی شهروندان به هنگام شرکت در رای‌گیری اشاره دارد. اما هنوز اطلاعات کمی درباره‌ی وارد کردن هم‌نوايي اجتماعی بر روی موضوعات اتهامات سیاسی مخصوصا، آنهایی که ارزش‌ها و عقاید یک فرد را به چالش می‌کشند، داریم. ما در حوزه چگونگی تاثیرگذاری فشارهای هم‌نوايي در رابطه با ارزش‌ها و عقاید سیاسی عمیق بر روی افراد نداریم. همچنین در رابطه با اینکه آیا تاثیرات فشارهای هم‌نوايي اجتماعی بر عقاید سیاسی مقید به ماهیت شخص تحت فشار است یا خیر، اطلاعات جامعی نداریم.

آزمایش فشار هم‌نوايي در حوزه هویت سیاسی ایدئولوژیکی ممکن است روشن سازد که آیا فشار اجتماعی برای هم‌سو سازی با یک گروه متحد در مواجهه با موضوعات سیاسی قوی (اتهام سیاسی) در شرایط آزمایش در برابر موضوعاتی مانند اندازه یک خط یا حرکت یک نقطه نور، متفاوت است یا خیر.

از این رو، در این مقاله سعی در انجام آزمایشی را داریم تا میزان تغییر عقیده افراد را در جهت متقاعدسازی که از طریق ارائه اطلاعات جدید و فشار هم‌نوايي اجتماعی یا ترکیبی از این دو را در یک محیط که شامل بحث واقع‌گرایانه می‌باشد مورد بررسی قرار دهیم.



همنوایی و رفتار سیاسی:

عقایدی که در رابطه با موضوعات سیاسی پیچیده، ارزش گذاری شده، و همسو با هنجارهای فرهنگی می باشد، به آسانی عوض نمی شود. اما ممکن است افراد برای اینکه هزینه ی جمع آوری اطلاعات مورد نیاز برای شرکت در رفتارهای سیاسی (مثل رای دادن) را کاهش دهند، به افراد بسیار آگاه روی بیاورند یا از طریق دوستان مورد اعتماد و خانواده اطلاعات لازم را جمع آوری کنند.

در این راستا فشار اجتماعی که در نتیجه ارائه اطلاعات مبتنی بر انتظارات گروه است، شرایط را برای مشارکت مناسب در سیاست فراهم می آورد. به همین دلیل افرادی که نگران ادامه مورد قبول واقع شدن هستند، از روی تمایل برای پذیرفته شدن از سمت اعضای گروه همنوا می شوند (هنجارهای گروه اغلب خود اعمال شده و شامل تحریم های احتمالی می باشد). بحث بر روی عملگرایانه و واقعگرایانه بودن دموکراسی مشورتی بیش از پیش اهمیت درک نقش همنوایی اجتماعی در گفتمان های نخبگان و عموم را روشن می سازد. اندیشمندان و تئوریسین ها عقیده دارند که تصمیمات سیاسی تحت یک فرایند مشورتی بهبود یافته و مشروعیت می یابند، البته این به معنی اجماع و کلی بودن این فرایند نیست.

ما در پژوهش حاضر با استفاده از یک آزمایش که بر پایه بحث می باشد، تاثیرات یکتا و ترکیبی ارائه اطلاعات جدید و فشار اجتماعی را بر روی یک عقیده سیاسی که به شدت چشمگیر او از نظر سیاسی قوی و بخشی از هویت فرد است انجام خواهیم داد.

آزمایش حاضر پلی بین مطالعات بدون مباحثه و مطالعاتی که بحث های یک روزه را برای تعیین اینکه آیا تاثیر گروه، زمانی که مراکز مباحثه به شدت با هویت اجتماعی فرد درگیر است، ایجاد خواهد کرد. مباحثه ما که نزدیک به یک ساعت به طول می انجامد یک مثال از دیالوگ در جهان واقعی را شبیه سازی می کند. مهمتر از همه، طراحی ما این اجازه را می دهد که تمایل برای درست بودن (پذیرش خصوصی) و تمایل برای دوست داشته شدن (انطباق) را در تاثیرگذاری اجتماعی جدا کنیم.



هدف اصلی ما پیش‌بینی کامل رفتار عمومی مردم نیست، بلکه شناسایی نقش مستقل فشار اجتماعی با در نظر گرفتن تاثیرات وارد کردن اطلاعات جدید می باشد. ما انتظار داریم فشار همنوایی و ارائه اطلاعات جدید تاثیرات مشترک و مستقلى برای تغییر عقیده باشند. از این رو هدف اصلی ما شناسایی میانگین تاثیرات ارائه اطلاعات جدید و فشار همنوایی بر تغییر عقیده است.

همنوایی و ویژگی های شخصیتی:

ما همچنین دریافتیم که تغییرات در پاسخ های افراد به فشار اجتماعی، به خصوصیات فردی قابل مشاهده و غیرقابل مشاهده بستگی دارد. برای مثال تمامی شرکت کنندگان در آزمایش Asch با نظر گروه تطبیق نیافتند و تغییرات زیادی در میزان تمایل شرکت کنندگان Sherif برای ادغام شدن در گروه‌های منسجم و کاربردی وجود داشت. با در نظر گرفتن این احتمال ما سه فاکتور را که با نسبت همنوایی تغییر می کنند مورد آزمایش قرار دادیم: ۱. صفات شخصی ۲. اعتماد به نفس ۳. ایدئولوژی. شواهد و مدارک نشان می دهند افرادی که تغییر عقیده می دهند بیشتر عصبی، موافقت پذیر و دارای اعتماد به نفس کمتری هستند. ایجاد فرضیه هایی در مورد وارد کردن تمایلات شخصی و ایدئولوژیکی دیگر در مورد تغییر عقیده برای مسائل اخلاقی هویتی و سیاسی بسیار پیچیده است. برای مثال، ما انتظار داریم افراد محافظه کارتر از لحاظ سیاسی، احتمال بیشتری برای هماهنگ شدن با گروه داشته باشند. تحقیقات نشان داده است که محافظه کاران نگرش منفی کمتری نسبت به همنوایی و تطبیق پذیری با هنجارها و فشار گروه دارند. به همین صورت آنهایی که از لحاظ سیاسی لیبرال تر و ذهنی باز تر دارند با وجود اینکه نسبت به پذیرش خصوصی اطلاعات جدید آماده تر می باشند، با این حال کمتر در معرض همنوایی عمومی قرار دارند. ما این گزاره ها را به عنوان فرضیه ثانویه در نظر می گیریم و اهمیت آن ها را به صورت محدود و با قیدهای وارد شده بررسی می کنیم.

در آزمایش طراحی شده که در دانشگاه پنسیلوانیا از ماه می تا دسامبر ۲۰۱۳ انجام شد، شرکت کنندگان در یک محیط مباحثه قرار داده شدند که با یک گروه متحد و مخالف با نظر ایشان در



موضوع سیاسی مرتبط با جامعه محلی شان مواجه می‌شدند. ما نظرات شخصی شرکت‌کنندگان را در حالت‌های:

۱. در غیاب گروه ۲. قبل از آزمایش ۳. بعد از آزمایش تخمین زده ایم تا بتوانیم تشخیص دهیم که آیا مشارکت‌کنندگان تنها عقیده خود را برای قبول شدن در گروه انطباق دادند یا آنکه با پذیرش خصوصی نظر اعضای گروه ارزش‌های خود را به‌روز کردند.

گروه موضوع را به صورت آزادانه برای ۳۰ تا ۴۵ دقیقه مورد بحث قرار دادند که به ما اجازه می‌دهد، بتوانیم رفتار شرکت‌کننده را در طول بحث تخمین بزنیم. در طراحی آزمایش ما بر یک زمان خاص یعنی دوران پس از رسوایی کودک‌آزاری Jerry Sandusky و اخراج سرمربی Paterno تکیه کردیم. اخراج، یک موضوع ایده آل برای بحث، و آزمایش محکم برای فشار همنوایی می‌باشد. سوال مطرح شده از شرکت‌کنندگان این بود که «آیا سرمربی Paterno باید توسط هیئت مدیره معتمدین دانشگاه در نوامبر ۲۰۱۱ اخراج می‌شد یا خیر؟».

تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که دانشجویان دوره لیسانس ممکن است در بسیاری از موضوعات به روشنی سایر بزرگسالان نگرش‌های سیاسی نداشته باشند و در نتیجه بیشتر مستعد فشار همنوایی از هم‌تایان خود به دلیل عدم نگرش باشند. از آنجا که نقش Paterno در آزار جنسی در دانشگاه پنسیلوانیا به شدت برجسته بود، طبیعتاً نظرات مخالف و قوی را در جمعیت دانشجویان لیسانس تحریک نمود. ما با فراهم آوردن پیش زمینه‌ای در مورد مسئله و ارتباط آن با هویت و سیاست شروع کردیم. Paterno بیش از یک کارمند در یک دانشگاه بود، او نماد ایالات پنسیلوانیا و بنابراین به شدت با هویت دانشجویان گره خورده بود. همانطور که در زمان رسوایی گزارش شد، Paterno بیش از هر مورد دیگری، فردی بود که افتخارات ملی برای موسسه داشته و در هسته هویت دانشگاه قرار داشت.

با در نظر گرفتن احساساتی بودن این موضوع نامحتمل نیست که پاسخ‌های قوی از افراد گرفته شود. با توجه به چشم‌گیر بودن و هویتی بودن موضوع مباحثه، اخراج Paterno یک مسئله سیاسی و اجتماعی بوده و این موضوع به شدت بر انتخابات هیئت معتمدین ۲۰۱۲، یعنی زمانی که



کاندیداهای بسیاری از Paterno حمایت کردند، سنگینی کرد. وقتی از رئیس‌جمهور اوباما درباره این اخراج با رسیدن او از آمریکایی‌ها خواست تا برای محافظت از کودکانشان مسئولیت را بپذیرند. بنابراین با شناخت اخراج Paterno توسط نخبگان، عموم رسانه و آکادمی می‌توان گفت این مسئله ذاتاً سیاسی است. علاوه بر این موضوع در سطح هویتی-ایالتی و کشوری دارای اهمیت شخصی برای شرکت‌کنندگان می‌باشد به همین دلیل این مطالعه حول این سوال می‌چرخد که در چه حدی مردم با یک نظر مخالف در مورد موضوعی که از نظر سیاسی قومی و هویتی چشمگیر می‌باشد، هم‌نوا می‌شوند. و از همه مهم‌تر این موضوع را مورد بررسی قرار خواهیم داد که، برای آن دسته از شرکت‌کنندگانی که عقیده خود را تغییر می‌دهند چه نوع تغییری رخ می‌دهد؟ آیا از روی دریافت اطلاعات جدید پذیرش خصوصی اتفاق می‌افتد یا انطباق عمومی و پذیرش عمومی اتفاق می‌افتد؟ یا ترکیبی از این دو؟

نتایج: برای پاسخ به این سوالات درجات تغییر عقیده را در هر دو گروه‌های کنترل و تحت آزمایش بررسی کردیم. ما دریافتیم در حالی که اطلاعات نقش مهمی در تغییر عقیده شخص بازی می‌کنند، اما نحوه‌ی ارائه اجتماعی آن اطلاعات بیشترین تاثیر را دارند. نتایج این پژوهش نشان داد که ۳۳ درصد از افراد حاضر در آزمایش، عقیده خود را به دلیل نحوه ارائه اجتماعی آن تغییر دادند. درحالی‌که ۱۰ درصد تنها بر اثر فشار اجتماعی و ۱۰ درصد دیگر تنها بر اثر ارائه اطلاعات جدید عقیده‌ی خود را تغییر دادند. پس این به آن معنا می‌باشد که فشار اجتماعی و یا نحوه ارائه اطلاعات در برابر ارائه ساده اطلاعات جدید، تاثیر چشمگیرتری بر روی تغییر عقیده چه از نوع خصوصی و چه از نوع عمومی دارد. همچنین نتایج نشان دادند که شرکت‌کنندگانی که به دلیل فشار اجتماعی عقیده خود را تغییر دادند، از لحاظ سیاسی محافظه‌کارانه‌تر، وظیفه‌شناس‌تر، و عصبی‌تر از بقیه هستند.

منبع:

The effects of information and social conformity on opinion change. Daniel J. Mallinson¹, Peter K. Hatemi (2018)

کاربرد نظریه عزت نفس در رابطه با سومصرف مواد



سیده سیما سیادتی

عضو پیوسته انجمن روان‌شناس اجتماعی

در ابتدا به تعریف مختصری از عزت نفس پرداخته می‌شود و سپس مفاهیم مرتبط با آن بحث می‌گردد و در انتها نیز مصداق این مفاهیم در حوزه سومصرف مواد بیان می‌گردند. آلدِر و استوارت (۲۰۰۴) و وون، سوئت و واگنر (۲۰۱۸) عزت نفس را چنین تعریف نمودند: عزت نفس به حس کلی شخص از ارزش یا بهای خود اشاره دارد. می‌توان عزت نفس را یک نوع سنجش از میزان ارزش آفرینی، تایید، تصدیق، تشویق یا دوست داشتن خویش تلقی نمود. مورین رونبرگ کارشناس عزت نفس، این سازه یعنی بینش فرد نسبت به خود چه مثبت و چه منفی را عزت نفس می‌داند. عوامل موثر بر عزت نفس عبارتند از ژنتیک، شخصیت، تجربیات زندگی، سن، سلامت، افکار، شرایط اجتماعی، واکنش‌های اطرافیان و مقایسه خود با دیگران. نکته مهم این است که عزت نفس قابل تغییر و قابل سنجش می‌باشد. عزت نفس و مفاهیم مرتبط

عزت نفس با خود مفهومی شباهت‌هایی دارد ولی درعین حال دو سازه کاملاً مجزا هستند:

- خود مفهومی ادراک فرد از خویش است. خود مفهومی پاسخ به این سوال است "من چه کسی هستم"، چه تمایلات، افکار، اولویت‌ها، عادات، تفریح‌ها، مهارت‌ها و ضعف‌هایی دارم."
- خود مفهومی می‌تواند عینی و ضمنی باشد. خود مفهومی عینی وابسته به بافت و پویا می‌باشد.



تفاوت های فردی در بازنمایی تداعی گونه خویش در اصطلاح خود مفهومی ضمنی نام دارد. خویش یا "مال من" یک گره اصلی در شبکه تداعی های ذهنی است که اطلاعات اجتماعی را نشان می دهد.

عزت نفس و تصویر ذهنی از خویش

تصویر ذهنی از خویش تماما مربوط به بینش شخص نسبت به خودش است. به جای اینکه مبتنی بر واقعیت باشد مبتنی برافکار نادرست و ناموثق در مورد خویش است. تصویر ذهنی از خویش به واقعیت دور یا نزدیک است اما همسو و دقیقا مطابق با واقعیت نیست (مک لئود، ۲۰۰۸). عزت نفس به تفکر، احساس و باور ما درمورد خودمان ربط دارد در حای که خودارزشمندی یک بازشناسی کلی از این است که ما به عنوان انسان ارزشمند هستیم یاخیر (هیبرت، ۲۰۱۳).

آیا عزت نفس همان اعتماد به نفس است؟

اعتماد به نفس، اعتماد شخص به خویش و توانایی هایش برای پرداختن به چالش ها، حل مساله، و رفتار موفق در دنیا است (بورتو، ۲۰۱۵). اعتماد به نفس براساس سنجش بیرونی از موفقیت و ارزش است نه سنجش درونی (در عزت نفس وجود دارد) (مک لئود، ۲۰۱۷).

تحقیق روی عزت نفس در سومصرف مواد معمولا با یک پیش فرض از یکی از سه مفهوم سازی انجام می شود و هر مفهوم سازی تقریبا مستقل از دو تای دیگر است: ۱- عزت نفس یک پیامد تلقی شده است. دانشمندانی که به این پیامد پرداخته اند روی فرایندهایی تمرکز کرده اند که عزت نفس را تولید یا بازتولید می کند. ۲- عزت نفس به عنوان خود-انگیزه بررسی شده است که به تمایل افراد برای رفتار خاص اشاره دارد که ارزیابی مثبت شخص از خودش را حفظ کرده یا افزایش می دهد. ۳- عزت نفس یک سپر محافظتی تلقی می شود که از شخص در قبال تجربیاتی محافظت می کند که آسیب رسان هستند (دی کست و بورکی، ۲۰۰۲).

تحقیقات زیادی روی عزت نفس و مفاهیم مشابه در رابطه با مصرف مواد و الکل انجام گرفته اند. در طی دو دهه قبل، عزت نفس پایین از تبیین های روانشناختی رایج برای سو مصرف مواد و الکل و اعتیاد بوده است. نظریه عزت نفس در چهارچوب روانشناسی فردی آلفرد ادلر توسعه یافته است. آدلر عزت نفس را در راس شخصیت قرار داده و پیشنهاد می کند که رفتار تحریفی را می توان با تعامل خود مفهومی (مولفه روان پویایی) و موقعیت های خاص (مولفه اجتماعی) تبیین کرد (سیدلکی، ۲۰۱۳).



در تبیین یافته‌های تحقیقات مرتبط با عزت نفس در سو مصرف مواد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- عزت نفس پایین از ویژگی‌های شخصیت اعتیادی است (سویتا و همکاران، ۲۰۱۷). - احساس ناامنی در فرد در بافت فرهنگی و فشار اجتماعی و تنظیم اهداف بالا برای خود افراد را به سمت مواد به عنوان مکانیسم دفاعی در حفاظت از خویش سوق می‌دهد (الیجینس، ۲۰۱۵). - نظریه تداعی‌های تحریفی سوترلند که بیان می‌کند اعتیاد یک رفتار تحریفی و تابعی از زمان و شدت و فراوانی این تداعی‌های تحریفی است. - الگوی دوگانه خود مفهومی عینی و ضمنی بیان می‌کند که مصرف مواد، مواجهه با سرنخ‌های مواد و نقش فرهنگ در ادراک و تنظیم مصرف مواد فعال‌کننده تداعی‌های مرتبط با مواد است که حالت انگیزشی دارد (لیندگرین و همکاران، ۲۰۱۷). - فراتراز روان‌شناسی اجتماعی، شخصیت و شناختی، دانشمندان علوم اعصاب شناختی هم در رابطه با رشد خودمفهومی مواد و اعتیاد اذعان نموده‌اند که مدارهای مغزی در ساختار قشر مخ من جمله شکنج سینگولیت خلفی و ساختار میانی قشر خلفی به خودآگاهی ربط دارند و در افراد وابسته به مواد این مناطق بسیار حساس به سرنخ‌های مواد هستند و روی درون‌نگری و تصمیم‌گیری افراد تاثیر دارد (دوییت، ۲۰۱۵؛ کرویز، ۲۰۱۵).

در نهایت در بخش خلاصه مطالب می‌توان اذعان نمود که نظریه عزت نفس به ما کمک می‌کند تا تبیین کنیم که چرا مثلاً درمان الکلی بودن توانبخشی است نه معالجه. در مورد رابطه عزت نفس پایین و سومصرف مواد می‌توان بیان کرد که اگرچه عزت نفس پایین مکانیسم روان‌پویایی زیربنایی برای شروع اعتیاد است اما شرط کافی یا ضروری نیست. موقعیت اجتماعی می‌تواند یک ابزار باشد یعنی تداعی افتراقی به همراه وجود مواد باشد. شروع مصرف مواد احتمالاً ناشی از موقعیت اجتماعی است اما سومصرف مواد غیراعتیادی به عزت نفس پایین ربط دارد. با نظریه عزت نفس، می‌توانیم کاربرد اجتماعی، عدم کاربرد یا سومصرف مواد را توضیح دهیم و بیان کنیم چرا الگوهای مختلف درمانی موفق هستند یا نیستند.



خبرنامه تابستان ۱۳۹۹ انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران

Iranian Association of Social Psychology



انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران



مرامنامه منظومه انجمن‌های روان‌شناسی و مشاوره ایران

۱. زمینه:

یکی از مهمترین اهداف مشترک همه انجمن‌های علمی روانشناسی و مشاوره، ارتقا جایگاه دانش و پایگاه حرفه‌های مربوطه است. به نحوی که به بهبود سلامت روان و کیفیت زندگی گروه‌های هدف بیانجامد. دستیابی به این هدف خطیر، در گرو هماهنگی و هم‌نوایی بین انجمن‌های علمی است. ضرورت این موضوع هنگامی تبلور یافت که علم روانشناسی و مشاوره و هویت حرفه‌ای این دانشمندان بالینی‌گر به چالش‌های جدی کشیده شد که بعضاً از تفرق و ناهماهنگی بین نهادها و افراد تاثیرگذار نشأت می‌گرفت. از اینرو، در تاریخ ۱۳۹۵/۱۰/۱۸، نُه انجمن علمی روانشناسی و مشاوره^۱ گرد هم آمدند تا یک **نهاد غیررسمی** را بنیانگذاری نمایند. تعداد اعضای منظومه تا خردادماه ۱۳۹۶ به چهارده عضو^۲ رسید.

در اولین مصوبه، عنوان **منظومه انجمن‌های علمی روانشناسی مشاوره ایران** برای این نهاد گذاشته شد و قرار شد مرامنامه‌ای برای فعالیت این منظومه تدوین شود. بر اساس بند ۴ صورتجلسه دهم مورخ ۱۳۹۶/۷/۱۰، آخرین ویرایش مرامنامه مجدداً به تایید همه اعضا رسانده شود.

۲. چشم‌انداز:

ارتقای جایگاه علم و حرفه روانشناسی و مشاوره به نحوی که فرصت همگانی برای بهره‌مندی از خدمات و ثمرات آنها برای آحاد مردم، نهادها و سازمانها ایجاد شود.

۳. ماموریت‌ها:

۴. معرفی روانشناسی و مشاوره به عنوان علم خدمات‌رسان که می‌تواند سهم والا و ارزنده‌ای در ارتقای سلامت روانی-اجتماعی ایفا کند.

۵. کاربرد و ترویج روانشناسی و مشاوره در بین مدیران، تصمیم‌گیران، مجریان و سیاستمداران

۶. افزایش کیفیت آموزش روانشناسان و مشاوران

۷. آموزش هدفمند و نیازمحور روانشناسان و مشاوران

۸. ایجاد همگرایی و هماهنگی بین انجمن‌های علمی روانشناسی و مشاوره

۹. ارتقای جایگاه انجمن‌های علمی و سازمان نظام روانشناسی و مشاوره جمهوری اسلامی ایران

^۱ انجمن روانشناسی بالینی کودک و نوجوان ایران، انجمن روانشناسی سلامت ایران، انجمن سالمندی ایران، انجمن روانشناسی اسلامی ایران، انجمن روانشناسی بالینی ایران، انجمن روانشناسی نظامی ایران، انجمن مشاوره ایران، انجمن ایرانی روانشناسی، انجمن علوم و فناوریهای شناختی ایران
^۲ انجمن روانشناسی ایران، انجمن روانشناسی اسلامی، انجمن روانشناسی تربیتی، انجمن روانشناسی اجتماعی ایران، انجمن روانشناسی کودکان استثنایی



۱۰. ترویج قانون‌مداری و مواجهه با رفتارهای غیرقانونی یا سودجویانه که حیثیت فردی یا سازمانی را مخدوش نماید.

۴. اعضای منظومه و نحوه عضویت

هر انجمن علمی که در حیطه روانشناسی و مشاوره دارای مجوز از وزارتین علوم و بهداشت باشد می‌تواند به عضویت منظومه در آید. هر انجمن علمی می‌تواند درخواست عضویت یا لغو عضویت خود را به دبیرخانه منظومه تقدیم نماید. این درخواست‌ها به تایید مجمع منظومه می‌رسد. هر عضو جدید ملزم به پایبندی به این مرامنامه است. این مرامنامه به درخواست سه چهارم اعضای منظومه می‌تواند تعدیل و تکمیل شود. ویرایش جدید، پس از تایید مجمع، توسط همه اعضا لازم الاجراست.

۵. ارکان منظومه:

۱. **مجمع منظومه:** مجمع متشکل از رئیس هیات مدیره یا نمایندگان تام‌الاختیار هیات مدیره انجمن‌های علمی روانشناسی و مشاوره است. این انجمن‌ها بنا به درخواست یا توافق هیات مدیره انجمن ذی‌ربط به عضویت منظومه درآمده‌اند. هر انجمن فقط یک نماینده در مجمع منظومه خواهد داشت.

۲. **دبیر:** با انتخاب مجمع منظومه، یک نفر از اعضا به مدت یک سال بعنوان دبیر منظومه انتخاب می‌شود تا با کمک یک نفر منشی مسئولیت اداره دبیرخانه منظومه را به عهده گیرد. تبصره ۱: زمان برگزاری انتخابات، دیمه هر سال (مصادف با تشکیل اولین جلسه مجمع منظومه) است. این مدت غیر قابل تمدید است و این مسئولیت به ترتیب در اختیار همه انجمن‌ها قرار خواهد گرفت.

۶. تعهدات اعضا:

۱. مشارکت فعال در مجمع: جلسات بصورت ماهانه تشکیل می‌شود. اما بنا به درخواست دو سوم اعضا جلسات فوق‌العاده تشکیل می‌شود. برای انجمن‌های خارج از تهران، امکان حضور از راه دور (اسکایپی) فراهم می‌شود.

تبصره ۲: غیبت در ۳ جلسه پیاپی حضوری یا از راه دور موجب حذف انجمن از منظومه می‌شود.

۲. احترام و پایبندی به چشم‌انداز، ماموریتها و تصمیم‌های مجمع و دفاع از حقوق یکدیگر با پایبندی به اصل "یکی برای همه - همه برای یکی"

۳. تصمیم‌هایی که با دو سوم آرای اعضای مجمع اتخاذ شوند برای همه اعضا لازم الاجراست.

۴. آمادگی و تعهد همه اعضا برای پیشبرد اهداف منظومه



۵. اطلاع‌رسانی از فعالیت‌های منظومه در سایت‌ها و خبرنامه‌های انجمن‌ها و رسانه‌های جمعی

۶. استفاده از همه امکانات انجمن‌ها برای پیشبرد اهداف منظومه

۷. محل/دبیرخانه منظومه:

دبیرخانه منظومه در اولین سال فعالیت آن در دفتر انجمن علوم و فناوریهای شناختی استقرار یافت. این دبیرخانه در سالهای بعد می‌تواند به دفتر هر انجمنی که پست دبیری منظومه را در اختیار دارد انتقال یابد. این موضوع باید به تصویب مجمع برسد.

۸. ارگانهای اطلاع‌رسانی:

ارگان اطلاع‌رسانی درون‌نهادی منظومه، پایگاه ادمینها در تلگرام است که تعداد اعضای آن به تعداد انجمن‌های عضو منظومه بعلاوه یک (منشی) است. لازم به توجه است که اطلاعات مربوط به فعالیتها و چرخش کار منظومه در این پایگاه گذاشته شده و محرمانه (مخصوص ادمینها/اعضای مجمع) محسوب می‌شود. ارگان اطلاع‌رسانی همگانی منظومه، پایگاه منظومه در تلگرام به عنوان: منظومه انجمن‌های علمی روانشناسی و مشاوره است. ضمناً تمام ارگانهای اطلاع‌رسانی انجمن‌ها عضو (سایتها، خبرنامه‌ها و...) می‌توانند اخبار عام منظومه را منتشر نمایند.

این مرامنامه با ۷ ماده و ۲ تبصره در تاریخ ۱۳۹۶/۷/۲۰ به تصویب مجمع منظومه انجمن‌های علمی روانشناسی و مشاوره ایران رسید. هر گونه جرح و تعدیل در این مرامنامه، حداقل پس از یکسال با تصویب مجمع میسر است.

انجمن علوم و فناوریهای شناختی ایران

انجمن مشاوره ایران

انجمن روانشناسی سلامت ایران

انجمن روانشناسی اسلامی ایران

انجمن مطالعات خانواده

انجمن روانشناسی تربیتی ایران

انجمن روانشناسی ایران

انجمن روانشناسی اجتماعی ایران

انجمن روانشناسی بالینی کودک و نوجوان

انجمن روانشناسی بالینی ایران

انجمن ایرانی روانشناسی

انجمن مطالعات سالمندی ایران

انجمن کودکان استثنایی

انجمن روانشناسی صنعتی و سازمانی



چکیده رساله‌های دکتری تخصصی روان‌شناسی اجتماعی



عنوان رساله: تدوین مولفه‌ها و ارائه مدل روان‌شناسی سلامت اجتماعی در مدیریت شهری

نگارنده: شیلر کیخاونی

استاد راهنما: دکتر مجید صفاری نیا، اساتید مشاور: دکتر احمد علی پور، دکتر ولی الله فرزاد

تاریخ دفاع: دوم شهریور ۱۳۹۹

ارتقاء سلامت اجتماعی در بعد کلان در هر جامعه ای نشانه ای از رفاه و پیشرفت است و این امر بدون تهیه مدلی بومی و کارکردی متناسب با شرایط جامعه امکان پذیر نمی باشد. این پژوهش به تدوین شاخص های سلامت اجتماعی از منظر مدیریت شهری می پردازد. به منظور تدوین ابعاد اجتماعی سلامت از منظر مدیریت شهری از روش زمینه یابی استفاده گردید. جامعه آماری پژوهش عبارت بودند از کلیه خبرگان در حوزه سلامت اجتماعی و مدیران شهری. ابزار پژوهش عبارت از چک لیست محقق ساخت با ۲۰ شاخص و ۱۱۴ نشانگر (دارای آلفای کرونباخ ۰/۹۷۵) که با استفاده از روش زمینه یابی (مصاحبه، گروه کانونی و دلفی) مطابق نظر گروهی از خبرگان سلامت اجتماعی و مدیران ارشد شهری جهت بررسی شاخص های سلامت اجتماعی از منظر مدیریت شهری در ایران طراحی گردید. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و تدوین شاخص ها از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم استفاده شد. نتایج حاصل از تحلیل اکتشافی حاکی از وجود ۲۰ شاخص و ۱۱۴ نشانگر به عنوان مؤلفه های اجتماعی سلامت از منظر مدیریت شهری بود که توسط تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم مجدداً تایید گردید. این شاخص ها عبارتند از: مشارکت اجتماعی، همبستگی اجتماعی، انسجام اجتماعی، پذیرش اجتماعی، شکوفایی اجتماعی، خدمات اجتماعی، طراحی فضای شهری، هویت شهری، سلامت روان، شادی اجتماعی، سلامت جسمی، عدالت شهری، آموزش، فرهنگ شهروندی، محیط زیست شهری، حمل و نقل، اقتصاد، بهبود وضعیت معیشت قشر ضعیف، امنیت و مقابله با جرم، ایمنی شهری. با شناسایی شاخص ها و نشانگرهای سلامت اجتماعی شهری متناسب با شرایط جامعه ایران می توان چک لیستی مبنی بر این مدل طراحی کرد که به عنوان خط مشی برای ارتقاء سلامت اجتماعی در طرح ها و پروژه های شهری مورد استفاده قرار گیرد.



عنوان رساله: پیش بینی رفتار رأی دهی بر اساس سلامت روان، بهزیستی اجتماعی و

خودکارآمدی روانی شهروندان تهرانی در انتخابات سال ۱۳۹۶

نگارنده: رکسانا ساسان‌نژاد

استاد راهنما: دکتر مجید صفاری نیا، استاد مشاور: دکتر احمد علی پور

چکیده

پژوهش حاضر باهدف پیش بینی رفتار رأی دهی بر اساس سلامت روان، بهزیستی اجتماعی و خودکارآمدی روانی شهروندان تهرانی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ انجام گرفت. این پژوهش از نوع پژوهش های توصیفی-همبستگی بود. نمونه مورد مطالعه پژوهش حاضر شامل ۴۰۰ نفر از افراد بالای ۲۰ سال شهر تهران بود که حداقل یک بار در انتخابات شرکت کرده بودند. این افراد به روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای، انتخاب شدند. اعضای نمونه پرسشنامه های بهزیستی اجتماعی کیز (۱۹۹۸)، سلامت روان ۲۵-SCL، خودکارآمدی شرر و مادوکس (GSE) و رفتارهای رأی دهی شهرام نیا و همکاران (۱۳۹۴) را تکمیل نمودند. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS-20 و آزمون تحلیل رگرسیون گام به گام انجام گرفت. نتایج نشان داد سه مدل رگرسیونی برای پیش بینی رفتارهای رأی دهی معنادار است. بدین صورت که به ترتیب خودکارآمدی روانی، بهزیستی اجتماعی و سلامت روان قوی ترین پیش بینی کننده های رفتارهای رأی دهی می باشند و خودکارآمدی روانی، بهزیستی اجتماعی و سلامت روان، رفتارهای رأی دهی را در جهت مثبت ($P < 0/01$)، پیش بینی می کنند. با توجه به نتایج حاصله می توان گفت که زمانی می توان انتظار رفتارهای مناسب رأی دهی از افراد جامعه را داشت که سلامت روانی و اجتماعی مناسبی بر وضعیت عموم افراد جامعه حاکم باشد و این نکته بسیار مهمی است که باید در تربیت سیاسی- اجتماعی افراد جامعه مدنظر داشت.

واژگان کلیدی: رفتار رأی دهی، سلامت روان، بهزیستی اجتماعی، خودکارآمدی، انتخابات.



www.iranianasp.ir

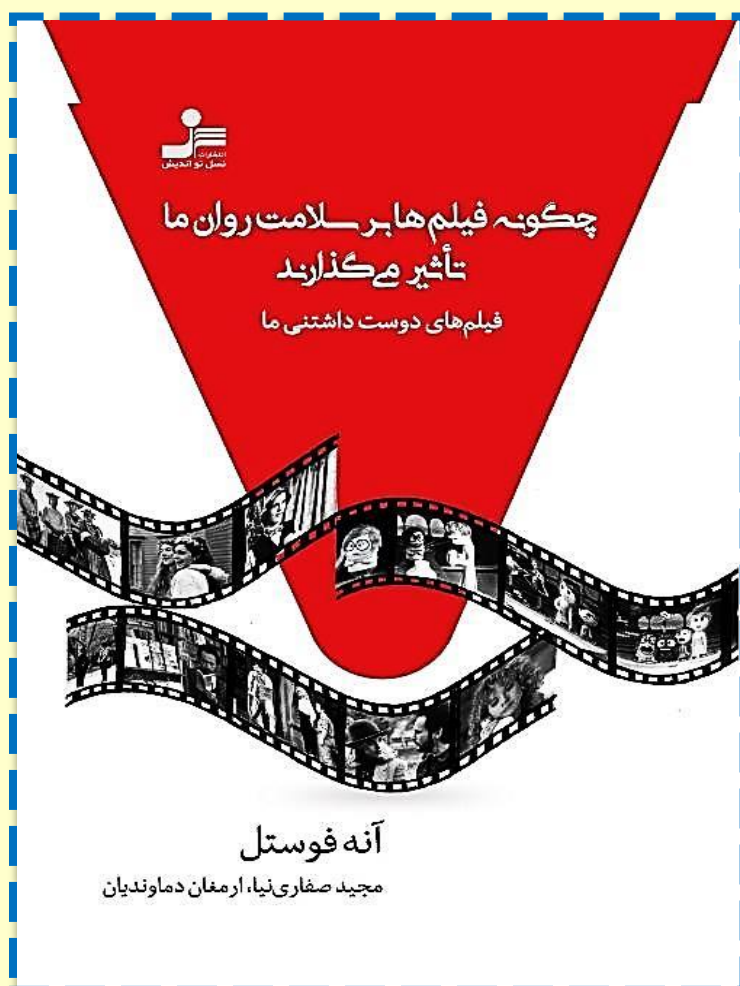


نشانی وبسایت رسمی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران





معرفی کتاب



عنوان: چگونه فیلم‌ها بر سلامت روان ما تأثیر می‌گذارد

نویسنده: آنه فوستل

مترجمان: مجید صفاری‌نیا، ارمغان دماوندیان

انتشارات: نسل نو اندیش

چاپ: ۱۳۹۹



درباره کتاب

همه ما در سالن سینما در کنار هم هستیم، فارغ از اینکه به تنهایی یا در معیت کسی در آنجا حضور پیدا کرده باشیم، بدون نگاه کردن به اطراف می‌توانیم خنده‌های دسته‌جمعی، تنفس عمیق حاضران و حتی اشک‌های همدلانه یکدیگر را ببینیم. در واقع همه ما به‌عنوان مخاطب و تماشاچی، به‌طور همزمان این کارها را انجام می‌دهیم. ما در کسب تجربه یا هم شریک هستیم. بعد اجتماعی انسان وی را به یک محیط اجتماعی به نام سینما می‌کشاند و می‌تواند تجربی را برای ما رقم زند که با استفاده از آن‌ها به مقابله بیشتر و کاهش استرس کمک کند و اوقات خوشی را برایمان به ارمغان بیاورد.

فیلم‌ها دقیقاً چه کمکی به ما می‌کنند؟ فیلم‌ها به رشد و تکامل ما کمک می‌کنند. وقتی در فیلم با شخصیتی مواجه می‌شوم که دقیقاً با مشکلاتی شبیه مشکلات من دست به گریبان است، احساس می‌کنم که در تجربه این مسئله چندان تنها نیستم و افراد دیگری نیز با این موضوع درگیر بوده‌اند. این شخصیت‌ها درس‌های زیادی به من می‌دهند. آن‌ها می‌توانند راه‌های احتمالی زیادی را که برای تغییر وجود دارند به من نشان دهند و همین‌طور به من یاد بدهند که چگونه سایر افراد برای حل مسائل، شیوه‌های خاصی را انتخاب می‌کنند که هرگز به ذهن من خطور نمی‌کند. فیلم‌ها می‌توانند به من نحوه کنار آمدن با مشکلات را آموزش دهند. می‌توانند به سلامت من کمک کنند. بار عاطفی روابط اجتماعی مرا تخلیه کنند. هیجان‌های مرا تحریک کنند و ساعات خوبی را برایم رقم بزنند.



اثر خود را معرفی کنید

همکاران فرهیخته در صورتی که مایل هستید کتاب شما در خبرنامه رسمی و پایگاه اینترنتی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران معرفی شود لطفاً یک نسخه از اثر خود را به آدرس تهران، خیابان کریم‌خان زند، نبش آبان شمالی، ساختمان دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، طبقه دوم، اتاق ۲۰۹ دفتر انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران ارسال نمایید.

شماره تماس جهت هماهنگی ۸۱۰۳۲۲۱۳





شماره جدید نشریه‌های انجمن



www.socialpsychology.ir

فصلنامه پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی

شماره ۳۷ فصلنامه علمی- پژوهشی پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی منتشر شده و شماره ۳۸ به‌زودی منتشر خواهد شد. از همه پژوهشگران گرامی دعوت می‌شود تا مقالات پژوهشی خود را (فقط در زمینه‌های مرتبط با روان‌شناسی اجتماعی) از طریق سایت این نشریه به نشانی اینترنتی www.socialpsychology.ir ارسال نمایند.

جهت دریافت رایگان مقالات این فصلنامه به نشانی پایگاه اینترنتی فوق مراجعه فرمایید.



فهرست مقالات چاپ شده در شماره ۳۷

- ۱- پیش بینی بهزیستی اجتماعی و اعتماد اجتماعی از طریق باور به دنیای عادلانه در مراجعین به مراکز مشاوره
- ۲- بررسی اثربخشی طرحواره درمانی بر بهبود سازگاری اجتماعی و سرمایه روانشناختی در افراد دارای اختلال هویت جنسی (ترنس سکشوال)
- ۳- تحلیل مسیر فراغت خانواده به رشد اجتماعی با واسطه گری کیفیت ارتباط والد-نوجوان و کیفیت ارتباط با همسالان
- ۴- اثربخشی آموزش گروهی تحلیل رفتار متقابل بر تحمل پریشانی و حل مسئله اجتماعی نوجوانان بزهکار
- ۵- پیش‌بینی پرخاشگری دانشجویان بر اساس هوش، خلق‌وخو و دلبستگی
- ۶- نقش سبک‌های فرزند پروری والدین در پیش‌بینی رشد اجتماعی کودکان دبستان ۵ و ۶ ساله
- ۷- مدل‌یابی روابط ساختاری اشتیاق تحصیلی دانشجویان بر اساس کمک‌طلبی تحصیلی، تدریس تحول‌آفرین، حمایت اجتماعی با میانجیگری نقش سرزندگی تحصیلی
- ۸- اثربخشی آموزش مهارت حساسیت اخلاقی بر کاهش مکانیسم بی‌تفاوتی اخلاقی و ارتکاب قلدری نوجوانان



دوفصلنامه شناخت اجتماعی

هفدهمین شماره دوفصلنامه شناخت اجتماعی (بهار و تابستان ۱۳۹۹) نیز با همکاری دانشگاه پیام‌نور و انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران به چاپ رسیده و علاقمندان می‌توانند از مقالات علمی- پژوهشی آن استفاده کنند. نشانی اینترنتی این نشریه جهت ارسال مقاله <http://sc.journals.pnu.ac.ir> است.





شرایط عضویت در انجمن

علاقه‌مندان به عضویت در انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران لازم است به صورت حضوری به یکی از دفاتر انجمن مراجعه نمایند. برای تمدید عضویت سالانه نیز لطفاً کارت عضویت و فیش بانکی را به دفتر انجمن پست نموده و یا به صورت حضوری مراجعه نمایید.

مبلغ حق عضویت

مطابق مصوبه مجمع عمومی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران که در مورخه ۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۱ در محل دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران برگزار شد، مبلغ حق عضویت را به شرح زیر اعلام می‌نماید:

عضویت پیوسته

موسسان انجمن، کلیه افرادی که حداقل دارای درجه کارشناسی‌ارشد در رشته روان‌شناسی اجتماعی و رشته‌های وابسته باشند می‌توانند به عضویت پیوسته انجمن درآیند. (حق عضویت سالانه یکصد و پنجاه هزار ریال)

عضویت وابسته

اشخاصی که دارای درجه کارشناسی هستند و به مدت پنج سال در یکی از رشته‌های وابسته شاغل باشند می‌توانند به عضویت وابسته انجمن درآیند. (حق عضویت یکصد هزار ریال)

عضویت دانشجویی

کلیه دانشجویانی که در رشته‌های روان‌شناسی، علوم تربیتی، جامعه‌شناسی، و مدیریت و رشته‌های نزدیک با کارت معتبر مشغول به تحصیل باشند می‌توانند به عضویت انجمن درآیند. (حق عضویت یکصد هزار ریال)



همکاری در تدوین خبرنامه



خبرنامه انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران همانند گذشته در نظر دارد مطالب و اخبار روزآمد در زمینه روان‌شناسی، روان‌شناسی شخصیت و به‌ویژه روان‌شناسی اجتماعی ارسال شده توسط شما را با نام خودتان در شمارگان آتی درج نماید، لذا از تمامی اساتید، همکاران، دانشجویان، و سایر علاقمندان دعوت می‌شود مطالب خود را در زمینه‌های زیر به رایانامه ذیل ارسال نمایید.

- ۱- اخبار پژوهش‌های روزآمد روان‌شناسی (به‌ویژه روان‌شناسی اجتماعی)
 - ۲- اخبار همایش‌ها و کنگره‌های روان‌شناسی (ملی و بین‌المللی)
 - ۳- اخبار چاپ کتاب‌های روان‌شناسی اجتماعی (و حوزه‌های مرتبط)
 - ۴- چکیده پایان‌نامه‌های تحصیلات تکمیلی در حوزه روان‌شناسی اجتماعی
 - ۵- اخبار رویدادهای حرفه‌ای روان‌شناسی (به‌ویژه روان‌شناسی اجتماعی)
 - ۶- اخبار چاپ نشریه‌های علمی- پژوهشی روان‌شناسی
 - ۷- اخبار نتایج پژوهش‌های نوین ملی و بین‌المللی روان‌شناسی (با تأکید بر حوزه روان‌شناسی اجتماعی)
 - ۸- معرفی نشریه‌های جدید روان‌شناسی (روان‌شناسی اجتماعی و شخصیت)
 - ۹- معرفی سایت‌های علمی در حوزه روان‌شناسی اجتماعی
- و سایر مطالب روزآمد حوزه حرفه‌ای روان‌شناسی (به‌ویژه روان‌شناسی اجتماعی) که خواستار به اشتراک گذاشتن آن‌ها با دیگر همکاران هستید.

dalirasp@gmail.com



فرا رسیدن بهار تعلیم و تربیت مبارک



IRANIAN ASSOCIATION OF SOCIAL PSYCHOLOGY

در صورتی که این خبرنامه را مفید یافتید، شما هم در نشر آن سهیم باشید.