

فصل ششم

اطاعت و فرمانبرداری

برای مشخص کردن میزان اطاعت و فرمانبرداری آزمایش ها و طرح های پژوهشی به اجرا درآمده است تا به تجزیه و تحلیل موضوع اطاعت و فرمانبرداری پرداخته شود. یک مورد بسیار معروف آزمایشی است که به وسیله استنلی میلگرام در دانشگاه ییل (Yale) انجام گرفته است.

۴۰ نفر آزمودنی از طریق یک آگهی در روزنامه برای شرکت در یک آزمایش مربوط به یادگیری و حافظه انتخاب شدند. همه آزمودنی مرد و از مشاغل گوناگون بودند. به آزمودنی ها برای شرکت در آزمایش چهار و نیم دلار پرداخت شده بود. هر آزمودنی وارد آزمایشگاه شده و به آزمایشگر و آزمودنی دیگری که در اصل همدست آزمایشگر بود معرفی می شد. آزمایشگر توضیح می داد که کار آزمودنی ها این است که به قید قرعه یکی از آنها معلم و دیگری شاگرد باشد اما قرعه کشی همیشه به گونه ای بود که آزمودنی اصلی معلم می شد و همدست آزمایشگر، شاگرد و یا به عبارتی قربانی. پس از قرعه کشی هردو آزمودنی با آزمایشگر به محل آزمایش می رفتند. در اتفاقی که باید معلم در آن بنشیند میزی بود که سوالاتی روی آن قرار داشت. در مقابل معلم، یک تابلوی برق با کلیدهایی که هر یک ولتاژ معینی را مشخص می کرد، نصب شده بود که از شوک ملایم تا شوک بسیار خطرناک و از ۱۵ ولت تا ۴۵۰ ولت درجه بندی شده بود.

کار معلمی این بود که پشت تابلوی شوک بنشیند و سوالات روی میز را یکی از میکروفنی که روی میز قرار داشت برای آزمودنی که در اتاق مجاور بود، بخواند. در اتاق مجاور میزی قرار داشت با چهار دکمه روی آن، که آزمودنی پس از شنیدن سوال و جواب های داده شده باید با فشار دادن دکمه ای یکی از جوابها را انتخاب کند. بر حسب پاسخ آزمودنی، در اتاق معلم چراغ سبزی به علامت درست و یا چراغ قرمزی به علامت غلط روشن می شد. شاگرد، به صندلی بسته می شد و دو حلقه فلزی شوک به مچ دست های او وصل می شد. اگر جواب او به سوالی غلط بود، معلم می بایستی با زدن یکی از کلیدهای شوک، به شاگرد به عنوان تنبیه شوکی وارد کند. منظور آزمایشگر این بود که ببیند آزمودنی ها به دستور آزمایشگاه تا چه مرحله ای در دادن شوک پیش می روند.

عوامل موثر بر اطاعت و فرمانبرداری

وضعیت قربانی

این که قربانی در مجاورت و یا در مقابل چشم شوک دهنده باشد تا حدود زیادی اطاعت کورکورانه را کاهش می دهد.

حضور یا عدم حضور دستور دهنده در صحنه

عدم حضور دستور دهنده باعث می شد که آزمایشگر شوک کمتری را وارد کند.

اعتبار مؤسسه

شهرت و اعتبار مؤسسه انجام آزمایش نمی تواند نقش تعیین کننده ای در مورد اطاعت و سرپیچی از دستور داشته باشد.

وجود سرمشق و الگو

وجود یک سرمشق یا نمونه اطاعت کننده در بالا بردن میزان اطاعت آزمایشگر موثر بود. برخی دیگر از عوامل مهم ایجاد کننده اطاعت که در تحقیقات بعدی مشخص شده عبارتند از:

۱. دام انداختن تدریجی آزمودنی؛ یعنی اینکه به روش گام به گام آزمودنی را به آرامی در جریان کار درگیر کنیم.
۲. محظوظ اخلاقی موقعیت؛ در واقع می توان گفت که آزمودنی ها با همان پاسخ دادن به آگهی روزنامه در آزمایش میلگرام درگیر شده بودند. موافقت آنان برای شرکت در آزمایش وی نوعی انعقاد قرارداد ضمنی با آزمایشگر برای پیروی از دستورات و ادامه کار تا مرحله پایانی آن بود.
۳. وجود ضربه گیر های مختلف؛ آزمودنی های میلگرام می توانستند بفهمند که عملی خشونت آمیز انجام می دهند. اما چندین سپر یا ضربه گیر وجود داشت که یا این واقعیت را از نظر آنان پوشیده نگاه می داشت و یا تجربه بلاواسطه آن را تضعیف می کرد. این ضربه گیرها عبارت بودند از:

الف) دور بودن یادگیرنده از آزمودنی و قرار گرفتن در اتاق دیگر سبب می شود که شخص شوک دهنده قربانی عمل خود را نبیند. رو در رو بودن یادگیرنده با آزمودنی محظوظی اخلاقی ایجاد می کند که به احتمال قوی مانعی بر سر راه اطاعت کورکورانه می شود.

ب) دور بودن آزمودنی از نتیجه نهایی عمل خود و عدم مشاهده اینکه شوک دادنهای او یادگیرنده را به چه وضعیتی دچار خواهد کرد یک عامل مهم پذیرش دستور است؛ مثلاً اگر خلبان ها بتوانند بدنهای تکه تکه شده یا خانه های خراب شده و مردم آواره را ببینند احتمال بیشتری دارد که در مراحل بعدی از اطاعت خودداری کنند.

ج) مفهوم حلقه ای از یک زنجیر یا مهره ای از یک سیستم. آزمودنی ها به جای اینکه خود را مسئول بدانند با پناه بردن به اصطلاح «المأمور معذور» مسئولیت را به گردن دستور دهنده می اندازند.

د) وجود دستگاه برقی که شوک را وارد می کرد. در این مورد آزمودنی می توانست خود را قانع کند که این او نیست که شوک وارد می کند، بلکه یک دستگاه برقی این کار را انجام می دهد.

ه) وجود حلقه شوک به دست آزمودنی از پیش. آزمودنی می توانست خود را قانع کند که شوک از قبل به دست آزمودنی بسته شده بوده و او تقصیری ندارد.

۴. نظارت؛ حضور مداوم و مستقیم دستور دهنده یک عامل مهم برای جلب اطاعت بود

۵. اثیر قدرت و ایدئولوژی مسلط؛ غالباً به دستور دهندگان از شعارهای موجه و مغلوب کننده برای جلب طاعت استفاده می کنند مثلاً اهمیت علم و پیشرفت ویا اینکه یک نژاد از همه نژادها برتر است.

شباهت موقعیت آزمایش و وضعیت طبیعی

به عقیده منتقدان اگر موقعیت آزمایش به زندگی واقعی شبیه تر باشد میزان اطاعت بسیار کمتر می شود و بر عکس اگر موقعیت آزمایشی به وضعیت واقعی زندگی بیشتر شبیه باشد میزان اطاعت از آنچه میلگرام به دست آورده بود نیز بیشتر خواهد شد.

روش های جلب اطاعت

فنون مبتنی بر دوستی و محبت

جلب علاقه (توجه): در این روش شخص ابتدا سعی می کند ترتیبی دهد تا مورد علاقه فرد مورد نظر قرار گیرد. (مثلاً ظاهر جذاب تر داشتن، استفاده از قرینه های مثبت غیرکلامی نظیر تبسم کردن، خوشرویی و تماس چشم به چشم)

انجام خدمت و مدیون کردن فرد: روش دیگری که با آن می توان احتمال اطاعت و فرمانبرداری را افزایش داد استفاده از هنجار های مربوط به عدالت اجتماعی و جبران خدمت است؛ مثلاً اگر کسی خدمتی برای ما انجام داده باشد، از نظر هنجارهای اجتماعی ما خود را به او مدیون می دانیم و مترصد فرصتی هستیم که در مقابل خدمتی برای او انجام دهیم. همین احساس **دین** احتمال پذیرفتن تقاضایی از جانب وی را به وسیله ما بالا می برد.

فنون مبتنی بر تعهد یا ثبات

جای پا باز کردن: در این روش ابتدا از فرد تقاضای کوچکی که قبول آن بسیار آسان است می شود و پس از اینکه آن تقاضای کوچک پذیرفته شد تقاضای بزرگ تر مطرح می شود.

دانه پاشیدن: این روش در میان فروشندگان اتومبیل رایج بوده و عبارت است از اینکه فروشنده ابتدا قیمتی استثنایی برای فروش به مشتری پیشنهاد می کند وقتی مشتری آماده خرید و قیمت پیشنهادی شد شرایط معامله عوض می شود به طوری که منجر به پرداخت بهای بالاتر از آنچه مشتری برای پرداخت آن موافقت کرده بود می شود.

در باغ سبز نشان دادن: برای مثال فروشگاه های اعلام می کند که یک لباس با جنس عالی و قیمت بسیار ارزان مثلاً ۵۰۰ هزار تومان به فروش می رسد، وقتی مشتری ها با اشتیاق برای خرید مراجعه می کنند به آنها گفته می شود که لباس همین یک ساعت پیش به فروش رفته و آنچه موجود است از نظر کیفیت بسیار پایین است. اما در عوض لباس های گران تری موجود است. در اینجا نیز خریدار که خود را متعهد می بیند، احتمالاً لباس گرانتری را خریداری می کند.

ایجاد احساس گناه در شخص: چنانچه ما زیان یا صدمه به کسی وارد کرده باشیم نسبت به عملی که انجام داده ایم در ما احساس گناه ایجاد می کند. وجود این احساس زمینه پذیرش تقاضا از سوی فرد زیان دیده را در ما افزایش می دهد.

روش در محظور قرار دادن: در این روش فرد با قبول تعهد مثلاً در قبال دریافت پول، متعهد به اطاعت می شود. در این مورد حتی اگر موقعیت تقاضا انجام شده مناسب و مورد علاقه شخص نباشد چون تعهد ضمنی برای انجام آن داده است در محظور اخلاقی قرار گرفته و تقاضای ارائه شده را می پذیرد.

مبتنی بر تقابل فنون مبتنی بر تقابل

به مرگ بگیر تا به تب راضی شود: (دست بالا گرفتن) با پیش کشیدن روش به مرگ بگیر تا به تب راضی شود افرادی که از یک تقاضای بزرگ امتناع کرده اند احتمال بیشتری دارد که با تقاضای کوچک بعدی موافقت کنند در دهان کسی را بستن: این شامل برقرار کردن نوعی رابطه به وسیله فرد متقاضی با فرد مورد تقاضا است. هر قدر هم که این رابطه جزئی و پیش پا افتاده باشد، تحقیقات نشان می دهد همین رابطه جزئی و پیش پا افتاده فرد مورد نظر را در برابر تقاضای فرد متقاضی متعهد می کند و احتمال اطاعت او را بالا می برد.

فن هنوز بقیه دارد: در اینجا یک تقاضای اولیه، پیش از این که فرد مورد تقاضا تصمیم خود را بگیرد و نه بگوید با یک مشوق اضافی همراه می شود مثلاً فروشنده لوازم آرایشی یک عطر یا ادکلن اضافی را نیز به خریدار هدیه می کند، همین مشوق های اضافی خریدار را متعهد می کند که او نیز در این زمینه قدمی بردارد و در نتیجه احتمال پذیرش قیمت پیشنهادی فروشنده را بالا می پذیرد.

فنون مبتنی بر کمیابی

تلاش زیاد برای به دست آوردن (بازار گرمی): این یک قانون کلی زندگی است که چیزهایی نایاب و کمیاب و چیزهایی که تملک آنها دشوار است ارزشمندتر از چیزهای سهل الوصول هستند. به همین جهت اغلب تمایل داریم تا برای به دست آوردن این چیزها تلاش بیشتری به خرج دهیم. تحقیقات نشان می دهد که ایجاد برداشت کمیاب بودن و ارزشمند بودن می تواند وسیله مؤثری برای جلب اعتماد باشد.

ضرب الاجل: فندیگری که مبتنی بر اصل آنچه کمیاب است ارزشمند است، روشی است که اغلب به وسیله فروشندگان به کار می رود و به روش ضرب الاجل معروف است. در این روش مثلاً فروشنده آگهی می کند فلان کالا به مدت سه روز با فلان قیمت عرضه می شود و پس از ضرب الاجل ذکر شده قیمت آن بالا خواهد رفت. البته در بسیاری موارد قیمت مزبور قیمت حراج واقعی نیست و زمانی ساختگی است. همین باعث وادار کردن ما برای خرید می شود.

فنون دیگر جلب اطاعت

شکایت کردن: علاوه بر روش های مختلفی که نام بردیم، روش های دیگری نیز برای جلب اطاعت وجود دارد که یکی از آنها شکایت کردن است. این عمل عبارت است از ابراز نارضایتی از خود یا بعضی عوامل بیرونی و اغلب چنین عباراتی شامل بیانات ساده نظیر احساس شلختگی می کنم چقدر امروز سرد است. اما این روش به عنوان فن جلب اطاعت نیز به کار می رود. مثلاً فرزند به مادر خود می گوید تو مرا دوست نداری وگرنه فلان چیز را برای من می خریدی؛ همین گله کردن باعث می شود که ما در دستور بچه را اطاعت کند و تسلیم خواسته او شود.

ایجاد خلق خوش در دیگران: وقتی افراد در حالت خوش خلقی باشند بیشتر احتمال دارد که بله بگویند و اطاعت کنند تا وقتی که در حالت بد خلقی هستند. به خاطر همین امر است که کسی که میخواهد تقاضایی را به کسی بقبولاند اصطلاحاً او را «می خوراند و می نوشاند» و بعد تقاضای خود را مطرح می کند.

روش تحریک توجه: به علت روبرو شدن با تقاضای فراوان در زندگی روزمره ما یاد گرفتیم که با این تقاضاها بدون تفکر و توجه به طور خودکار مخالفت کنیم. در این روش توجه شخص به نحوی برانگیخته می شود. مثلاً تقاضای یک مبلغ بالا توسط متکدیان ممکن است باعث تحریک توجه ما شود و به نوعی راضی به کمک کردن به او شویم. **روش چونه بازاری:** در این روش فروشندگان با پیشنهاد یک قیمت غیر واقعی برای کالای خود، در واقع به مشتری امکان می دهند تا خود را زرنگ احساس کرده و از این احساس لذت ببرد. بنابراین، مشتری با شنیدن قیمت بالا شروع به چانه زدن می کند و قیمت های پایین تری را پیشنهاد می کند. فروشنده نیز از قیمت های پیشنهادی اولیه خود کم کم پایین می آید و بالاخره خریدار را به یک مرز می رساند که برای او سود قابل قبولی در بر دارد؛ ضمن اینکه خریدار احساس می کند با زرنگی خود توانسته است از پرداخت پول اضافی قابل توجهی خودداری کند.

موفق و پیروز باشید.