

هفت‌اورنگ جامی از منظر مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی

فرانک جهانبخش

**مسروره مختاری*

***عسگر صلاحی*

چکیده

تجزیه و تحلیل رفتار اجتماعی انسان و چگونگی تعامل با دیگران، از مسائل بنیادی در روان‌شناسی اجتماعی است. ازانجاكه آثار ادبی و حکایات داستانی بازنای از کنش‌ها و واکنش‌های بینافردی از واقعیت‌های موجود در جوامع انسانی است و از خلال تحلیل روابط شخصیت‌های داستانی و گفتوگوهای آنان می‌توان تا حدود زیادی به تحلیل رفتارها و تعاملات اجتماعی در جوامع گوناگون پرداخت، مقاله پیش‌رو، با استفاده از روش توصیفی- تحلیلی و استفاده از منابع کتابخانه‌ای، هفت‌اورنگ جامی را، که سرشار از حکایات و تمثیلات داستانی است، با استفاده از نظریه‌های نظریه‌پردازان روان‌شناسی اجتماعی، همچون اتو کلاین‌برگ، الیوت ارونsson، و بارون بررسی و تحلیل کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که پنج مؤلفه ارتباط‌جمعي و مقاعدسازی، هم‌رنگی، کشش و جاذبه، پرخاشگری و پیش‌داوري در هفت‌اورنگ جامی بیش از مؤلفه‌های دیگر ظهرور کرده است. حاصل سخن اینکه ساختار بسیاری از مؤلفه‌های مطرح در روان‌شناسی اجتماعی با مفاهیم و چارچوب‌های سنتی حکایات مطابقت دارد و نقش باورهای اجتماعی و قالب‌های فکری اجتماع، در ظهرور هریک از مؤلفه‌ها مشهود است.

کلیدواژه‌ها: روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، جامی، هفت‌اورنگ، اتو کلاین‌برگ، الیوت ارونsson.

*دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه محقق اردبیلی faranak_465@yahoo.com

**دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه محقق اردبیلی (نویسنده مسئول) mmokhtari@uma.ac.ir

***دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه محقق اردبیلی a_salahi@uma.ac.ir



تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۴/۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۱۸

دوفصلنامه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه خوارزمی، سال ۲۹، شماره ۹۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۰۱-۱۲۸

Jami's *Haft Awrang* from the Perspective of Social Psychology Components

Faranak Jahanbakhsh*

Masroureh Mokhtari**

Asgar Salahi***

Abstract

Analysis of human social behavior and interaction with others is a fundamental issue in social psychology. Since literary works and anecdotes are reflections of interpersonal actions and reactions of the existing realities in human societies, it is possible to analyze social behaviors and interactions in different societies through the analysis of the relationships between characters and their dialogues. Using descriptive-analytical method and the desk research approach, the present study analyzed Jami's *Haft Awrang*, a book replete with anecdotes and allegories. We utilized the theories proposed by social psychology theorists such as Otto Klineberg, Elliott Aronson, and Baron. The findings of the study revealed that the five components of mass communication and persuasion, conformity, attraction, aggression, and prejudice are more outstanding than other components in Jami's *Haft Awrang*. Consequently, we can say that the structure of many social psychology components corresponds to the traditional concepts and frameworks of anecdotes, and the social beliefs and intellectual forms of society play an obvious role in the emergence of each component.

Keywords: psychology, social psychology, Jami, *Haft Awrang*, Otto Klineberg, Elliot Aronson.

* PhD Candidate in Persian Language and Literature at Mohaghegh Ardabili University, *faranak_465@yahoo.com*

** Associate Professor in persian language and literature at Mohaghegh Ardabili University, (Corresponding Author) *mmokhtari@uma.ac.ir*

***Associate Professor in persian language and literature at Mohaghegh Ardabili University, *a_salahi@uma.ac.ir*

۱. مقدمه

امروزه، بررسی ادبیات از منظر روان‌شناسی یکی از فراگیرترین روش‌ها برای شناخت و تحلیل آثار ادبی است. در هم‌تنیدگی ادبیات و روان‌شناسی در شناخت انسان و خصوصیات اخلاقی او تا جایی است که شاخه‌های متعددی از نقد ادبی مبتنی بر روان‌شناسی شکل گرفته است. یکی از گرایش‌های روان‌شناسی^۱، روان‌شناسی اجتماعی^۲ است که در آن به روابط فرد در گروه و تأثیر آن بر کنش‌های او پرداخته می‌شود. از آنجاکه در روان‌شناسی اجتماعی تأثیرات متقابل فرد و جامعه بررسی می‌شود، ادبیات و روایت‌های داستانی بستر مناسبی برای طرح و بررسی معیارها و مصادیق روان‌شناسی اجتماعی است. تمایل بشر به اجتماعی بودن و زندگی برهمبنای هویت جمعی، واکنش‌هایی را همچون همزنگی، متابعت، پرخاشگری، یا متقاعدسازی دربرابر دیگران ایجاد می‌کند که از جمله مصادیق روان‌شناسی اجتماعی است و در قالب ادراک اجتماعی و فرآیند فعال در ک دیگران جلوه می‌کند. حکایات و تمثیل‌های داستانی هفت‌ورنگ، که برگرفته از زندگی طبقات مختلف اجتماعی و سنت‌ها و رسوم جامعه عصر شاعر است، بستر مناسبی برای بررسی تحلیل‌های روان‌شناسی اجتماعی در تعامل افراد و ایجاد ارتباط در نظام رفتاری جوامع است. وجود طبقات مختلف اجتماعی، آداب و رسوم مربوط به هر طبقه، فرهنگ و آیین‌های متفاوت اجتماعی و گروه‌بندی‌هایی که به لحاظ اجتماعی و فرهنگی در میان مردم اجتماع وجود دارد، هفت‌ورنگ را به گنجینه‌ای برای تحلیل‌های روان‌شناسی اجتماعی تبدیل کرده است؛ تا جایی که می‌توان گفت متون روایی بازتاب الگوهای زیستی جوامع و برداشتی حقیقی از واقعیات هر اجتماع است. در حقیقت، می‌توان «ادبیات را نسخه‌بدل زندگی و آن را در حد مدارک اجتماعی و تصاویری فرضی از واقعیت‌های اجتماعی دانست» (ولک و وارن، ۱۳۸۲: ۱۱۰)؛ از این‌رو، ریشه بسیاری از رفتارهای فردی و جمعی هر ملتی را می‌توان از طریق بررسی ادبیات و آثار ادبی مردم آن واکاوی کرد.

۱.۱ بیان مسئله

پیوند ادبیات هر سرزمین با فرهنگ و آموزه‌های فرهنگی مردم آن انکار ناپذیر است. کنش‌ها و واکنش‌های هر قوم و ملتی در جغرافیاهای مختلف دربرابر حوادث و وقایع گوناگون با یکدیگر متفاوت است. بررسی علل روان‌شناختی-جامعه‌شناختی این واکنش‌ها در خلال آثار ادبی به درک بهتری از رفتار اجتماعی و تفکر اجتماعی مردم یک سرزمین خواهد انجامید.

این مقاله، با تعمق در هفت‌ورنگ جامی از منظر روان‌شناسی اجتماعی، به بررسی میزان نمود مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی در لابه‌لای حکایات و بخش‌های مختلف هفت‌ورنگ پرداخته است. غالب حکایات هفت‌ورنگ متضمن مضامین اخلاقی، دینی و عرفانی است و صبغه تعلیمی دارد و در بردارنده افکار و آمال و تجربیات گسترده اقوام و فرهنگ‌های گوناگون است که از لابه‌لای پیچیدگی‌های روحی و روانی آن قوم و ملت برخاسته و بررسی ساختار و رفتار و اعمال شخصیت‌های داستانی و موضوع و مضمون آنها، لایه‌های زیرین اجتماع و فرهنگ مردم برخاسته از آن اجتماع را نمودار می‌سازد. اینکه افراد در هر موقعیت و با توجه به عضویت در گروه‌های مختلف اجتماع چه واکنشی از خود نشان می‌دهند، در شماره‌بندی‌ترین مسائل مورد بررسی در پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی است. در جستار حاضر، با استفاده از مؤلفه‌های مطرح در روان‌شناسی اجتماعی و بهره‌گیری از نظریات روان‌شناسان اجتماعی، همچون الیوت ارونsson،^۳ بارون^۴ و اتو کلاینبرگ،^۵ به بررسی رفتار شخصیت‌ها و علل شکل‌گیری آن در حکایات هفت‌ورنگ پرداخته شده است.

۱.۲. ضرورت پژوهش

امروزه، مطالعات بینارشتهای اهمیت فراوانی دارد. پیچیدگی‌های روان بشری و تأثیراتی که بر عملکرد انسانی در محیط اجتماعی دارد، از جمله موضوعات مورد توجه بسیاری از شاخه‌های روان‌شناسی و جامعه‌شناسی است. ازوی دیگر، بسیاری از مفاهیم روان‌شناسی نیز در لابه‌لای آثار ادبی قابل درک و پیگیری است. ادب تعلیمی بخش بزرگی از ادبیات کهن ایران را دربرگرفته و مضمون بسیاری از تالیفات گذشتگان ارتباط تنکاتنگی با اصول اخلاقی و تعلیمی دارد. هفت‌ورنگ جامی سرشار از حکایات عامیانه‌ای است که از خلال آنها می‌توان به بررسی چگونگی تأثیر گروه و روابط اجتماعی بر افکار و احساسات اشخاص پرداخت؛ از این‌رو، در این مقاله، با استفاده از معیارها و مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی، تأثیر گروه بر فرد و نیز انعکاس تأثیر اجتماع بر واکنش افراد در موقعیت‌های مختلف بررسی می‌شود. از خلال بررسی ادبیات و آثار ادبی در موقعیت‌های متفاوت می‌توان علل انواع پاسخ‌ها به موقعیت‌های اجتماعی گوناگون را سنجید، علی‌که بر چیدمان فرهنگی مردم یک سرزمین در ادوار مختلف تأثیر فراوانی گذاشته است.

۱.۳. پیشینهٔ پژوهش

با توجه به نوپابودن روان‌شناسی اجتماعی، پژوهش‌های اندکی با استفاده از این نظریه در ادبیات و متون ادبی انجام شده است؛ برای مثال، مقالهٔ شفیعی کدکنی با عنوان «روان‌شناسی اجتماعی شعر فارسی» از جمله این پژوهش‌های است که در آن به بحث تخلص در اشعار فارسی پرداخته شده است. مقالهٔ دیگر «رفتارشناسی شخصیت‌های داستان‌های "عدل" و "دزد قالپاچ"» نوشتهٔ صادق چوبک براساس نظریات روان‌شناسی اجتماعی به قلم قاسم صحرابی است که در آن، نویسنده به بیان علل رفتار افراد مختلف در حضور دیگران پرداخته است. پایان‌نامه‌هایی نیز با عنوان‌های «بررسی و تحلیل محتوای متنی مولوی براساس مقوله‌های مطرح در روان‌شناسی اجتماعی و دلالت‌های تربیتی آن» از ستاره سلمانی، و «تحلیل داستان‌های کوتاه برگزیده سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ از دیدگاه مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی» از سیده نجمه آذرنیا و «تحلیل داستان‌های کوتاه برگزیده دهه هشتاد با رویکرد روان‌شناسی اجتماعی» از آرزو حیدری از منظر این پژوهش به بررسی متون ادبی پرداخته‌اند، اما از آنجاکه رویکرد اغلب پژوهش‌های صورت‌گرفتهٔ پیش از این، بیشتر بر آثار ادبی معاصر تأکید داشته است و متون ادبی کهن کمتر از منظر مقولات مطرح در حوزهٔ روان‌شناسی اجتماعی قرار گرفته‌اند و با توجه به اینکه ادبیات و متون روایی و داستانی، در غالب موارد، برخاسته از واقعیت‌های اجتماعی است و با بررسی آثار ادبی، می‌توان به علل و عوامل شکل‌گیری بسیاری از رویکردهای فرهنگی در یک اجتماع دست یافت، مقالهٔ پیش‌رو با هدف تحلیل و بررسی یکی از متون روایی کهن، یعنی هفت‌ورنگ جامی، از منظر روان‌شناسی اجتماعی نگاشته شده است.

۲. مبانی نظری پژوهش

صاحب‌نظران روان‌شناسی را علمی دانسته‌اند که رفتار و فرآیندهای ذهنی افراد را مطالعه می‌کند، اما روان‌شناسی اجتماعی دانش مطالعهٔ اعمال و واکنش‌های فردی است که از دیگران متأثر شده است. این تأثیر گاه مستقیم و از طریق اطرافیان شخص صورت می‌گیرد و گاه ممکن است غیرمستقیم باشد. روان‌شناسان اجتماعی معتقدند هر عملی که از شخص سر بزند، معلول علتی اجتماعی است، حتی رفتارهای شخص در تنها یی نیز مشمول چنین نگرشی است. به‌طور کلی، در تاریخچه روان‌شناسی اجتماعی می‌توان به سه تمایل عمده اشاره کرد:

روان‌شناسی اجتماعی بیش‌ازپیش صورت تطبیقی به خود گرفته و این عقیده رواج یافته است که هرگاه تنها در یک تاریخ‌پرداز فرهنگی به مطالعه رفتار روانی پیردادیم، این رفتار چنان‌که بایدوشاید مفهوم نمی‌شود؛ از این‌رو، بیش‌ازپیش از مواد و معلومات قوم‌شناسی و جامعه‌شناسی مربوط به فرهنگ‌ها و جوامع مختلف استفاده می‌شود. دوم اینکه، روان‌شناسی اجتماعی بیش‌ازپیش تجربی شده است؛ یعنی رفتار فرهنگی می‌توان بهمدد فنونی آن را عینی و تجربی ساخت. سوم اینکه، روان‌شناسی اجتماعی به نحو آشکارتری جنبه علم عملی به خود گرفته و دارای مفهوم و معنی عملی بوده و درباره مناسبات انسانی حائز فوائد عملی شده است (کلاین برگ، ۱۳۸۶: ۳۴).

مبانی نظری این پژوهش با استفاده از نظریات الیوت ارونsson و کلاین برگ شکل گرفته است، اما به‌فارأخور متن، از نظر روان‌شناسان اجتماعی دیگر، همچون دیوید مایرز، رابرت بارون و دیگران، در تحلیل داستان‌ها استفاده شده است. الیوت ارونsson، دانشمند، پژوهشگر و متخصص بر جسته در زمینه روان‌شناسی اجتماعی است. او تنها فردی است که در تاریخ ۱۲۰ ساله انجمن روان‌شناسی آمریکا، موفق شده هر سه جایزه آن را در حوزه‌های «نگارش»، «آموزش» و «پژوهش» بهدست آورد.

مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی مسائلی همچون رفتار فرد در گروه، همنگی با جماعت، بررسی نگرش و تغییرات آن در افراد، پرخاشگری، کشش و جاذبه، توجیه خود، پیش‌داوری، تقلید، ارتباط جمعی، و متقاعدسازی است که با توجه به جامعه آماری و موضوع مطالعه و زمان شکل‌گیری اثر ممکن است یک یا چند متغیر پررنگ‌تر جلوه کند.

۲. تعریف روان‌شناسی اجتماعی

کلاین برگ معتقد است که روان‌شناسی اجتماعی علم مطالعه افراد در گروه است. این شاخه از روان‌شناسی، تأثیر متقابل روانی میان انسان و جامعه را بررسی می‌کند. بدین‌عقیده اریک فروم؛ وظیفه این بخش از علم آن است که نه تنها نمایانگر این باشد که چگونه تحولات، خواسته‌ها و هیجان‌ها به عنوان ثمرة سیر اجتماع تغییر و رشد می‌کنند، بلکه چگونه نیروهای انسان که به صورت قالب‌هایی ویژه شکل می‌گیرند، تبدیل به نیروهای باروری می‌گردند که خود سیر اجتماع را قالب‌بریزی می‌کنند (فروم، ۱۳۶۳: ۱۸).

از منظری دیگر، روان‌شناسی اجتماعی را علم مطالعه علل رفتار و افکار افراد در موقعیت‌های اجتماعی دانسته‌اند. «موقعیت‌های اجتماعی موقعیت‌هایی است که تحت تأثیر حضور واقعی،

فرانک جهانبخش و همکاران هفت‌ورنگ جامی از منظر مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی

خيالی یا ضمنی دیگران باشد» (سalarی‌فر و همکاران، ۱۳۹۶: ۵). به عبارت دیگر، بررسی علل تأثیر گروه و جمع بر رفتار و واکنش افراد محوری‌ترین موضوع روان‌شناسی اجتماعی است. جامعه‌شناسی نیز، همانند روان‌شناسی اجتماعی، رفتار افراد را در گروه بررسی می‌کند، اما «جامعه‌شناسی به رفتارها، چنان‌که در افراد خاصی ظاهر می‌شوند، کاری ندارد، بلکه آنها را به صورت جمعی در نظر می‌گیرد، اما روان‌شناسی اجتماعی به عکس در رفتارها به مطالعه چگونگی ایجاد آنها در فرد می‌پردازد» (استوتزل، ۱۳۷۴: ۲۹-۳۰). می‌توان گفت «این علم و موضوع آن، که کنش و واکنش بین انسان‌هاست، تحت تأثیر برخوردهای نظری‌ای که براساس برداشت‌های ضمنی از طبیعت انسان شکل گرفته‌اند قرار دارد» (دوچ و کراوس، ۱۳۸۵: ۲۱).

۲. پیشینه روان‌شناسی اجتماعی

درباره پیشینه روان‌شناسی اجتماعی، مانند بسیاری دیگر از رشته‌های علمی، از افلاطون و ارسطو بهمنزله اولین روان‌شناسان اجتماعی یاد می‌شود. افلاطون در کتاب جمهوری نوعی طبقه‌بندی اجتماعی برای مردم جامعه قائل شد. ارسطو نیز انسان را حیوان اجتماعی خواند؛ به همین دلیل، برخی روان‌شناسان اجتماعی مثل ارونsson او را نخستین روان‌شناس اجتماعی می‌دانند که ۳۵ سال پیش از میلاد اصول اساسی نفوذ اجتماعی و متقاعدسازی را تنظیم کرده است. به صورت علمی، روان‌شناسی اجتماعی از دهه ۱۸۸۰ به بعد آغاز به کار کرد. در دوره ۱۸۸۰ تا ۱۹۳۵، این علم با مطالعات آزمایشگاهی و تجربی شکل گرفت و به مرور، در طول سالیان، مباحث و موضوعات متعددی را دربرگرفت. «طی دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی نظریه‌پردازی‌ها در روان‌شناسی اجتماعی رشد چشمگیری پیدا کرد و در سال‌های ۱۹۸۰ به بعد دو رویکرد شناختی و مباحث بهداشت شخصی و رفتارهای حقوقی در روان‌شناسی اجتماعی بسیار تأثیرگذار بودند» (سalarی‌فر و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۴).

از ۱۹۴۶ تا ۱۹۶۰ را بعضی از روان‌شناسان اجتماعی «دوران کلاسیک» این رشته می‌دانند. اما سال‌های ۱۹۶۱ تا ۱۹۷۵ را سال‌های «اعتماد و بحران» در روان‌شناسی اجتماعی گفته‌اند. در این دوره، با محکم‌شدن پایه‌های روان‌شناسی، دامنه پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی گسترده‌تر شد. اما از سال ۱۹۷۶ به‌این‌طرف را می‌توان دوره «کثرت‌گرایی» نامید که در آن مجادله‌های سال‌های قبل به استانداردهای اخلاقی در روش‌های تحقیق منجر شد (کریمی، ۱۳۹۹: ۱۳-۱۴).

دوفصلنامه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه خوارزمی سال ۲۹، شماره ۹۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۰۱-۱۲۸

نخستین آزمایش روان‌شناسی اجتماعی را تریپلت^۶ در سال ۱۸۹۷ انجام داد که اثر رقابت و همچشمی را بر عملکرد سنجید. همچنین، از جمله اندیشمندانی که در راستای گسترش روان‌شناسی اجتماعی پیشناز بوده‌اند، می‌توان از تارد^۷ و لویون^۸ فرانسوی نام برد. تارد به تحلیل تقليد و تلقین پرداخته است که به عقیده او کلید رمز اجتماع هستند. لویون به روان‌شناسی انبوه خلق و تأثیر تلقین در هر نژاد می‌پردازد. بعد از جنگ جهانی دوم نیز کورت لوین^۹ شیوه‌های رهبری را مطالعه کرد. اما نخستین کتابی که عنوان روان‌شناسی اجتماعی گرفت، کتاب پروفسور راس^{۱۰} است که در سال ۱۹۰۸ انتشار یافت (کلاینبرگ، ۱۳۸۶: ۳۳).

بعد‌ها کتاب‌های متعددی در این‌باره منتشر شد که حوزه فعالیت این رشته را وسعت بخشید. اما در تاریخچه تدوین و تحول روان‌شناسی اجتماعی، جرج هربرت مید^{۱۱} نیز حضور پررنگی داشته است. او بیشتر با نظریه «کنش متقابل نمادین» شناخته شده است. طبق این نظریه، مید معتقد بود که انسان‌ها به‌شكلی نمادین معانی مختلفی را به دیگران منتقل می‌کنند و دیگران این نمادها را تفسیر می‌کنند و بر مبنای همین تفسیرها واکنش نشان می‌دهند. نظریه پردازان بسیاری در حوزه روان‌شناسی اجتماعی به تحقیق و تألیف و پژوهش اشتغال داشته و دارند و کتاب‌های متعددی در این زمینه منتشر شده است.

۲. مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی

مباحث محوری و اصلی روان‌شناسی اجتماعی در قالب مشخصه‌ها و مؤلفه‌هایی قابل بررسی است که صاحب‌نظران در هر مورد از آنها نظریات مختلفی دارند. موارد منتخب در این پژوهش عبارت‌اند از:

- همزنگی^{۱۲} با جماعت

همزنگی را می‌توان «تغییر در رفتار یا عقاید شخص در نتیجه اعمال فشار واقعی یا خیالی از طرف فردی دیگر یا گروهی از مردم تعریف کرد» (ارونسون، ۱۳۹۶: ۴۷). گاه، همزنگی نتیجه فشار واقعی اطرافیان است و گاه هم ناشی از دسترسی‌نداشتن به اطلاعات درست یا دریافت اطلاعات ناقص است. انواع پاسخ به همزنگی یا نفوذ اجتماعی عبارت‌اند از: ۱. متابعت. ۲. همانندسازی. ۳. درونی‌کردن. در واقع، انواع پاسخ به موقعیت‌های اجتماعی متفاوت است و گاه از طریق متابعت و گاه از طریق همانندسازی و گاه از طریق درونی‌کردن یک ارزش یا اعتقاد

یا عقیده صورت می‌پذیرد. گاه نیز واکنش افراد برای رسیدن به موقعیت برتر تقلید از عقاید و افکار و اعمال دیگران است.

- پرخاشگری^{۱۳}

پرخاشگری در تعریف «رفتاری قدرت‌نمایانه است که از طریق اعمال خشونت جسمانی، لفظی یا روان‌شناختی صورت می‌گیرد» (هام، ۱۳۸۲: ۲۹). پرخاشگری یعنی عملی که به آسیبرسانی به دیگران منجر شود. آسیبرسانی طیف وسیعی از آسیب‌های روانی و جسمی را دربرمی‌گیرد. پرخاشگری ممکن است دلایل متعددی از جمله خشم، ناکامی، شکست و درد و... را دربرگیرد. سه نظریه درباره علل پرخاشگری وجود دارد: ۱. نظریه غریزه: فروید از پیشگامان طرح این نظریه بود که بر این امر استوار است که مسائل زیستی همچون وراثت و خون در ایجاد پرخاشگری نقش دارند. ۲. دیدگاه یادگیری اجتماعی: بر مبنای این دیدگاه، پرخاشگری رفتاری آموختنی دانسته شده و خانواده و فرهنگ و رسوم بر پرخاشگری افراد و شدت و ضعف آن تأثیر دارند. ۳. ناکامی: این دیدگاه ناکامی را علت خشم می‌داند و اگر محرك‌های خشم و پرخاشگری نیز موجود باشد، به پرخاشگری ختم می‌شود.

- کشش و جاذبه

اینکه انسان‌ها چه وقت و چگونه به اطرافیان خود جذب می‌شوند و چه ویژگی‌هایی در تمایل انسان‌ها به یکدیگر مؤثر است، از جمله مؤلفه‌های مطرح در روان‌شناسی اجتماعی است. اینکه ویژگی‌های ظاهری یا خصوصیات اخلاقی تا چه حد به ایجاد ارتباط متقابل و ایجاد واکنش دربرابر جاذبه افراد می‌انجامد، از بحث‌های محوری در این حوزه است. داشتن علایق و عقاید مشابه و برخورداری از مهارت‌ها و قابلیت‌های متفاوت یا متضاد در جذب افراد به یکدیگر مؤثر است. در حقیقت، «اساس بحث جاذبه میان‌فردى آن است که چرا برخی افراد را دوست داریم و به برخی دیگر بی‌علقه هستیم و زمینه‌ها و عوامل مؤثر بر ایجاد علاقه و کشش میان افراد کدام‌اند» (طلوی، ۱۳۹۷: ۲۵۸).

- پیش‌داوری و تبعیض

نگرش‌های منفی و غیرمنطقی به افراد یا گروه‌های مختلف یا مناطق جغرافیایی و... را، که بیشتر بر مبنای اطلاعات و آگاهی‌های ناقص یا نادرست شکل گرفته است، پیش‌داوری می‌نامند. «پیش‌داوری حکم مقدم بر تجربه است؛ یعنی اساس یا واکنشی است که شخص نسبت به کسی

دوفصلنامه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه خوارزمی سال ۲۹، شماره ۹۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۰۱-۱۲۸

یا چیزی پیش از هرگونه تجربه واقعی دارد» (کلاینبرگ، ۱۳۸۶: ۵۸۵). تبعیض و بی عدالتی از جمله پیامدهای پیش‌داوری است. قالب‌های فکری و تعصب و طبقات مختلف اجتماعی و سنن و آداب و رسوم از جمله عوامل اصلی در شکل‌گیری پیش‌داوری و تبعیض است.

- ارتباط جمعی و متقاعدسازی

اقناع یا متقاعدسازی بهطور کلی به معنی تغییر گرایش بر مبنای دریافت اطلاعات جدید است. «همچنین، به معنی تحت تأثیر قراردادن واکنش‌ها و نگرش‌های افراد در رابطه با موضوعات خاص است» (برکویتز، ۱۳۷۲: ۲۶۶). عوامل متعددی در ارتباط و تأثیر آن نقش دارند که می‌توان از منبع ارتباط (منتقل‌کننده پیام و ویژگی‌های او)، ماهیت پیام (تحویله بیان پیام)، و خصوصیات مخاطبان (دریافت‌کنندگان پیام) نام برد.

۳. بحث و بررسی: مؤلفه‌های منتخب روان‌شناسی اجتماعی در هفت‌ورنگ جامی ۳.۱. هم‌رنگی

هم‌رنگی به معنای تغییر عقاید، رفتار و اعمال افراد درنتیجه فشار ظاهری یا خیالی اطرافیان است. سابقه این بحث در روان‌شناسی اجتماعی به موضوع متقاعدسازی بر می‌گردد. این مؤلفه در برخورد افراد با یکدیگر در اجتماع ممکن است نمودهای مختلفی به خود بگیرد. دلایل و روش‌های هم‌رنگی هم ممکن است متعدد باشد. این امر گاه از طریق متابعت کردن یا از طریق درونی‌کردن یک اعتقاد یا از طریق الگو قراردادن رفتار دیگران رخ می‌دهد، اما برای این مؤلفه نامهای دیگری نیز ذکر شده است:

گاه در روان‌شناسی اجتماعی به جای استفاده از اصطلاح ساده هم‌رنگی، از «نفوذ اجتماعی» استفاده می‌شود، تا طبقه‌بندی‌ای ارائه شود که در کل طیف نفوذ اجتماعی کاربرد داشته باشد؛ بدین ترتیب، بین سه‌گونه پاسخ به نفوذ اجتماعی، یعنی متابعت، همانندسازی و درونی‌کردن، تمایز قائل می‌شوند (ارونسون، ۱۳۹۶: ۶۱).

دلایل بسیاری برای تمایل افراد به هم‌رنگی وجود دارد؛ برای مثال، «دو انگیزه مهم زیربنای تمایل ما به هم‌رنگی هستند: تمایل به مورد علاقه دیگران واقع شدن و تمایل به درست و صحیح بودن نظرمان» (بارون و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۱۶). بهطور کلی، می‌توان نقش جمع و گروه را در ایجاد رفتار اجتماعی بسیار پررنگ دانست. «رفتار اجتماعی عبارت است از جمع برخوردهای مردم در یک محیط خاص و یا یک محیط جغرافیایی» (گلاور و برونینگ، ۱۳۸۵: ۳۲۹).

یکی از مصادیق همنگی در جوامع انسانی متابعت از مراجع قدرت است. در طول تاریخ، دست‌یافتن افراد به قدرت سیاسی و حفظ آن به متابعت زیرستان وابسته بوده است. استبداد حکومت‌ها، که از طریق تهدید به شکنجه یا وعده اطعام و ثروت دیگران را به پیروی از فرمان‌های خود مجاب می‌کردد، مصدق متابعت است. در میان حکایت‌های متعدد هفت‌ورنگ، به مصادیق فراوان این موضوع برخورد می‌کنیم. اطاعت از مرجع قدرتی که مشروعیت خود را با استفاده از دین، کسب برتری در نزاع و جنگ، یا بهمیراث بردن سلطنت کسب کرده و خود را مرکز تصمیم‌گیری می‌داند، به همنگی مردم اجتماع منجر می‌شود. جامی نمونهٔ چنین تفکری را در «سلسله‌الذهب» آورده است. او کسانی را مذمت کرده است که شرع را بهانهٔ آزارسازاند به مسلمانان می‌سازند و کارهای باطل را به صورت حق جلوه می‌دهند و دیگران را مجبور به اطاعت خویش می‌سازند: «آنکه شرع خدای ازوست تباہ / نیست گویا ز سر شرع آگاه» (جامعی، ۱/۱۳۷۸: ۱۶۴). اشارهٔ جامی به کسانی است که از طریق همنگی با حاکمان واقعی شرع و در عین بی‌پهگی از باطن دین، به‌دلیل برخورداری از قدرت و توانایی اعمال نفوذ بر مردم، هم خود از قبل همنگی با حاکمان حقیقی شرع به منفعت می‌رسند و هم سبب همنگی زیرستان می‌شوند و مردم را به متابعت بی‌چون‌وچرا وامی دارند. نمونهٔ چنین همنگی‌ای در هفت‌ورنگ بسیار است؛ برای مثال، در حکایت «امیر خوارزم که ظلم و فسق خود را به شریعت راست کردی» (همان، ۳۶۰)، از حاکمی سخن به میان آمده که ظلم و جور شیوه ایست و در راه رسیدن به کام، با وجود منع شریعت، با حیله و نیرنگ و اتهام کفر به دختران مسلمان، آنان را بندۀ خود ساخت و به هدف شیطانی خود دست یافت. متابعت «رفتاری است که به‌منظور کسب پاداش یا اجتناب از تنبیه برانگیخته می‌شود و تا زمانی دوام دارد که وعده پاداش یا تهدید به تنبیه موجود باشد» (ارونسون، ۱۳۹۶: ۶۱).

متابعت ناپایدارترین سطح نفوذ اجتماعی است و کمترین تأثیر را در فرد دارد. ارونسون معتقد است شخص متابعت‌کننده از جبری که در موقعیت خاصی ایجاد می‌شود آگاه است و می‌تواند در غیاب آن موقعیت رفتار خود را به‌آسانی تغییر دهد. جامی در دفتر اول «سلسله‌الذهب» «در بیان آنکه مراد انسان گُمل افراد انسان است نه انسانی حیوانی» (جامعی، ۱/۱۳۷۸: ۱۳۳) با اشاره به دستگاه عریض و طویل ریاکاری شیخان و زاهدان دروغین، از متابعت افراد بسیار از ایشان یاد کرده است.

نوع دیگری از همرنگی در قالب همانندسازی شکل می‌گیرد. در حکایت «در مذمت آنان که به جهت اجتماع عوام و استجلاب منافع معاش از ایشان مجالس آرایند و به سبیل جهر و اعلان به ذکر حق، سبحانه و تعالی، اشتغال نمایند» (همان، ۸۲)، جامی بار دیگر به پدیده زاهدان ریاکار پرداخته و نمونه‌ای از چگونگی کار و فعالیت آنان را در قالب داستان بیان کرده است.

همانندسازی پاسخ به نفوذ اجتماعی مبتنی بر آرزوی شخص برای همانندشدن با شخصیتی صاحبنفوذ است. در همانندسازی نیز، همانند متابعت، رفتار فرد ناشی از رضایت درونی نیست. تفاوت همانندسازی با متابعت در این است که در همانندسازی فرد به عقاید و ارزش‌هایی که اختیار کرده است اعتقاد پیدا می‌کند، هرچند این اعتقاد خیلی استوار و پابرجا نیست (ارونسون، ۱۳۹۶: ۶۱).

زندگی در هر اجتماع با جوامع دیگر متفاوت است. در فرهنگ‌های جمع‌گرا همچون فرهنگ‌های شرقی، برخلاف فرهنگ فردگرای غربی، اهمیت نیکویی و حتی تظاهر به آن و پذیرفته‌شدن از طرف دیگران و منافع متعددی که این پذیرش برای فرد دربردارد، سبب می‌شود تلاش افراد برای تظاهر نیز مضاعف شود. گوستاو لوبون اعتقاد داشت که «انبوه خلق» حالت خاصی دارد که با افرادی که آن را تشکیل می‌دهند متفاوت است.

افراد چه وضع زندگانی و چه کاروبار و خلقوخوی و هوششان شبیه بهم باشد و چه نباشد، همین که به انبوهی مبدل شدن، نوعی روح جمعی در آنان پیدا می‌شود. این روح وادرشان می‌کند که طوری فکر و احساس و عمل کنند که با احساس و فکر و عمل فردی آنها فرق دارد (کلاینبرگ، ۱۳۸۶: ۵۱۵).

موضوع زاهدان ریایی یکی از تأمل برانگیزترین موارد همرنگی‌های برخاسته از حس منفعت‌طلبی است. کسب احترام عمومی، عواید خانقاها، دست‌یابی به مناصب دولتی و درباری از جمله منافع زاهدان ریایی بوده است. از سوی دیگر، «جادبه و کشش بخش مهم همانندسازی هستند. این جاذبه و کشش به شخص یا گروهی مربوط می‌شود که فرد خود را با او همانند می‌کند و مایل است عقایدی مشابه او داشته باشد» (ارونسون، ۱۳۹۶: ۶۴).

زهاد ریاکار و همرنگی با آنان را از جنبه «خاصیت جمع و عضو گروه بودن» نیز می‌توان بررسی کرد. در واقع «استغراق شخص در گروه، چنان او را از خود بی‌خود می‌کند که موقتاً از مقتضیات خصوصی خود غافل می‌شود. این فرآیند لزوماً نتیجه تضمیم خود شخص نیست، بلکه اقتضای طبیعت جمع است» (کوئن، ۱۳۷۸: ۳۲۸). تقلید یکی از شایع‌ترین رفتارهای

بشر از ابتدا تا امروز بوده است. یکی از ابزارهای یادگیری ازمنظر روان‌شناسی، یادگیری مشاهده‌ای یا تقلید است. نظریه شناخت اجتماعی به نقش تقلید و مشاهده در یادگیری اهمیت بسیاری می‌دهد. روان‌شناسی اجتماعی درباب تقلید بر هر دو جنبه مثبت و منفی آن تأکید دارد؛ زیرا افراد از طریق تقلید، عقاید و افکار و فرهنگ را می‌آموزند. کلایینبرگ تقلید را بخشی از «تعامل اجتماعی» می‌داند و آن را تابع رفتار فرد در گروه برمی‌شمارد. گابریل تارد، جرم‌شناس و جامعه‌شناس فرانسوی، یکی از کسانی است که در حوزه تقلید در اجتماع تحقیق کرده است. «وی معتقد بود تقلید واقعه اجتماعی اساسی است و قوانینی وجود دارد که طبیعت و اثر تقلید را تشریح و توصیف می‌کند. تحول اجتماعی نیز از این راه ممکن است» (کلایینبرگ، ۱۳۸۶: ۵۰۶). بی‌تردید، تعامل اجتماعی بشر در طول تاریخ از این پدیده متاثر بوده است. درباره تقلید در بین روان‌شناسان اجتماعی عقاید مختلفی وجود دارد. در واقع «فرد عقاید، افکار و عواطف خود و سایر مظاہر تمدن را از دیگران فرامی‌گیرد. بیشتر روان‌شناسان تقلید بجا را یکی از عوامل ترقی افراد جامعه می‌دانند و آن را مروج ابتکار و مکمل آن می‌دانند» (حیدریان، ۱۳۴۷: ۲۵). تقلید در صورتی انجام می‌گیرد که عمل تقلیدشده معنی خاصی برای مقلد داشته باشد و او در خود میل به تقلید را احساس کند. «هرچه فرد بیشتر با الگو همانندسازی کند و هرچه بیشتر تمايل به سازگاری با گروهی خاص داشته باشد، این الگوهای نقش تأثیرگذارتر خواهد بود» (بونر و وانک، ۱۳۹۰: ۱۱۷).

تقلید به‌شکل‌های گوناگونی در جوامع انسانی قابل بررسی است. در هفت‌ورنگ و در دوره موردنظر پژوهش، جنبه‌های مثبت و منفی تقلید به تصویر کشیده شده است؛ برای مثال، در حکایت «آن عجمی که کلمات عربی شنید و دعا پنداشت» (جامی، ۱۳۷۸: ۶۵۶)، با رفتار فردی عجم رویه‌رو می‌شویم که در برخورد با عرب‌هایی که در گفت‌وگو با همدیگر بودند، گفته‌های آنان را دعا پنداشت و از در توبه برآمد. در این نمونه، جامی اخلاص را شرط پذیرش عمل تقلیدی دانسته و از این‌رو آن را مشمول غفران و رضای الهی دانسته است. این در حالی است که در موارد دیگری همچون «قصة كلنگی» که او را چون باز، شکار کردن کبوتر هوس کرد و به‌واسطه این‌هوس از گرفتن کرم‌های آبی بازماند و به شکار کبوتر نرسید، بلکه خود شکاری دیگر شد» (همان، ۱۵۳) و نیز «حکایت زاغی که چندروز در قفای کبکی دوید و از رفتار خود بازمانده به وی نرسید» (همان، ۵۳۷)، با انتقاد از تقلید کورکورانه، آن را آفتی برای

شخصیت فرد دانسته است. علاوهبراین، در مبانی عرفان اسلامی، شرط سلوک «تقلید از مرد راهشناس» است که در هفت‌اورنگ مصاديق بسیاری دارد. از جمله در «سلسله‌الذهب»، در «شارت به تقسیم حیرت محمود و مذموم» (همان، ۲۸۰)، یکی از روش‌های زدودن شک و برگزیدن راه درست در وادی عرفان تقلید از مراد و مقتدا دانسته شده است. این موضوع در حکایت‌های ذیل نیز مصدق دارد: «در بیان آنکه از خود رستن در خدمت پیر صاحب‌تصرف دست دهد» (همان، ۸۹)، و «در پرده‌گشایی از گشادگی دل و بیان آنکه در پهلوی راستان به وی توان رسید» (همان، ۵۷۰)، و «در بیان آنکه دل در پهلوی صاحبدل دل شود» (همان، ۴۹۰)، و «صحبت اول با پیر روش‌ضمیر و رسیدن مرید به دولت علم‌الیقین» (همان، ۴۹۲)، و «صحبت دوم با پیر صاحب‌تمکین و روش‌شدن مرید به نور عین‌الیقین» (همان، ۴۹۴)، و «صحبت سوم با پیر حقیقت‌بین...» (همان، ۴۹۶).

علاوهبراین، جامی، در کنار آموزه‌های تعلیمی و توصیه به پیروی از ارباب علم و ادب و بزرگان عرفان، از محسن متعدد درآمدن به خصال نیکمردان صحبت بهمیان آورده و تلاش درجهت همرنگی با طایفه نیکان را بهترین راهکار برای درآمدن در سلک راستان و نیکان دانسته است؛ برای مثال، در «گر تو را صحبت نیکان باید/ جز به نیکی ره آن نگشاید» (همان، ۶۷۳). نوع دیگری از همرنگی را می‌توان از جنبه «دروني‌کردن» بررسی کرد. درونی‌کردن یک ارزش یا اعتقاد، عمیق‌ترین و پایدارترین پاسخ به نفوذ اجتماعی است و انگیزه درونی‌کردن یک اعتقاد خاص، مبتنی بر این تمایل است که می‌خواهیم رفتار و افکارمان درست و صحیح باشد؛ بنابراین، پاداش برای آن اعتقاد پاداشی درونی است. اگر شخص صاحب‌نفوذ مورد اعتماد ما باشد و فضوتوش را معتر بدانیم، عقیده‌ای را که وی از آن جانبداری می‌کند می‌پذیریم (ارونسون، ۱۳۹۶: ۶۲).

بخش بزرگی از ادب تعلیمی و عرفانی ایرانیان به این مؤلفه روان‌شناسی اجتماعی پرداخته است. پیروی از «پیر» و لزوم تمسک‌جستن به او در عرفان ازمنظر روان‌شناسی اجتماعی با صفت درونی‌کردن یک اعتقاد دربرابر پاسخ به نفوذ اجتماعی تبیین‌پذیر است. همرنگی درونی پذیرش نامیده می‌شود. «پذیرش گاهی پس از پیروی روی می‌دهد. ممکن است چیزی را که در آغاز نسبت به آن تردید داشتیم سرانجام بهطور درونی باور کنیم» (مایرز، ۱/۱۳۹۲: ۲۸۷). در درونی‌کردن، جزء مهم پذیرفتی‌بودن است. تأکید متون عرفانی بر پیروی از پیر و

چون و چرانکردن در این راه، بر پیروی قبل از پذیرش تأکید دارد. مصاديق فراوانی از پیروی مریدان از پیران در هفت‌ورنگ وجود دارد که تبیین آن از طریق درونی کردن میسر می‌شود؛ برای مثال، در «حکایت آن مرید گرمرو که به فرموده پیر پخته‌کار در تنور فروزان نشست» (جامی، ۱۳۷۸: ۵۹۶)، با رفتاری حاکی از متابعت مریدی صادق مواجهیم که از روی صدق و پذیرش کامل به دستور پیر در تنوری که افروخته بود نشست و صداقت او سبب سردشدن آتش بر او شد. قابلیت پذیرش پیر برای مرید در حدی است که گفتار و رفتار او در مرید درونی شده و بی‌هیچ درنگی قابلیت اطاعت‌پذیری دارد. به عبارت دیگر «پس‌از‌اینکه عقیده‌ای در سلک نظام عقیدتی شخص درآمد، از منبع خود مستقل می‌شود و در مقابل تغییر بدستخواب مقاومت می‌کند» (ارونسون، ۱۳۹۶: ۶۲).

۲.۳. پرخاشگری

موضوع دیگری که در روان‌شناسی اجتماعی بسیار بر آن تأکید شده است و در رفتار افراد مورد بررسی قرار می‌گیرد پرخاشگری است.

پرخاشگری یعنی عملی که به آسیب‌رسانی عمدی به دیگران منتهی شود؛ البته، ممکن است این آسیب‌رسانی در انواع شیوه‌ها پیاده شده و حتی متنضم آزارهای روانی نظری تحقیر، توھین و فحاشی نیز شود، اما در هر حال مفهوم آسیب به تعارض رفتارها ارجاع دارد؛ ازین‌رو، خشونت تنها یکی از انواع پرخاشگری بهشمار می‌آید. بهاین لحاظ، خشونت را حاوی مبادرت عمدی در ایجاد آسیبهای جسمانی به دیگران تلقی می‌کنیم (برکویتز، ۱۳۷۲: ۴۲۳).

در برآر منشاً پرخاشگری دیدگاه‌هایی همچون ذاتی‌بودن پرخاشگری، یا نظریه‌های زیست‌شناختی، یادگیری اجتماعی و نظریه‌شناختی وجود دارد که هر کدام به یکی از مواردی که ممکن است منشاً پرخاشگری قلمداد شود اشاره می‌کنند. یکی از قدیم‌ترین نظریات درباره منشاً پرخاشگری نظریه ذاتی‌بودن آن است که فروید و کنراد لورنس^{۱۴} (برنده جایزه صلح نوبل) مطرح کرده‌اند. لورنس معتقد بود که پرخاشگری از غریزه ستیزه‌جویی ناشی می‌شود که از انسان‌های اولیه به بشر امروز به ارت رسیده است، اما:

اگرچه پرخاشگری از تمایلات درونی انسان‌ها ناشی می‌شود، متون علمی-پژوهشی گوناگون در این خصوص حاکی از آن است که این تمایلات در واقع با وجود فرهنگی و اجتماعی زیادی آمیخته و در هم‌تبلیده شده است (بارون و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۳۵).

ناکامی نیز از جمله دلایل اصلی پرخاشگری دانسته شده است. درواقع، «تیروی محرکه پرخاشجویی با ناکامی رابطه مستقیم دارد» (دوچ و کراوس، ۱۳۸۵: ۱۹). از منظر روان‌شناسی اجتماعی، علت اصلی خشونت خود خشونت است. اگر شخص مرتکب عمل پرخاشگرانه‌ای شود، بهخصوص با شدتی فراتر از آنچه قربانی انجام داده است، نیروهای شناختی و انگیزشی با هدف توجیه آن پرخاشگری فعال می‌شوند و افزایش پرخاشگری را امکان‌پذیر می‌سازند (ارونسون، ۱۳۹۶: ۲۸۹). علل مختلف دیگری نیز ذکر شده است؛ از جمله درد، خشم، دمای زیاد، ناکامی از دست یابی به موفقیت، تحریک مستقیم، عوامل شخصیتی، سوگیری اسنادی خصمانه، و بهطور کلی، هر آنچه شخص را در رسیدن به خواسته‌هایش دچار مشکل کند. در این میان، تفاوت‌های فرهنگی و نژادی نیز در شکل‌گیری و نحوه بروز پرخاشگری مؤثر و متفاوت است. در هفت/ورنگ، در قالب حکایات مختلف، با خشم افراد در جایگاه‌های مختلف اجتماعی مواجه می‌شویم. گاه از رفتار توأم با خشم و پرخاشگری حاکمان سخن رفته و گاه از خشم طبقات مختلف مردم نمونه‌هایی ذکر شده است. در جایی، از زبان ابلیس، تسلط بر مردم از راه ناتوانی آنها در مهار خشم ممکن دانسته شده است:

| | |
|---------------------------|-----------------------------|
| که در این دایرة دیرشکست | کی بین طایفه‌هات باشد دست؟ |
| گفت آن روز که از ظلمت خشم | پرده‌شان بسته شود بر دل چشم |
| (جامی، ۱/۱۳۷۸) | |

جامی در «بیان غضب که آتش طبع افروختن است و خرمن دین و دنیا سوختن» (همان، ۳۴۹)، با چندین تمثیل به توصیف غضب و علل آن پرداخته است. نگرش جامی به مقوله خشم، انعکاس باورهای دینی او است و پرخاش و خشم در نظر او تنها در دین و غیرت دین‌داری مجاز است؛ برای مثال: «خشم کز غیرت دین شعله‌کش است/روشنی‌جستن از آن شعله خوش است» (همان، ۶۷۹)، یا «چون برای خدا بود خشمت/ از دویینی جدا بود چشمت» (همان، ۳۵۰). از زبان رسول(ص) در تعریف پهلوانی نیز گفته است: «پهلوان آن بود که گاه نبود/ خشم را زیر پا تواند کرد» (همان، ۳۵۰). جامی بعد از توصیه به پرهیز از غضب با چند حکایت به توضیح خشونت پرداخته است. در داستان «شکایت آن پادشاه از استیلایی صفت غضب بر وی پیش حکیم و معالجه فرمودن حکیم وی را» (همان، ۳۵۱)، با پادشاهی مواجهیم که با وجود برخورداری از فضایل اخلاقی فراوان، از نقیصه خشم و ناتوانی در کنترل آن رنج می‌برد و حکیم او را به صبر

توصیه می‌کند. در توصیه‌های حکیم، بر صاحب‌اختیاربودن و غالب‌بودن شاه و لزوم بخشن تأکید شده است.

نظریه‌های شناختی پرخاشگری بر این باورند که «رفتار پرخاشگرانه تحت‌تأثیر تعامل بعرنجی از عوامل شناختی (طرح‌واره‌ها، ارزیابی رفتار دیگران، خاطرات و تداعی‌های حاصل از نشانه‌های پرخاشگرانه) قرار دارد» (بارون و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۳۹). برانگیختگی شدید نیز ممکن است پرخاشگری را افزایش دهد. در عین حال، تأثیر برانگیختگی بر پرخاشگری به تأثیر متقابل و پیچیده موجود میان هیجان و شناخت بستگی دارد.

شناخت‌ها، برای مثال نوع تفسیر ما از انگیزه‌های نهان در پس رفتار دیگران، می‌تواند به‌شدت بر واکنش هیجانی ما در مقابل دیگران اثر بگذارد. هیجان شدید نیز بر توانایی ما در طرح برنامه‌های حساب شده یا گمانه‌زنی درباره پیامدهای احتمالی رفتار اختلال ایجاد می‌کند. این همان‌چیزی است که در روان‌شناسی به اثر نارسایی شناختی موسوم است (همان، ۴۶۴).

در داستان «ساقی» که در مجلس نوشروان باده بر زمین می‌ریزد و سبب خشم پادشاه می‌شود» (جامعی، ۱/۱۳۸۷: ۳۵۲)، استیلای خشم به‌دلیل برتری موقعیت اجتماعی و به‌تبع آن توانایی در اعمال خشونت بر دیگران و نقش عادت در رفتار شکل گرفته است. عادت به تندخوبی و پرخاشگری یکی از عوامل افزایش وقایع خشونت‌آمیز در اجتماع است. در حقیقت، عادت‌های اخلاقی سبب شکل‌گیری نگرش افراد در طول زندگی می‌شود.

هنگامی که افراد به اعمال پرخاشگرانه روی می‌آورند، این اعمال تمایل آنان را به رفتارهای پرخاشگرانه در آینده افزایش می‌دهد. هنگامی که کسی ما را خشمگین می‌کند، ابراز خصومتمن به او ظاهراً باعث می‌شود که احساس بهتری به ما دست دهد. با این حال، ابراز خصومت احساس خصومت را کاهش نمی‌دهد (ارونسون، ۱۳۹۶: ۲۸۶).

برمبانی حکایات ذکر شده در هفت‌ورنگ، نکته مهمی را باید مذکور شد و آن نقش عوامل اجتماعی در شکل‌گیری رفتار افراد است. در جامعه استبدادی برمبانی حکومت یک شخص بر کل جامعه و اعمال قانون ازسوی او، پرخاشگری و به‌تبع آن پیامدهای احتمالی چنین رفتاری همچون جور و ستم بر زیردستان نیز اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

۳. کشش و جاذبه

یکی دیگر از فاکتورهای مهم در روان‌شناسی اجتماعی مبحث کشش و جاذبه است و اینکه انسان‌ها چه وقت و چگونه جذب اطرافیان خود می‌شوند و چه ویژگی‌هایی در تمایل انسان‌ها به یکدیگر مؤثر است.

به‌طورکلی، در روان‌شناسی اجتماعی این دیدگاه وجود دارد که ما مردمی را دوست داریم که رفتارشان بیشترین پاداش یا کمترین خرج را برای ما داشته باشد؛ مثلاً، افراد زیبا. ما افراد زیبا را بیشتر از افراد عادی دوست داریم. در واقع، زیبایی این افراد خوب‌به‌خود پاداش‌دهنده است (ارونسون، ۱۳۹۶: ۳۸۳).

جامی در داستان یوسف و زلیخا با اشاره به زیبایی چهره یوسف از زبان مردم در بی‌گناهی یوسف چنین آورده است:

| | |
|-----------------------------|------------------------------|
| نکورو می‌کشد از خوی بد، پای | چه خوش گفت آن نکوروی نکوروای |
| که هرکس در جهان نیکوست رویش | بسی بهتر ز روی اوست خویش |
| (جامی، ۱۳۷۸: ۲) | (۱۵۲: ۲) |

از میان عوامل مهمی که در روان‌شناسی اجتماعی دربار میزان علاقه افراد به یکدیگر مطرح شده است، می‌توان به فاکتورهای محبت و دوست‌داشتن، همانندی و شباخت، متضادبودن به‌جای مشابهت، و برخی ویژگی‌های شخصی اشاره کرد که هر کدام در قالب ریزفاکتورهایی قابل بررسی و تحلیل است. در هفت‌ورنگ و در میان داستان‌های برگزیده این پژوهش، معیارهایی همچون زیبایی و ویژگی‌های شخصیتی و فیزیکی افراد و در برخی موارد ویژگی‌های برتر شخصیتی و روحانی افراد در تمایل دیگران به آنها مؤثرند. در داستان «بازخریدن مجنون غزالی را از صیاد» (جامی، ۱۳۷۸: ۲)، با استدلال مجنون دربرابر صیادی رویه‌رو می‌شویم که از غم عیال‌بارگی به صید آهوی دست زده که در چشم مجنون، همچون لیلی، بی‌عیب و پاک و مظهر زیبایی است. داستان با تلاش مجنون برای منصرف‌کردن صیاد از صید آهو با دادن برها ای از گله پدر جهت رفع حاجت صیاد ادامه می‌یابد. در حقیقت، «مردم کسانی را بیشتر دوست دارند که عقاید و علایق مشابهی با آنها دارند، دارای مهارت‌ها، و قابلیت‌های یکسانی هستند، ویژگی‌های پسندیده‌های همچون وفاداری، مستدل‌بودن، صداقت و مهربانی دارند و همچنین به آنها علاقه متقابل دارند» (ارونسون، ۱۳۹۶: ۳۸۲). جامی در این باره گفته است:

فرانک جهانبخش و همکاران هفت‌ورنگ جامی از منظر مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی

| | |
|---|---|
| خودرده باشد غم دل‌افروزی از دل و جان شکار او باشد (جامعی، ۱۳۷۸: ۲۱۶) | هر که در راه عاشقی روزی هرجه همنگ بیار او باشد |
| مفهوم کشش و جاذبه در سنت عرفانی ایران نیز سابقه‌ای طولانی دارد و احادیث متعددی از پیامبر و ائمه در گرایش افراد به همتای خود ضبط شده است. در آیه ۲۶ سوره نور نیز مصدق چنین موردی بیان شده که در «سلسله‌الذهب» هم به آن اشاره شده است: از نبی آنچه حجت است این است «الخیبات للخيثین» است نیست الا به جنس خود مایل هر که بینی زناقش و کامل (جامعی، ۱۳۷۸: ۳۲۴) | |

حکایت «مهمان شدن مجنون شخصی را و هم‌آوازشدن به مرغی که از جفت خویش جدا افتاده بود و ناله و فریاد می‌کرد» (جامعی، ۱۳۷۸: ۳۴۹)، با سرگشتنگی مجنون در بیابان و دعوت مرد اعرابی برای اقامت در منزلش و دعوت به طعام آغاز می‌شود. مجنون نوای حزن‌انگیز مرغی را در حیاط خانه می‌شنود و از سبب آن می‌پرسد. صاحبخانه می‌گوید که جفت مرغ اسیر صیاد شده و فراق یار سبب غم مرغ آوازه‌خوان است. مجنون گویی همدرد خود را یافته باشد، به سراغ مرغ می‌رود و همراه با مرغ زاری می‌کند. جامی در بخش دیگری از یوسف و زلیخا از زبان زنان مصر مقبولیت را صفتی می‌داند که ممکن است هر کسی از آن بهره نداشته باشد:

| | |
|---|---|
| قبول خاطر اندر دست کس نیست که سویش طبع مردم نیست مایل که ریزد خون ز دل‌ها چشم‌ه چشم‌ه (جامعی، ۱۳۷۸: ۲۱۴) | به مقبولی کسی را دسترس نیست بسازی بارخ نیکوش‌مایل بسالویش شیـرین کوشـمه |
|---|---|

۳.۴ پیش‌داوری و تبعیض

روان‌شناسان اجتماعی پیش‌داوری را نگرش منفی به گروهی مشخص براساس اطلاعات ناقص یا نادرست دانسته‌اند. پیش‌داوری بر نتیجه‌گیری افراد تأثیر می‌نهد و این نتیجه‌گیری‌ها احساسات منفی را تشديد و توجیه می‌کند؛ برای مثال، وقتی در یک جامعه متعصب بزرگ شویم، اغلب تعصب‌ها و پیش‌داوری‌ها را بدون خردگیری می‌پذیریم؛ مثلاً، اینکه زنان ساده‌لوح‌اند یا سیاه‌پوستان باهوش نیستند. می‌توان فرض کرد همه ما به‌نحوی پیش‌داوری داریم، خواه علیه یک قوم، یا ملت، یا یک گروه نژادی، و خواه علیه اماکن جغرافیایی بهمنزله

دوفصلنامه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه خوارزمی سال، شماره ۹۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۰۱-۱۲۸

مکان‌هایی برای زیستن یا علیه غذای معین (ارونسون، ۱۳۹۶: ۳۲۴). یکی از موارد پیش‌داوری مربوط به زنان و توانایی‌های آنهاست

پیش‌داوری مبتنی بر جنسیت، که در واقع از پذیرش تصورات قالبی جنسیتی حکایت دارد، مبتنی بر این است که مردان و زنان دارای خصائص و ویژگی‌های عمیقاً متفاوت با یکدیگرند. این در حالی است که در واقع تفاوت‌های جنسیتی کمتر از آن‌چیزی است که تصورات قالبی وانمود می‌کنند (بارون و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۹۹).

پیش‌داوری درباره زنان یکی از تفکرات نهادینه در سنت پیشینیان در اغلب مناطق دنیاست. تفکراتی که طی آن، حتی افسانه‌های آفرینش انسان و خلق زن از پهلوی چپ مرد نیز به چالش کشیده می‌شود:

| | |
|---|--|
| کس از چپ راستی هرگز ندیده بداند هر که بشناسد چپ از راست (جامی، ۱۳۷۸: ۲/۱۳۹) | زن از چپ راست آفریده که از چپ راستی مشکل توان خواست |
|---|--|

«هویت‌های جنسیتی، بهشکلی که در فرهنگ‌های گوناگون به زن و مرد القا می‌شود، کمتر با فطرت و طبیعت و بیشتر با هنجارهای فرهنگی ارتباط دارد و بنابراین به اجتماع‌پذیری و اجتماعی‌شدن ربط پیدا می‌کند» (توکلی، ۱۳۸۲: ۳۷). پیش‌داوری تا حد زیادی بر ادراک و تفسیر ما از جهان و اطرافیان تأثیر می‌گذارد. در ایجاد پیش‌داوری مفاهیمی همچون «تصورات قالبی» و «قالب‌های فکری»^{۱۵} سهم بسزایی دارد. قالب فکری «اسناد خصوصیات یکسان به همه افراد یک گروه بدون درنظر گرفتن تفاوت‌های واقعی میان آنهاست» (ارونسون، ۱۳۹۶: ۳۲۵). در هفت‌اورنگ در «وصیت کدخدايان که از فرمانبرداری زنان بپرهیزند» می‌توان قالب‌های فکری جوامع سنتی را (که در آن زنان جنس دوم تلقی می‌شند و بهمین دلیل همرتبه با نفس و شیطان بهشمار می‌آمدند) بهخوبی مشاهده کرد؛ از این‌رو، توصیه به پرهیز از هم‌صحبتی با آنان یکی از مضمون‌های مکرر متون کلاسیک فارسی است:

| | |
|--|--|
| تعلق به زن دستوپا بستن است کسی را که بند است بر دستوپای چه امکان که آسان بجنبد ز جای... که این بار بیهوده بر خود نهد به کار جهان خردبینی کنند... گرفت افعی‌ای ز افعی‌ای زهر و ام (جامی، ۱۳۷۸: ۲/۴۸۱) | تجرد از آن بند وارستان است خرد نام آن کس نه بخرد نهد دو زن چون به هم همنشینی کنند زن از زن چو در مشورت یافت کام |
|--|--|

فرانک جهانبخش و همکاران

هفت‌ورنگ جامی از منظر مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی

«جنسیت نظامی از عادات اجتماعی در سطح فردی و روابط اجتماعی است که مردم را به گونه‌ای متفاوت شکل می‌دهد و روابط نابرابر را سازماندهی می‌کند» (سفیری و ایمانیان، ۱۳۸۸: ۶۳). این تلقی از وجود زنان، در قالب‌های فکری جوامع مردسالار ریشه دارد که طی آن زن و مشورت‌خواهی از او مساوی با تباہی است. در توضیح منشأ و سرچشممه‌های پیش‌داوری، گاه از نظریه «مقوله‌بندی اجتماعی» استفاده می‌شود. این نظریه مبتنی بر این واقعیت است که مردم به‌طور کلی جهان اجتماعی را به دو مقوله جدا از یکدیگر «ما» و «آنها» تقسیم می‌کنند. آنها اشخاص را از این‌زاویه می‌نگرند که یا در گروه خودی قرار می‌گیرند یا در گروه دیگران. چنین تمایز‌گذاری‌ای ابعاد گوناگونی دارد که ابعاد نژادی، مذهبی، جنسیتی، سنی و... تنها تعداد اندکی از آنها به‌شمار می‌رود (بارون و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۶۶).

جامی در حکایت «پرویز و مرد ماهیگیر» و بخشیدن پاداشی گزاف به او و مانع شدن شیرین از بخشش بسیار و زیرکی مرد ماهیگیر در پاسخ به سؤالات خسروپرویز و مجبر شدن خسرو به دوپراپر کردن صله او می‌گوید:

| | |
|-------------------------------|------------------------------|
| منادی کنند این سخن در جهان | از آن بس بگفتا که کارآگهان |
| زیان بر زیان و خلل بر خلل... | که باشد به فرموده زن عمل |
| بزن جام بر سنگ و پیمانه ده... | بیا ساقی و جام مردانه ده |
| که مأمور زن کمتر از زن بودا! | که بر بخرد این نکته روشن بود |

(جامی، ۱۳۷۸: ۲/۴۸۴)

در این داستان، چون نتیجه موافق میل خسرو نبود، بربمنای قالب‌های فکری از پیش تعیین شده دچار پیش‌داوری و درنتیجه «سوگیری خدمت به خود»^{۱۶} می‌شود؛ یعنی «سبت‌دادن موفقیت خود، به توانایی و تلاش شخصی و شکست به شانس و عوامل بیرونی» (مایرز، ۱۳۹۲: ۱/۱۱)، در نتیجه زن و نصیحت‌پذیری از او را کاری خوارکننده می‌داند و شأن چنین فردی را حتی کمتر از خود زن برآورد می‌کند. خسروپرویز خود را بازنشده این داستان می‌داند و از این‌رو علت اصلی و مسبب چنین اتفاقی را بیرون از خویشتن و در مشورت با زن و همسر خویش می‌داند و نه تصمیم شخصی خود. در غالب موارد، نگرش منفی هسته اصلی پیش‌داوری را شکل می‌دهد. «سیمون دوبوار می‌گوید این طبیعت نیست که محدودیت نقش‌های زنان را موجب شده، بلکه این نقش‌ها زایدۀ مجموعه‌ای از پیش‌داوری‌ها، سنت‌ها

دوفصلنامه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه خوارزمی
سال ۲۹، شماره ۹۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۰۱-۱۲۸

و قوانین ممکن بوده است» (آندره، ۱۳۷۲: ۱۱۵). در هفت‌ورنگ، دربرابر چنین زنی، زنی آرمانی توصیف شده که جز در خیال وجود ندارد:

| | |
|----------------------------|--------------------------------|
| مکن زن و گر زن کنی زینهار | زنی کن بری از همه عیب و عار... |
| جمال وی از چشم بیگانه دور | زنزدیکی آشنايان نفور... |
| چنین زن نیابی بهجز در خیال | و گر زانکه یابی بهفرض محال |
| غنیمت شمر دامن پاک او | که از خون صد مرد به خاک او |
| ولی آن چنان هم زبونش مشو | که داری به فرمان او دل گرو |

(جامی، ۱۳۷۸: ۴۸۱)

درواقع، «نظام جنسیت در فرآیندها، عادتها، تصاویر ایدئولوژی و توزیع قدرت در اشار گوناگون زندگی اجتماعی حضور دارد و شامل دو نوع فرآیند ایجاد تمایزها و تابابری ناشی از این تمایزهاست» (سفیری و ایمانیان، ۱۳۸۸: ۱۹۹). در حکایت «آن زن که در دیار مصر سی سال در مقام حیرت بر یک جای بماند» نیز با زنی روبه رو هستیم که برخلاف پیش‌داوری‌های ناشی از تفکر قالبی زمانه شاعر، در عرفان به مقام والای دست یافته است، اما در مقام تعریف و تمجید نیز توصیف جامی از او چنین است که او را از صد «مرد» برتر دانسته است:

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| زن مگویش که در کشاکش درد | یکسر موی او به از صد مرد |
|--------------------------|--------------------------|

(جامی، ۱۳۷۸: ۲۸۰)

تصورات قالبی در ذهن شاعر، که برگرفته از محیط اجتماعی است، چنان در ذهن جامی حک شده که او ناخودآگاه در پرداخت شخصیت زنان صاحب‌فضل نیز برتری مردان را از یاد نمی‌برد. باید گفت «از رش‌ها و هنجارهای گروه مرجع یک فرد، مهمترین تکیه‌گاه او را در شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی‌اش تشکیل می‌دهد» (صدقیق‌سروستانی و همکاران، ۱۳۸۱: ۱۵۳). نوع دیگری از پیش‌داوری در هفت‌ورنگ به طبقه اجتماعی یا نژادی افراد مربوط است. به عبارت دیگر، گاهی پیش‌داوری از تفاوت‌های موجود در جایگاه اجتماعی و تمایل افراد به توجیه و حفظ این تفاوت‌ها ناشی می‌شود. نگاه طبقاتی به افراد در بسیاری از فرهنگ‌ها نمود یافته است و نگاه منفی به طبقه یادشده مبنای قضاوت و تصمیم افراد در طول زندگی می‌شود. پدیدهٔ پیش‌داوری یا حکم پیش‌ساختهٔ منفی، در گروه‌هایی پدیدار می‌شود که از جهات بسیاری همانند نیستند. پیش‌داوری را می‌توان وسیله‌ای دانست که به غرض منتهی می‌شود؛

یعنی ممکن است معلول انگیزه‌های اقتصادی و لزوم یافتن مقصري ساختگی یا وسیله‌ای برای بالابردن قدر و منزلت شخص باشد (کلاینبرگ، ۱۳۸۶: ۶۱۹). در مثنوی لیلی و مجنون ماجراهی آگاهشدن پدر مجنون از دلبستگی پسرش به دختری از طایفه‌ای دیگر با نصیحت پسر و منع کردن او از ادامه این راه همراه است:

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| مشعوفاشدن به هر کنیزی | در مذهب عقل نیست چیزی |
| حضرای دمن وی از نژندی | تو خضروشی به سربلندی |
| حضرای دمن چه جای خضر است | عالم همه خاک پای خضر است |

(جامی، ۲۶۵: ۲/۱۳۷۸)

واژه‌هایی از قبیل «حس»، «کنیز»، «زاغ»... در این شعر، اوج نگاه دیگرگونه و طبقاتی پدر مجنون را به دلداده پسر بیان می‌کند. نگاهی که برگرفته از هنجرهای پذیرفته شده جامعه‌ای است که مناسبات از پیش تعیین شده آن را بر هر نوع نگاه دیگری سد می‌کند، تا جایی که هرگونه تخطی از آن با تعصب و پیش‌داوری و انکار مواجه می‌شود. در چنین دیدگاهی، طایفه‌ مقابل ارزش و اعتبار کمتری دارد؛ از این‌رو، تبعیض و ارجاع صفات ناپستد به آن، نه تنها بد نیست، بلکه به‌گونه‌ای ارزش هم حساب می‌شود.

۳.۵. ارتباط‌جمعی و متقداعدسازی

اقناع یا متقداعدسازی را تغییر گرایش بر مبنای دریافت اطلاعات جدید دانسته‌اند. «همچنین، به معنی تحت تأثیر قراردادن واکنش‌ها و نگرش‌های افراد در رابطه با موضوعات خاص است» (برکویتز، ۱۳۷۲: ۲۶۶). درباره اینکه چگونه و چه زمانی می‌توان افراد را متقداعد ساخت، در روان‌شناسی اجتماعی موارد متفاوتی ذکر شده است که می‌توان از ماهیت پیام، منبع ارتباط، ترتیب عرضه مطالب و ویژگی‌های مخاطبان نام برد؛ برای مثال، اینکه چه کسی منتقل‌کننده پیام است و از چه جایگاهی برخوردار است و مخاطب تا چه حد به او اعتماد دارد؛ همچنین، نوع انتقال پیام، توصل به هیجان یا گفت‌وگوی منطقی، استدلال کردن برای متقداعد کردن مخاطب، زمان بیان پیام و نحوه عرضه آن و نیز ویژگی مخاطب و زودبایور یا دیربایور بودن او در متقداعدسازی تأثیر بسزایی دارد.

در هفتاورنگ، که باورهای عرفانی و آموزه‌های اخلاقی عصر شاعر را نمایان می‌کند، حکایات و تبادل ارتباط بین شخصیت‌ها عرصه وسیعی از پیام‌های عرفانی است که جامی به مخاطبان خود عرضه کرده است. این اقناع و متقداعدسازی گاه از زبان شاعری برای زدودن

دوفصلنامه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه خوارزمی سال ۲۹، شماره ۹۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۰۱-۱۲۸

غم مخدوم خود «در حکایت بریدن زلف ایاز توسط سلطان محمود» (جامی، ۱/۱۳۷۸: ۳۷۳) و آوردن حسن تعلیل‌های ادبی است و گاه آه «پیروزی ریسندۀ دوک» که بر دل وزیری غافل مؤثر واقع می‌شود؛ «حکایت آن فرورفته به چاه جاه» (جامی، ۱/۱۳۷۸: ۵۹۹) و گاه فصول مختلف کتاب به توصیف هنجارهای مختلف اجتماع اختصاص می‌یابد. به طور کلی، ارتباط جمعی بین افراد در اجتماع و طبقات مختلف از طریق تبادل اطلاعات و ردوبدل پیام‌هایی صورت می‌گیرد که گاه بر رعایت هنجارهای اجتماع تأکید می‌کند و گاه حاوی پیامی است که بر نگرش‌ها و ارزش‌های فردی و اجتماعی افراد تأثیر می‌گذارد. به تعبیر دیگر: «ما دنیا اجتماعی‌مان را از دریچه عینک باورها، نگرش‌ها و ارزش‌هایمان می‌بینیم» (مایزرس، ۱/۱۳۹۲: ۱۳۳). نمونه‌ای از متقاعدسازی در قالب تمثیل را می‌توان در گفت‌وگوی روباهی با مادر خود مشاهده کرد، آنجا که از مادر می‌خواهد روشی به او بیاموزد که از مکر سگان ده در امان باشد:

گفت از آن بازی‌ای نبینم به که تو در دشت باشی، او در ده
چشم وی بر تو، چشم تو در وی
نفتند، ورنه افتتد در پی
پوشتنیت ز پشت، پوست ز سر
بکشد گرنه حق شود یاور

(جامی، ۱/۱۳۷۸: ۱۶۱)

متقاعدسازی به فرآیند تغییر نگرش اطلاق می‌شود. اولین مدل توصیفی مستدل و مجاب‌کننده درخصوص متقاعدسازی بر فرآیندهای شناختی متمرکز است که در پس‌زمینه تغییر نگرش قرار دارد. فرآیندهایی شامل پردازش نظاممند محتوای پیام و همچنین فرآیند استفاده از قواعد ساده رهنمودی درخصوص نشانه‌هایی در پیام و یا در حول و حوش دریافت‌کنندگان پیام، بهویژه هنگامی که توانایی یا انگیزه کمی برای نگاهی نزدیکتر و توجهی دقیق به پیام دارند، تمایل خاصی برای به کارگیری قواعد آسان‌ساز رهنمودی از خود نشان می‌دهند (بارون و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۴۷).

حکایت «شکایت آن پادشاه از استیلای صفت غضب بر وی پیش حکیم و معالجه‌فرمودن حکیم وی را» (جامی، ۱/۱۳۷۸: ۳۵۰) را نیز می‌توان، علاوه‌بر مقوله پرخاشگری، از منظر متقاعدسازی نیز بررسی کرد. کلام منطقی حکیم و نحوه استدلال او یکی از عوامل متقاعدشدن پادشاه بود. بیش از ۳۰۰ سال پیش از میلاد مسیح، ارسسطو نخستین روان‌شناس اجتماعی جهان چنین نگاشت: ما گفتار نیکمردان را کامل‌تر و آسان‌تر از دیگران باور می‌کنیم. این امر، صرف‌نظر

از اینکه مطلب چه باشد، عموماً صحت دارد و هرگاه اطمینان کامل، غیرممکن و عقاید مختلف باشد، این امر قطعاً صادق است (ارونسون، ۱۳۹۶: ۱۰۱).

در «علم معانی» نیز، که بر چگونگی و نحوه ادای کلام دربرابر انواع مخاطب تأکید می‌شود، تا کلام علاوه بر رسانندگی قدرت اقناع نیز داشته باشد، تا حدودی با این مؤلفه روان‌شناسی اجتماعی مشابهت‌هایی وجود دارد. در حکایت معروف «بریدن زلف ایاز توسط سلطان محمود» (جامعی، ۱/۱۳۷۸) و پیشمانی او از این کار نیز باز قدرت کلام عنصری و حسن تعلیل او در خرم‌نمودن دل سلطان، اوج قدرت کلام نافذ را در نهادن تأثیری متفاوت شاهدیم. نحوه بیان پیام نقش مهمی در تعیین تأثیر آن دارد. توسل به حرکه‌ای هیجانی، ارائه استدلال، یادآوری تجربه پیشین، ویژگی شخصیتی مخاطب، و میزان برخورداری او از عزت نفس و... از عوامل مهم در شدت تأثیرگذاری هستند. در داستان «نوشیروان و ساقی» که لباس او را به باده آلود» (جامعی، ۱/۱۳۷۸: ۳۵۲)، پس از آنکه انوشیروان قصد مجازات ساقی را کرد و سپس، در اثر رفتار و گفتار او، از مجازات منصرف شد، باید به نکته مهمی درباره اقناع توجه کرد و آن اینکه مقاعده‌سازی با جنبه‌های اساسی شناخت اجتماعی رابطه تنگاتنگی دارد:

اقناع شکلی از نفوذ اجتماعی است. نوع برخورد دریافت‌کننده پیام از مهمترین عوامل در فرآیند اقناع/مقاعده‌سازی بهشمار می‌رود. آیا دریافت‌کننده پیام قادر است و می‌خواهد تلاش کند تا با دقت و درستی با اطلاعات محتوای پیام مواجه شود؟ از آنجاکه دریافت‌کننده پیام در ارزیابی پیام شرکت فعال دارد، میزان تأثیر اقناع در چنین مواردی مستگی به آن دارد که دریافت‌کننده پیام در مورد محتوای آن چه فکر می‌کند (بارون و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۳۶).
مثال دیگر، حکایت ظلم حاجاج است که چون به غایت رسید و قصد کرد سر مخالفان را از زیر تیغ تیز عداوت خود بگذراند، تیزبانی یکی از آنها و حجت سنجدیده گفتن او، سبب انصراف حاجاج شد (جامعی، ۱/۱۳۷۸: ۵۷۶). نمونه‌های دیگری از مقاعده‌سازی نیز می‌توان در در هفت‌ورنگ یافت: «حکایت بیوهزنی از نسا و سلطان محمود» (همان، ۳۳۷)، «مقاله شاعر مادح با خواجه ممدوح» (همان، ۳۷۶)، «حکایت آن حکیم دریادل که غریقی را به کمند نصیحت از گردد آب اندوه بیرون آورد» (همان، ۶۱۶)، و «معالجه کردن بوعلی سینا آن صاحب مالیخولیا را» (همان، ۳۶۹).

نتیجه‌گیری

مطالعه هفت/ورنگ جامی از منظر مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی نشان داد که چند مؤلفه روان‌شناسی اجتماعی در آن پررنگ‌تر از مؤلفه‌های دیگر است: کشش و جاذبه، همنگی، پیش‌داوری، پوششگری، ارتباط جمعی، و متقاعدسازی. در ارزیابی کلی هفت/ورنگ چند نکته مهم در خور ذکر است: اول، نقش گروه و طبقه اجتماعی در شکل‌گیری رفتار افراد؛ دوم، نقش باورها و قالب‌های فکری و گرایش‌های عمومی در شکل‌گیری رفتار؛ سوم، نقش فرهنگ و رسوم جامعه بر شکل‌گیری رفتار، نحوه ظهور مؤلفه‌های مشخص شده نیز به فراخور موقعیت و کشش داستانی و در فحوای مضامین داستانی متفاوت است. مؤلفه‌های روان‌شناسی اجتماعی در هفت/ورنگ تا حدود زیادی با تفکرات سنتی جامی، آموزه‌های اخلاقی، هنجارهای اجتماع، قالب‌های فکری، فرهنگ حاکم بر جامعه و نگاه او به جهان اطرافش مناسب است. در مؤلفه همنگی، نگاه جامی به همنگی در حوزه درونی کردن و متابعت و همانندی تا حدود زیادی بر مفاهیم مطرح در روان‌شناسی اجتماعی منطبق است. پیش‌داوری‌ها در هفت/ورنگ بیشتر بر نظریه «مفهوم‌بندی اجتماعی» و فرآیند تفکیک افراد به مقوله‌های «ما» و «آنها» و نیز نظریه «یادگیری اجتماعی» استوار است. تقسیم جهان به مردانه و زنانه و تمایز افراد این دو گروه با زدن برچسب به آنها و نیز تکرار این تفکر به صورت آموزه‌های اخلاقی نمونه‌ای از این موارد است.

در مقوله کشش و جاذبه شباهت و همانندی و زیبایی چهره و ویژگی‌های فردی، در جذب و ایجاد ارتباط مؤثر اشخاص با یکدیگر از اولویت برخوردار است. در مؤلفه همنگی، با سه نوع پاسخ به نفوذ اجتماعی مواجهیم: همانندسازی، متابعت، و درونی کردن. می‌توان مناسبات اجتماعی و ارتباط جمعی با دیگران و نقش مصلحت‌اندیشی و سودای سود و زیان، متابعت از مراجع قدرت و حکام، و تأثیر جبر حاکم بر رفتار متابعت‌کننده را از مهم‌ترین دلایل افراد برای تمایل به همنگی و ملبس‌شدن به لباس دیگران دانست. بسامد متابعت در هفت/ورنگ با توجه به ساختار اجتماعی، برمبنای اعمال نفوذ حاکمان و مراجع قدرت در متابعت زیرستان در خور توجه است. درونی کردن یکی از مهم‌ترین پاسخ‌های موجود در هفت/ورنگ به نفوذ اجتماعی است. مبنای آموزه‌های عرفانی جامی در این کتاب را می‌توان با مؤلفه درونی کردن تشریح کرد. برتری در موقعیت اجتماعی و به تبع آن توانایی در اعمال

خشنوت بر دیگران و نقش عادت در رفتار از عوامل مهم پرخاشگری است. نگرش جامی در مقولهٔ خشم، انعکاسی از باورهای دینی او است. در حوزهٔ متقاعدسازی و ارتباط جمعی، بسامد تبادل اطلاعات و روابط افراد در گروههای مختلف اجتماع و طبقات مختلف گاه بر رعایت هنجارهای اجتماع تأکید می‌کند و گاه حاوی پیامی است که بر نگرش‌ها و ارزش‌های فردی و اجتماعی افراد تأثیر می‌گذارد. در این بخش، نقش کلام مؤثر و نحوهٔ ارائه آن در نفوذ بر مخاطب از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

پی‌نوشت

1. Psychology
2. Social Psychology
3. Aronson, Elliot
4. Robert A. Baron
5. Klineberg, Otto
6. Tripplett
7. Tard
8. LeBon
9. Kurt Lewin
10. E.A. Ross
11. George Herbert Mead
12. Conformity
13. Aggression
14. Konrad Lorenz, 1974
15. Stereotypes
16. Self-serving bias

منابع

- آندره، میشل (۱۳۷۲) جنبش اجتماعی زنان. ترجمهٔ هما زنجانی‌زاده. تهران: نیکا.
- ارونسون، الیوت (۱۳۹۶) روان‌شناسی اجتماعی. ترجمهٔ حسین شکرکن. چاپ دوازدهم. تهران: رشد.
- استوتزل، ژان (۱۳۷۴) روان‌شناسی اجتماعی. ترجمهٔ علی محمد کاردان. تهران: دانشگاه تهران.
- بارون، رابرت؛ دان برن، و بلرتی جانسون (۱۳۸۹) روان‌شناسی اجتماعی. ترجمهٔ علی تحصیلی. تهران: کتاب آمه.
- بارون، رابرت؛ دان برن، و نایلا برنسکامپ (۱۳۹۶) روان‌شناسی اجتماعی. ترجمهٔ یوسف کریمی. تهران: روان.
- برکویتز، لئوناردو (۱۳۷۲) روان‌شناسی اجتماعی. ترجمهٔ محمدحسین فرجاد و عباس محمدی‌اصل. تهران: اساطیر.
- بونر، جرد، و مایکل وانک (۱۳۹۰) نگرش و تغییر نگرش. ترجمهٔ جواد طهوریان. تهران: رشد.

- دوفصلنامه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه خوارزمی ۱۴۰۰، شماره ۹۱، پاییز و زمستان، صص ۱۰۱-۱۲۸ سال ۲۹.
- توكلی، نیره (۱۳۸۲) «فرهنگ و هویت جنسی با نگاهی بر ادبیات ایران». *نامه انسان‌شناسی*. شماره ۳، ۳۱-۷۰.
- جامی، عبدالرحمن (۱۳۷۸) *مثنوی هفت‌اورنگ. تحقیق و تصحیح جابلقا دادعلیشا و همکاران*. تهران: مرکز مطالعات ایرانی.
- حیدریان، محمود (۱۳۴۷) *مبانی روان‌شناسی اجتماعی*. تهران: بابک.
- دوچ، مورتون، و روپرت. م. کراوس (۱۳۸۵) *نظریه‌ها در روان‌شناسی اجتماعی*. ترجمه مرتضی کتبی. چاپ دوم. تهران: دانشگاه تهران.
- سالاری‌فر، محمدرضا و همکاران (۱۳۹۶) *روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی*. تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- سفیری، خدیجه، و سارا ایمانیان (۱۳۸۸) *جامعه‌شناسی جنسیت*. تهران: جامعه‌شناسان.
- صدیق‌سرورستانی، رحمت‌الله، و سیدرضا هاشمی (۱۳۸۱) «گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی با تأکید بر نظریه‌های مرتن و فستیننگر». *نامه علوم اجتماعی*. شماره ۲۰، ۱۴۹-۱۶۷.
- طلوعی، علی (۱۳۹۷) *جامعه‌شناسی عشق*. تهران: جامعه‌شناسان.
- فروم، اریک (۱۳۶۳) *گربز از آزادی*. ترجمه داوود حسینی. تهران: گلشایی.
- کریمی، یوسف (۱۳۹۹) *روان‌شناسی اجتماعی*. چاپ سی و نهم. تهران: ارسپاران.
- کلاین‌برگ، اتو (۱۳۸۶) *روان‌شناسی اجتماعی*. ترجمه علی محمد کاردان. چاپ یاردهم. تهران: علمی و فرهنگی.
- کوئن، بروس (۱۳۸۷) *مبانی جامعه‌شناسی*. ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل. تهران: سمت.
- گلاور، جان ای، و راجر اچ برونینگ (۱۳۸۵) *روان‌شناسی تربیتی*. ترجمه علینقی خرازی. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- مایرز، دیوید (۱۳۹۲) *روان‌شناسی اجتماعی*. ترجمه حمید شمسی‌پور. تهران: ارجمند.
- ولک، رنه، و آستن وارن (۱۳۸۲) *نظریه ادبیات*. ترجمه ضیاء موحد و پرویز مهاجر. چاپ دوم. تهران: علمی و فرهنگی.
- هام، مگی (۱۳۸۲) *فرهنگ نظریه فمینیستی*. ترجمه فیروزه مهاجر، نوشین احمدی‌خراسانی، و فرج قره‌دادغی. تهران: توسعه.