

اطاعت پذیری در نیروهای مسلح

محمد حسین الیاسی

مقدمه

در جوامع انسانی همه کم و بیش درصددند تا برای وصول به اهداف خویش دیگران را تحت تأثیر قرار داده و آنان را مستعد پذیرش خواسته ها، امیال و دستورات خویش سازند. در نیروهای نظامی و انتظامی عمومیت فرایند تأثیرگذاری و نفوذ، بیش از هر جای دیگری است و اصولاً «دیسپلین» و ماهیت سلسله مراتبی این نیروها ایجاب می کند تا طرق «نفوذ» به ویژه روشهای «اطاعت پذیری و فرمانبرداری»، به منظور استفاده از اثر بخشترین روش یا روشها و جلوگیری از روشهای محل نظم و انضباط، مورد بررسی و کاوش دقیق قرار گیرند. مقاله حاضر، که با بهره گیری از مآخذ معتبر فارسی و انگلیسی تهیه شده است، و تلاشی است در این راستا. امید است مورد توجه افراد ذی نفع نظامی و دیگر افراد نیازمند به چگونگی «تأثیرگذاری» قرار گیرد.

اطاعت پذیری

اطاعت^۱ چیست و چه فرایندی دارد؟ آیا روشهایی وجود دارد که با توسل بدانها بتوان میزان اطاعت پذیری را افزایش و کاهش داد؟ آیا می توان همه را وادار به اطاعت نمود و یا در این مورد تفاوتی فردی وجود دارد؟ چه تفاوتی بین «اطاعت مخرب»^۲ و اطاعت غیر مخرب وجود دارد؟ همه ما ممکن است کم و بیش با پرسشهای طرح شده مواجه شده و در پی یافتن پاسخ آنها بر آمده باشیم. در این مقاله تلاش می شود تا به آن پرسشها و پرسشهای مشابه پاسخ داده شود. اما پیش از بررسی جریان اطاعت و اطاعت پذیری لازم است «نفوذ اجتماعی»^۳ را- که اطاعت نیز در زیر مجموعه آن قرار دارد- به طور اجمال مورد بررسی و امعان نظر قرار دهیم.

1- Obedience

2- Destructive Obedience

3- Social Influence

نفوذ اجتماعی عبارت است از به کارگیری روشهایی خاص به منظور تأثیر گذاشتن بر افراد و گروه‌ها برای تغییر در ارزشها، باورها، نگرشها و رفتار آنان.^۴ نفوذ اجتماعی دارای انواع به شرح زیر است:

۱- تغییر نگرشها^۵،

۲- هم‌رنگی^۶،

۳- متابعت^۷،

۴- اطاعت.

تغییر نگرشها

گرچه هر یک از ما ممکن است باور خاصی در مورد نگرش داشته باشیم و آن را با سیاق خود تعریف نمائیم ولی روان‌شناسان اجتماعی^۸ از نیم قرن پیش کوشیده‌اند تا نگرش را به صورت علمی و عملی تعریف کنند. آنها نگرش را «تمایل برای واکنش منفی یا مثبت نسبت به یک شیء؛ رویداد، شخص و یا موضوع خاص» می‌دانند. «گوردن آلپورت» نیز نگرش را آمادگی و حاضر شدن برای واکنش می‌داند و معتقد است که نگرش رفتار نیست. بلکه مقدمه رفتار است. گرچه نگرش، فرد را برای عملی آماده می‌کند ولی لزومی ندارد که فرد نسبت به نگرش خویش آگاه باشد چون مردم اغلب از وجود نگرشهای خود آگاه نیستند. اما نگرشها، خواه فرد از وجود آنها آگاه باشد و خواه آگاه نباشد، حاصل تجارب و ادراکات قبلی هستند.

روان‌شناسان اجتماعی در پژوهشهای خود دریافته‌اند که هر نگرشی دارای سه بعد عاطفی^۹، شناختی^{۱۰} و رفتاری^{۱۱} است. ^{۱۲} بعد عاطفی بر احساسات، حالات ذهنی و واکنشهای انفعالی دلالت دارد. بعد شناختی اشاره به باورها و اعتقاداتی دارد که در نگرش ابزار می‌گردند و نهایتاً بعد رفتاری به فرایندها و اعمال بدنی و روانی اشاره می‌کند که فرد ممکن است به شیوه‌های مختلفی مبادرت به انجام آنها نماید.

4- Myers D.(1990), Social Psychology, Third Ed.

5- Attitudes Changing

6- Conformity

7- Compliance

8- Social Psychologists

9- Affective

10- Cognitive

11- Behavioral

12- Albrecht s.etal (1983), Social Psychoiogy, F: Fth Ed.

در تغییر نگرشها تلاش بر آن است تا شیوه ادراک^{۱۳} فرد از پدیده ها و امور تغییر کند تا در پی آن، در صورت لزوم، رفتار او دچار تغییر گردد.

تا کنون رویکردهای^{۱۴} چندی برای تغییر نگرشها ارائه شده اند که اهم آنها عبارتند از: رویکرد یادگیری^{۱۵}، رویکرد قضاوت اجتماعی^{۱۶} و ناهماهنگی شناختی^{۱۷} و رویکرد کارکردی^{۱۸}. چون توضیح این رویکردها مجال دیگری را می طلبد لذا در ذیل به صورت اجمالی به یافته های تعدادی از روان شناسان اجتماعی دانشگاه یل^{۱۹} آمریکا بسنده می شود.

روان شناسان اجتماعی دانشگاه یل در تحقیقات گسترده ای که پیرامون تغییر نگرشها انجام دادند به نتایجی بدین شرح دست یافتند: ۱- افراد متخصص بیش از سایر افراد قادرند نگرشهای دیگران را تغییر دهند.^{۲۰} ۲- مردم زمانی که احساس کنند دیگران درصدد «دستکاری» و تغییر نگرشهای آنانند کمتر نگرشهای خود را تغییر می دهند. ۳- افراد دارای «عزت نفس» کم، کمتر از افراد دارای عزت نفس زیاد در برابر تلاش دیگران برای تغییر نگرش آنان، مقاومت می کنند.^{۲۱} ۴- افراد دارای جذابیت بدنی^{۲۲} بیش از دیگران قادرند نگرشهای مردم را تغییر دهند. چون مردم آنان را دوست دارند لذا پیامشان را نیز می پذیرند. ۵- مردم زمانی که توجه دقیقی ندارند بیش از زمانی که کاملاً توجه دارند حداقل زمانی که محتوای پیام تغییر دهنده نگرش ساده است- مستعد تغییر نگرشند. ۶- هنگامی که عقیده مخاطب با عقیده فرد تغییر دهنده نگرش، مغایر است برای تغییر دادن نگرش پیام دو جانبه مؤثرتر از پیام یک جانبه است. ۷- افرادی که سریعتر

13- Perception

14- Approach

15- Learning Approach

16- Social Judgement

17- Cognitive Dissonance

18- Functional

19- Yale

...20- Havland C. I. And weiss W. (1952), The influence of source

21- Baron and Byrone (1987), Social Psychology, Prentice- Hall

22- Physical Attractive

صحبت می کنند بیش از سایر اراد قادرند نگرشهای دیگران را تغییر دهند.
 ۸- با پیام موجد ترس بیشتر می توان نگرشهای دیگران را تغییر داد.
 گر چه برخی محققان دیگر بر یافته های دانشگاه یل صحه گذاشته اند اما عده ای نیز یافته هایی مغایر برخی از یافته های دانشگاه یل ارائه اموده اند. مثلاً بامستر^{۲۳} و کاوینگتون^{۲۴} (۱۹۸۵) دریافتند که افراد دارای عزت نفس زیاد نیز همانند افراد دارای عزت نفس کم نگرشهای خود را بر اثر پیامهای تغییر دهنده نگرش، تغییر می دهند اما اعتراف به آن را نوعی ساده

لوحی و فقدان ثبات شخصی تلقی می کنند. این افراد گاهی در برابر پیام فرد تغییر دهنده نگرش به جای این که اعتراف کنند: «بلی! حق با شما است عقیده من غلط است و نظر شما را می پذیرم و نگرش خودم را تغییر می دهم» ممکن است بگویند: «بلی، حق با شما است ولی من خودم قبل از آنکه شما بگوئید همان نظر را داشتم!».

همرنگی

یکی دیگر از شاخصهای بارز نفوذ اجتماعی همرنگی است. همرنگی عبارت است از تغییر در رفتار با عقاید شخصی در نتیجه اعمال فشار واقعی یا خیالی از طرف فرد یا گروهی از مردم.^{۲۵} یا، همرنگی عبارت است از تسلیم شدن به فشارهای گروهی، وقتی که تقاضای مستقیمی از سوی گروه در مورد همرنگ شدن فرد یا گروه نشده باشد.^{۲۶} در همرنگی به طور مستقیم به فرد «دستور» داده نمی شود که خود را با گروه همنا کند و همانند آنان بیاندیشد و یا قضاوت کند.

23- Baumister

24- Covington

25- Baron and Byrone (1978) Social Psychology

آیا همه افراد با دیگران هم‌رنگی می‌کنند؟

در سال ۱۹۴۶ سولومن اش^{۲۷} برای پاسخگویی به این سؤال مبادرت به انجام آزمایشی کرد. آزمایش وی از این قرار بود: آزمودنی^{۲۸} به همراه ۷ تا ۱۲ نفر از دستیاران آزمایشگر به گونه‌ای پشت میزی می‌نشست^{۲۹} که همواره جای وی یک نفر مانده به آخر بود و سپس آزمایشگر سه خط همود را در اندازه‌های متفاوت به ترتیب به آنان نشان می‌داد و از آنان می‌خواست تا بگویند که کدامیک از این سه خط با خط ملاک- که در تصویر دیگری نشان داده‌مشد- برابر است. به همدستان آزمایشگر پنهانی گفته شده بود که پاسخ نادرست بدهند. وقتی آنان پاسخ غلط می‌دادند فرد مورد آزمایش واقعی نیز در اکثر موارد تحت تأثیر پاسخهای آنان قرار می‌گرفت و پاسخ غلط می‌داد. نتایج آزمایش نشان داد که آزمودنیها تقریباً در ۷۴ درصد موارد، حداقل یک بار رأی نادرست دادند.^{۳۰}

در موقعیت آزمایش برای فرد هیچ‌گونه کیفر و مجازاتی برای دادن پاسخ مغایر و یا موافق با گروه در نظر گرفته نشده بود، سپس چرا آزمودنیها در اکثر موارد همچون افراد دیگر گروه پاسخ نادرست دادند؟ آش معتمد است گر چه آزمودنیها از قبل قادر به مقایسه درست خط ملاک با سه خط دیگر بودند و اگر پیش از آزمایش از آنان خواسته می‌شد که بگویند کدامیک از سه خط به خط ملاک شبیه است تقریباً همیشه پاسخ درستی می‌دادند اما هنگامی که آنان شاهد قضاوت نادرست گروه بودند به این نتیجه رسیدند که شیوه قضاوت گروه صحیح است و این خودشانند که اشتباه می‌کنند! بنابراین مبادرت به دادن پاسخی شبیه به پاسخ گروه کردند. به عبارت دیگر مردم همواره می‌خواهند مطمئن شوند که قضاوت و اعمال و رفتارشان درست است و در اغلب موارد ملاک درستی یک فکر یا عمل را همسان بودن با فکر و عمل گروه می‌دانند.^{۳۱} از سوی دیگر مردم در صددند تا با رفتار مورد انتظار دیگران روابط دوستانه‌ای با آنان داشته باشند و یا از جانب آنان طرد نشوند.^{۳۲} لذا خود را با آنان هم‌رنگ می‌سازند.

محققان دریافته‌اند که همانند تغییر نگرشها، عواملی نظیر «شخصیت فرد»^{۳۳}

27- Solomon Asch

28- Subject

30- Gergen and Gergen (1981) Social Psychology, H.B.J

31- Myers (1990)

32- Baron and Byrone

33- Personality

ویژگیهای گروه، مبهم بودن موقعیت و مورد حمایت بودن یا نبودن فرد از جانب دیگران در کاهش یا افزایش هم‌رنگی افراد تأثیر دارند. افرادی که به تواناییها و باورهای خود اعتماد دارند کمتر از سایرین تن به هم‌رنگی می‌دهند. همچنین اگر افراد گروه متخصص، مهم، متفق‌الرأی و قابل مقایسه با فرد باشند بیشتر موجب هم‌رنگی می‌گردند. علاوه بر آن، فرد در یک موقعیت مبهم و نا آشنا بیش از سایر موقعیتها با دیگران هم‌رنگی می‌کند. مورد حمایت و پشتیبانی دوستان خود مستظهر است کمتر از سربازی که از حمایت دیگران برخوردار نیست با گروه هم‌نوایی می‌کند.

متابعت

متابعت^{۳۴} سومین شکل از اشکال نفوذ اجتماعی است و عبارت است از رفتاری که به منظور کسب پاداش و یا اجتناب از تنبیه صورت می‌گیرد و معمولاً تا زمانی ادامه دارد که پاداش یا تنبیهی در کار باشد^{۳۵} مثلاً وادار ساختن فردی با زور به منظور انجام دادن یک کار معین متابعت است. بدیهی است که میزان پاداش و یا تنبیه باید آنقدر زیاد باشد که بتواند فرد را وادار به عمل کند. به عبارت دیگر فرد باید برای متابعت توجیه بیرونی داشته باشد. مثلاً زمانی که سرباز عراقی انگیزه ای برای جنگیدن نداشت اگر فرماندهان عراقی تنبیه اندکی برای ن‌جنگیدن امتناع می‌کرد اما اگر مجازات شدیدی برای امتناع وی از رفتن به جبهه در نظر گرفته می‌شد (مثلاً او را اعدام می‌کردند) انگیزه صیانت ذات موجب می‌شد تا او به جبهه برود یا به عبارت دیگر از فرماندهان خود متابعت کند.

از آن جایی که متابعت رفتاری گذرا و ناپایدار است امروز در اعمال نفوذ اجتماعی کمتر بدان توسل می‌جویند و در عوض اطاعت به دلیل پایداری آن از هر روش دیگر مورد توجه قرار گرفته است.

اطاعت

بعضی از مردم در پی آنند که دیگران را تحت کنترل خود درآورند. گاهی این کنترل به صورت غیر مستقیم اعمال می‌شود و گاهی نیز به صورت مستقیم. «دستور دادن» یکی از تکنیکهای کنترل مستقیم است. رئیس یک اداره به مرئوسین خود دستور می‌دهد و از آنان می‌خواهد تا اوامرش را اطاعت کنند. یک افسر نظامی به نیروهای تحت امر خود دستور می‌دهد که فرامینش را اطاعت نمایند، والدین و مربیان و داوران ورزشی نیز دستور می‌دهند و انتظار دارند.

اطاعت پذیر کردن یکی از مهمترین اشکال کنترل اجتماعی است و عبارت است از وادار ساختن دیگران به پذیرش اوامر با استفاده از شیوه دستور دادن و تکنیکهای مستقیم و غیرمستقیم کنترل. اطاعت را به تعبیری می توان به دو نوع؛ اطاعت مخرب و اطاعت غیر مخرب تقسیم کرد. دو نوع اول افراد بی چون و چرا و کورکورانه به پیروی از فرماندهان و افراد ما فوق خود مبادرت به اعمالی می کنند که موجب آسیب رساندن به افراد بیگناه می شود. در طول تاریخ موارد متعددی از این نوع اطاعت وجود داشته است: در آلمان نازی در سالهای ۱۹۳۳-۱۹۴۵ میلیونها نفر آدم بیگناه به دست نازیها به جوخه مرگ سپرده شدند. گر چه باور توده مردم این است که عامل این کابوس وحشتناک هیتلر بود اما واقعیت این است که او به تنهایی قادر به ارتکاب چنین کاری نبود بلکه بسیاری از نیروهایش نیز او را در ساختن کوره ها و اتاقهای گاز و سوزاندن مردم بیگناه یاری داده بودند. بنا به گفته آرنه^{۳۶} (۱۹۶۳) به نقل از آتکینسون و هلیگارد (۱۹۸۳)^{۳۷}.

آشمین و دیگر «مردان شریر» رایش سوم مشتی آدمهای عادی بودند که صرفاً از دستورات هیتلر اطاعت می کردند. ستوان کالی، افسر آمریکایی، نیز همراه تعدادی از سربازان تحت امر خود در دهکده «می لای» ویتنام، زنان و کودکان شیرخوار را به رگبار بست و در توجیه عمل خود اظهار داشت که مأمور بوده است و معذور! سربازان رژیم صهیونیستی به دستور سران جنایتکار رژیم خود در صبرا و شتیلا، بدون هیچ احساس گناهی دهها نفر بی دفاع را آماج حملات وحشیانه خود قرار دادند و این عمل را افتخاری بزرگ برای خود قلمداد کردند! خلبانان رژیم بعث عراق بیش از ۵ هزار نفر از ماکنین بیگناه «حلبچه» را با بمبهای شیمیایی قتل عام کردند و دهها نفر از ماکنان بیدفاع شهرهای ایران را با بمبهای خود به شهادت رساندند و در توجیه عمل خود «المأمور معذور» را تکرار کردند. و صدها نمونه دیگر از این نوع رفتارهای غیرانسانی را کسانی مرتکب شده اند که بی چون و چرا از افراد ما فوق خود اطاعت می کرده اند. لذا همواره این سؤال برای روان شناسان اجتماعی مطرح بوده است که چرا افراد از دستورات ما فوق، مخصوصاً زمانی که باید به دیگران آسیب برسانند، اطاعت می کنند؟ آیا اطاعت پذیری و فرمانبرداری یکی از ویژگیهای شخصیت آدمی است؟

در سال ۱۹۶۳ استانی میلگرام^{۳۸}، استاد روان شناسی دانشگاه ییل، به منظور یافتن پاسخ پرسشهای مذکور مبادرت به انجام آزمایشی نمود. آزمایش بدین شرح بود:

۴۰ نفر آزمودنی از طریق آگهی مطبوعاتی برای شرکت در یک آزمایش مربوط به اثر تنبیه بر یادگیری انتخاب شدند آنها دارای مشاغل مختلفی بودند و برای شرکت در آزمایش به هر یک از آنان ۵/۴ دلار داده شد. وقتی که آزمودنی وارد آزمایشگاه می شد به آزمودنی دیگری، که در اصل همدست آزمایشگر بود، معرفی می شد. سپس آزمایشگر می گفت که یکی از آنان باید به قید قرعه معلم و دیگری شاگرد شود (قرعه کشی به گونه ای ترتیب داده شده بود که همدست آزمایشگر همیشه شاگرد و آزمودنی معلم می شد). پس از آن، معلم پشت تابلو می نشست که به آن برق با کلیدهایی به ولتاژهایی که از ۱۵ ولت تا ۴۵۰ ولت (شوک ضعیف تا شوک شدید) درجه بندی شده بود، نصب شده بود. کار معلم (آزمودنی واقعی) این بود که پشت تابلو بنشیند و سؤالاتی را برای شاگرد (همدست آزمایشگر) بخواند و در صورتی که او پاسخ غلط می داد یک شوک (از ضعیف تا شدید) به او وارد می ساخت. ضمناً، شاگرد در آزمایش اول، در اتاق مجاور قرار داشت و پس از آن که معلم با بلندگو سؤال را برای او قرائت می کرد دگمه قرمز با دادن پاسخ غلط و دگمه سبز با دادن پاسخ درست روشن می شد.

آزمایشگر برای آن که به آزمودنی بفهماند که شوک واقعی است قبل از آزمایش او را بر صندلی شاگرد می نشاند و شوک خفیفی (۳۰ولت) بر او وارد می کرد.

آزمایش به اشکال مختلفی انجام شد. در موقعیت اول آزمودنی در یک اتاق و همدست آزمایشگر در اتاق مجاور بود. در موقعیت دوم هر دو در یک اتاق بودند، در موقعیت سوم صدای کمک طلبی شاگرد از اتاق کناری به گوش آزمودنی می رسید و ...^{۳۹}

نتایج آزمایش حیرت همگان را برانگیخت:

۱- هیچ یک از آزمودنیها از وارد کردن شوک ۳۰۰ ولت، یعنی هنگامی که شاگرد با مشت به دیوار می کوبید، آزمایش را متوقف نساخت. یعنی ۱۰۰ درصد شرکت کنندگان تا مرحله شوک ۳۰۰ ولت پیش رفتند

۲- ۸۰ درصد شرکت کنندگان تا وارد کردن ۳۶۰ ولت به آزمایش ادامه دادند.

۳- در مجموع ۲۶ نفر از ۴۰ نفر (یعنی ۶۵ درصد آزمودنیها) تا آخرین مرحله (شوک ۴۵۰ ولتی) پیش رفتند.

میلگرام از آزمایش نتیجه گرفت که همه مردم، کم و بیش، چنان چه شرایط فراهم شود، چشم و گوش بسته از او امر و دستورات دیگران اطاعت می کنند. حتی منابعی که فاقد قدرتند می توانند دیگران را وادار به اطاعت کنند.

برخی محققان با این استدلال که میلگرام آزمایش خود را در شرایط غیر واقعی زندگی (آزمایشگاه) انجام داده است اذعان کرده اند که یافته های او را نمی توان به زندگی واقعی تعمیم داد اما هافلینگ و همکارانش (۱۹۶۶ به نقل از میرز ۴۰). مبادرت به انجام آزمایشی در شرایط زندگی واقعی کردند و با کمال حیرت دریافتند که ۹۵ درصد افراد مورد آزمایش آنان در شرایط زندگی واقعی از اوامر مافوق (حتی اگر چه آن اوامر مغایر با موازین مورد پذیرش جامعه بود) اطاعت نمودند. آنان نتیجه گرفتند که هر چه شرایط آزمایش با موقعیت زندگی واقعی بیشتر شباهت داشته باشد بیشتر می توان مردم را وادار به اطاعت نمود.

آن چه گفته شد پیرامون اطاعت مخرب بود اما آیا در اطاعت غیر مخرب نیز می توان مردم را وادار به اطاعت کرد پاسخ این پرسش واضح است چرا که اطاعت غیر مخرب آسان تر از اطاعت مخرب است و لذا عده بیشتری به آن تن می دهند.

عوامل افزایش دهنده اطاعت

عوامل و شرایط خاصی موجب گردند تا مردم از دستورات دیگران اطاعت نمایند و میزان فرمانبرداری آنان بیشتر شود. مهمترین این عوامل و شرایط عبارتند از:

۱- پذیرش مسئولیت توسط فرد دستور دهنده: اگر فرد دستور دهنده، مسئولیت رفتاری را که دیگران به خاطر اطاعت از اوامر او انجام می دهند، بپذیرد میزان اطاعت پذیری آنان افزایش می یابد. این روش در میان فرماندهان نظامی بسیار مرسوم است. آنان به افراد تحت امر خود می گویند: «من دستور می دهم و خودم هم مسئولیت آن را می پذیرم و شما مأمورید و معذورا!»

در آزمایش میلگرام هنگامی که او به آزمودنیها می گفت: «مسئولیت کار شما با من است. ادامه دهید!» آنان شوک بیشتری به شاگردان وارد می ساختند به عبارت دیگر، بیشتر اطاعت می کردند. (با یرون و یارون ۱۹۸۷).

۲- حضور فیزیکی فرد دستور دهنده: اگر فرد دستور دهنده در صحنه حضور داشته باشد میزان اطاعت افراد افزایش و با عدم حضور او اطاعت پذیری افراد کاهش می یابد. در آزمایش میلگرام، وقتی او در صحنه حضور داشت ۶۵ درصد آزمودنیها تا آخرین مرحله از او امر او اطاعت کردند اما زمانی که پس از دادن دستور از اتاق خارج می شد میزان اطاعت افراد به یک سوم کاهش می یافت و برخی حتی تقلب می کردند! یعنی شوک کمتری وارد می ساختند.^{۴۱}

فرماندهان نظامی اغلب با اذعان به این اصل، هنگام نبرد در جبهه ها حضوری فعال دارند و نیروهای تحت امر را مجبور به انجام فرامین خود می سازند. (حضور مستمر شوارتسکف، فرمانده نیروهای متحدین، در جبهه جنگ علیه عراق را به یاد بیاورد).

۳- وجود مدل اطاعت کننده: اگر در یک یگان افراد شاهد حضور افراد دیگری باشند که بدون چون و چرا از دستورات فرماندهان خود اطاعت می کنند میزان اطاعت پذیری آنان نیز افزایش می یابد.^{۴۲} در آزمایش میلگرام وقتی که تعداد شوک دهنده ها از یک نفر به سه نفر افزایش یافت (دو نفر از آنان همدست آزمایشگر بودند) میزان اطاعت پذیری محض از ۶۵ درصد به بیش از ۷۲ درصد رسید اما زمانی که عکس این کار صورت گرفت، یعنی دو مدل اطاعت ناپذیر در کنار آزمودنی قرار گرفتند (که یکی در ۱۵۰ ولت و دیگری در ۱۲۰ ولت از اطاعت سر باز زد) میزان اطاعت پذیری کاهش چشمگیری یافت (از ۶۵ درصد به ۱۰ درصد رسید). بر همین اساس، وقتی در یک یگان نظامی عده زیادی مطیع اوامر فرماندهان خود هستند فرد تازه وارد نیز به تبعیت از آنان اطاعت می کند اما همین که یکی دو نفر معترض سر بر آرند در بقیه نیز زمزمه اطاعت ناپذیری بلند می شود. لذا گفته اند که در یگانهای نظامی باید صدای اعتراض را در نطفه خفه کرد!

۴- وجود فاصله بین قربانی و فرد عامل: اگر اطاعت مستلزم آسیب وارد ساختن به دیگران باشد (اطاعت مخرب) در این صورت، اگر بین فرد اطاعت کننده و قربانیان فاصله زیادی وجود داشته باشد، به

عبارت دیگر فرد پیامد مخرب رفتار خود را نزدیک نبیند، میزان اطاعت پذیری بیشتر است. در آزمایش میلگرام وقتی بین آزمودنی و فردی که به او شوک وارد می شد دیواری وجود داشت میزان اطاعت آزمودنی (کسی که شوک وارد میکند) بیشتر از زمانی بود که هر دو در یک اتاق قرار داشتند^{۴۳}. شاید بتوان با توجه به این اصل، اعمال غیر انسانی خلبانان عراقی را در بمباران مردم بیگناه ایران توجیه کرد.

۵- وجود علائم و نشانه های قابل رویت قدرت: بر اساس مدل شرطی سازی کلاسیک^{۴۴} برخی القاب، علائم و نشانه ها به خودی خود اطاعت برانگیزند. این علائم شامل یونیفرمها، مدالها، القاب (جناب سرهنگ، تیمسار و...)، درجات بالای نظامی و... می شود. مردم زمانی که با دستورات افراد واجد این گونه علائم مواجه می شوند به سختی قادر به مقاومت هستند. بوشمن^{۴۵} در این باره تحقیقی انجام داد. او از عده ای از افراد خواست تا سر یک خیابان بایستند و به عابرنانی که از آن خیابان می گذرند، دستور دهند تا یک سکه به شخص که به ظاهر برای پارکومتر به آن نیاز داشت، بدهند. افراد دستور دهنده سه گروه بودند: گروه اول لباس آتش نشانی بر تن داشتند یعنی دارای علامت قدرت بودند (هر چند علامت بی ربط هم بود)، گروه دوم لباس تجار را پوشیده بودند یعنی گرچه از موقعیت بالایی برخوردار بودند اما فاقد قدرت آشکار بودند، گروه سوم شامل کسانی بود که لباسهای کهنه و مندرسی بر تن داشتند.

بوشمن دریافت که ۸۰ درصد عابران از افرادی که لباس آتش نشانی بر تن داشتند اطاعت کردند در حالی که میزان اطاعت از تجار ۴۵ درصد و افرادی که لباس مندرس پوشیده بودند، ۴۳ درصد بود^{۴۶}.

وقتی که بعد آزمایش از آنان پرسیده شد چرا از دستورات اطاعت کردند دلایل متفاوتی ذکر کردند. آنانی که از افراد به ظاهر آتش نشان اطاعت کرده بودند گفتند: «خوب! می بایست اطاعت می کردیم چون از ما خواسته شده بود» (اطاعت محض). اما کسانی که از فردی که لباس مندرس پوشیده بود، اطاعت کرده بودند گفتند: «می خواستیم به او کمکی کرده باشیم» (اطاعت از سر ترحم).

_____ . - () ()

44- Classical Conditioning Model

45- Boshman

_____ . - ()

بوشمن نتیجه گرفت که میزان اطاعت زمانی بیشتر است که فرد دستور دهنده دارای نشانه های ظاهری قدرت باشد. بر همین اساس سربازان و دیگر نیروهای نظامی بیشتر از فرماندهانی اطاعت می کنند که دارای درجات بالا بوده و لباسهای حاوی مدال و نشانه های خاص را بر تن داشته باشند.

۶- افزایش تدریجی دستور: این روش در روان شناسی با عنوان «قدم به درگاه خانه»^{۴۷} شناخته می شود بر اساس این روش ابتدا دستور کم اهمیت و بی ضرری که احتمال انجام آن تقریباً صد در صد است، به فرد یا افراد تحت امر داده مس شود و سپس به تدریج بر میزان اهمیت دستورات افزوده می شود. تحقیقات نشان داده است انجام دستور کم اهمیت اولیه احتمال انجام دستورات با اهمیت را افزایش می دهد.^{۴۸ و ۴۹}

این روش کاربردهای زیادی دارد. مثلاً معمولاً در شستشوی مغزی^{۵۰} اسراء یا زندانیان از این روش استفاده می شود. در جنگ کره، چینها با استفاده از این روش مبادرت به شستشوی مغزی اسرای آمریکایی می کردند (به این دلیل بود که اسرا پس از بازگشت به آمریکا در قرنطینه قرار داده می شدند تا چینی زدایی! شوند). بازجویان چینی ابتدا از اسرا می خواستند تا به یک سؤال کم اهمیت پاسخ دهند مثلاً بگویند فرمانده عملیاتی آمریکائیا چه کسی است؟ به محض این که اسیر آمریکایی به این سؤال پاسخ می داد سؤالات دیگری از او پرسیده می شد و این کار آنقدر ادامه پیدا می کرد تا اسیر آمریکایی به صورت ناخود آگاه تخلیه اطلاعاتی می گردید و «عادت به پاسخگویی» در او شکل می گرفت. در آموزشگاههای نظامی نیز ابتدا دستورات ساده ای به افراد داده می شود و بدنبال آن «فرایند دستور دادن» تا جایی ادامه پیدا می کند که فرد حتی در برابر دستوراتی که مستلزم انجام مأموریتهای شاقی است مقاومتی از خود نشان نمی دهد.

چرا روش «قدم به درگاه خانه» این تأثیر را می بخشد؟ به نظر می رسد که دلیل عمده آن ناشی از «ادراک فرد از خویشتن»^{۵۱} باشد. وقتی فرد یک یا چند بار با درخواستی موافقت کرد این ادراک در او شکل می گیرد که «من اصولاً آدم موافقی هستم و از این طریق هم می توانم مفید و کمک کننده باشم» و

47- Fit in the door

49- Carlson N.R (1987), Psychology, second Ed.

50- Brain Washing

51- Self - Perception

لذا در مراحل بعد برای آن که بتواند این نوع ادراک از خویشتن را تداوم بخشد و دچار «ناهماهنگی شناختی»^{۵۲} نشود با دستورات شدیدتر هم موافقت می کند.

برای آن که بتوان افراد را با افزایش تدریجی دستورات مطیع خود ساخت باید اولاً، دستور اولیه نه آنقدر بی اهمیت باشد که فرد فکر کردن در مورد آن را «مضحک» بداند و نه آنقدر شدید که احتمال موافقت اولیه با آن ضعیف باشد. ثانیاً، فرد باید احساس کند که بدون زور و اجبار مبادرت به اطاعت می کند به عبارت دیگر نباید هیچ «توجیه بیرونی» برای رفتار اطاعت پذیری او وجود داشته باشد تا او بتواند برای رفتار خود «توجیه درونی» پیدا کند. چنان چه این دو اصل رعایت شوند با افزایش تصاعدی دستورات می توان میزان اطاعت ناپذیری را به حداقل رساند.

۷- ایجاد احساس گناه و مدیون ساختن: اگر ما، دانسته یا ندانسته، به فرد یا افرادی ضربه و یا ضرری وارد سازیم در برابر او احساس گناه می کنیم. وجود احساس گناه، زمینه پذیرش تقاضای فرد زیان دیده را در ما افزایش می دهد. یا اگر دیگری با انجام کاری ما را مدیون خود سازد در ما نیز رغبت بیشتری برای پیروی از فرامین او پیدا می شود. این روش در به اطاعت واداشتن نیروهای مسلح کاربرد زیادی دارد. مثلاً هر گاه بخواهیم افراد تحت امر ما برای انجام کار شاقی از دستورات ما اطاعت نمایند، می توانیم ابتدا در آنان این احساس را ایجاد کنیم که خطایی از آنها سر زده است و لذا مستوجب کیفرند. اما به جای مجازات آنان، از آنان می خواهیم تا از دستورات ما اطاعت کنند و کار مورد نظرمان را انجام دهند. تحقیقات نشان داده است که در چنین شرایطی، نه تنها دستورات را به طور کامل اطاعت می کنند بلکه حتی خواهانند که مأموریتی به آنان محول شود که مستلزم تحمل سختیهای زیادی است.

۸- اثر «در را بر روی کسی بستن و سپس گشودن»^{۵۳}: در این روش از فرد یا افراد خواسته می شود تا کار یا مأموریتی بسیار بزرگ - مأموریتی که مطمئناً توان اجرای آن را ندارند- را انجام دهند، و مدتی پس از آن که آنان ناتوانی خود را برای اجرای کار یا مأموریت مورد نظر ابراز داشتند، از آنان خواسته می شود تا مأموریت یا کار کوچکتری را انجام دهند (کار یا مأموریتی که فرد دستور دهنده از ابتدا قصد انجام آن را داشته است)، پژوهشهای آزمایشگاهی حاکی از آن است که افراد به احتمال زیاد مأموریت دوم را بدون هیچ مخالفتی انجام خواهند داد.

52- Cognitive dissonance

53- The door in the face

۹- **روش شوت کوتاه**^{۵۴}: در این روش به فرد دستور انجام کار نه چندان بزرگی داده می شود، سپس از آن که وی آن کار را کرد به اندازه ای شرایط افزایش می یابد که او ندانسته مبادرت به انجام یک کار بزرگتر می کند (به عبارت دیگر او به یکباره از دستوری اطاعت می کند که در ابتدا با اجرای آن مخالفت می کرد). این روش گرچه شبیه روش «قدم به درگاه خانه» به نظر می رسد اما با آن تفاوت اساسی دارد. در روش قدم به درگاه خانه، ابتدا دستور انجام کار کوچکی داده می شود و در مراحل نهایی دستورات بزرگتر صادر می گردد در حالی که در روش اخیر بر سر فرد هنگام انجام یک کار «دبه در می آورند!» و او را مجبور به اطاعت می کنند.

۱۰- **روشهای مرسوم تشویق و تنبیه و رواج «چشم قربان!» گویی**: در این روش - که در اغلب آموزشگاههای نظامی مرسوم است- با استفاده از ساز کارهای تشویقی و تنبیهی فرد را وادار به انجام کارهای احمقانه ای می کنند تا در او یک «شخصیت فرمانبردار»^{۵۵} را شکل دهند هدف عمده این روشهای ایجاد کننده «شخصیت فرمانبردار» آن است که افراد نظامی را به گونه ای تربیت کنند که در هنگام جنگ و در زمان انجام مأموریتهای دشوار حتی فکر مخالفت با اوامر افراد مافوق به مغزشان خطور نکند.

۱۱- **اقتدار و عزم راسخ فرمانده**: چنان چه فرمانده از قدرت شخصیتی^{۵۶} و قدرت تخصصی^{۵۷} بالایی برخوردار باشد افراد تحت امرش بیشتر از او اطاعت می کنند. این ویژگیها موجب می شود تا آنان او را برتر و بالاتر از خود تصور کنند و او امرش را غیر قابل تردید و خدشه بدانند.^{۵۸} همچنین عزم و اراده و پشتکار فرماندهان آنان را مقبولتر ساخته و اوامرشان را مطاع می کند. و اصولاً مردم از کسی اطاعت می کنند که اداره آهین داشته باشد.

54- The lowball procedure

55- Obedient personality

56- Personality power

57- Professional power

عوامل کاهش دهنده اطاعت پذیری

همان گونه که با روشهای پیش گفته، می توان افراد را وادار به اطاعت کرد و یا میزان فرمانبرداری آنان را افزایش داد روشهایی نیز وجود دارد که با توسل بدانها می توان از میزان اطاعت پذیری افراد کاست. از میان روشهای کاهش دهنده اطاعت پذیری در ذیل به ذکر چهار روش اکتفا می شود:

نخست؛ هر کس مسئول عمل خویش است: اگر به افراد گفته شود که خود شخصاً مسئول اعمال خویشند و فرماندهان آنان مسئولیت عواقب رفتار آنان را بر عهده نمی گیرند از اطاعت پذیری آنان کاسته می شود.

دوم؛ وجود مدلهای اطاعت ناپذیری: همان طور که در سطور پیش خاطر نشان شد وجود ناراضیان در میان گروه سبب «فراگیری» و «سرایت» رفتار اطاعت ناپذیری آنان به سایر افراد خواهد شد. رفتارها و واکنشهای روانی، همانند یک بیماری واگیر، به سایرین مراتب کرده و به زودی به صورت اپیدمی در می آید. اطاعت پذیری و اطاعت ناپذیری نیز واکنشی روانی است و از این اصل پیروی می کند.

سوم؛ ایجاد شبهه در مورد انگیزه و پیامدهای اجرای دستور: پژوهشها حاکی از آنند که چنانچه افراد در مورد انگیزه ها و اهداف افراد دستور دهنده سؤال کنند میزان مقاومت آنان افزایش می یابد. در فعالیتهای تبلیغاتی جنگ، اغلب از نیروهای مخالف خواسته می شود تا با طرح سؤالاتی نظیر: چه انگیزه هایی پشت سر دستور فرماندهان قرار دارد؟ آیا صدور این دستورات برای رضای حسن خودخواهی فرماندهان نیست؟ آیا ما قربانی اطاعت بی چون و چرا از فرماندهان خود نیستیم؟ و اصلاً چرا باید اطاعت کنیم؟ و ... به بررسی علت اطاعت خود پرداخته و پیامدهای آن را از نظر می گذارند. بی گمان این شبهه ها و تردیدها موجب کاهش رفتار اطاعت پذیری آنان می گردد.

چهارم؛ آگاهی از فرایند اطاعت: برخی محققان دریافته اند هنگامی که افراد در مورد یافته های روان شناسی اجتماعی مطالعه می کنند نسبت به آن پدیده ها حساس شده و در رفتار خود تغییراتی ایجاد می کنند. پدیده اطاعت نیز از این قاعده مستثنی نیست، یعنی زمانی که افراد از علت اطاعت پذیری خود از افراد مافوق آگاه می شوند از میزان اطاعت پذیری آنان کاسته می شود.

عوامل مؤثر در اطاعت

محققان به منظور پاسخگویی به این سؤال که «چه کسانی بیشتر از دستورات دیگران اطاعت می کنند؟» به بررسی سه عامل جنس، شخصیت^{۵۹} عوامل فرهنگی^{۶۰} پرداخته اند.

بکر^{۶۱} (۱۹۸۶) ضمن بررسی پژوهشهای سی سال گذشته دریافت که زنان بیش از مردان خود را با دیگران هم‌رنگ و از دستورات آنان اطاعت می‌نمایند.^{۶۲} آیا حقیقتاً چنین است؟ اگلی^{۶۳} در نتایج تحقیقات مربوط به تفاوت‌های جنسی در اطاعت، ایجاد تردید کرده و خاطر نشان ساخته است که در این باره تفاوت معنی داری وجود ندارد و مطیع تر و همنوا تر تلقی کردن زنان ناشی از «کلیشه‌های ذهنی»^{۶۴} است که معتقدند زنان به سبب بافت ژنتیکی و ساختار شخصیتی بیشتر از مردان اطاعت می‌کنند و علاوه بر آن این تحقیقات توسط مردان صورت گرفته است و هنگامی که زنان در این مورد مبادرت به انجام پژوهش کرده‌اند یافته‌هایی مغیر با یافته‌های مردان را گزارش داده‌اند.

در هر صورت، حتی اگر بپذیریم که زنان بیش از مردان همنوایی و اطاعت می‌کنند به این دلیل است که از اوان کودکی تا واپسین احظات زندگی از آنان چنین انتظاری داریم و چنین رفتاری ناشی از عوامل ارثی نیست.

برخی بر این باورند که برخی شخصیتها پیش از دیگران از اوامر و دستورات اطاعت می‌کنند. مصلأً افرادی که نیازمند «پذیرش اجتماعی» اند و یا «عزت نفس» ضعیفی دارند و یا از نظر رشد شخصیتی «نضج نیافته‌تر»ند: بیش از دیگران اطاعت می‌کنند. البته نباید فراموش کرد که شخصیت دارای ابعاد پیچیده‌ای است و قضاوت شتاب زده در مورد مطیع بودن برخی شخصیتها نوعی ساده‌انگاری تلقی می‌شود. علاوه بر آن، گاهی تأثیر عوامل بیرونی به قدری نیرومند است که هر هوع پیش بینی رفتار بر اساس نوع شخصیت را با مشکل جدی مواجه می‌سازد.

آیا میزان هم‌رنگی و اطاعت‌پذیری مردم در فرهنگها و کشورهای مختلف یکسان است؟ این سؤالی است که برای سالها، عده زیادی از محققان را به خود مشغول داشته است. جیمس ویتاکر و رابرت مید (۱۹۶۷) آزمایش‌اش را بر روی مردم لبنان، هنگ‌کنگ، برزیل و زیمبابوه اجرا کردند آنان دریافتند که میزان هم‌رنگی سه کشور اول به همان میزانی بود که اش در آزمایش اولیه خود ذکر کرده است اما در زیمبابوه مسزنان هم‌رنگی با دیگران به مراتب بیش از سایر کشورها بود. آنان در بررسیهای خود دریافتند که علت عمده بالا بودن بیش از سایر کشورها بود. آنان در بررسیهای خود دریافتند که علت عمده بالا

60- Cultural factors

61- Becker

() . -

63- Eagly A.H. (1984) gender aggressive ...

64- Stereotype

بودن میزان هم‌رنگی مردم زیمبابوه با دیگران، ناشی از رواج تنبیه برای رفتار «اطاعت ناپذیری» در آن کشور است.^{۶۵} همچنین آزمایش اطاعت پذیری میلگرام در کشورهای مختلف آمریکایی، اروپایی و آسیایی اجرا گردیده است و در همه موارد محققان به نتایجی مشابه نتایج اولیه میلگرام دست یافته اند به عبارت دیگر پژوهشهای متعدد «میان فرهنگی»^{۶۶} حاکی است که اطاعت پذیری در یک پدیده جهانی است. اما در سالهای اخیر برخی پژوهشگران دریافته اند که میزان اطاعت پذیری در فرهنگهای «فرد گرایانه»^{۶۷} نسبت به فرهنگهای «جمع گرایانه» کمتر است. آنان معتقدند که در فرهنگهای فرد گرایانه از بدو کودکی به فرد آموخته می شود که به خود متکی باشد و اعتماد به نفس داشته باشد. به عبارت دیگر در این نوع فرهنگها به فرد اصالت داده می شود لذا این ویژگیها موجب می شوند تا او کمتر از دیگران اطاعت کند. اما در فرهنگهای نوع دوم، که ویژگی کشورهای آسیایی است، احترام به بزرگترها و اطاعت از دستورات آنان در خانه و مدرسه، ارزش تلقی می گردد و رفتار مغایر با آن مستوجب کیفر است لذا افراد از همان کودکی «می آموزند» که با اطاعت کردن «پاداش» بگیرند.^{۶۸}

66- Cross - cultural
67- individualistic