

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه اصفهان

دانشکده ادبیات و علوم انسانی

گروه علوم اجتماعی

پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی جامعه‌شناسی

عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک (بر مبنای پژوهشی آزمایشگاهی درباره‌ی ادراک

قد)

استاد راهنما:

دکتر رسول ربّانی خوراسگانی

استاد مشاور:

دکتر حمیدرضا عریضی

پژوهشگر:

محمود رشیدی

مرداد ماه ۱۳۹۰

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و نوآوری‌های ناشی از تحقیق موضوع این پایان‌نامه متعلق به دانشگاه اصفهان است.



دانشگاه اصفهان
دانشکده ادبیات و علوم انسانی
گروه علوم اجتماعی

پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی جامعه‌شناسی آقای محمود رشیدی
تحت عنوان

عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک (بر مبنای پژوهشی آزمایشگاهی درباره‌ی ادراک
قد)

در تاریخ ۹۰/۵/۱۶ توسط هیئت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب رسید.

امضا

۱- استاد راهنمای پایان نامه دکتر رسول ربانی خوراسگانی با مرتبه‌ی علمی استاد

امضا

۲- استاد مشاور پایان نامه استاد دکتر حمیدرضا عربی با مرتبه‌ی علمی استادیار

امضا

۳- استاد داور داخل گروه دکتر بهجت یزدخواستی با مرتبه‌ی علمی دانشیار

امضا

۴- استاد داور خارج از گروه دکتر ابولقاسم نوری با مرتبه علمی استاد

امضای مدیر گروه

با سپاسگزاری از دکتر رسول ربّانی خوراسگانی که استاد راهنما و مشوّق من بودند. با سپاس از دکتر حمیدرضا عریضی که استاد مشاور بنده در این رساله بودند. با تشکر از همه‌ی دانش‌آموزان، معلمان، معاونان و مدیران مدارس شهر شیراز و همچنین کارکنان سازمان آموزش و پرورش شهر شیراز که با همکاری خود امکان انجام این پژوهش را فراهم نمودند. با سپاسگزاری از محمد امین محمدی امیری، بابک عباسی‌نژاد، مهناز رزمجویی، کاوه شبان، زهرا موسوی، فاطمه قاسمی، فرید پژوهی و ساناز محجلین که من را در جمع‌آوری داده‌ها یاری کردند. با سپاس از پویان بهروزی که طراحی قطعات الکترونیک ابزار را انجام داد. با تشکر فراوان از تمامی اساتید و کارمندان دلسوز گروه جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان. قدردانی از تمامی کسانی که من را یاری نمودند.

این اثر را تقدیم به همه‌ی دانش‌آموزان مملکت می‌نمایم که آینده‌سازان این مرز و بوم هستند.

چکیده

هدف از این پژوهش تعیین عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک با تکیه بر پژوهشی آزمایشگاهی درباره‌ی ادراک قد می‌باشد. ادراک دیداری امری انعطاف‌پذیر و وابسته به موقعیت است و عوامل زیست‌شناختی، روانشناختی و اجتماعی، ویژگی‌های آن را بسته به هر موقعیت تعیین می‌نمایند. در این پژوهش به روش رابطه‌ای تأثیر سن، جنس و وضعیت اجتماعی اقتصادی ۱۰۵۴ دانش‌آموزان دختر و پسر کلاس‌های چهارم دبستان (گروه سنی چهارم)، دوم راهنمایی (گروه سنی هفتم) و دوم متوسطه‌ی (گروه سنی دهم) مدارس شیراز بر ادراک آن‌ها از قد صمیمی‌ترین دوستشان در کلاس ارزیابی گردید. از یک ابزار جدید محقق ساخته که شامل یک پرده‌ی سفید در ابعاد ۲۰۸ سانتی‌متر در ۸۶ سانتی‌متر، یک دستگاه مولد نور که پشت پرده قرار می‌گرفت و یک جعبه کنترل جهت حرکت دادن لکه‌ی نور و یادداشت فاصله‌ی لکه‌ی نور تا زمین، استفاده شد. هر شرکت‌کننده در فاصله‌ی ۲ متری از پرده قرار می‌گرفت و قد صمیمی‌ترین دوستش را با شاخص لکه‌ی نور روی پرده نشان می‌داد. یافته‌ها نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین گروه چهارم با گروه‌های هفتم و دهم در ادراک قد وجود دارد، ($P < 0/001$). گروه چهارم در مقایسه با گروه‌های سنی هفتم و دهم تفاضل قد (قد اندازه‌گیری شده‌ی صمیمی‌ترین دوست - قد ادراک‌شده صمیمی‌ترین دوست = تفاضل قد) را به طور معنی‌داری کمتر برآورد کردند. این یافته می‌تواند متأثر از بلوغ به عنوان یک نقطه‌ی بحرانی در ادراک دیداری باشد. همچنین پسران در مقایسه با دختران تفاضل قد را به طور معنی‌داری بیشتر برآورد کردند، ($p < 0/006$). وضعیت اجتماعی اقتصادی شرکت‌کنندگان در ادراک قد صمیمی‌ترین دوستشان مؤثر بود و شرکت‌کنندگان با وضعیت اجتماعی اقتصادی پایین‌تر (در مقایسه با شرکت‌کنندگان با وضعیت اجتماعی اقتصادی بالاتر) قد صمیمی‌ترین دوستشان را بلندتر برآورد کردند، ($p < 0/01$). این یافته می‌تواند به خاطر تفاوت در ساختار دوستی‌های این دو گروه باشد. نود و دو و سه‌دهم درصد از شرکت‌کنندگان نیز در برآورد قد صمیمی‌ترین دوستشان دچار کم‌برآوردی شدند که تفاوت آن با بیش‌برآوردی‌ها (۷/۷ درصد) معنی‌دار بود، ($P < 0/001$). پیشنهاد می‌گردد که با توجه به مزیت‌های ابزار مورد استفاده در این پژوهش از آن در پژوهش‌های آتی نیز استفاده گردد.

کلیدواژه‌ها: وضعیت اجتماعی اقتصادی، صمیمی‌ترین دوست، قد اندازه‌گیری شده، قد ادراک‌شده، ادراک ارتفاع

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات پژوهش

۱-۱- تبیین مسأله پژوهش	۱
۱-۲- اهمیت پژوهش	۳
۱-۳- پیشینه‌ی پژوهش	۵
۱-۴- اهداف پژوهش	۷
۱-۴-۱- اهداف کلی	۷
۱-۴-۲- هدف جزئی	۷
۱-۵- فرضیه‌ها و پرسش‌های پژوهش	۷
۱-۶- کلیدواژه‌ها	۸

فصل دوم: ادبیات پژوهش

۱-۲- ادراک به مثابه امری اجتماعی	۹
۱-۱-۲- ساخت اجتماعی واقعیت	۱۳
۲-۱-۲- نسبی‌گرایی معرفتی و نقد و بررسی ساخت اجتماعی واقعیت	۱۹
۲-۲- بررسی‌های مردم‌شناختی در ارتباط با عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک	۲۶
۳-۲- عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک	۲۸
۱-۳-۲- تأثیر پیشداوری بر ادراک	۲۸
۲-۳-۲- تأثیر مقوله‌بندی‌های اجتماعی بر ادراک	۳۰
۳-۳-۲- عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک زمان	۳۴
۴-۳-۲- اثر سن بر ادراک	۳۵
۵-۳-۲- اثر جنس بر ادراک	۳۶
۶-۳-۲- اثر وضعیت اجتماعی اقتصادی بر ادراک	۳۸
۴-۲- اقتصاد عمل	۴۰
۵-۲- از سوسیوپولوژی تا جامعه‌شناسی	۴۱
۶-۲- قد و جامعه	۴۵
۱-۶-۲- قد و موفقیت شغلی	۴۵

۴۷ ۲-۶-۲-۲ قـد و موفـقیت دانشـگاهی
۴۷ ۳-۶-۲-۲ قـد در روابـط با افـراد
۴۸ ۴-۶-۲-۲ قـد و حـسادت
۴۹ ۵-۶-۲-۲ قـد ادراکـشده و قـد اندازـه‌گیری شـده
۵۰ ۷-۲-۲-۲ اقـتدار
۵۱ ۱-۷-۲-۲ شـخصیت اقـتدارطلب
۵۵ ۲-۷-۲-۲ اقـتدار در خانـواده
۵۹ ۸-۲-۲-۲ جیمـز کلمـن و مباحـث آمـوزش و پرورش
۶۵ ۹-۲-۲-۲ نـگاهی بـه مکتـب کنـش متقابـل نمادین و بحـث ادراک
۷۲ ۱۰-۲-۲-۲ بازنگری پژوهش‌های پیشین
۷۲ ۱۱-۲-۲-۲ نـتیجه‌گیری

فصل سوم: روش پژوهش

۷۵ ۱-۳-۱-۱ روش‌شناسی
۷۵ ۱-۳-۱-۱ کلیات
۷۶ ۲-۳-۲-۲ تعریف متغیرها
۷۶ ۱-۳-۲-۱-۲-۱ تعریف متغیرهای مستقل
۷۷ ۱-۳-۲-۱-۲-۱ سن
۷۸ ۲-۳-۲-۱-۲-۲ جنس
۷۸ ۳-۳-۱-۲-۲-۱ وضعیت اجتماعی اقتصادی
۷۹ ۲-۳-۲-۲-۲ تعریف متغیر وابسته
۷۹ ۳-۳-۳-۲ نمونه‌گیری
۸۰ ۴-۳-۴-۱ ابزار پژوهش
۸۰ ۱-۴-۳-۴-۱ ابزارهای پیشین
۸۱ ۲-۴-۳-۴-۲ ابزار مورد استفاده در این پژوهش
۸۶ ۵-۳-۴-۳ نحوه‌ی انجام پژوهش
۸۷ ۶-۳-۴-۳ اعتبار و پایایی

فصل چهارم: یافته‌های پژوهش

۹۰	۱-۴- آمار توصیفی
۹۰	۱-۱-۴- تعداد شرکت‌کنندگان هر کدام از کلاس‌ها
۹۲	۲-۱-۴- نحوه‌ی توزیع متغیرها
۹۲	۱-۲-۱-۴- سن و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست
۹۳	۲-۲-۱-۴- جنس و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست
۹۴	۳-۲-۱-۴- وضعیت اجتماعی اقتصادی و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست
۹۵	۲-۴- آمار استنباطی
۹۵	۱-۲-۴- تأثیر سن شرکت‌کننده در ادراک او از قد بهترین دوستش
۹۶	۲-۲-۴- تأثیر جنس شرکت‌کننده در ادراک او از قد بهترین دوستش
۹۷	۳-۲-۴- تأثیر وضعیت اجتماعی اقتصادی شرکت‌کننده در ادراک او از قد بهترین دوستش
۹۹	۴-۲-۴- کنش‌های متقابل سن، جنس و وضعیت اجتماعی اقتصادی در ادراک قد بهترین دوست
۱۰۱	۵-۲-۴- بیش‌برآوردی‌ها و کم‌برآوردی‌ها

فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری

۱۰۲	۱-۵- نقش سن در ادراک قد صمیمی‌ترین دوست
۱۰۴	۲-۵- نقش جنس در ادراک قد صمیمی‌ترین دوست
۱۰۴	۳-۵- نقش وضعیت اجتماعی اقتصادی در ادراک قد صمیمی‌ترین دوست
۱۰۶	۴-۵- کم‌برآوردی‌های شرکت‌کنندگان
۱۰۶	۵-۵- مشکلات و محدودیت‌ها
۱۰۷	۶-۵- نقاط قوت پژوهش
۱۰۸	۷-۵- پیشنهادات
۱۰۹	۸-۵- بحث و نتیجه‌گیری
۱۱۱	منابع و مآخذ

فهرست جدول‌ها

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲- صفاتی که در ۲۵ کشور برای زنان و مردان در نظر گرفته شده است	۳۰
جدول ۲-۲- تغییرات در وضعیت زنان جامعه‌ی آمریکا در صد سال اخیر	۳۸
جدول ۳-۲- توزیع پاسخگویان بر حسب ترجیحات جنسی	۵۷
جدول ۴-۲- در خانه شما چه کسی بیشترین نفوذ و تأثیر را در برخورد با مسائل دارد؟	۵۸
جدول ۵-۲- وضعیت سواد در بین گروه‌های مذهبی چهار شهر استان سیستان و بلوچستان	۶۳
جدول ۱-۴- تعداد شرکت‌کنندگان هر کدام از کلاس‌ها	۸۹
جدول ۲-۴- سن و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست	۹۲
جدول ۳-۴- جنس و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست	۹۴
جدول ۴-۴- وضعیت اجتماعی اقتصادی و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست	۹۵
جدول ۵-۴- تأثیر سن شرکت‌کننده در ادراک او از قد بهترین دوستش	۹۶
جدول ۶-۴- پس‌آزمون شفه برای بررسی تفاوت‌های بین گروهی	۹۶
جدول ۷-۴- تأثیر جنس شرکت‌کننده در ادراک او از قد بهترین دوستش	۹۷
جدول ۸-۴- تفاضل میانگین بر اساس جنس	۹۷
جدول ۹-۴- تأثیر وضعیت اجتماعی اقتصادی شرکت‌کننده در ادراک او از قد بهترین دوستش	۹۸
جدول ۱۰-۴- تفاضل میانگین بر اساس وضعیت اجتماعی اقتصادی	۹۸
جدول ۱۱-۴- جدول کلی آمارهای استنباطی	۹۹
جدول ۱۲-۴- کم‌برآوردی‌ها و بیش‌برآوردی‌ها	۱۰۱

فهرست شکل‌ها

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲- دایره‌ی مرکزی «الف» کوچک‌تر از دایره‌ی مرکزی «ب» به نظر می‌رسد	۳۱
شکل ۲-۲- نقش مقوله‌بندی‌های اجتماعی در اندازه‌ی خطای ادراکی ابینگوس	۳۳
شکل ۳-۲- رابطه‌ی قد با موفقیت شغلی	۴۶
شکل ۱-۳- بخش مولد لگه‌ی نور	۸۳
شکل ۲-۳- جعبه‌ی کنترل	۸۴
شکل ۳-۳- پرده	۸۵
شکل ۱-۴- توزیع شرکت‌کنندگان بر اساس گروه سنی	۹۱
شکل ۲-۴- توزیع شرکت‌کنندگان بر اساس جنس	۹۱
شکل ۳-۴- توزیع شرکت‌کنندگان بر اساس وضعیت اجتماعی اقتصادی	۹۱
شکل ۴-۴- سن و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست	۹۳
شکل ۵-۴- جنس و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست	۹۴
شکل ۶-۴- وضعیت اجتماعی اقتصادی و ادراک قد صمیمی‌ترین دوست	۹۵
شکل ۷-۴- کنش متقابل گروه‌های سنی و جنس	۱۰۰
شکل ۸-۴- کنش متقابل گروه‌های سنی و وضعیت اجتماعی اقتصادی	۱۰۰

کوتاه‌نوشت‌ها

کلمه اختصاری	برابر انگلیسی	برابر فارسی
APE	absolute percent error	درصد خطای مطلق
BMI	body mass index	شاخص توده بدن
CE	constant error	خطای ثابت
LED	light emitting diode	دیود نورانی
MH	measured height	قد اندازه‌گیری شده
NCDS	national child development study	مطالعه ملی رشد کودک
NLS	the national longitudinal surveys	پیمایش‌های طولی ملی
PH	perceived height	قد ادراک شده
QES	quality of employment survey	پیمایش کیفیت استخدام
SES	socioeconomic status	وضعیت اجتماعی اقتصادی
SS	short stature	کوتاهی قد

فصل اول: کلیات پژوهش

۱-۱- تبیین مسأله پژوهش

امروزه از دو رویکرد جامعه‌شناختی و روانشناختی برای بررسی ادراک دیداری استفاده می‌گردد. روش روانشناختی که به رویکرد از پایین به بالا^۱ نیز معروف است (بالستیس و لسیتز^۲، ۲۰۱۰) تلاش دارد تا ادراک را امری متصلب و متأثر از عواملی مشخص که در تمامی حالت تأثیری یکسان دارند ارزیابی نماید. روانشناسان گشتالت^۳ اساساً به مبحث ادراک توجه دارند و بر این باوراند که تجربه‌های ادراکی مبتنی بر طرح‌هایی هستند که محرک‌ها، و سازمان تجربه آن‌ها را شکل می‌دهد (اتکینسون، اتکینسون، اسمیت، بسم و نولن-هوکسما، ۱۳۸۵: ۴۷). در مقابل این رویکرد، رویکرد جامعه‌شناختی قرار دارد که به رویکرد از بالا به پایین^۴ نیز معروف است. امروزه به خاطر پیشرفت در سازه‌شناخت، این موضوع تأیید شده است که چشم انسان تنها ارگانسیم برای دیدن نیست، بلکه ادراک بینایی تحت نفوذ نیازهای بیولوژیکی، حالات هیجانی و مقاصد عمل قرار دارد که آن‌ها هم تحت تأثیر بافت حاکم می‌باشند (پرافیت^۵، ۲۰۰۶).

^۱ bottom-up

^۲ Balcetis, E. & Lassiter, G.D.

^۳ Gestalt

^۴ top-down

^۵ Proffitt, D.

از جمله مهم‌ترین عوامل محیطی، عوامل اجتماعی هستند. عوامل اجتماعی به انحاء مختلف ادراک ما و خصوصاً ادراک دیداری^۱ ما را تحت تأثیر قرار می‌دهند. عوامل اجتماعی را می‌توان از سطوح کلان (مانند نقش دموکراسی بر ابعاد مختلف زندگی انسان) تا سطوح خُرد (عوامل روانی اجتماعی^۲ مانند نقش نوع پوشش فرد در میزان پذیرش او در گروه) دسته‌بندی کرد. عده‌ای نیز تنها از یک نوع متغیر سخن می‌گویند که همه‌ی این جنبه‌ها را در خود دارد و در بسیاری از جنبه‌هایش امکان تفکیک این عوامل به خاطر درهم‌تنیدگی‌هایش وجود ندارد (متغیر زیست‌روان اجتماعی^۳). تا پیش از رویکرد «نگاه نو»^۴ در دهه‌ی چهارم قرن بیست، به ادراک به شکل امری متصلب و برکنار از تأثیر عوامل درونی نگریسته می‌شد. این بدان معنا بود که ادراک ما در همه‌ی موقعیت‌ها کم‌وبیش یکسان است و ابژه، تنها متغیر ادراک ما است. رویکرد «نگاه نو» این معادله را برهم زد و نشان داد که سوژه نیز می‌تواند درست به همان اندازه‌ی ابژه در ادراک، نقش بازی کند. پژوهش‌های برونر^۵ و گودمن (۱۹۴۷) و برونر و پستمن (۱۹۴۸) در دانشگاه هاروارد طیف جدیدی از مطالعات را آغاز کرد تا انعطاف‌پذیری و سازگاری ادراک و خصوصاً ادراک دیداری را تأیید نمایند (بالستیز و لاسیتر، ۲۰۱۰).

از طرف دیگر در جامعه‌شناسی معرفت نیز رویکردهای تازه‌ای در حال گسترش بودند که تأکید آن‌ها بر نفی اصالت بازنمایانندگی^۶، آوردن سوژه به عنوان عنصر حیاتی و تأثیرگذار بر شناخت و همچنین محلی و موقعیتی بودن شناخت بودند. کاترین هیلز^۷ اشاره می‌کند که منطقاً استنباط اعتبار یک یافته‌ی علمی غیرممکن است هرچند که تأیید پایایی آن ممکن می‌باشد. او اشاره می‌نماید که چون دسترسی به شیء فی‌نفسه (با توجه به فلسفه‌ی کانت خصوصاً در کتاب «سنجش خرد ناب») نه تنها ممکن نیست بلکه مهمل است، از بررسی علمی اعتبار پژوهش چشم می‌پوشد و تنها به تکرارپذیری یافته‌ها و یا همان پایایی آن دل خوش می‌نماید (زامیتو، ۲۰۰۷).

^۱ visual perception

^۲ psychosocial

^۳ biopsychosocial

^۴ New Look

^۵ Bruner, J.

^۶ representativeness

^۷ Hayles, K.

ویلیام تامس^۱ به عنوان یکی از بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی خُرد اذعان می‌کند: «اگر انسان‌ها موقعی‌شان را واقعی تلقی می‌کنند، پس پیامدهای این موقعیت‌ها نیز واقعی‌اند» (به نقل از ریتزر ۱۳۸۴: ۶۹). او با همین منطق کتاب «دهقان لهستانی در اروپا و آمریکا» را با همکاری زانیه کی^۲ (۱۹۱۸) می‌نگارد و سطوح کلان عوامل اجتماعی را با سطوح خرد عوامل اجتماعی (از جمله عوامل روانی اجتماعی) پیوند می‌زند و از این رهگذر دست به یک بررسی تجربی درباره‌ی دهقانان لهستانی می‌زند (ریتزر، ۱۳۸۴).

در این پژوهش با استفاده از ابزارهای جدید به بررسی نقش عوامل اجتماعی بر ادراک پرداخته می‌شود و نشان داده می‌شود که چگونه عواملی از قبیل سن، جنس و وضعیت اجتماعی اقتصادی^۳ در ادراک افراد از قد صمیمی‌ترین دوستشان دخیل هستند. نشان داده می‌شود که چگونه عوامل زیست‌شناختی و روان اجتماعی در کنش متقابلی پیگیر با یکدیگر، ادراک ما را رقم می‌زند.

۱-۲- اهمیت پژوهش

اهمیت اصلی این پژوهش توجه دادن به جنبه‌های درونی مشارکت‌کنندگان در کنش اجتماعی و تفسیر آن‌ها از رویدادها است. واقعیت نه یک امر عینی مستقل در بیرون بلکه امری ساخته‌شده توسط مشارکت‌کنندگان می‌باشد و به تفسیر آن‌ها از رویدادهایی که کاملاً عینی به نظر می‌رسند، بستگی دارد. این رویکرد مسلطی بود که در کتاب «ساخت اجتماعی واقعیت»^۴ اثر برگر و لاکمن^۵ (۱۳۷۵) یافت می‌شود. برخلاف رویکرد روانشناختی گشتالت که شکل‌بندی اشکال در بیرون بر ادراک تأثیرگذار است، رویکرد جامعه‌شناختی بر این که ادراک نه یک ویژگی «پایین به بالا» بلکه یک ویژگی «بالا به پایین» است تأکید دارد. ادراک کاملاً توسط وضعیت اجتماعی اقتصادی و فاصله‌ی اجتماعی^۶ تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

اهمیت این پژوهش از دو جنبه‌ی روش‌شناختی و موضوعی می‌باشد. از یک طرف، یکی از کمبودهای پژوهش‌های ادراک، پیدا کردن ابزار مناسب جهت بررسی موضوع مورد مطالعه بوده است

^۱ Thomas, W.

^۲ Znaniecki, F.

^۳ socioeconomic status (SES)

^۴ social construction of reality

^۵ Berger, P.L & Luckmann, T.

^۶ social distance

و نشان داده شده است که ابزارهای پژوهش در سنجش خطاهای ادراکی مؤثراند (سلی و لی^۱، ۱۹۵۵؛ کلاین^۲ و همکاران، ۱۹۵۱؛ ویت و همکاران، ۲۰۰۵). در این پژوهش تلاش شده است تا با بررسی ابزارهای پیشین مورد استفاده برای سنجش اندازه‌های ادراکی و یافتن نقاط ضعف آن‌ها، ابزاری جدید ساخته شود که تا حد امکان از کمبودهای پیشین عاری باشد.

از طرف دیگر، در بیشتر پژوهش‌های انجام شده حجم شرکت کنندگان حدود یک‌صد نفر بوده است و متغیرهای بررسی شده نیز اندک بوده‌اند. همین امر باعث شده است که امکان مقایسه‌ی بخش‌های مختلف و همچنین ویژگی‌های فردی شرکت کنندگان کاهش یابد. در این پژوهش بیش از هزار دانش‌آموز شرکت کردند و از سه متغیر مستقل استفاده گشت که همین امر باعث شد تا امکان مقایسه‌ی بیشتری فراهم آید. مثلاً در پاره‌ای از پژوهش‌های پیشین که فصل‌های آینده به آن‌ها اشاره می‌گردد یک کم‌برآوردی در ادراک گزارش شده است و در بخش دیگری از ادبیات پژوهشی این موضوع رد شده است.

در زمینه‌ی علوم اجتماعی در کشور ما ایران بیشتر از روش پیمایش با ساختار پرسشنامه‌ای استفاده می‌گردد که در آن‌ها به جای اندازه‌گیری عینی، افراد گزارشی در مورد خود می‌دهند که ممکن است با انواع سوگیری‌ها و به خصوص سوگیری‌های مطلوبیت اجتماعی^۳ و وانمودسازی^۴ همراه همراه باشد (عریضی و فراهانی، ۱۳۸۷). ویژگی واکنش‌پذیری در سنجش‌های پیمایشی اشکال عمده‌ی آن‌ها به شمار می‌رود زیرا افراد پاسخ‌های خود را به نوعی تنظیم می‌کنند تا خوب به نظر آید و با هنجارهای اجتماعی تطابق داشته باشد. یکی از مزیت‌های پژوهش حاضر استفاده از سنجش بدون واکنش‌پذیری است یعنی افراد در مورد قد ادراک‌شده پاسخ می‌دهند و هیچ نگرانی در آن نسبت به احتمال واکنش وجود ندارد. افراد نمی‌خواهند پاسخی مطلوب از نظر هنجارهای اجتماعی بدهند و یا خوب به نظر آیند. در پیمایش‌ها و مشاهده‌ها واکنش‌پذیری عیبی عمده است در حالی که در تحلیل محتوا و یا پاسخ‌های ادراکی ویژگی واکنش‌پذیری وجود ندارد (عریضی و فراهانی، ۱۳۸۷). امروزه طیف گسترده‌ای از روش‌های کیفی و کمی در اختیار پژوهشگران می‌باشد که همین امر یافتن متناسب‌ترین روش جهت بررسی موضوع را آسان‌تر کرده است.

¹ Solley & Lee

² Klein

³ social desirability

⁴ faking

۳-۱- پیشینه‌ی پژوهش

در دهه‌های چهل و پنجاه میلادی یک رویکرد تازه با نام «نگاه نو»^۱ در دانشگاه هاروارد شکل گرفت. در «نگاه نو» تیات افراد و اعمال هدفمند^۲ آن‌ها عواملی محسوب می‌شدند که به نحوه‌ی ادراک ما از جهان را شکل می‌دهند. در نگاه نو نیاز، ارزش^۳ و انتظار^۴ و حتی مولفه‌های شناخته شده‌تری از جمله اضطراب، سرخوردگی در ادراک ما از پیرامونمان به حساب آورده شدند. در بررسی فرهنگ، آن‌ها باور داشتند که یک فرهنگ خاص به گونه‌های متفاوتی توسط افراد گوناگون درک می‌گردد و ما علاوه بر تفاوت‌های بین فرهنگی، باید به تفاوت‌های درون فرهنگی^۵ در برخورد با ادراک توجه نماییم. پیرو این نظریه‌ی جدید یک رشته پژوهش‌ها شکل گرفتند تا میزان صحت و پیش‌بینی‌پذیری این رویکرد نو را محک بزنند. «اثر فراوانی»^۶، «ناهمخوانی‌های ادراکی»^۷ و «اثر ارزش-اندازه»^۸ بخشی از دستاوردهای این رویکرد نو بود (بالاستیس و لاسیتیر^۹، ۲۰۱۰). برونر و گودمن^{۱۰} (۱۹۴۷) نشان دادند که کودکان خانواده‌های فقیر (نسبت به خانواده‌های توانگر) اندازه‌ی سکه‌ها را بزرگ‌تر برآورد می‌کنند. برونر و پستمن^{۱۱} (۱۹۴۸) با استفاده از نشانه‌های خنثی، مثبت و منفی در اندازه‌های مختلف به آزمون برآورد اندازه پرداختند و یک بیش‌برآورد^{۱۲} را در نشانه‌های مثبت و منفی گزارش کردند. وان اولزن، سمین، اودیجانس و بیک^{۱۳} (۲۰۰۸) تأثیر محتوای عاطفی را در ادراک اندازه نشان دادند. دایره‌های همراه با تصویر، کوچک‌تر از دایره‌های بدون تصویر برآورد شدند. دایره‌های همراه با تصاویر با بار منفی بزرگتر از دایره‌های با بار منفی یا خنثی ارزیابی گردیدند. استپل و کومن^{۱۴} نقش مقوله‌بندی‌ها اجتماعی را بر قضاوت ادراکی از اندازه بررسی کردند و نشان

^۱ New Look

^۲ goal-directed actions

^۳ value

^۴ anticipation

^۵ Intracultural differences

^۶ frequency effect

^۷ perceptual incongruities

^۸ value-size effect

^۹ Balacetic & Lassiter

^{۱۰} Bruner & Goodman

^{۱۱} Postman

^{۱۲} overestimation

^{۱۳} von Ulzen, Semin, Oudejans, & Beek

^{۱۴} Stapel & Koomen

دادند که مقوله‌های فیزیکی از جمله جنس و مقوله‌بندی‌های غیرفیزیکی از جمله شغل فرد، ادراک بیننده را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

به موازات این رشته از پژوهش‌های تجربی، پژوهش‌هایی که بیشتر جنبه‌ی تحلیل و منطقی داشتند نیز صورت گرفت. آلفرد آدلر^۱ مفهوم «عقده‌ی ناپلئونی»^۲ را برای تشریح موقعیتی ابداع کرد که فرد از قدوقامت کوتاهش ناراضی است و همین امر او را به عقده‌ی حقارت^۳ دچار می‌کند و برای جبران فقدان قد و قدرت، دست به رفتارهای پرخاشجویانه می‌زند (آدلر، ۱۹۵۶؛ مارتل و بیلر، ۱۹۸۷ به نقل از جاج و کابل، ۲۰۰۴). به علت کوتاه قدبودن ناپلئون، آدلر این نام را برگزیده است. نقش قد فرد در زندگی روزمره در ابعاد بسیار متفاوتی از جمله موفقیت شغلی (جاج و کابل، ۲۰۰۴)، موفقیت دانشگاهی (هنسلی، ۱۹۹۳)، موفقیت ایجاد رابطه با دیگران و جذابیت (پاولفسکی و دونبار^۴، ۲۰۰۵) و حسادت (بانک، پارک، زوریاگا، کلاوینا و ماسار، ۲۰۰۸) به تأیید رسیده است.

یکی از عواملی که شخصیت انسان‌ها را در بزرگسالی به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد و به تبع ادراک آن‌ها را هم تغییر خواهد داد، نحوه‌ی رشد و جامعه‌پذیری فرد در کودکی است. تئودور آدورنو^۵ و همکارانش در مکتب فرانکفورت یک نمونه‌ی آرمانی^۶ می‌سازند و نام آن را «شخصیت اقتدارطلب» می‌نامند. این اصطلاح در سال‌های دهه ۱۹۴۰ از سوی آدورنو، فلاورمن و سایرین ارائه شد و در سطحی گسترده در جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی مورد استفاده قرار گرفت. هسته‌ی اصلی این نظریه عبارت بود از بررسی پیامدهای اجتماعی آن. فرضیه‌ی مطرح شده در این نظریه این بود که در اعتقادات و باورهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی هر فرد الگوی روشن و به هم پیوسته‌ای وجود دارد که در واقع بیانگر گرایش‌های ریشه‌دار در شخصیت آن فرد است. ویژگی‌های بارز شخصیت اقتدارگرا و قوم‌محور عبارتند از: (۱) انعطاف‌ناپذیری (۲) سرسختی (۳) تصلب (۴) این باور که تنها یک راه درست وجود دارد (۵) عدم اعتقاد به استدلال (۶) ستایش از والدین و (۷) اطاعت محض از رهبران. اُورت هیگن^۷ نیز بعدها همین موضوع را به زبانی تجربی‌تر بیان می‌کند که شرح آن در فصل دوم خواهد آمد.

¹ Alfred Adler

² Napoleon complex

³ inferiority complex

⁴ Pawlowski & Dunbar

⁵ Adorno, T.

⁶ ideal type

⁷ Hygen, E.