

پیش‌درآمدی بر روان‌شناسی جذب در بسیج

دکتر محمد حسین ابلسی

روان‌شناس و عضو هیئت علمی دانشگاه امام حسین (ع)

چکیده

چه عواملی یک نوجوان، جوان و یا فرد میان‌سال را برای پیوستن به بسیج و انجام پاره‌ای از مأموریت‌های آن برمی‌انگیزد؟ از منظر هریک از علوم اجتماعی و رفتاری می‌توان پاسخ، یا پاسخ‌هایی، برای این سؤال بنیادی عرضه داشت. تلاش این نوشتار بر آن است تا از منظر روان‌شناسی به کاوش درباره‌ی علل جذب در بسیج بپردازد. نیازی به دلیل نیست که «پدیده‌ی جذب در بسیج» یک پدیده‌ی چند عاملی است. به بیانی دیگر عوامل متعدد و متنوعی افراد جامعه را برمی‌انگیزد تا به بسیج بپیوندند و بخشی از اوقات خویش را صرف فعالیت‌های آن نهاد مردمی و شبه نظامی سازند. از همین روی، فروگاستن دلایل و عوامل جذب به یک یا چند عامل محدود، مانع از دست‌یابی به درکی ژرف و جامع درباره‌ی این پدیده می‌شود. بنابراین، گرچه تلاش این نوشتار تنها تحلیل علل جذب از نقطه نظر و منظر روان‌شناسی است، بنابراین می‌کوشد تا ابعاد

متنوع روان‌شناختی^۱ پدیده را به اختصار بررسی، و با حداقل مرور نماید. با وجود این، این نوشتار را تنها باید مقدمه و سرآغازی برای مطالعه و کاوش نظام‌مند در علل و عوامل روان‌شناختی پیوستن میلیون‌ها فرد جامعه‌ی ایران به بسیج تلقی کرد.

نگرش مساعد نخستین عامل مؤثر در جذب

جذب و پیوستن به بسیج را می‌توان، به منزله‌ی نوعی «رفتار» نگریست که یکی از عوامل «پیش‌بین»^۲ آن نگرش^۳ مساعد به بسیج و عناصر آن است. منظور از نگرش نوعی ارزیابی مثبت یا منفی از پدیده‌ها، اشخاص، مؤسسات و سازمان‌ها است که بر اثر اطلاعات شناختی^۴، عاطفی^۵ و رفتاری^۶ شکل می‌گیرد (اسبت^۷ و مکی^۸، ۲۰۰۰) زمانی که فرد:

اطلاعات کافی و بسنده درباره‌ی یک پدیده (یا سازمان) داشته باشد، و شنیدن نام آن مؤسسه و افراد آن احساس خوبی در او ایجاد کند، او نگرش مساعدی به آن مؤسسه پیدا می‌کند و در نتیجه احتمال گرایش او به آن مؤسسه فزونی می‌یابد (هانت^۹، ۲۰۰۱).

اما، برخی محققان بر این باورند که نگرش مساعد بلافاصله منجر به رفتار (مثلاً جذب در بسیج می‌شود)، مورد تردید قرار داده‌اند. چه، محققان اخیر (نظیر مک‌فال^{۱۰}، ۲۰۰۳) بار دیگر بردیدگاه «فیش باین و رکیزن» درباره‌ی رابطه نگرش و رفتار تأکید ورزیده‌اند.

1-psychological dimension

2-Predictor

3-Attitude

4-Cognitive information

5-Affective information

6-Behavioral information

7-Smith

8-Mackie

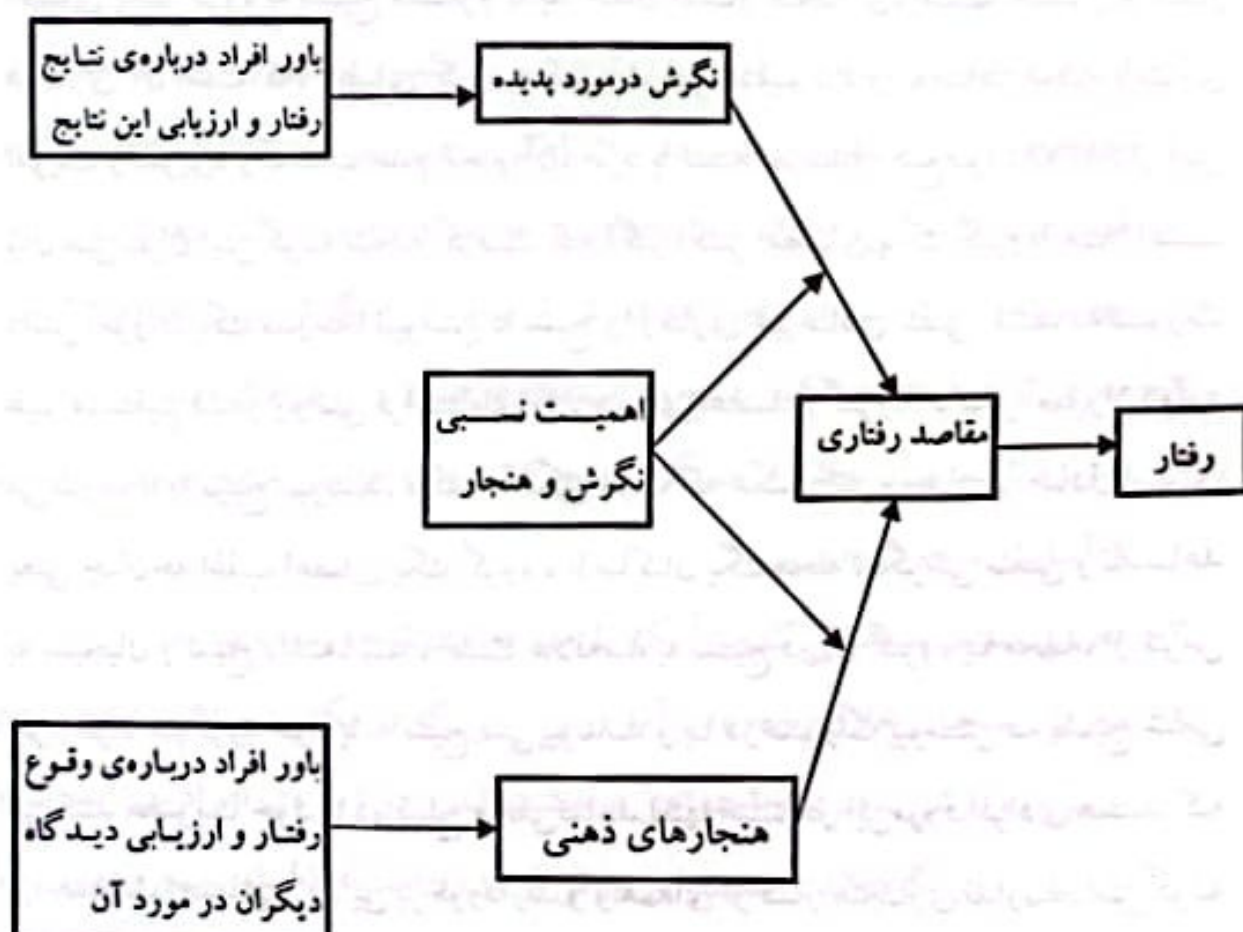
9-Hunt

10-McFall

بر اساس دیدگاه آن دو محقق روان‌شناس، هنجارهای ذهنی و نگرش موجب شکل‌گیری مقاصد رفتاری می‌شوند، و مقاصد رفتار منتج به رفتار می‌شوند. آنان دیدگاه خود را به شرح مندرج در نمودار صفحه‌ی بعد (نمودار ۱) خلاصه کرده‌اند.

بر اساس دیدگاه «فیش باین و رکیزن» گرایش مردم به جذب در بسیج را می‌توان این‌گونه تبیین کرد:

۱- چنان‌چه فرد یا افرادی از جامعه احساس کنند که بسیج نهادی ارزشمند، مفید و دارای اهمیت است.



نمودار ۱: رابطه‌ی نگرش‌ها و رفتارها از نظر فیش باین و رکیزن

- ۲- آنان بر این باورند که سایر مردم جامعه، به ویژه دیگرانی که از نظر آنان مهم‌اند، نظر مساعد و مطلوبی به بسیج و بسیجیان دارند.
- ۳- این تمایل در آنان شکل می‌گیرد که به بسیج پیوندند.
- ۴- اما، این نگرش‌ها و باورهای ذهنی، تنها موجب به وجود آمدن تمایل برای پیوستن به بسیج می‌شود.

بنابراین، پیوستن به بسیج مستلزم فراهم شدن شرایط است.

افزون بر آن، از این دیدگاه می‌توان نتیجه گرفت که پیوستن اغلب، یا تمامی، اعضای یک گروه به بسیج مستلزم پدید آمدن «فشار هنجاری» است. منظور از فشار هنجاری آن است که، اعضای گروه به صورت غیرمستقیم فرد را به خاطر انجام رفتاری تقویت و تشویق، و به سبب عدم انجام آن، طرد یا تنیه نمایند (رفیع‌پور، ۱۳۷۸). از این بیان می‌توان این گونه نتیجه گرفت که اگر اکثر اعضای یک گروه (مثلاً اغلب دانش‌آموزان یک مدرسه) پیوستن به بسیج را رفتاری غیرعادی تلقی کنند به صورت غیرمستقیم فشار روانی فزاینده‌ای را بر همه‌ی اعضای گروه (دانش‌آموزان) وارد می‌سازند تا به بسیج پیوندند. ناگفته آشکار است که عکس این رخداد نیز صادق است. یعنی چنانچه اغلب اعضای یک گروه، یا ساکنان یک محله، نگرشی منفی و نامساعد به بسیجیان و بسیج داشته باشند، اقلیت علاقه‌مند به بسیج در آن گروه یا محله، از ترس طرد افراد هم گروه خود یا به بسیج نمی‌پیوندند و یا در صورت پیوستن به بسیج سعی می‌کنند عضویت خود را در بسیج مخفی نمایند (تنها استثنا در این مورد افرادی هستند که از جسارت اجتماعی^۱ بالایی برخوردارند و واهمه‌ای از فشار هنجاری ندارند. این گونه

افراد اغلب از استقلال رأی و عزت نفس^۱ بالایی برخوردارند. بنابراین، رفتارهای آنان به ندرت متأثر از فشار هنجاری و هم‌نوایی^۲ با اعضای گروه است.

اما، اینک این سؤال پیش‌روی ما قرار می‌گیرد که چگونه می‌توان در افراد جامعه نگرش مطلوبی به بیج ایجاد نمود؟ همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد نگرش‌ها بر اثر تجربه شکل می‌گیرند. منظور از تجربه، اطلاعات، مشاهده‌ها و احساساتی است، که مردم درباره‌ی موضوع مورد نظر (نظیر بیج) دریافت می‌کنند.

بنابراین، فرماندهان و دست‌اندرکاران بیج می‌توانند با استفاده از روش‌های زیر نگرش مساعدی را در مردم نسبت به بسیجیان ایجاد نمایند:

۱- آرایه‌ی تصویر بسیجیان - به صورت عکس، فیلم، پوستر و... - با استفاده از چهره‌های جذاب، متبسم، عاطفی و با ابهت. تحقیقات مختلف (مانند اسمیت و مکی، ۲۰۰۰) نشان داده‌است که افراد جامعه نسبت به کسانی که از جذابیت و ابهت بیشتری برخوردارند بیش از سایر افراد نگرش مثبت پیدا می‌کند.

۲- معرفی و عرضه‌ی عملکرد بیج با استفاده از فنون و روش‌های مدرن تبلیغاتی، به ویژه تأکید بر آن بخش از عملکرد بیج که موجب افزایش سطح امنیت، رضایت و آسایش مردم شده‌است.

۳- معرفی مستمر بسیجیانی که منشأ یک یا چند فعالیت نوع دوستانه شده‌اند.

۴- معرفی بسیجیان خلاق، نابغه، سرآمد و نیز آنانی که در یک یا چند رشته و زمینه‌ی علمی، ورزشی، هنری و اجتماعی درخشیده‌اند و در زمره‌ی افراد سرآمد گروه خویش جای گرفته‌اند. اهمیت این روش از آن‌رو است، که نام بیج و بسیجی با رشد و بالندگی و خلاقیت و ابتکار همیشه خواهد شد و براساس نظریه‌ی شرطی کلاسیک نگرش مساعدی را در مورد بیج در جامعه ایجاد خواهد کرد.

اما، همان گونه که پیش تر گفته شد، نگرش مساعد به تنهایی پدیده‌ی جذب را محقق نخواهد ساخت بلکه فراهم ساختن شرایط و شفاف سازی! شرایط پیوستن به بسیج، احتمال حضور گسترده‌ی مردم در بسیج را فزونی خواهد بخشید. راقم این سطور در چند زمینه‌یابی محدود از دانشجویان، دبیران و دانش آموزان دبیرستانی، دریافت که نیمی از آنان از فرایند و شیوه‌ی پیوستن به بسیج اطلاعات دقیقی ندارند. بنابراین، همراه با به سامان رساندن اقدامات مجاب سازی و تبلیغاتی جهت ایجاد نگرش مطلوب در مردم نسبت به بسیج، باید راه کارها و روش های پیوستن آنان به بسیج نیز به آنان آموزش داده شود. نیازی به گفتن نیست که راه های پیوستن به بسیج و کسب «عضویت بسیجی» باید ساده و بدون هزینه باشد.

ناگفته آشکار است که شکل گیری نگرش مطلوب به بسیج، و فراهم شدن شرایط سهل برای ورود به آن نهاد، تنها بخشی از پدیده‌ی جذب را تبیین می کنند. بنابراین، شواهد نشان می دهد که بسیاری از آنانی که نگرش مطلوب به بسیج دارند اما بدان نمی پیوندند. از همین روی، باید در جستجوی سایر عوامل روان شناختی بود که ابعاد دیگر این پدیده را تبیین می کند.

فراهم شدن شرایط برای محقق شدن و ارضای نیازها، انگیزه ها و هیجان ها از جمله دیگر عواملی است که موجب جذب به بسیج می شود. در سطور زیر که خواهد آمد رابطه و تأثیر انگیزه و نیاز در جذب نیز مورد بررسی قرار می گیرد.

نقش انگیزه ها در جذب به بسیج

روان شناسان (برای مثال فرانکین^۱، ۲۰۰۳) انگیزه (و نیازها) را به سه دسته کلی تقسیم بندی کرده اند: انگیزه های زیستی^۲، انگیزه های روانی^۳ و انگیزه های اجتماعی^۴.

1-Franken

2-Biological Motives

3-Psychological Motives

4-Social Motives

منظور از انگیزه‌های زیستی آن دسته از انگیزه‌هایی است که بدون برآورده شدن آن‌ها آدمی قادر به ادامه‌ی حیات نیست. به همین خاطر، از انگیزه‌های زیستی با عنوان «انگیزه‌های اولیه» نیز یاد می‌شود. گرسنگی، تشنگی، تنفس و ارضای جنسی از جمله مهمترین انگیزه‌های زیستی به‌شمار می‌روند.

انگیزه‌های روانی نیز به آن دسته از انگیزه‌ها گفته می‌شود که موجب حفظ حرمت شخص می‌شود. این گونه انگیزه‌ها اغلب در خدمت صیانت شخصیت فرد قرار دارند. گرچه گاهی به این گونه نیازها و انگیزه‌ها «ثانویه» گفته می‌شود، اما اهمیت و تأثیر آن‌ها در هدایت و جهت‌دهی رفتار گاهی بیش از انگیزه‌های زیستی است (فرانکین، ۲۰۰۳).

تحفیر گریزی، نیاز به تأیید، نیاز به پذیرش، خویش‌نمایی، معنا جویی، مهر طلبی و دانستن و کنجکاوی از جمله مهمترین انگیزه‌های روانی هستند که بر رفتار آدمیان تأثیر می‌گذارند.

سومین دسته از انگیزه‌ها، انگیزه‌های اجتماعی هستند. در این دسته، انگیزه‌های زیر جای می‌گیرند:

- انگیزه‌ی پیشرفت^۱.
- انگیزه‌ی قدرت^۲.
- انگیزه‌ی پیوند جویی^۳ (صمیمیت).

افراد دارای انگیزه‌ی پیشرفت اغلب به موقعیت‌ها، مؤسسات و گروه‌هایی روی می‌آورند که زمینه‌ی دست‌یابی آن‌ها به موفقیت‌های تحصیلی، شغلی و... را فراهم می‌سازند. این گونه افراد زمانی به فعالیت خویش در یک گروه ادامه می‌دهند که

1-Achievement motive

2-Power motive

3-Affiliation motive

فرصت کافی برای درگیر شدن در تکالیف چالش‌انگیز و نسبتاً دشوار را برای آنان فراهم سازد (مک کلند^۱، ۱۹۸۵).

بررسی‌ها (برای مثال زینالی والیاسی، ۱۳۸۰) نشان داده‌است که درصد قابل توجهی از نوجوانان و جوانان جامعه‌ی ایران دارای انگیزه‌ی پیشرفت بالایی هستند. این‌قشر زمانی به بسیج می‌پیوندند، و یا به فعالیت خویش در بسیج ادامه می‌دهند، که احساس کنند بسیج زمینه‌ی رشد و موفقیت تحصیلی و شغلی و اجتماعی کافی را برای آنان فراهم می‌سازد.

مک کلند (۱۹۸۵) نیز نشان داد بایست که اغلب نوجوانان واجد این انگیزش اجتماعی-روانی هستند. به باور او، این‌گونه نوجوانان از رغبت و اشتیاق زیادی برای رقابت، کسب مدارج برتری و چالش با دیگران برخوردارند. انگیزه‌ی قدرت، که آن‌را تمایل و اشتیاق برای کنترل و نفوذ در دیگران می‌دانند، در افراد جوان و میان‌سال جامعه زیاد دیده می‌شود. گال^۲ (۱۹۹۱) در تحقیقی درمورد رابطه‌ی انگیزه‌ی قدرت با میزان تمایل جوانان برای پیوستن به یک سازمان شبه نظامی، دریافت که بین این دو همبستگی مثبت بالایی وجود دارد. او از یافته‌ی خود نتیجه گرفت افراد دارای انگیزه‌ی قدرت از یک سو تمایل شدید برای رهبری و هدایت دیگران دارند، و از سوی دیگر انگیزه‌ی پرخاشگری^۳ آنان بالا است، از همین روی رو به سوی سازمان‌های شبه نظامی می‌آورند چون چنین می‌پندارند که این‌گونه سازمان‌ها فرصت و امکان رهبری دیگران و بروز پرخاشگری برای آنان فراهم می‌سازد. یکی دیگر از علل جذب افراد جامعه، به‌ویژه نوجوانان و جوانان، در بسیج تمایل آنان برای برقراری یک رابطه‌ی عاطفی گرم و مثبت با دیگران است. این تمایل، که از آن تحت

1-McCllland

2-Gal

3-Aggression motive

عنوان انگیزه پیوند جویی یاد می‌شود، نیاز آدم‌ها به تعامل با دیگران را برطرف می‌سازد و نوعی حمایت اجتماعی^۱، مطلوب را برای آنان فراهم می‌نماید. به همین خاطر در سال‌های اخیر روان‌شناسان مفهوم انگیزه‌ی صمیمیت^۲ را جایگزین انگیزه‌ی پیوند جویی نموده‌اند. منظور از انگیزه‌ی صمیمیت «میل به تجربه کردن مبادله‌ای ارتباطی، صمیمی و گرم با شخص دیگر است» (ریسو، ترجمه‌ی سید محمدی، ۱۳۷۶، ص ۲۶۷).

بررسی‌ها نشان داده‌است که افراد جامعه، به‌ویژه اقشار جوان جامعه، از حیث میزان برخورداری از هریک از سه انگیزه پیش گفته متمایز از یکدیگرند. برای مثال، انگیزه‌ی پیوند جویی اغلب در دخترها بیش از پسرها است درحالی‌که انگیزه‌ی پیشرفت در پسرها فزون‌تر از دخترها است (فراتکین، ۲۰۰۳).

از آن‌چه گفته شد می‌توان نتیجه گرفت که:

الف: یکی از عوامل اثرگذار در جذب افراد جامعه به نهادی مانند بسیج، فراهم شدن فرصت برای برآورده ساختن انگیزه‌های مختلف، به‌ویژه انگیزه‌های روانی و اجتماعی است.

ب: میزان هریک از انواع انگیزه‌های مورد بحث در افراد جامعه متفاوت از یکدیگر است.

بنابراین، نیروی مقاومت بسیج برای جذب افراد جامعه، به‌ویژه نوجوانان و جوانان، باید اقدام‌های زیر را وجهه‌ی همت خویش قرار دهد:

۱- به افراد جامعه نشان دهد که در بسیج به آدم‌ها احترام گذاشته می‌شود، شخصیت آنان محترم شمرده می‌شود، و به جای توبیخ و تنبیه و سرزنش، از تشویق و تحسین

1-Interaction

2-Social Support

3-Intimacy motive

و تکریم استفاده می‌شود. این گونه اقدام‌ها زمینه را برای ارضای نیازهای روانی داوطلبان ورود به بسیج (یعنی نیاز به پذیرش، تأیید و تحسین عزت نفس) فراهم می‌سازد.

۲- با گسترش دامنه‌ی فعالیت‌ها زمینه‌ی لازم را برای ارضای انگیزه‌های اجتماعی داوطلبان فراهم سازد. در واقع باید این فرصت برای داوطلبان فراهم شود که هریک به فراخور انگیزه، تمایل و رغبت خویش رو به سوی فعالیت‌ی آورد که حداکثر رضایت‌مندی و خشنودی را برای او فراهم سازد. برای مثال برای یک بسیجی دارای انگیزه‌ی قدرت باید شرایطی فراهم شود که احساس کند بر رفتار گروه‌های دیگر از بسیجیان تأثیر می‌گذارد. همچنین، یک بسیجی نیازمند پیوندجویی، باید در درون گروه‌هایی قرار گیرد که تعامل اجتماعی گسترده‌ای با یکدیگر دارند. یک بسیجی و جوان دارای انگیزه پیشرفت نیز باید احساس کند که بسیج زمینه‌ی دستیابی او را به ملاک‌های برتری و موفقیت فراهم می‌سازد.

زمانیکه در بسیج زمینه برای محقق شدن انگیزه‌های روانی و اجتماعی بسیجیان فراهم شود همان‌ها به مبلغانی برای بسیج تبدیل می‌شوند و به جذب سایر افراد جامعه به بسیج یاری می‌رسانند. اما، چنان‌چه بسیجیان محیط بسیج را محیطی که تحرک، فاقد صمیمیت، خسته‌کننده، بسیار رسمی و فاقد انعطاف ارزیابی کنند، دیر یا زود احساس و ارزیابی خود را به سایر افراد جامعه منتقل می‌سازند و مانع از جذب دیگران به بسیج می‌شوند. بنابراین، احساس منفی همانند یک بیماری واگیر در اندک زمانی به دیگران نیز سرایت می‌کند.

سراتجام، از نقش هیجان‌ها^۱ در جذب به بسیج نیز نباید غافل بود. در سطور زیر نقش این دسته از عوامل در جذب به بسیج نیز به اختصار مرور می‌شود.

نقش هیجان‌ها در جذب به بسج

بررسی‌ها نشان داده‌است که عده‌ی قابل توجهی از نوجوانان و جوانان بدان سبب در فعالیت‌های بسج، به‌ویژه رزمایش‌های مختلف، شرکت می‌کنند که به فرصتی برای تخلیه‌ی هیجانی خود دست‌یابند (الیاسی، ۱۳۸۲). به‌ویژه، تمایل برای تخلیه‌ی هیجانی در کسانی بیشتر دیده می‌شود که تراز هیجان‌خواهی^۱ آنان فزون‌تر از دیگران است. زاکرمن^۲، یکی از اولین محققان هیجان‌خواهی، نشان داده‌است که هیجان‌طلبی از چهار مؤلفه‌ی اساسی تشکیل شده‌است:

- ۱- هیجان‌زدگی و ماجراجویی. یعنی تمایل برای پرداختن به فعالیت‌های بدنی که سرعت، خطر و تازگی در آن‌ها باشد (نظیر چتر بازی، غواصی، سقوط آزاد).
- ۲- تجربه‌جویی. یعنی جستجوی تجربه‌های جدید از طریق اردو، موسیقی و هنر.
- ۳- بازداری‌زدایی. یعنی نیاز به جستجوهای در فعالیت‌های اجتماعی بازداری نشده.
- ۴- حساسیت نسبت به یکنواختی. یعنی بیزاری از تجربه‌های تکراری، کار عادی و افراد قابل پیش‌بینی (شولتز، ترجمه سید محمدی، ۱۳۷۹، ص ۵۲۵).

الیاسی (۱۳۸۲) در یک پژوهش ملی نشان داده‌است که رزمایش‌های منطقه‌ای بسج تا حدودی، و نه زیاد، قادرند فرصت لازم را برای تخلیه‌ی هیجانی اقشار جامعه، به‌ویژه جوانان فراهم سازند. اما زمانی می‌توان به تخلیه‌ی هیجانی نوجوانان و جوانان در فعالیت‌های مختلف بسج امیدوار بود که سطح و دامنه‌ی فعالیت‌های برخوردار از هیجان آن فزونی یابند. پیداست که این‌گونه فعالیت‌ها باید در فضای وسیع و با استفاده از رسانه‌های دیداری، تبلیغ شوند. از این‌رو مشاهده‌ی آن‌ها در صفحه‌های مانیتور، تلویزیون جوانان برخوردار از هیجان را برای پیوستن به بسج برمی‌انگیزد.

نتیجه گیری

از منظر روان شناسی افراد جامعه‌ی ما زمانی به صورت فراگیر به بسیج می پیوندند و آرمان «بسیج بیست میلیونی» را محقق می سازند که:

۱- نگرش و دیدگاه مساعد و مطلوبی نسبت به بسیج، بسیجیان و فرماندهان و مدیران بسیج کسب کنند. گرچه، شواهد موجود بیانگر نگرش «نسبتاً مساعد» مردم به بسیج است، اما برای دستیابی به نگرش «کاملاً مساعد» نباید از اقدام های تبلیغاتی و متقاعد سازی غافل بود.

۲- فعالیت ها، مأموریت ها و امکانات بسیج را باید آن چنان متنوع ساخت که امکان ارضای انواع انگیزه های شهرنشینان و روستاییان در آن فراهم شود. این تنوع فعالیت را باید با اقدام های مناسب تبلیغی و اطلاع رسانی به اطلاع مردم کشور رساند.

۳- بسیج باید شرایط را برای تخلیه ی هیجان های متنوع جوانان و نوجوانان جامعه فراهم سازد. لازمه ی این اقدام گسترش فعالیت های هیجانی، ماجراجویانه، پرتحرک، شغف آور و حتی ترسناک در بسیج است.

۴- لازم است از یک سو شرایط پیوستن به بسیج تسهیل شود و از سوی دیگر فرایند و شرایط جذب با استفاده از مجاری ارتباطی مختلف (اعم از ارتباط چهره به چهره و ارتباط رسانه ای) به اطلاع همگان رسانده شود.

۵- پذیرش کنندگان بسیج باید از جذابیت فیزیکی، کلامی، حسن خلق، و قدرت انعطاف و پذیرش بالایی برخوردار باشند. از گماردن افراد جدی، نامهربان، فاقد سیمای جذاب و مهارت کلامی مطلوب، باید پرهیز شود.

منابع:

- ۱- الیاسی ، محمد حسین (۱۳۸۲). تأثیر رزمایش های منطقه ای بسیج بر روحیه ، انسجام و تخلیه هیجانی بسیجیان . تهران : فصلنامه ی مطالعات بسیج . سال ششم شماره ۲۱-۲۰.
- ۲- شولتر ، دوان ، ترجمه ی سید محمدی ، یحیی (۱۳۷۹). نظریه های شخصیت . تهران : نشر ویرایش.
- ۳- ریو ، مارشال ، ترجمه سید محمدی ، یحیی (۱۳۷۸). انگیزش و هیجان. تهران: نشر ویرایش.
- ۴- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸) . آنا تومی جامع. تهران : انتشارات دانشگاه شهید بهشتی .
- ۵- زینالی ، علیرضا و الیاسی ، محمد حسین (۱۳۸۰) . سنجش انگیزه های غالب بسیجیان. پروژه ی سازمان تحقیقات مطالعات بسیج.
- 6- Smith . F.R and Mackie , D.M (2000) . Social Psychology.london:Taylor and Francis Press.
- 7-Fraken,R.E (2003).Human Motivation.U.K:thomson learning.
- 8-Hunt,L.(2001).attitude and attitude change.Boston : MCGraw Hill.
- 9- McFall , S.M (2003).attitudes and Behavior.WWW.socialscience.
- 10-McClelland,D.C.(1985).the achievement motive.newyork:Appleton-century-crofts.
- 11- Gal ,R.(1991). Military psychology . newyork: john wiley.