



خبرنامه زمستان ۱۳۹۷ انجمن روان شناسی اجتماعی ایران



خبرنامه انجمن روان شناسی اجتماعی ایران

«شماره ۱۹، زمستان ۱۳۹۷»

نشانی دفتر یکم انجمن: تهران، خیابان کریم خان زند، نبش آبان شمالی، ساختمان علامه اتاق ۲۰۹
نشانی دفتر دوم انجمن: تهران، خیابان استاد نجات الهی، نبش سپند، ساختمان آموزشی دانشگاه پیام نور

مرکز تهران جنوب، طبقه سوم، اتاق ۳۰۴

۸۸۸۰۷۵۸۹-۸۱۰۳۲۲۱۳

تلفن های تماس:

www.iranianasp.ir

وبسایت:

Info@iranianasp.ir

رایانامه:



آنچه در شماره زمستان می‌خوانید

- | | | |
|----|--|---|
| ۴ | فراخوان جایزه ملی روان‌شناسی اجتماعی (یادبود دکتر محمود ایروانی) |  |
| ۵ | استاد فقید دکتر محمود ایروانی |  |
| ۷ | پیشگامان روان‌شناسی اجتماعی (۵) |  |
| ۸ | عذرخواهی، نشانه خردمندی |  |
| ۱۱ | نظریه سطح برداشت |  |
| ۲۲ | کمک به دیگران چه تأثیری روی مغز دارد؟ |  |
| ۲۵ | شما در اولین برخورد احتمالاً تأثیرگذارتر از آن بوده‌اید که فکر می‌کنید |  |
| ۲۸ | معرفی اجمالی حوزه‌های مطالعاتی کمیته‌های تخصصی انجمن |  |
| ۳۱ | تبریک |  |
| ۳۳ | معرفی کتاب |  |
| ۳۵ | نشریه‌های انجمن |  |
| ۳۷ | شرایط عضویت در انجمن |  |
| ۳۸ | دعوت به همکاری در تدوین خبرنامه |  |



مدیر مسئول: دکتر مجید صفاری‌نیا

سر دبیر: دکتر مجتبی دلیر

همکاران این شماره

Majid Saffarinia (Ph.D)

دکتر مجید صفاری‌نیا

Mojtaba Dalir (Ph.D)

دکتر مجتبی دلیر

Rahim Davari (Ph.D)

دکتر رحیم داوری

Azita Kharaamaan (Ph.D Student)

آزیتا خرامان

Sepideh Esmaili (B.A Student)

سپیده اسماعیلی

Zahra Moradi (B.A)

زهرا مرادی

Maryam Saadatnejad (B.A Student)

مریم سعادت‌نژاد





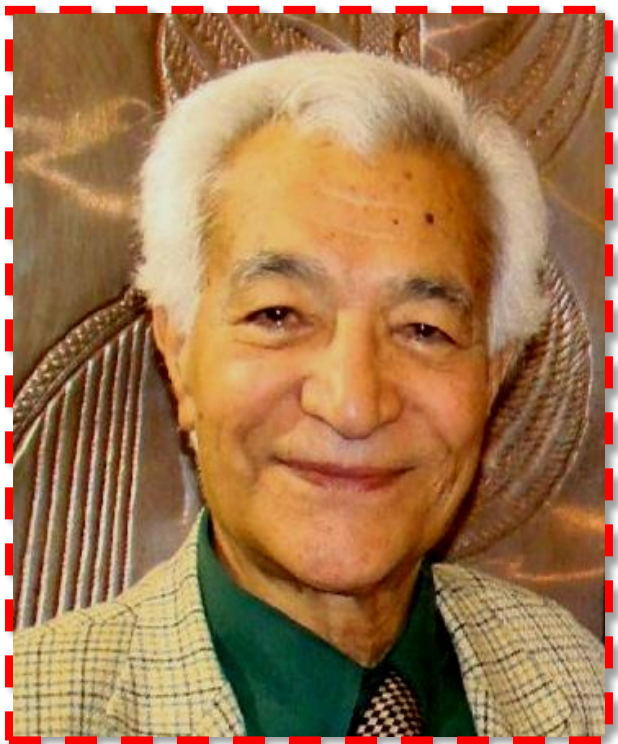
فراخوان جایزه ملی روان‌شناسی اجتماعی (یادبود دکتر محمود ایروانی)



به لطف الهی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران، جایزه ملی کتاب برتر روان‌شناسی اجتماعی (یادبود دکتر محمود ایروانی) را در سال ۱۳۹۷ برگزار می‌نماید. از نویسندگان و مترجمان ارجمند تقاضا می‌شود دو نسخه از آثار خود را تا ۵ بهمن ۱۳۹۷ به نشانی دبیرخانه انجمن ارسال بفرمایند.

نشانی دبیرخانه: تهران، خیابان کریم خان‌زند، نبش آبان شمالی، ساختمان علامه، طبقه دوم اتاق ۲۰۹.

استاد فقید دکتر محمود ایروانی



مرحوم دکتر محمود ایروانی در مهر ماه ۱۳۱۷ در مشهد مقدس دیده به جهان گشود. پدرش زمانی که محمود ۴ سال بیشتر نداشت دار فانی را وداع گفت و او ناچار به نیشابور که شهر مادری وی بود نقل مکان کرد. از همان دوران بود که روزگار روی سخت و پر مشقتش را به او نشان داد. وی در خانه پدر بزرگ روزگار می‌گذراند. او در سال ۱۳۳۵ موفق به اخذ دیپلم دانش‌سرای مقدماتی در نیشابور شد. او شغل شریف معلمی را که برایش زاده شده بود انتخاب کرد و در روستاهای نیشابور شروع به تدریس کرد. پس از پایان دوره پنج ساله تعهد آموزگاری و اخذ دیپلم ادبی در سال ۱۳۴۱ به آموزش و پرورش تهران منتقل شد.

پس از اخذ مدرک لیسانس از دانشگاه تهران در سال ۱۳۴۸ هدف بعدی خود را ادامه تحصیل در مهد علوم انسانی دنیا یعنی دانشگاه سوربن پاریس قرارداد و با مشورت اساتید قدیمی و با



استفاده از مرخصی بدون حقوق از آموزش و پرورش به عنوان اولین گروه دانشجویی در رشته روان‌شناسی تجربی عازم دانشگاه سوربن پاریس (پنجم و هفتم) گردید.

او پس از اخذ مدرک دکتری از دانشگاه سوربن و نامه‌نگاری به دانشگاه‌های مختلف از جمله تهران و مشهد سرانجام به عنوان استاد حق‌التدریس در دانشگاه تهران اقدام به تأسیس و راه‌اندازی آزمایشگاه دانشگاه مطابق با علم روز زمان در سال ۱۳۵۳ نمود. مدتی بعد با همکاری و مساعدت اساتید وقت به عضویت رسمی هیئت علمی دانشگاه تهران در آمد.

در زمان انقلاب فرهنگی و تعطیلی دانشگاه‌ها فعالیت چشمگیری را در زمینه وحدت حوزه و دانشگاه با جمعی از همکارانش تحت نظر استاد آیت‌الله مصباح یزدی پیگیری کرد و در شورای عالی انقلاب فرهنگی در دفاع از روان‌شناسی و تدوین چهارچوب درسی جدید اقدامات قابل توجهی را به اجرا گذارد. وی در تمام دوران معلمی خویش علم روان‌شناسی را از منظر تحقیق و آزمایش به دانشجویانش معرفی نمود.

او مردی متواضع، با اخلاص و صبور بود. در کلاس درس او به نقل از جمیع شاگردانش عشقی والاتر از مطلب درس جاری بود که همگان را بر حسب اشتیاق و نه از روی وظیفه به کلاس درس می‌کشاند. او احترام فوق‌العاده‌ای برای واژه معلم قائل بود و هیچ‌گاه لقبی را جز معلم برای خود انتخاب نکرد. به وصیت دکتر محمود ایروانی پیکر ایشان پس از تشیع باشکوه در دانشگاه تهران به نیشابور منتقل شد و در آرامگاه فضل‌ابن‌شاذان در کنار مادرش که همیشه او را می‌ستود آرام گرفت.

روحش شاد

یادش گرامی

و راهش پر رهرو باد

پیشگامان روان‌شناسی اجتماعی (۵)



سولومون آش

گروه ترجمه خبرنامه

سولومون آش در ۱۴ سپتامبر ۱۹۰۷ متولد شد. آش یک روان‌شناس گشتالتی بود که مطالعات کلاسیک او درباره تأثیرات شخصیت و نفوذ اجتماعی در حوزه روان‌شناسی اجتماعی به‌طور عمیقی تأثیرگذار بوده است. برای مثال، آزمایش‌های مشهور استنلی میلگرام در زمینه اطاعت از مراجع قدرت به‌طور مستقیم الهام‌گرفته از پژوهش‌های هم‌نویسی با محرک‌های غیرمبهم (خط‌هایی با طول متفاوت) است. سولومون آش به عنوان یک چهره واقعاً برجسته در روان‌شناسی جایزه انجمن روان‌شناسی آمریکا (APA) را برای فعالیت‌های علمی ممتاز خود در سال ۱۹۶۷ دریافت نمود.

عذرخواهی، نشانه خردمندی



به قلم دکتر مجتبی دلیر

عضو هیأت مدیره انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران

انسان‌ها اشتباه می‌کنند و ممکن است از این طریق به دیگران آسیب برسانند. بنابراین در فرهنگ‌های مختلف واژگان و عبارت‌هایی برای معذرت‌خواهی داریم. عذرخواهی یعنی فرد متوجه اشتباه خود شده است و برای اینکه نشان دهد به اشتباه خود پی‌برده است معذرت‌خواهی می‌کند. ما انسان‌ها بدون اشتباه نیستیم. اگر کسی مدعی باشد که هیچ کار اشتباهی نکرده است این خود اشتباه بزرگی است! بدون اشتباه کردن چیز زیادی یاد نمی‌گیریم. بگذریم از اینکه برخی والدین وسواسی با القای این نگرش به فرزند خود که نباید اشتباه کند و با محافظت و مراقبت بیش از حد از او، در واقع به فرزندشان خیانت می‌کنند. به هر حال، ما از اشتباهات خود درس می‌گیریم، تجربه کسب کرده و رشد می‌کنیم. اما این اشتباهات که اگر از زاویه‌ی درستی به آنها نگاه کنیم منابع ارزشمند فراگیری هستند ممکن است برای دیگران مشکلاتی ایجاد کنند. گاهی ما



تصمیمی می‌گیریم که برای ما خوب است و نتایج دلخواه را به دنبال دارد اما همین تصمیم خوب برای ما برای دیگران پیامدهای نامطلوبی به همراه دارد. تصمیم خوب برای ما می‌تواند تصمیم بد برای دیگران باشد. در چنین مواقعی اگر فرد متوجه پیامدهای ناخوشایند تصمیم خود برای دیگران نباشد مشکل مضاعف می‌گردد و می‌تواند منجر به مختل شدن ارتباط شود. هوش پایین، ضعف همدلی، اختلالات شخصیت و مانند آن، مانع آگاهی فرد از تأثیر تصمیم و رفتار نادرست خود بر دیگران است. اما وقتی فرد متوجه آسیبی که به دیگری وارد کرده باشد و در عین حال هم معذرت‌خواهی نکند این رفتار می‌تواند ناشی از مجموعه دیگری از مشکلات فردی باشد، از جمله باورها و افکار نادرستی که ممکن است فرد داشته باشد، مثل اینکه با خود بگوید "حالا مگر چی شده؟ دنیا که به آخر نرسیده؟ چرا باید عذرخواهی کنم؟ اگر عذرخواهی کنم ارزشم کم خواهد شد. کوچک خواهم شد. پوزش خواستن باعث پررو شدن طرف مقابل می‌شود." گاهی این افراد خود را برتر از دیگران می‌دانند که با توجه به جایگاه بالاتر ناشی از توهمی که برای خود متصور هستند عذرخواهی کردن از دیگران را در شأن خود نمی‌دانند!!!! این افراد دچار هذیان خودبزرگ‌بینی هستند؛ چرا که در حقیقت همه افراد بشر حق و حقوق برابر دارند و به قول معروف خون کسی از دیگران رنگین‌تر نیست. مقام و مسئولیت، وضع خوب اقتصادی، پایگاه معنوی و مذهبی، مدیر و رئیس بودن، داشتن مال و منال، قدرت و زور بازو، علم و مدرک، سن و سال، و مواردی مثل اینها می‌تواند به توهم فوق دامن زده و مانع معذرت‌خواهی شود. با وجود شیوع فراوان علل عدم عذرخواهی، خوشبختانه هنوز هم هستند افرادی که آنقدر خوب، خودآگاه، خاشع، خردمند و شجاع باشند که به محض پی‌بردن به اشتباه خود در ارتباط با دیگران بدون کوچک‌ترین تردید، تعلل و طفره رفتنی عذرخواهی کرده و درصدد جبران برمی‌آیند. این افراد کسانی هستند که روی خود کار کرده‌اند و خود را به همان‌گونه‌ای که هستند پذیرفته‌اند و در



نتیجه راه را به روی رشد خود و غنابخشیدن به روابط خود با دیگران گشوده‌اند. اگرچه عذرخواهی فراوان و بی‌مورد نشانه خودکم‌بینی و کسالت روان است، فقط انسان‌های عاقل، عامل، خودآگاه، خردمند و دوراندیش هستند که بجای، به‌اندازه و به‌موقع عذرخواهی می‌کنند.



انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران

نظریه سطح برداشت



ترجمه آریتا خرامان

دانشجوی دکتری روان‌شناسی عمومی دانشگاه پیام‌نور تهران

این نظریه حاصل پژوهش‌های چندین ساله تروپه و لیبرمن است که در سال ۲۰۱۴ با چاپ کتاب آنها به نقطه عطف خود رسید. مردم در لحظه حال و اکنون زندگی می‌کنند پس افراد، مکان‌ها و واقعیت‌های گوناگون دیگر را نمی‌توانند تجربه کنند. پس چگونه برای آینده تصمیم می‌گیرند؟ یا اینکه چگونه دیگران را درک می‌کنند؟ به نظر می‌رسد مجبورند که جایگزین‌های فرضی برای خود داشته باشند لذا این کار را با ساختن مفاهیم ذهنی و انتزاعی انجام داده و آنچه را که وجود ندارد، پیش‌بینی کرده، گذشته را به خاطر سپرده و حتی می‌توانند واکنش‌های دیگران را متصور شوند. این پیش‌بینی‌ها، گمانه‌زنی‌ها، خاطرات، و موارد دیگر همگی ساختارهای ذهنی متمایز از واقعیت هستند. اما سؤال اینجاست که ویژگی افکار انتزاعی شکل گرفته در افراد گوناگون به چه صورت است؟

نظریه سطح برداشت معتقد است که برای شناسایی این افکار باید به بررسی فواصل روان‌شناختی در افراد پرداخته شود. به عبارتی فواصل روان‌شناختی را به عنوان مقیاسی برای



اندازه‌گیری عنوان کرده بدین صورت که نقطه مرجع خود فرد است که در حالا و اکنون به سر می‌برد و از این به بعد تحت تأثیر فاصله زمانی، فضایی، اجتماعی و فرضی (احتمالی) قرار خواهد گرفت. حرکت از واقعیت به سمت انتزاع باعث حذف شیء شده و در نتیجه این فرآیند تعداد انتزاع‌ها و گوناگونی آنها بیشتر خواهد شد. به عنوان مثال اگر "توپ‌بازی" را به صورت بازنمایی ذهنی در نظر بگیریم "توپ" از آن حذف خواهد شد در نتیجه ممکن است به عنوان سرگرمی، تفریح و یا تمرین ورزشی در نظر گرفته شود و هر یک از این تعبیرهای متفاوت با توجه به اهمیت شخصی و شرایط و موقعیت انتخاب خواهند شد. پس می‌توان گفت که در سطح انتزاع جدید ممکن است یک مجموعه از ویژگی‌های خاص و دقیق از دست رفته و یا اینکه جذب گردد که این موضوع باعث ایجاد توصیف جدیدی از نمادهای ساختاریافته خواهد شد. این بازنمایی‌ها ساده‌تر، مبهم‌تر و منسجم‌تر از نمونه‌های اصلی و واقعی خود بوده و بازیابی آن از حافظه به مراتب آسان‌تر است. در انتزاع دو ویژگی مهم محفوظ خواهد ماند: ۱. ویژگی‌های مرکزی و محوری و ۲. اهمیت مفهومی. در توضیح این ویژگی‌ها به عنوان مثال می‌توان یک سخنرانی را در نظر گرفت که از ویژگی‌های محوری آن، تغییر سخنران آن است و نه تغییر محل یا اسباب و وسایل مربوط به سخنرانی و به لحاظ مفهومی جذابیت موضوع سخنرانی از میز و صندلی و اتاق آن با اهمیت‌تر است. این نظریه با تأکید بر فاصله‌های روان‌شناختی سعی دارد تا تفاوت انتزاع در افراد را مورد بررسی قرار دهد. از مفاهیم مهم آن این است که:

- فاصله‌ها شناختی بوده و بر یکدیگر تأثیر دارند.
- فاصله‌ها تحت تأثیر سطوح مختلف پردازش مغزی قرار می‌گیرند.
- فاصله‌ها می‌توانند در پیش‌بینی‌ها، اولویت‌بندی‌ها و کنترل خود موثر واقع گردند.



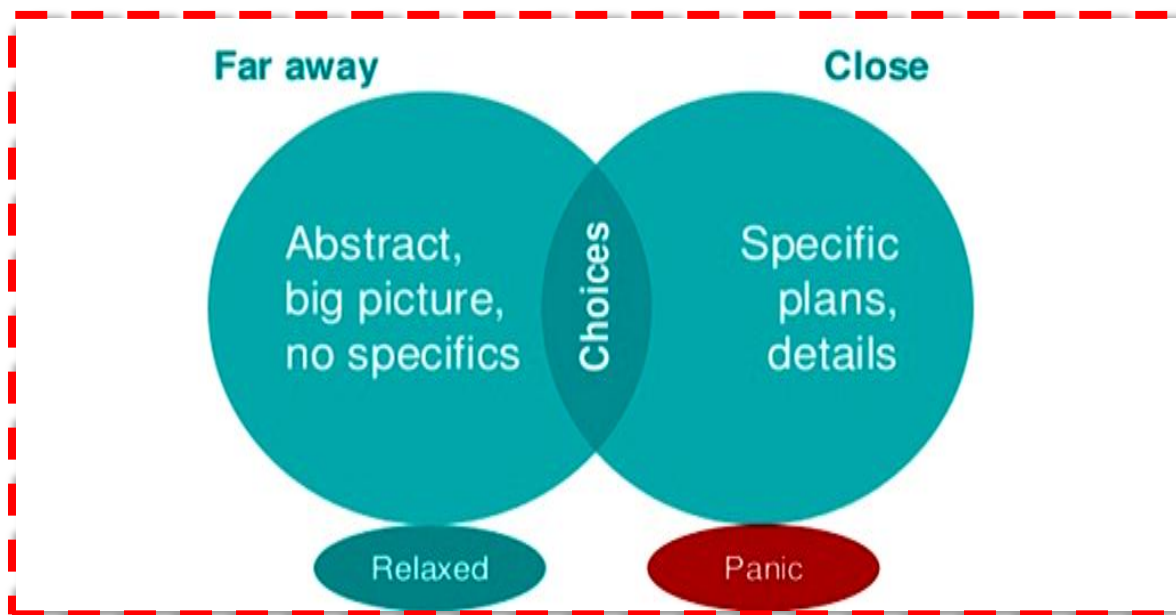
این نظریه در روان‌شناسی اجتماعی رابطه بین فاصله روان‌شناختی و نوع تفکر در مورد حوادث و رویدادها را توصیف می‌کند. بدین صورت که هر چه فاصله دورتر متصور شود تفکر کلی‌تر و انتزاعی‌تر خواهد بود و هر چه فاصله نزدیک‌تر درک گردد تفکر دقیق و عینی را ایجاد خواهد نمود. بر حسب این فرآیند به دو نوع تفکر اشاره می‌کند:

- تفکر انتزاعی (Abstract)

- تفکر عینی (Concrete)

به عنوان مثال برای برنامه‌ریزی مسافرتی در آینده دور ویژگی‌های غیر متعارفی همچون آرامش و سرگرمی و خوش‌گذرانی مد نظر است اما در جریان سفر بر ویژگی‌های خاصی مانند رستوران، وسیله نقلیه، هتل و... تمرکز می‌گردد. ابعاد فاصله در این نظریه زمانی (temporal) - فضایی (spatial) - اجتماعی (social) و فرضی (hypothetical) در نظر گرفته شده است هر چند که از فاصله اطلاعاتی، تجربی و عاطفی هم سخن به میان آمده است. فاصله روان‌شناختی ناشی از تفکر سطح بالا (high level) یا تفکر سطح پایین (low level) در مورد موضوعات گوناگون است. در سطح بالا تمرکز بر جزئیات نبوده و بیشتر ویژگی‌های مرکزی و محوری مد نظر قرار می‌گیرند در حالی که در سطح پایین خیلی دقیق و موشکافانه به رویدادها نگاه می‌شود و ویژگی‌های پیرامونی و ثانویه نسبت به حالت کلی از اهمیت بیشتری برخوردار است. آنچه مهم است در تفکر سطح بالا تمرکز بر یافتن تشابهات و در تفکر سطح پایین تمرکز بر تفاوت‌هاست. بنابراین ویژگی‌های زیرمجموعه‌ها در تفکر سطح پایین به موقعیت هم مربوط شده و بافت و زمینه نیز در آن دخیل است. سطح بالا بیشتر بر "چرایی" و سطح پایین بر "چگونگی" تأکید دارد. بر این اساس می‌توان گفت که این سطح‌بندی‌ها در تصمیم‌گیری و نتیجه‌نهایی اهمیت بسزایی دارند.

اینکه کدام سطح تفکر بهتر است موضوعیت نداشته و افراد باید این توانایی را داشته باشند که در موقعیت‌های متفاوت بتوانند به راحتی دست به انتخاب مناسب زده و تصمیم‌گیری نمایند. به عبارتی انعطاف‌پذیری شناختی و حرکت در پیوستار تفکر سطح بالا و پایین از اهمیت بیشتری برخوردار است.



انواع فواصل روانی:

۱. فاصله زمانی: به فاصله زمانی اشاره دارد مانند مسافرتی که ممکن است در آینده دور و یا نزدیک انجام گیرد. اگر ارزیابی افراد از فاصله تا رویداد موضوع را به لحاظ انتزاعی و کلی‌تر بازنمایی کند که، ممکن است در ادراک خطر اثر نامطلوبی را بر جای بگذارد. اشتباهات برنامه‌ریزی نیز بدین صورت توجیه می‌گردد که افراد به صورت آگاهانه به آینده فکر نمی‌کنند چرا که بازنمایی ذهنی در مورد آینده خیلی دور به نظر می‌رسد اما خیلی زود نزدیک خواهد شد چرا که این‌گونه رویدادها در سطح بالا و انتزاعی تفسیر می‌گردند در حالی که رویدادهای نزدیک در سطح پایین و خیلی دقیق و موشکافانه مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. در مطالعه برنامه‌ریزی



دانشجویان برای یک هفته و یک ماه آینده، ملاحظه شد که در برنامه‌ریزی هفته نزدیک برآورد زمان مطالعه، حضور در کلاس، ورزش و... دقیق‌تر انجام شد و تخمین زمان برای هر فعالیت به نسبت فعالیت‌های دیگر دقیق‌تر انجام گرفت اما در برنامه‌ریزی برای ماه آینده تخمین‌ها خیلی درست نبود و محدودیت‌های عملی در نظر گرفته نشده به‌طوری‌که گویا محدودیت زمان و منابع وجود نداشته و نامحدود است. تخفیف زمان (time discounting): ارتباط بین زمان و رسیدن به هدف به صورتی که رویدادهای فوری ارزش بیشتری داشته ولی نتایج رویدادهای آینده ارزش کمتری را متصور می‌شوند. به همین نسبت ارزیابی‌های مثبت و منفی هم در این وقایع متفاوت خواهند بود به‌طوری‌که اگر نتیجه نهایی از تفکر سطح بالا در آینده‌ای دور ارزیابی مثبتی را دریافت کند آنگاه این تأخیر زمانی جذابیت بیشتری را برای رسیدن به هدف خواهد داشت. مانند یادگیری زبان فرانسه در طولانی مدت نسبت به یادگیری لغات متضاد فرانسوی در کوتاه مدت.

۲. فاصله فضایی: فاصله فیزیکی است که رویدادها از یکدیگر دارند به صورتی که اگر رویداد در فاصله نزدیک باشد به دقت مشاهده شده و در سطح پایین پردازش قرار می‌گیرد اما اگر در دوردست قرار گرفته باشد به صورت انتزاعی درک خواهد شد. به عنوان مثال در آزمایش کمک به دوستی که خانه او دور از محل فرد بود بیشتر بر روی کمک‌های ایمنی مربوط به خانه نسبت به قرار دادن کلید در جا کلیدی تأکید شد.

۳. فاصله فرضی - احتمالی: نوع دیگری از فاصله روان‌شناختی است که به احتمال وقوع رویداد اشاره دارد. اگر احتمال وقوع رخداد نزدیک باشد، قابل اعتماد ولی اگر دور باشد، غیرممکن به نظر خواهد رسید. در نظریه سطح برداشت احتمال وقوع حوادثی که رویداد آنها بعید به نظر می‌رسد در سطح بالا، کلی و انتزاعی پردازش می‌گردند. در بررسی احتمال رفتن به یک سفر اردوگاهی و یک تصادف کوچک، اولی بعید به نظر می‌رسد پس دسته‌بندی وسایل در

گروه‌های بزرگ‌تر ولی در یک تصادف کوچک این دسته‌بندی ابزار و آلات در گروه‌های زیربنایی‌تر و با دقت بیشتر انجام شد. متغیر مهم در این فاصله "خوش‌بینی" است. خوش‌بینی فاصله فرضی یا احتمالی را کاهش داده و برنامه‌ریزی در آینده با دقت بیشتری صورت می‌گیرد. برای درک این موضوع با دقت به عکس زیر نگاه کنید:



همان‌طور که می‌بینید هدف از ارائه این پیام به مخاطب وجود خطری در نزدیکی او است اما عدم اطمینان به احتمال وقوع بیماری آن را برای مخاطب در دوردست متصور می‌شود پس می‌توان گفت که این تابلوی تبلیغاتی نتوانسته که پیام واقعی خود را به مخاطب منتقل نماید.

۴. **فاصله اجتماعی:** این فاصله بیشتر مربوط به افراد و گروه‌ها و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر است. نزدیکی با افراد و گروه‌ها هنگامی ایجاد می‌گردد که "شباهت" احساس شود. کسی که شبیه ما است بیشتر اجتماعی به نظر خواهد رسید و عمل فردی که با ما تفاوت دارد بیشتر انتزاعی و دورتر بوده و در نهایت تفسیر عملش در سطح بالاست. به عبارتی شاید بتوان گفت که شباهت خود یک شکل از فاصله اجتماعی است.

بعضی از سازه‌هایی که در این نظریه مورد توجه قرار گرفته است به قرار زیر است:



- **ادراک:** ادراک در این نظریه تحت تأثیر جنبه‌های روان‌شناختی قرار داشته و فاصله و انواع آن در این مورد به شدت تأثیرگذار است و جالب‌تر اینکه بین این فاصله‌ها روابط همبستگی برقرار بوده، و فاصله در یک سطح باعث افزایش در سطوح دیگر نیز خواهد شد. مثلاً فاصله زمانی باعث افزایش فاصله اجتماعی خواهد شد.



ادراک نتایج به صورت معکوس نیز برقرار است به‌طوری‌که تصاویر دقیق و جزئی آینده نزدیک و تصاویر کلی و انتزاعی آینده دور را القا می‌نمایند.

- **قضاوت:** افراد تمام وقایع زندگی خود، مردم و جامعه را مورد قضاوت قرار می‌دهند اما در این قضاوت وقایع اخیر را با دقت و جزئیات بیشتر و رخداد‌های گذشته و آینده را با حالت انتزاعی و کلی. در یک مطالعه در مورد آینده شرکت‌کنندگان زمان بیشتری را برای انجام آن در نظر گرفتند چرا که فرضیات آنها با ایده‌های انتزاعی پر شده بود. خاطرات نیز از این فاصله مستثنی نیستند به‌طوری‌که رویدادهای گذشته کلی و مبهم اما خاطرات نزدیک در حافظه به صورت دقیق بازنمایی خواهند شد.

- **کلیشه‌ها:** این نظریه کلیشه‌ها را هم از نظر دور نداشته و عنوان می‌کند که بازنمایی انتزاعی باعث تغییر تفسیر در مورد افراد و گروه‌ها شده چرا که به لحاظ اجتماعی دورتر به نظر می‌رسند. مثال قابل توجه در این مورد نقطه نظر بزرگسالان در مورد جوانان است که آنها را مشکل‌ساز متصور می‌شوند. این یک دید کلی است که تنها بر یک جنبه از گروه جوانان متمرکز شده است. همان‌طور که می‌بینید این‌گونه تصورات منجر به کلیشه‌ها و تبعیض‌ها در جوامع خواهد شد. حال



اگر درک فاصله با افراد در قاب نزدیک قرار بگیرد باعث دیدگاهی صحیح و دقیق نسبت به آنها خواهد شد. فاصله اجتماعی در مورد گروه‌های نژادی و جنسیتی نیز در این سطح قابل توضیح هستند به طوری که اگر فردی خود را متفاوت از دیگران احساس کند آنها را در طبقات دیگر دسته‌بندی می‌نماید. لازم به ذکر است که انواع فواصل دیگر روان‌شناختی نیز می‌تواند منجر به بیشتر شدن این نتایج منفی گردد.

- **طبقه‌بندی:** دسته، گروهی است که با استفاده از سطوح مختلف محصور می‌گردد. در سطح بالا تمایل به ایجاد دسته‌های بزرگ‌تر و وسیع‌تر بیشتر بوده اما در پردازش سطح پایین تمایل به استفاده از زیر مجموعه‌های دقیق‌تر افزایش می‌یابد. در طبقه‌بندی ویژگی‌های خود در حال حاضر و اکنون بر ویژگی‌های دقیق‌تر خود متمرکز هستیم (خود مختاری) این در حالی است که تصور خود در آینده با ویژگی‌های مرکزی و کلی‌تر (پنج محور اصلی شخصیت) نمود پیدا می‌کند.

- **تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای مخاطره‌آمیز:** ساختارهای بازنمایی سطح بالا می‌تواند فرآیندهای سخت و پیچیده و یا غیرممکن را جذاب‌تر نشان داده به طوری که افراد برای دست‌یابی به نتایج کمتر خطرات بالاتری را انجام خواهند داد. مثلاً در سرمایه‌گذاری که در سطح بالا پردازش شود رفتارهای ریسکی بیشتری انجام می‌گیرد اما در سطح پایین پردازش این خطرات شناسایی شده و احتمال خطر کمتری را به همراه خواهد داشت چرا که جزئیات واقعی و عینی در نظر گرفته شده همچنین افراد نسبت به فعالیت‌هایی که با فرآیند سطح پایین پردازش شوند تعهد بیشتری را از خود نشان خواهند داد.

- **روابط بین فردی:** افراد دیگران را یا متمایز و یا مشابه به خود متصور می‌شوند که این پردازش در محدوده فواصل اجتماعی قرار می‌گیرد. آنچه می‌توان گفت این است که فرد کمتر شبیه درک شده فاصله اجتماعی بیشتری را به ذهن متبادر ساخته و فرد بیشتر شبیه فاصله



اجتماعی کمتری را بازنمایی خواهد نمود و افراد شناخته شده با تمرکز بر صفات پیرامونی و محیطی و در سطح پایین مورد پردازش قرار گرفته که تمام این واکنش‌ها به صورت نا آگاهانه و خودکار انجام می‌گیرد.

پردازش سطح بالا ← کمک به تنوع اجتماعی و رو به رویی و گفت و گو با افراد و گروه‌های جدید

پردازش سطح پایین ← کمک به حفظ روابط شکل گرفته و فعل و انفعالات درون گروهی

- **قدرت اجتماعی:** افراد قدرتمند به لحاظ فاصله روانی از افرادی که از قدرت کافی برخوردار نیستند، حوادث و رویدادها را از بالا و به صورت کلی و انتزاعی تعبیر می‌کنند. به عبارتی موقعیت اجتماعی و طبقه می‌تواند فواصل اجتماعی و به تبع آن فواصل روان‌شناختی گوناگون را ایجاد نماید. این فاصله ممکن است باعث مشکلات بین زن و مرد به لحاظ قدرت‌طلبی هر یک از آنان در رابطه گردد.

- **مهربانی - خوش‌رویی:** فاصله روان‌شناختی بر مهربانی و نزاکت و همچنین رعایت ادب مؤثر است. پردازش در سطح بالا باعث افزایش نشانه‌های مهربانی و خوش‌رویی می‌گردد، این در حالی است که تنگناها و مشکلات احساس شده در پردازش سطح پایین می‌تواند منجر به کاهش آن گردد. مانند اولین برخورد افراد که ممکن است سرشار از ادب و نزاکت باشد اما با ادامه نزدیکی و ملاقات‌های بیشتر این جلسات رسمی منجر به صمیمیت می‌گردد. به عبارتی برای کنترل فاصله اجتماعی، افراد نزاکت بیشتری را مورد توجه قرار داده که این واکنشی به فاصله اجتماعی قلمداد می‌گردد. لازم به ذکر است که این خصوصیت در بیشتر فرهنگ‌ها یافت شده که این خود نشانی از اعتبار بیشتر بر وجود این نظریه است.



- **خود تنظیمی - خود کنترلی:** بر طبق این نظریه هر چه فاصله روان‌شناختی بیشتر باشد مکانیسم‌های تنظیم خود نیز تسهیل شده و هرچه این فاصله کاهش یابد تنظیم خود نیز ضعیف‌تر و سخت‌تر خواهد شد. از انواع راهبردهای کنترل نیز می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: - راهبرد یافتن انتخاب‌های نادرست و جایگزین کردن آنها با انتخاب‌های مثبت و مفید - مجازات خود - اجتناب از وسوسه‌ها در راه رسیدن به هدف

- **تضاد اجتماعی - مذاکره - اقناع:** در بحث مذاکره و متقاعدسازی اغلب سطح بالایی پردازش از اهمیت بیشتری برخوردار است چرا که ارزش‌ها، ایدئولوژی و باورهای کلی مهم‌تر است و نه ملاحظات جزئی و ناقص. در روابط و مذاکرات اگر با دید کلی و از بالا نگاه کنیم بسیاری از مسائل آینده و حال متفاوت از یکدیگر خواهد بود یعنی اگر نگاه به آینده باشد سازش و سازگاری بر سر مسائل شخصی و اهداف کوچک‌تر آسان‌تر خواهد شد. حتی فاصله زمانی بین اکنون و زمان برگزاری جلسه، افراد را بیشتر به نتیجه‌گیری مشترک و به‌دست‌آوردن توافق ترغیب خواهد کرد که شاید به علت تفسیر بیشتر نسبت به موضوع و آسان‌تر شدن هماهنگی بین افراد است.

- **رفتار مصرف‌کننده:** ساختارهای سطح بالا و پایین بر روی خرید افراد تأثیرگذار است. هر چه هنگام خرید فاصله فیزیکی کمتر باشد احتمال خرید بیشتر است. چرایی خرید مربوط به پردازش سطح بالا که ناشی از تمرکز بر ویژگی‌های مرکزی کالا است و چگونگی و مقدار خرید مربوط به پردازش سطح پایین است. در موقع خرید اگر احساس ما فاصله دور باشد در جهت خرید به دنبال تخفیف بیشتر هستیم که با این تخفیف فاصله کمتر خواهد شد.

در فروش تلفنی به دلیل فاصله دور مشتری از کالا بیشتر باید بر ویژگی‌های مرکزی تأکید شود تا بتوان نظر مشتری را راحت‌تر جلب نمود. همچنین در تبلیغات برای آینده بیشتر باید بر



ویژگی‌های مرکزی با برجسته‌کردن موضوع در سطح بالای پردازش تأکید داشت. پشیمانی نیز یک جنبه بزرگ از رفتار مصرف‌کننده است که این پشیمانی در خرید تحت تأثیر فاصله کم و زیاد قرار خواهد گرفت. شاید بتوان گفت که در خریدهای پیش‌فروش امکان پشیمانی بیشتر است اما اگر از طریق تبلیغات به‌طور مداوم ویژگی‌های مثبت محصول یادآوری گردد، ممکن است تعهد این پشیمانی را به خشنودی از خرید تبدیل نماید. حتی پشیمانی در خریدهای نزدیک را نیز می‌توان با تبلیغ به رضایت تبدیل نمود.

منبع: مقالات علمی پژوهشی pubmed

نشانی وبسایت رسمی انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران



iranianasp.ir

کمک به دیگران چه تأثیری روی مغز دارد؟

تحقیقاتی که تأثیرات زیست-عصب‌شناختی حمایت‌های اجتماعی را نشان می‌دهد.



ترجمه سپیده اسماعیلی

دانشجوی کارشناسی روان‌شناسی و عضو انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران

محققان دو آزمایش انجام داده‌اند تا واکنش‌های مغز را در انواع مختلف کمک‌های اجتماعی بررسی کنند. در بررسی نخست ۴۵ داوطلب، نوعی تکلیف "کمک کردن" را اجرا کردند که طی آن فرصت دریافت پاداش برای شخصی از نزدیکان که احتیاج مالی دارد (کمک مستقیم)، برای خیریه‌ها (کمک غیرمستقیم) و یا برای شخص خودشان را داشتند. همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد، شرکت‌کنندگان زمانی که کمک‌های اجتماعی خود را به صورت مستقیم انجام می‌دادند، تصور می‌کردند که حمایت‌شان مؤثرتر است و احساس همبستگی اجتماعی بیشتری می‌کردند.

سپس آزمایش دستخوش تغییرات دیگری همچون رتبه‌بندی هیجان، به‌وسیله اسکن MRI شد، تا در هنگام حمایت کردن اجتماعی، فعالیت‌های قسمت‌های مشخصی از مغز را بررسی کنند. زمانی که حمایت انجام می‌شد، صرف نظر از اینکه چه کسی حمایت را دریافت می‌کند فعالیت بخش‌هایی از مغز مانند جسم مخطط بطنی (ventral striatum) و همچنین سیتوم دیواره‌ای



(septal area) افزایش می‌یافت. این ناحیه‌های مغز همان بخش‌هایی هستند که به رفتارهای مراقبتی والدین در حیوانات مربوط می‌شود. به هر حال، افزایش فعالیت SA هنگام حمایت مستقیم اجتماعی با کاهش فعالیت بخشی از مغز به نام "بادامه (amygdala)" همراه می‌شود، جایی که مربوط به واکنش‌های ترس و استرس است.

در آزمایش دوم، به ۳۸۲ شرکت‌کننده اطلاعاتی دربارهٔ آزمایش قبل و رفتار و حمایت‌های اجتماعی (رفتارهای جامعه‌پسند) داده شد، و دوباره اندازه‌گیری هیجان به وسیله اسکن MRI انجام گردید. درست همانند نتایج آزمایش اول، کسانی که حمایت مستقیم بیشتری به دیگران ارائه کردند، فعالیت در "بادامه" مغزشان کاهش یافت. در هر دو آزمایش حمایت‌های غیرمستقیم (مانند امور خیریه) به فعالیت "آمیگدال" مربوط نمی‌شد.

نویسندگان عنوان می‌کنند که "انسان‌ها هنگامی که در جهت سلامتی دیگران گام بر می‌دارند، از ارتباطات اجتماعی بهره برده و رشد می‌کنند". تحقیقات قبلی دکتر "آناگاکي" که در مجله پزشکی روان‌تنی (Psychosomatic Medicine) به چاپ رسیده است نشان می‌دهد که حمایت اجتماعی تأثیرات مثبتی بر بخش‌هایی از مغز شامل نواحی مربوط با استرس و واکنش‌های تشویقی دارد. بر اساس این تحقیق اظهار می‌شود که حمایت اجتماعی، نه فقط دریافت آن، ممکن است سهم مهمی در بهبود سلامت روانی و جسمی شرکت‌کنندگان داشته باشد. تحقیقات جدید شواهد محکم‌تری بر سودمندی منحصربه‌فرد حمایت اجتماعی مستقیم اضافه می‌کند. حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم، هردو به افزایش فعالیت SA ارتباط پیدا می‌کند و این تأییدکنندهٔ نظریه گرمی محبت (warm glow) است: "ما فقط به دلیل اینکه «احساس خوبی» پیدا می‌کنیم، مستقیم یا غیرمستقیم به دیگران کمک می‌کنیم."



دکتر "آناگاکي" و "راس" عنوان می‌کنند که پیوند بین افزایش فعالیت SA و کاهش فعالیت "بادامه" بیانگر یک راه ارتباطی عصبی است به‌طوری که حمایت کردن تأثیر به سزایی در سلامت کمک‌کنندگان نوع اول (مستقیم) دارد، یعنی کسانی که به نیازمندان شناخته شده کمک می‌کنند. این نویسندگان اضافه می‌کنند که تحقیقات آنها رابطه علی بین حمایت کردن و فعالیت SA و یا "بادامه" پیدا نکرده است. و همچنین عنوان می‌کنند که حمایت‌های مستقیم اجتماعی همیشه منجر به ارتقای سلامت نمی‌شود. برای مثال، مراقبت دائمی از یک عضو بیمار خانواده می‌تواند به سلامتی آسیب هم برساند. همچنین، فراهم کردن حمایت‌های اجتماعی برای دیگران ممکن است که با نادیده گرفتن ارتباط بین "پیوندهای اجتماعی" و "سلامتی" همراه باشد. آنها نتیجه می‌گیرند که ارائه حمایت‌های مستقیم اجتماعی به افراد شناخته شده نیازمند، منحصرأ به کاهش فعالیت "بادامه" ارتباط پیدا می‌کند که به دنبال آن تلاش برای فهم اینکه "چه زمانی و چگونه" به دیگران کمک کنیم، منجر به سلامتی می‌شود.

منبع:

Tristen K. Inagaki, Lauren P. Ross. Neural Correlates of Giving Social Support. *Psychosomatic Medicine*, 2018; 1 DOI: 10.1097/PSY.0000000000000623

شما در اولین برخورد احتمالاً تأثیرگذارتر از آن بوده‌اید که فکر می‌کنید



ترجمه زهرا مرادی

کارشناس روان‌شناسی و عضو انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران

بر اساس یافته‌های منتشر شده در مجله علم روان‌شناسی وابسته به انجمن علمی روان‌شناسی، بعد از گفتگوهایی که ما با افراد جدید داریم، هم‌صحبت‌های ما بیشتر از چیزی که ما فکر می‌کنیم از ما و مصاحبت با ما لذت برده‌اند. ما در زندگی اجتماعی‌مان دائماً تلاش می‌کنیم تا بفهمیم در نظر دیگران چگونه هستیم؛ این فرایندی است که محققان به آن فرا ادراک می‌گویند. آیا مردم فکر می‌کنند که ما خسته کننده‌ایم یا جالب توجه‌ایم، خودخواهیم یا نوع‌دوست، جذابیم یا نیستیم؟ اولین بار اریکا بوئی، یک پژوهشگر پسا دکتري در دانشگاه کرنل، و گاس کانی، یک پژوهشگر پسا دکتري در دانشگاه هاروارد عنوان کردند که "تحقیقات ما نشان می‌دهد تخمین اینکه هم‌صحبت جدیدمان چقدر از ما خوشش می‌آید- هرچند بخشی اساسی از زندگی ماست و اغلب با آن سر و کار داریم- سخت‌تر از آن است که تصور می‌کنیم."



مارگارت. اس. کلارک، همکار مطالعه جان. ام. موزر استاد دانشگاه ییل، به روزنامه ییل گفته است که "ما این را «شکاف دوست داشتن» می‌خوانیم که می‌تواند مانع توانایی ما برای گسترش ارتباطات جدید شود".

بوئی، کانِی، کلارک، و گیلیان. ام. سانداستورم، اساتید روان‌شناسی در دانشگاه اسکس، جنبه‌های مختلف شکاف دوست داشتن را در پنج مجموعه مطالعه مورد بررسی قرار داده‌اند. در یک مطالعه، محققان شرکت‌کنندگان را به صورت زوج‌هایی که تا کنون با یکدیگر ملاقات نکرده‌اند انتخاب کردند و به آنها تکلیف ۵ دقیقه گفتگو دادند که شامل سوال‌های نوع کوتاه بود (مانند اهل کجایی؟ سرگرمی‌هایتان چیست؟). در پایان گفتگو، آنها به سوال‌هایی که نشان می‌داد چه مقدار از هم‌صحبت‌شان خوش‌شان آمده و فکر می‌کنن چقدر هم‌صحبت‌هایشان از آنها خوش‌شان آمده است پاسخ دادند.

رتبه‌بندی نشان داد که شرکت‌کنندگان به‌طور متوسط بیشتر از آنچه که فکر می‌کنند، از هم‌صحبت‌هایشان خوش‌شان آمده است. از آنجایی که منطقی نیست در یک مکالمه هر دو نفر بیشتر از چیزی که هم‌صحبت‌شان از آنها خوش‌شان می‌آید، خوششان بیاید این تناقض به‌طور متوسط نشان‌دهنده یک خطای برآورد است. در واقع، بررسی ویدیوهای ضبط شده اشاره دارد که شرکت‌کنندگان علامت‌های رفتاری مانند علاقه و لذت را به حساب نیاورده‌اند.

در یک مطالعه جداگانه، شرکت‌کنندگان در انعکاس گفتگوهای - با توجه به رتبه‌بندی‌های آنها، اعتقاد داشتند که لحظات برجسته‌ای که افکار هم‌صحبت‌شان را در مورد آنها شکل می‌داد، منفی‌تر از لحظاتی است که افکار خود را در مورد هم‌صحبت خود شکل می‌دهند.

کلارک اشاره کرده است که "به نظر می‌رسید آنها بیش از حد در مورد اینکه چه بگویند یا چه گفته‌اند تا پاسخ دیگران را ببینند - که آیا آنها را دوست دارند - نگرانند. ناظران مکالمه به سرعت این را متوجه می‌شوند.

مطالعات بیشتر نشان‌دهنده این است که ظهور «شکاف دوست داشتن» بدون در نظر گرفتن این است که مردم گفتگوهای طولانی یا گفتگوهای در محیط دنیای واقعی دارند. و یک مطالعه واقعی



هم‌اتاقی‌های یک دانشکده، نشان داد که در طول چندین ماه شکاف دوست داشتن امر زودگذری بود. این پدیده هیجان‌انگیزی است زیرا در تضاد با یافته‌های ماست که ما معمولاً خودمان را مثبت‌تر از دیگران می‌پنداریم. مثلاً به‌طوری که درباره مهارت‌های رانندگی، هوش، یا شانس‌مان و یا در تجربه اتفاقات منفی مانند بیماری یا طلاق فکر می‌کنیم.

بوئبی و کانی می‌گویند "شکاف دوست داشتن زمانی که به تعامل اجتماعی و گفتگو می‌رسد خیلی متفاوت عمل می‌کند. مردم اغلب، درباره تأثیری که روی دیگران می‌گذارند مطمئن نیستند، و بیش از حد از عملکرد خود انتقاد می‌کنند. با توجه به خوش‌بینی بسیار زیاد مردم در موارد دیگر، بدبینی‌شان درباره گفتگو با دیگران شگفت‌انگیز است".

پژوهشگران فرض کردند که ممکن است این تفاوت در بافتاری که ما در آن ارزیابی‌های خود را انجام می‌دهیم، کاهش یابد. وقتی که شخص دیگری، مثل یک هم‌صحبت وجود دارد، ما ممکن است که محتاط‌تر و خودستیزتر از زمان‌هایی باشیم که ویژگی‌های خودمان با هیچ منبع دیگری را ارزیابی می‌کنیم. کلارک می‌گوید "ما تا قبل از اینکه بدانیم این واقعاً درست است که دیگران از ما خوش‌شان می‌آید بدبین هستیم".

این نظارت بر خود ممکن است مانع داشتن روابط با کسانی شود که واقعاً ما را دوست دارند. بوئبی و کانی توضیح می‌دهند که "وقتی که ما به محله جدید می‌رویم، دوستان جدیدی پیدا می‌کنیم یا برای تحت تأثیر قرار دادن همکاران جدیدمان تلاش می‌کنیم، باید بدانیم که دیگران درباره ما چگونه فکر می‌کنند". "هرگونه اشتباه ما ممکن است تأثیر زیادی در زندگی شخصی و حرفه‌ای ما داشته باشد."

منبع:

Erica J. Boothby, Gus Cooney, Gillian M. Sandstrom, Margaret S. Clark. The Liking Gap in Conversations: Do People Like Us More Than We Think? Psychological Science, 2018; 095679761878371 DOI: 10.1177/0956797618783714



معرفی اجمالی حوزه‌های مطالعاتی کمیته‌های تخصصی

انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران



ترجمه و گردآوری مریم سعادت‌نژاد

دانشجوی کارشناسی روان‌شناسی و عضو انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران

سلامت اجتماعی

به معنای توانایی تعامل با انسان‌ها و محیط با هدف ایجاد ارتباط رضایت‌بخش بین فردی است. توانمندی ارتباط صادقانه با دیگران و مدیریت تعارض به شیوه سالم و اخلاقی طی زمان مناسب و قابل قبول از جمله شاخص‌های سلامت اجتماعی است. سه تلقی از مفهوم سلامت اجتماعی وجود دارد: اولین تلقی سلامت اجتماعی را تلفیقی از سلامت جسمی و روانی می‌داند به این معنا که در سلامت جسمی، جسم و در سلامت روانی، روان سالم است. اما در دومین تلقی از سلامت اجتماعی به نحوه حضور اجتماعی فرد در جامعه با دیگران تعامل خوبی داشته باشد. در مواقع لزوم به دیگران کمک کند و در مواقعی از دیگران کمک بگیرد. در تعریف دیگر فقط فرد مطرح نیست و بر شرایط اجتماعی تأکید می‌شود.

شناخت اجتماعی

شناخت اجتماعی یعنی این که افراد چگونه دیدگاه‌ها، احساس‌ها، افکار و انگیزش‌های خود و دیگران را درمی‌یابند و درباره روابط اجتماعی چگونه فکر می‌کنند؟ شناخت اجتماعی یک توانایی کلیدی است که ما برای موفقیت در تعاملات اجتماعی در زندگی روزمره نیازمند آن هستیم.



موضوع شناخت اجتماعی، انسان‌ها و امور انسانی است و به معنای شناخت مردم و اعمال آنهاست. رشد شناخت اجتماعی پیرامون سه جنبه مهم سازمان داده می‌شود: الف) تفکر درباره خود ب) تفکر درباره انسان‌ها و ج) تفکر درباره روابط بین انسان‌ها. شناخت اجتماعی سه سازه دارد که عبارتند از: الف) ادراک شخص ب) مهارت‌های پذیرش نقش ج) نظریه ذهن. شناخت اجتماعی درصدد است مشخص کند چگونه به اطلاعات اجتماعی توجه می‌کنیم، انسجام می‌بخشیم و در نهایت به یاد می‌آوریم. شناخت و ادراک اجتماعی رابطه نزدیکی با هم دارند و زیربنای فهم ما نسبت به دنیای اجتماعی است. شناخت اجتماعی یک زیر موضوع روان‌شناسی اجتماعی است که در مورد تحلیل، به خاطر سپردن و اعمال اطاعت مردم در مورد افراد دیگر و شرایط اجتماعی تحقیق می‌کند. این بخش بر روی نقشی که فرآیندهای شناختی در تعاملات اجتماعی ما ایفا می‌کنند متمرکز است.

روان‌شناسی اجتماعی تربیتی

روان‌شناسی تربیتی دانشی است که به مطالعه تعلیم و تربیت و بازشناسی مبانی، اهداف، اصول و روش‌های آن می‌پردازد تا بتواند به ترسیم یک نظام منسجم در تعلیم و تربیت دست یابد، نظامی که به بهترین نحو منافع و مصالح انسان‌ها را فراهم سازد و بدین منظور از یافته‌های جامعه‌شناسی، اقتصاد، مدیریت و فلسفه نیز بهره می‌برد. با توجه به ریشه‌ای بودن و نفوذ تعلیم و تربیت در همه ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان و تاثیرپذیری نهادهای مختلف اجتماعی از آن در کشورهای پیشرفته، بیش‌ترین هزینه‌ها صرف آموزش و پرورش مورد نظر آنها شده و تحقیقات عمیق و گسترده‌ای جهت بهبود و گسترش آن صورت می‌گیرد.

روان‌شناسی اجتماعی کاربردی

روان‌شناسی اجتماعی کاربردی می‌تواند به عنوان استفاده از نظریه‌های روان‌شناسی اجتماعی، اصول، یافته‌های تحقیق و روش‌های تجربی برای درک مسائل اجتماعی و ارائه راه حل‌های دنیای واقعی برای انواع مختلف مشکلات اجتماعی تعریف شود. به عنوان یک رشته، روان‌شناسی اجتماعی کاربردی بر این فرض استوار است که مشکلات اجتماعی، به دلایل خود، بواسطه رفتار



انسانی ایجاد می‌شود. برای درک و تغییر این رفتارهای مشکوک، روان‌شناسان اجتماعی کاربردی، معاینه علمی افکار، احساسات و رفتارهای افراد را انجام می‌دهند، زیرا به انواع مختلف تأثیرات اجتماعی مربوط می‌شوند. از طریق تحقیقات خود، روان‌شناسان اجتماعی کاربردی امیدوارند که پیشنهادات عملی برای بهبود رفتار اجتماعی بشر در زمینه‌هایی از بهره‌وری کار در محیط کار را به فعالیت‌های سالم تر ارائه دهند.

روان‌شناسی اجتماعی بالینی

روان‌درمانی، مشاوره و سایر راهبردهای تغییر رفتار، خواه دوفره یا گروهی، اصولاً روابط بین‌فردی هستند، به عبارتی یک برخورد اجتماعی با یک هدف خاص هستند که طی آن یک فرد تلاش می‌کند تا به دیگری کمک کند. این فرض می‌گوید که اساس مداخله روان‌شناختی، درک رفتار بین‌فردی، به‌ویژه تحول روابط و فرایندهای تأثیرگذار بین‌فردی است.

روان‌شناسی شهر

در کنار روان‌شناسی محیط، روان‌شناسی شهر شاخه‌ای است که به‌طور مستقیم به مطالعه شهر می‌پردازد. روان‌شناسی شهر شاید موضوعی تازه به‌نظر برسد، اما یافته‌های تاریخی بیانگر آن است که جورج زیمل (۲) ۱۰۰ سال پیش مقاله‌ای را با عنوان «شهرنشینی و زندگی روانی» تدوین و سخنرانی‌ای را در سال ۱۹۰۳ در برلین بر همین مبنا ایراد کرد. وی در سخنرانی‌اش سوالی را مطرح کرد با این عنوان که «آیا بین محیط زندگی افراد و وضعیت روانی آنها رابطه‌ای وجود دارد؟» پاسخ به این سوال ده‌ها سال بعد سبب شکل‌گیری علمی به نام «روان‌شناسی شهر» شد.

منبع:

مقدمه‌ای بر روان‌شناسی شهری، جلد اول، نوشته دکتر مجید صفاری‌نیا

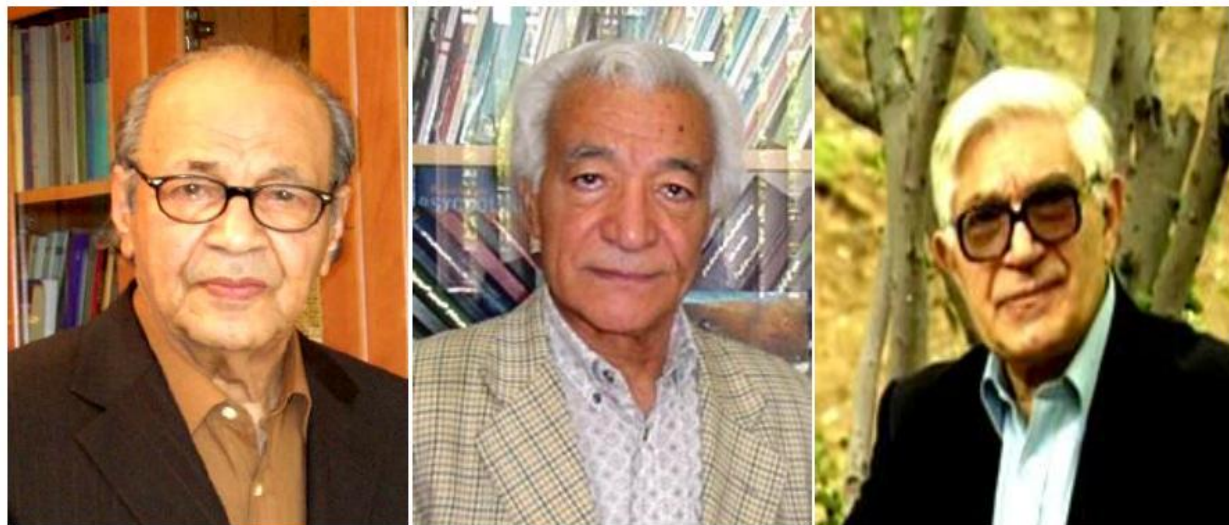
تبریک



بدینوسیله اعضای هیأت مدیره و بازرسان انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران انتخاب جناب آقای دکتر محمد حاتمی به عنوان رئیس سازمان نظام روان‌شناسی و مشاوره و انتخاب جناب آقای دکتر غلامعلی افروز به عنوان رئیس شورای مرکزی این سازمان را تبریک عرض نموده و از خداوند منان آرزوی توفیق روزافزون برای ایشان دارد.



بدینوسیله اعضای هیات مدیره انجمن روان‌شناسی اجتماعی ایران ارتقای شایسته سرکار خانم دکتر فاطمه باقریان بازرس محترم انجمن و عضو کمیسیون روان‌شناسی اجتماعی سازمان نظام روان‌شناسی و مشاوره کشور را به مرتبه دانشیاری صمیمانه تبریک می‌گوید.



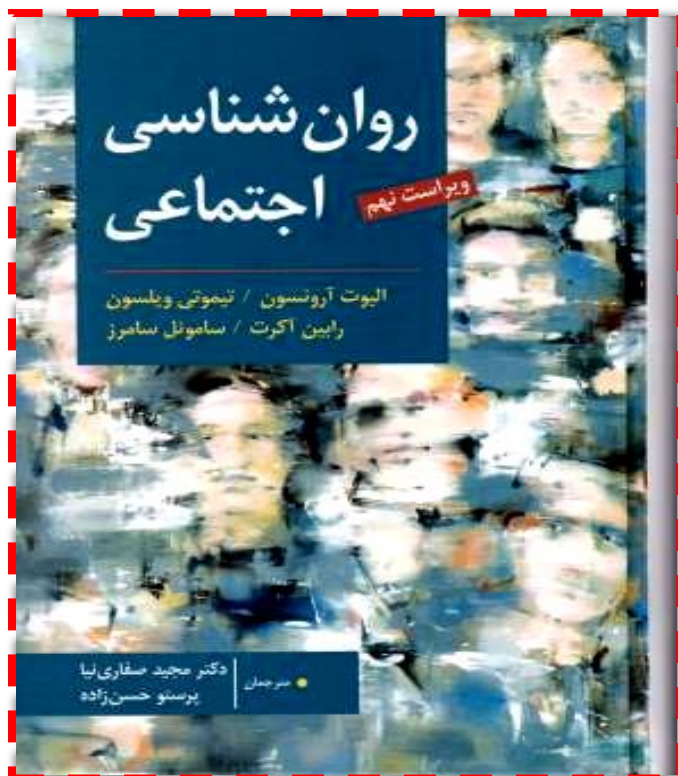
دکتر علی محمد کاردان

دکتر محمود ایروانی

دکتر جمشید افشنگ

در سپیده دم ازل آن زمان که سازندگی کائنات آغاز می‌گردید و کتاب تکوین گشوده می‌شد نخستین کلمه‌ایی که با قلم تقدیر بر دیباچه قاموس هستی نقش بست واژه زیبای استاد بود. در آستانه سالروز آسمانی شدن اساتید بزرگ روان‌شناسی اجتماعی ایران یادشان را گرامی می‌داریم. روح‌شان شاد و راه‌شان پُر رهرو باد.

معرفی کتاب



عنوان:

روان‌شناسی اجتماعی (ویراست نهم)

نویسنده:

الیوت آرونسون، تیموتی ویلسون، رابین آکرت، ساموئل سامرز

ترجمه:

دکتر مجید صفاری‌نیا و پرستو حسن‌زاده

انتشارات: ارسباران

سال نشر: ۱۳۹۶



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 ۲۹ فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی منتشر شده و شماره ۳۰ به‌زودی منتشر خواهد شد. از همه پژوهشگران گرامی دعوت می‌شود تا مقالات پژوهشی خود را (فقط در زمینه‌های مرتبط با روان‌شناسی اجتماعی) به سایت این مجله به نشانی اینترنتی <http://socialpsychology.ir> ارسال نمایند.



دوفصلنامه شناخت اجتماعی

همچنین چهاردهمین شماره دوفصلنامه شناخت اجتماعی (پاییز و زمستان ۱۳۹۷) 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 تا از طریق وب‌سایت انجمن بصورت آنلاین اقدام نمایند و یا به صورت حضوری به دفتر 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 جدید 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 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 کتب 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 (نشریه‌های روان‌شناختی می‌توانند اخبار انتشار نشریه‌های متبوع را ارسال نمایند)
- 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



با آرزوی بهترین‌ها برای شما همراهان گرامی در سال ۲۰۱۹ میلادی



IRANIAN ASSOCIATION OF SOCIAL PSYCHOLOGY