

## جامعه‌شناسی احساسات

علی ربانی خوراسگانی\* و مسعود کیانپور\*\*

\* گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان

\*\* دانشجوی دکتری دانشگاه اصفهان

### چکیده

جامعه‌شناسی احساسات در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی به عنوان یکی از حوزه‌های جامعه‌شناسی در آمریکا مورد توجه قرار گرفت. در خلال مقطع زمانی مذکور شمار قابل توجهی مقاله و کتاب در این حوزه به چاپ رسید که در آنها با احساسات به عنوان مقوله‌ای که قابل بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی است برخورد شد. مقاله حاضر با بررسی چهار نظریه کلاسیک و یک نظریه اخیرتر در مباحث نظری جامعه‌شناسی احساسات تلاش می‌کند توصیفی اجمالی از این حوزه ناشناخته ارائه نماید. در این راستا، نظریه‌های کنش متقابل شات و نظریه هنجاری هوقشیلد تحت عنوان ساختمان‌دنی اجتماعی و نظریه ساختاری کمپر و نظریه تضاد کالینزدر قالب اثبات‌گرایی معرفی می‌شوند. در نهایت نیز رهیافت ترکیبی جاناناتان ترنر بنام نظریه عمومی جامعه‌شناختی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

واژه‌های کلیدی: احساسات، نقش‌پذیری، فرهنگ، قدرت، منزلت، انتظار، تجربه.

## The Sociology of Emotions

A. Rabbani Khorasgani\* and M. Kianpour\*\*

\*Social Seiances, the University of Isfahan

\*\* Ph.D student the University of Isfahan

### Abstract

The sociology of emotions as one of the sub-disciplines of sociology received attention around the late 70s and mid 80s in American sociology. During this period several important contributions took place to make the roots of the sub-discipline robust. Drawing upon five theoretical discourses,

this paper aimed at presenting a general picture of emotions in sociology. Among all, Shott's symbolic interactionist theory and Hochschild's normative theory, which are labeled as social constructionist approaches, together with structural-relational theory of Kemper and Collins's conflict theory, which are categorized as positivist approaches, are discussed. Having reviewed these four theories, the paper goes on to consider synthetic approach introduced by Turner, which is known as general sociological theory of emotions.

**Keywords:** Emotions, Role-taking, Culture, Power, Status, Expectation, Experience

### چارچوب مفهومی

احساسات همواره از دیرباز جنبه مرموز و ناشناخته انسان بوده است. ما نوعاً دچار حالت های احساسی و هیجانی می شویم بدون اینکه بدانیم چه اتفاقی در درونمان در حال وقوع است. زندگی روزانه مان سرشار از این حالت های خوشایند و ناخوشایندی است که بدون تجربه آنها، تعریف ما از خودمان و هویت مان میسر نمی شود. از سوی دیگر، در بسیاری مواقع این ما نیستیم که آنها را بوجود می آوریم بلکه تنها در معرض تجربه شان قرار می گیریم، لذا به همین دلیل تلاش در جهت شناخت این جنبه اسرار آمیز همواره جزو دغدغه های بنیادین انسان بوده است.

همان طور که ارسطو بیش از دو هزار سال پیش گفته است: «خشمگین شدن مهم نیست، بلکه مهم اینست که انسان بفهمد چرا، چگونه، چه موقع، و کجا باید خشمگین شود» (هیوجز، ۲۰۰۳: ۵).

### مقوله احساسات در روانشناسی

علوم انسانی از ابتدا به مقوله احساسات جایگاه ویژه ای را اختصاص داد. این البته در شرایطی است که در رشته هایی مثل فلسفه و علوم رفتاری، بویژه روانشناسی، به آن بیشتر پرداخته شد و در مقابل در جامعه شناسی تا حد زیادی مورد غفلت قرار گرفت. در روانشناسی به شکلی جدی و مفصل به احساسات توجه

شده است. در متون آکادمیک و علمی این رشته تلاش شده مفاهیم متعددی که ما همه آنها را زیر عنوان «احساس و عاطفه» می شناسیم، هم به لحاظ تعریفی و هم از نظر مضمونی از یکدیگر متمایز شوند.

برای مثال کلمه (Emotion) به معنای هیجان مورد نظر روانشناسان است که از ریشه لاتین کلمه (Emovere) به معنای حرکت، تحریک، حالت تنش یا تهییج مشتق شده است. واژه دیگر کلمه ((Feeling است که برای آن از معادل احساس استفاده می شود. در حالی که درآمیختگی تخصصی ترین کاربردهای این واژه با مفاهیم عامیانه موجب پیچیده تر شدن تعیین دقیق معنا و مفهومش شده است، روانشناسان با یک اجماع کلی عناصر زیر را برای توصیف احساس مطرح می کنند:

- حالت ذهنی قابل تجربه در فرآیندی هوشیارانه  
- برداشت حسی در مورد احساس هایی مثل گرما، درد و غیره

- حالات عاطفی مثل احساس راحتی، افسردگی، شادی و غیره

- باورها، مثل احساس مبهم نسبت به چیزی یا کسی که با مستندات واضح نمی توان آنرا تأیید کرد (پورافکاری، ۱۳۷۳).

واژه ((Affect نیز به شکلی متداخل با دو واژه قبلی مورد استفاده قرار گرفته اما به لحاظ تاریخی

مذهبی، جذبه معنوی، ستایش و تحسین، کینه و غرور و... به اعتقاد مک دوگال، این حالت یک نظام ساخت یافته تمایلات هیجانی در مورد یک شیء یا طبقه ای از اشیا است که نمی تواند شکل خاصی از هیجانات یا انگیزه ها را به خود بگیرد زیرا جدا از رابطه با یک شخص یا شیء وجود خارجی ندارد. (پورافکاری، ۱۳۷۳).

#### مقوله احساسات در جامعه شناسی

با وجود تلاش روانشناسان برای فراهم آوردن تعاریفی مجزا برای هر یک از واژه های فوق، به هیچ وجه نمی توان میان آنها مرزهای دقیق و خدشه ناپذیری ترسیم کرد. این امر به ویژه در جامعه شناسی نمود پیدا می کند، جایی که جامعه شناسان واژه های فوق را غالباً به شکل مترادف معنایی به کار برده اند (هوشیلد<sup>۴</sup>، ۱۹۷۹؛ شات<sup>۵</sup>، ۱۹۷۹).

در جامعه شناسی نه تنها توافق یکپارچه ای بر سر تعریف واژگان احساسات به چشم نمی خورد، بلکه همان طور که تویتس<sup>۶</sup> می گوید: «پیرامون مفهوم احساس تقریباً همانقدر تعریف وجود دارد که نویسنده» (تویتس، ۱۹۸۹: ۳۱۸). با این وجود، بیشتر تعاریف ارائه شده از جانب جامعه شناسان، عناصر زیر را مد نظر قرار می دهند: (۱) ارزیابی از یک محرک یا بافت موقعیتی، (۲) تغییرات در حواس بدنی یا فیزیولوژیکی، (۳) نمایش آزادانه یا منع شده حرکت های مشاهده پذیر و (۴) یک برچسب فرهنگی برای اشاره به مجموعه های خاصی از یکی (یا بیشتر) از سه عنصر قبلی (همان). تعریفی که لاولر و تای<sup>۷</sup> (۱۹۹۹) از دیگر محققان می آورند از این هم ساده تر است. به نظر آنها احساس عبارت است از (۱) یک

کاربردهای مشخص تری دارد. این کلمه را در زبان فارسی می توان عاطفه ترجمه کرد و گفته می شود که زمانی در کنار شناخت<sup>۱</sup> و اراده<sup>۲</sup> به عنوان یکی از سه عمل عمده روانی قلمداد می شده اما بعدها از آن به عنوان برچسبی برای اشاره به ابعاد خوشایند و ناخوشایند احساسات استفاده شد (همان).

بر این اساس، به نظر می رسد این اصطلاح امروزه برای توصیف حالت های مطلوب احساسی نظیر محبت، صمیمیت و مهرورزی به کار می رود.

واژه بعدی ((Mood یا همان خلق است که به معنای دقیق کلمه، حالت هیجانی مسلط و دایمی فرد است. اکثر روانشناسان خلق را برای آن حالت هیجانی که معمولاً دوام پیدا می کند و بر تجربه شخص تأثیر می گذارد به کار می برند. حالت خلقی یک وضعیت پایا است، خواه واکنشی و خواه درونی، که برای ابراز واکنش به رویدادهایی که با نوع خاصی از هیجانات همراهند، مورد استفاده قرار می گیرند (رزم آرا، ۱۳۷۰).

در نهایت، آخرین واژه ای که در زمره واژگان<sup>۳</sup> مربوط به احساسات در این جا بررسی می کنیم کلمه ((Sentiment است. این واژه طبق تعریف، حالت عاطفی و آمیزه عناصر هیجانی و تخیلی کم و بیش پایداری است که در غیاب محرک دوام می آورد (همان). این حالت از یک سو بادوام تر از هیجانات معمولی است و از سوی دیگر، شدت کمتری نسبت به حالت های شدید هیجانی دارد.

همچنین می تواند از نظم فکری، اخلاقی یا عاطفی برخوردار باشد. مثل احساسات مرتبط با زیبایی شناسی و

1- Cognition

2- Volition

۳- در مقابل واژگان مورد بررسی در این مقاله می توان از دسته دیگری از واژه ها مانند انگیزش، غریزه، سائقه و غیره سخن به میان آورد که بحث پیرامون آنها در مباحث مربوط به این مقاله نمی گنجد.

4- Hochschild

5- Shott

6- Thoits

7- Lawler & Thye

«اثبات‌گرایان»<sup>۱</sup> معروف شده اند و کسانی که از فرض دوم حمایت می‌کنند و تعداد احساسات را وابسته به فرآیندهای اجتماعی تولید کننده احساسات در هر جامعه می‌دانند، «ساختمندگرای اجتماعی»<sup>۲</sup> نامیده می‌شوند. در ادامه خواهیم دید که چگونه عمده مباحث نظری این حوزه بر اساس این دو فرضیه متفاوت شکل گرفت. اما قبل از آن به عاملی می‌پردازیم که باعث غفلت جامعه شناسی از احساسات تا همین چند دهه اخیر شد.

در این خصوص باید به این تصور اشاره کرد که می‌گویند احساس یک پدیده روانشناختی یا فیزیولوژیکی است و باید در رشته‌هایی مثل روانشناسی و فیزیولوژی مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

این در حالی است که به لحاظ جامعه‌شناختی می‌توانیم از احساساتی سخن گوئیم که اساساً بدون وجود ارتباط اجتماعی و کنش متقابل انسانی وجود خارجی نخواهند یافت. برای مثال، افراد یک جامعه چگونه می‌توانند بدون قرار گرفتن در چارچوب رقابت اجتماعی و مقایسه خود با دیگران احساس حسادت را تجربه کنند؟ و یا چگونه ممکن است فردی به تنهایی و در اثر فعل و انفعالات فیزیولوژیکی دچار احساس حقارت شود؟ در میان احساسات مثبت نیز می‌توان احساساتی را مثال زد که اساساً بدون جامعه پذیر شدن انسان در چارچوب‌های ارزشی و هنجاری جامعه تولید نخواهند شد، مانند احساس مسئولیت‌پذیری یا قدرشناسی.

در حقیقت، محققان مختلف تأثیر هنجارهای فرهنگی بر تحریک، اظهار و تفسیر احساسات را مورد بررسی قرار داده‌اند. انسان شناس معروف، کلیفورد گیرتز<sup>۳</sup>، معتقد است «نه تنها عقاید، بلکه احساسات هم

حالت ارزیابی کننده منفی یا مثبت که نسبتاً کم عمر بوده، (۲) عناصری شناختی و عصب شناختی در خود دارد (۳) تحت کنترل کامل انسان قرار نمی‌گیرد (لاولر و تاشی، ۱۹۹۹: ۲۱۸).

باید توجه داشت که وقتی می‌گوییم جامعه‌شناسی احساسات منظورمان دو عبارت (The Sociology of Emotions) و (The Sociology of Feelings) است. مسأله دیگری که به همین شکل محل مناقشه جامعه‌شناسان بوده است به تعداد و انواع احساسات بر می‌گردد. به طور کلی، فهرست بندی و طبقه‌بندی احساسات همواره توجه محققان را به خود جلب کرده اما در این مورد هم هیچگاه توافق همه جانبه‌ای حاصل نشده است.

برخی از جامعه‌شناسان معتقدند تعداد غیر قابل شمارشی از احساسات در هر جامعه وجود دارد. به عبارت دیگر، جوامع می‌توانند همانقدر احساسات مختلف را تولید کنند که برای نظام اجتماعیشان کارکرد دارد. اما در مقابل، جامعه‌شناسان دیگری بر این باورند که تعداد و انواع احساسات کاملاً آزاد و بدون محدودیت نیست.

برای پاسخگویی به این مسأله ابتدا می‌توان فرضی که می‌گویند برخی احساسات نسبت به سایرین اولیه و بنیادین هستند را مطرح کرد که اگر چنین فرضی را بپذیریم آنگاه می‌توان ادعا کرد که این احساسات اولیه، مادرزادی و فطری بوده و بنابراین منشاء زیست‌شناختی دارند. در غیر این صورت، یعنی اگر تقسیم بندی اولیه و غیر اولیه در مورد احساسات را نپذیریم آنگاه باید با این فرض کنار بیاییم که تمام احساسات به لحاظ اجتماعی ساخته می‌شوند و در نتیجه در جوامع مختلف شکل‌ها و تعداد متفاوتی به خود می‌گیرند.

در جامعه‌شناسی کسانی که فرض اول را پذیرفته و قایل به وجود احساسات اولیه و غیر اولیه هستند به

1- Positivists

2- Social constructionists

3- Clifford Geertz

بکری را در اختیار محققان جامعه شناس قرار دهد و در راه اعتلای غنای علمی هر چه بیشتر آن گام بردارد. سوال اساسی که مقاله به دنبال یافتن پاسخی برای آن است اساساً پیرامون بعد اجتماعی احساسات مطرح می‌شود: چگونه می‌توان احساسات را که تاکنون از منظری روانشناختی و زیست شناختی مورد بررسی قرار گرفته اند به تحلیل جامعه شناختی کشاند و با آنها به عنوان یک مقوله اجتماعی برخورد کرد؟ برای مثال، چگونه ممکن است ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی روی احساسات تأثیر گذاشته و آنها را دچار تغییرات کمی و کیفی سازند؟ چگونه ساختار اجتماعی می‌تواند افرادی را وادار به تجربه احساسات خاصی کرده و دیگران را از تجربه آنها مصون بدارد؟ عوامل اجتماعی موثر بر تجربه احساسات کدامند؟

### تعریف احساس در نظریه‌های جامعه شناسی (الف) نظریه مبادله

در این نظریه، احساسات در قالب واکنش‌های روانشناختی به نتایج برخی تعاملات اجتماعی خاص تعریف می‌شوند (گوردون، ۱۹۸۶: ۱۳۵). به عبارت دیگر، احساس در قالب رابطه محرک و پاسخ یا عکس‌العمل مورد بررسی قرار می‌گیرد. مهمترین نظریه پردازان این نظریه جورج هومنز و پیتر بلا هستند. در نظریه آنها احساس به عنوان یک عکس‌العمل روانی در پی محرک-های اجتماعی برانگیخته می‌شود. همچنین ساختار اجتماعی از طریق اصول اساسی رفتار انسانی که در نظریه مبادله تحت عنوان قضایای مبادله مورد بحث قرار می‌گیرند موجب پیدایش احساس می‌شود.

مخلوقات فرهنگی اند» (گرتز، ۱۹۷۳: ۸۱ در شات، ۱۹۷۹) و یا آرلی هوشیلد می‌نویسد: «الگوهای فرهنگی به گونه ای بر مردم یک جامعه تأثیر می‌گذارند که آنها اغلب روی احساسات خود کار می‌کنند تا آن دسته از احساساتی که تصور می‌کنند باید در جامعه بروز دهند را در خود پیروانند» (هوشیلد، ۱۹۷۹: ۵۵۲).

به عبارت دیگر، همان طور که برای اصلاح یک رفتار یا تقویت یک توانایی از جانب جامعه به افراد فشارهایی وارد می‌شود، فشارهایی هم برای مناسب کردن انواع احساسات و حالت‌های بدنی مربوط به آنها اعمال می‌شود (شات، ۱۹۷۹: ۱۳۱۹).

به همین دلیل است که نمایش احساسی یک زن ایرانی به هنگام مرگ شوهرش با نمایش احساسی یک زن اروپایی که در موقعیت مشابهی قرار گرفته به شدت با هم فرق می‌کنند - هر چند که قاعدتاً هر دو باید از این حادثه متأثر و بر اساس این احساس تأثر دست به کنش بزنند، اما این فرهنگ جامعه و بایدها و نبایدهای آن است که به هر یک از آنها می‌گوید چگونه این احساس را پرورش و بروز دهند.

این مقاله ادعا می‌کند که جامعه‌شناسی حرف‌های زیادی برای گفتن در رابطه با ابعاد اجتماعی بوجود آورنده احساسات در اختیار دارد. با توجه به اینکه این حوزه از حوزه‌های نسبتاً جدید و ناشناخته در جامعه‌شناسی کشورمان محسوب می‌شود، هدف ما ضمن معرفی جامعه‌شناسی احساسات به عنوان یکی از حوزه‌های مهم جامعه‌شناسی، نشان دادن پتانسیل و ظرفیت‌های موجود در آن برای برخورد با احساسات به عنوان یک پدیده اجتماعی است، به این امید که آشنایی با حوزه‌های ناآشنا بتواند موضوعات جدید و مضامین

جدول ۱- تعریف احساس در نظریه های جامعه شناسی

نظریه و نظریه پرداز	عامل مهم در برانگیخته شدن احساسات
مبادله	
هومنز (۱۹۶۱، ۱۹۷۴)	واکنش روانشناختی به محرک اجتماعی
بلا (۱۹۶۴)	
کمپبر (۱۹۷۸، ۱۹۸۱)	
کنش متقابل نمادین	
شات (۱۹۷۹)	
هوشیلد (۱۹۷۹، ۱۹۷۵)	تعریف و تفسیر موقعیت در نزد کنشگر
گوردون (۱۹۸۱)	
ترنر (۱۹۷۰)	
تضاد	
کوزر (۱۹۵۶، ۱۹۶۷)	عضویت در گروه های رقیب و رقابت خشونت آمیز
کالینز (۱۹۷۵، ۱۹۸۱)	

**ب) نظریه کنش متقابل نمادین**

در نظریه کنش متقابل نمادین، احساسات به عنوان اشیای اجتماعی که افراد و گروه ها نسبت به آنها دست به کنش می زنند مطرح می شوند. این نظریه روی ظرفیت منحصر به فرد انسان بر خلق، دستکاری و تعدیل نمادها در هدایت رفتار خود و دیگران تاکید می کند. بنابراین، عشق، نفرت، خشم و غصه کنش هایی هستند که هنگام تعریف و تفسیر موقعیت از جانب کنشگران شکل می گیرند (همان: ۱۴۱). تاکید نظریه کنش متقابل نمادین بر فعال بودن انسان در تولید احساساتش است که از این لحاظ در برابر رهیافت هایی قرار می گیرد که انسان را در تجربه احساسات منفعل می دانند.

همچنین در این نظریه ادعا می شود که انسان ها با

توجه به تعریفی که از موقعیت دارند احساسات خود را کنترل و بروز می دهند (شات، ۱۹۷۹).

**ج) نظریه تضاد**

در تئوری تضاد، عامل تعیین کننده و موثر بر روی احساس، عضویت در گروه ها و طبقات اجتماعی رقیب است. احساس یکی از منابعی است که می تواند بسیج شود و در برخوردها و تضادها تخلیه شود. یعنی وقتی انسانها عضو گروه هایی باشند که با هم در اختلاف و تضاد به سر می برند، در آن صورت می توان از طریق برانگیختن و تهییج احساسات اعضای گروه ها، آنها را بر

در اثبات گرایی، انسان‌ها به شکلی ناگهانی دچار تحریک احساسی می‌شوند، احساسات در نظر آنها به صورت عینی قابل تحقیق اند و به لحاظ بیولوژیکی ریشه دارند (باربالت، ۲۰۰۱). اما در مقابل، ساختمان اجتماعی معتقد است که انسان‌ها می‌توانند احساسات خود را مدیریت کرده و تحت کنترل خود در آورند. در این دیدگاه، احساسات تولیداتی فرهنگی-اجتماعی هستند که در جوامع مختلف شکل‌های متفاوتی به خود می‌گیرند (هوشیلد، ۱۹۷۹). همچنین، احساسات در این دیدگاه به شکل معناداری ذهنی هستند و به لحاظ پدیده شناختی ریشه دارند.

در واقع، اثبات گرایی یک پیوند نزدیک با فیزیولوژی و خصوصیات فیزیولوژیکی انسان برقرار می‌کند و دیدگاهی که می‌گوید هنجارهای فرهنگی تعیین‌کننده احساسات هستند را به باد انتقاد می‌گیرد. اثبات‌گرایان در جستجوی ساختار اجتماعی و روابط اجتماعی ای هستند که احساسات افراد را تولید می‌کنند (کمپر، ۱۹۸۱). در اثبات گرایی، نظریه پردازان از احساسات اولیه ای سخن می‌گویند که به نظر آنها در تمام جوامع بشری با نمودی یکسان یافت می‌شوند و براساس آنها احساسات غیر اولیه یا ثانویه شکل می‌گیرند، این در حالیست که در یک نسخه «قوی» ساختمان اجتماعی وجود احساسات اولیه یا اصلی انکار می‌شود.

به عبارت دیگر، در چنین نسخه‌ای هیچ پیوند جهان شمول و نظامندی بین اجزای فیزیولوژیکی، مشاهده پذیر

ضد یکدیگر شوراند و احساسات آنها را در راستای پیشبرد اهداف کشمکش به کار بست.

معروفترین نظریه پردازان این نظریه رندال کالینز و لوئیس کوزر هستند. به اعتقاد کوزر، احساس یکی از منابعی است که می‌تواند در راه مبارزه برای کسب قدرت مورد استفاده قرار گیرد. به نظر او، تضاد بین اعضای داخلی یک گروه با افراد خارج آن موجب تقویت احساس همبستگی و انسجام در داخل گروه می‌شود (کوزر، ۱۹۵۶ در گوردون، ۱۹۸۶: ۱۳۸).

### نظریه‌های اصلی جامعه‌شناسی احساسات

جامعه‌شناسی احساسات از همان ابتدا بر اساس یک تقسیم‌بندی بنیادین به دو جبهه مخالف تقسیم شد. یک سوی این جبهه را مدافعان «ساختمندی اجتماعی»<sup>۱</sup> اشغال کرده اند که خود به دو گروه عمده کنش متقابل نمادین و نظریه هنجاری تقسیم می‌شوند و در جبهه دیگر، پیروان «اثبات گرایی»<sup>۲</sup> قرار دارند که با نظریه ساختاری-ارتباطی و نظریه تضاد قابل تشخیص‌اند.

در واقع اغراق نیست اگر ادعا شود که در بدو امر، عمده مباحث نظری در جامعه‌شناسی احساسات در غالب این تقسیم‌بندی دوگانه شکل گرفت. به همین دلیل، در ادامه ابتدا وجوه تمایز و خصوصیات کلی هر یک از این دو رویکرد به اجمال بیان می‌شوند، سپس مهمترین نظریه‌های هر یک به شکلی مفصل‌تر مورد بررسی قرار می‌گیرند.

1- Social constructionism

2- Positivism

ساختمندی اجتماعی عموماً تمرکز خود را روی تأثیری می گذارد که هر دوی احساسات اولیه و غیراولیه از هنجارها و باید و نبایدهای فرهنگی می پذیرند. در ادامه، نظریه های هر یک از این دو رویکرد نظری ارائه و مورد بررسی قرار می گیرند.

و موقعیتی احساس تصور نمی شود و تمام احساسات مفاهیمی هستند که به لحاظ فرهنگی - اجتماعی ساخته می شوند (تویتس، ۱۹۸۹: ۳۲۰). البته یک نسخه «ضعیف» ساختمندی وجود احساسات اولیه را می پذیرد، منتها قایل به وجود رابطه علی بین آنها و احساسات ثانویه نیست.

جدول ۲- رویکردها و نظریه های مورد بررسی در جامعه شناسی احساسات

رویکرد/ نظریه	عوامل کلیدی
۱- رویکرد ساختمندی اجتماعی	عوامل فرهنگی و اجتماعی
الف) نظریه کنش متقابل نمادین (شات، ۱۹۷۹)	تعریف و تفسیر موقعیت از جانب کنشگر
ب) نظریه هنجاری (هوشیلد، ۱۹۷۹)	هنجارها و قواعد فرهنگی - اجتماعی
۲- رویکرد اثباتگرایی	عوامل بیولوژیکی و فیزیولوژیکی
الف) نظریه ساختاری (کمپر، ۱۹۷۸، ۱۹۸۱)	ساختار اجتماعی و روابط مبتنی بر قدرت و منزلت
ب) نظریه تضاد (کالینز، ۱۹۷۵، ۱۹۸۱)	انرژی احساسی و منابع فرهنگی
۳- رویکرد ترکیبی	عوامل جمعیتی، فرهنگی، ساختاری و مبادله ای
الف) نظریه عمومی جامعه شناختی (ترنر، ۱۹۹۹)	تقابل انتظارات و تجارب

### رویکرد اثباتگرایی

#### نظریه ساختاری تئودور کمپر

نظریه کمپر به نظریه «ساختاری-ارتباطی»<sup>۱</sup> معروف است. او ضمن رد این دیدگاه که هنجارهای فرهنگی عامل تعیین کننده در شکل گیری احساسات هستند، به ساختار اجتماعی و پیامد روابط اجتماعی برای احساسات توجه می کند.

جامعه شناسان احساسات، اعم از ساختمند یا اثباتگرا، به دنبال محرک های اجتماعی می گردند تا از این طریق بینش های جامعه شناختی جدیدی را در مورد مقوله ای که قبلاً به شکلی منحصر به فرد یک پدیده فیزیولوژیکی - روانی قلمداد می شد معرفی کنند. اما خود فیزیولوژیست های روانی هم که به مطالعه احساسات می پردازند در موضع گیری پیرامون آن به دو دسته تقسیم می شوند که این تقسیم بندی تأثیراتی را

1- Structural-relational



روی دیدگاه جامعه‌شناسان به جا گذاشته است. عده ای از آنها معتقدند که فرآیندهای فیزیولوژیکی بوجودآورنده احساسات کاملاً مشابه یکدیگر هستند و تمایزپذیری و طبقه بندی انواع مختلف احساسات ناشی از برچسب های شناختی و چارچوب های اجتماعی است (اسکاگر و سینگر<sup>۱</sup>، ۱۹۶۲). چنین تعبیری از احساسات ظاهراً بیش از همه به مذاق پیروان ساختمندی اجتماعی خوش می آید، چراکه آنها با پذیرش آن می توانند انعطاف پذیری نسبتاً زیاد احساسات را با عوامل شناختی و اجتماعی تبیین کنند. اما عده دیگری از فیزیولوژیست‌های روانی هم یافت می شوند که بر خلاف دسته اول، به وجود تفاوت در فرآیندهای فیزیولوژیکی برانگیزاننده احساسات مختلف اعتقاد دارند. چنین اعتقادی اگرچه به معنای کاهش تأثیر محرک‌های اجتماعی روی احساسات است اما محرک‌های اجتماعی و فرآیندهای فیزیولوژیکی را نسبت به یکدیگر بی تفاوت نمی داند، بلکه رابطه آنها را به رابطه قفل و کلید تشبیه می کند: محرک های اجتماعی خاصی (کلید) با فرآیندهای فیزیولوژیکی خاصی (قفل) جفت می‌شوند تا احساسات خاصی را تولید کنند (کمپر، ۱۹۸۱: ۳۳۹).

### تأثیر ساختار اجتماعی در ایجاد احساسات

مهمترین پیامد رویکرد دوم برای جامعه‌شناسی تناسب آن با نوع خاصی از محرک های اجتماعی است که کمپر در نظریه خود از آنها سخن می گوید، یعنی

ساختار اجتماعی و روابط مبتنی بر قدرت و منزلت<sup>۲</sup> که درون این ساختار شکل می گیرد. در حقیقت، این محرک های اجتماعی در نظریه کمپر نقش هنجارهای فرهنگی در نظریه هوقشیلد را بازی می کنند. به اعتقاد کمپر «روابط متفاوت مبتنی بر قدرت و منزلت، فرآیندهای فیزیولوژیکی متفاوتی را به جریان می اندازند که به نوبه خود احساسات متفاوتی را برمی انگیزانند» (همان).

در نظریه کمپر ساختار اجتماعی عبارت است از آرایش عمودی کنشگران نسبت به یکدیگر در طول ابعاد ارتباطی قدرت و منزلت. قدرت به کنش هایی ارجاع دارد که ماهیتی الزام آور، اجباری، تهدید کننده، و مجازات کننده داشته باشند و بدین وسیله ارتباطی را ایجاد کنند که در آن یک کنشگر بر دیگری مسلط شده و او را تحت کنترل خویش درآورد. دیگر بعد کلیدی ساختار اجتماعی که افراد در طول آن دست به کنش می زنند منزلت است. طبق نظریه کمپر، منزلت یک بعد کمیتی است که نشان دهنده مقدار تأیید، احترام، پاداش، تمجید، تبعیت داوطلبانه، حمایت مالی یا احساسی و حتی عشقی است که کنشگران به یکدیگر عرضه می کنند. توزیع این دو بعد در ساختار اجتماعی به گونه ایست که بعضی کنشگران به شکل طبیعی از قدرت و منزلت بیشتری برخوردارند و بعضی کمتر، که همین مسأله باعث تجربه احساسات مختلفی در افراد می شود.

1- Schachter & Singer

2- status

## روابط مبتنی بر قدرت و منزلت الگوی تعیین کننده

## احساسات

قدرت و منزلت عناصر کلیدی ساختار اجتماعی را تشکیل می دهند. ساختار اجتماعی هم در سطح کلان به کار برده می شود، یعنی در ارتباط بین گروه های اجتماعی، سازمان ها، طبقات اجتماعی یا جوامع و هم در سطح خرد، یعنی جایی که کنشگران انفرادی در روابط بین شخصی وارد می شوند. در نظریه کمپر، ساختار اجتماعی با تمرکز روی روابط قدرت و منزلت، در مقابل هنجارهای فرهنگی و اجتماعی به عنوان محرک اجتماعی احساسات، قرار می گیرد. زیرا به اعتقاد وی هیچ نیازی نیست که تبیین احساسات به هنجارهای فرهنگی و اجتماعی متکی باشد. البته او منکر هنجارهایی نمی شود که تجویز کننده احساسات خاصی در موقعیت های خاصی هستند. اما نقش آنها را در حد پدیده های ثانویه تنزل می دهد؛ چراکه آنها فقط یک تبیین سطحی از احساس آدمی به دست می دهند و قادر نیستند به هسته و کنه احساسات وارد شوند.

به نظر او، هنجارهای فرهنگی اگرچه روی موقعیت اجتماعی که شدت یک احساس را تعیین می کند تأثیر می گذارند اما ابتدا این روابط اجتماعی - برحسب قدرت و منزلت - است که شکل گرفته و سپس الگوهای تعیین کننده احساسات را بوجود می آورد. به عبارت دیگر، تنها بعد از تثبیت روابط ساختاری است که یک هنجار فرهنگی وارد عمل می شود تا چگونگی تجربه یک احساس خاص را تجویز کند.

## نظریه رندال کالینز

رندال کالینز توجه خود را بیشتر بر نظریه تضاد معطوف کرده است با این تفاوت که بر خلاف سایر جامعه شناسان این نظریه، به جای تأکید بر مفاهیم پهن دامنه صحبت از کنشگرانی می کند که با توجه به انرژی احساسی که از موقعیت های کنش متقابل نصیبشان می شود برانگیخته شده و دست به کنش می زنند. چارچوب نظری وی به چارچوب پیچیده ای می ماند که به زعم خودش «خطوط نشانه ای و احساسی کنش انسانی را به شیوه ای که در تحقیقات مردم شناسی روشنگارانه مرسوم است دنبال می کند» (کالینز، ۱۹۹۰). این چارچوب، که حول و حوش مفهوم «زنجیره های کنش متقابل آیینی»<sup>۱</sup> می چرخد، با خود بینشهایی از دورکیم را یدک می کشد. با وجود این که کالینز سطح خرد و نظریات تنگ دامنه را برای تحلیل خود برگزیده است، اما از اهمیت سطح کلان نیز آگاهی دارد و بر نقش آن در تحلیل جامعه شناسی تأکید می کند.

کالینز کار خود را از بررسی فرآیندهای سطح خرد آغاز و به سوی انواع سطح کلان حرکت می کند چرا که به اعتقاد وی «پدیده های کلان (مانند نهادها و سازمان های اجتماعی) چیزی بیش از تجمع کنش های متقابل خرد در بین کنشگران نیستند. بنابراین، انسان باید وقایع خرد را به منظور درک پدیده های کلان مورد مطالعه قرار دهد» (کالینز: ۱۹۸۱).

1- Interaction ritual chains

در این میان، برای کالینز مکانیزم کلیدی هدایت کننده و برانگیزاننده کنش های خرد همانا احساس است؛ به ویژه، تعیین هویت احساسی با گروه و اعتماد احساسی - دو عنصری که با یکدیگر آنچه که کالینز «انرژی احساسی»<sup>۱</sup> نامیده می‌شود را بوجود می‌آورند. انرژی‌های احساسی در خلال زنجیره‌های کنش‌های متقابل آئینی بوجود آمده و حفظ می‌شوند. او در یک تقسیم‌بندی دو نوع احساس را از یکدیگر متمایز می‌کند: (۱) احساسات موقتی مثل شادی، دستپاچگی، ترس و خشم که احساسات مهمی بوده و می‌توانند در جریان عادی زندگی روزانه اختلال ایجاد کنند؛ (۲) انرژی احساسی که یک لحن احساسی بادوام می‌باشد و در موقعیت‌های مختلف از ثبات نسبی برخوردار است.

انرژی احساسی در نظریه کالینز عبارت است از «سطح بادوامی از اشتیاق، قدرت شخصی، معنایی از پیوستگی اجتماعی، و/یا تمایل به درگیر شدن در کنش متقابل» (کالینز، ۱۹۹۰). بر طبق نظریه وی، افراد برای به حداکثر رساندن سطح انرژی احساسی خود برانگیخته می‌شوند؛ مردم برای حس کردن بالاترین سطح ممکن اشتیاق، قدرت شخصی، معنایی از پیوستگی اجتماعی و/یا تمایل به درگیر شدن در کنش متقابل برانگیخته می‌شوند.

این انرژی احساسی به دو شیوه قابل افزایش است: یا از طریق تجارب همبستگی مبتنی بر زنجیره‌های کنش متقابل آئینی، و یا از طریق انتقال در کنش‌های متقابل

سلسله مراتبی، یعنی جایی که افراد قدرتمند تر در کنش متقابل، انرژی احساسی بیشتری بدست می‌آورند و افراد ضعیف تر انرژی احساسی خود را از دست می‌دهند. به طور کلی، کالینز بیان می‌کند که مردم جذب افراد کاریزماتیک می‌شوند و از کسانی که تعامل با آنها مستلزم از دست دادن انرژی احساسی است پرهیز می‌کنند. در این زمینه او به فن آوری‌های تهییج احساسی اشاره می‌کند که رهبران کاریزماتیک برای جذب توده‌ها از آنها استفاده می‌کنند (کالینز، ۱۹۷۵).

### انرژی احساسی به مثابه عاملی برای ایجاد تغییر

کالینز در یکی از آثار خود به نام «قشربندی، انرژی احساسی و احساسات گذرا» یک مدل اولیه و الزاماتی را برای گسترش انرژی احساسی در آیین‌هایی موسوم به «آیین‌های همبستگی»<sup>۲</sup> ترسیم می‌کند. به اعتقاد وی، برای ایجاد انرژی احساسی ابتدا باید کنش متقابل چهره به چهره، احساس مشترک بین اعضاء، توجه مشترک و هوشیاری دوطرفه نسبت به این توجه وجود داشته باشد. حصول این شرایط، هوشیاری مشارکت‌کنندگان را از خودشان به سمت گروه انتقال می‌دهد که این امر زمینه را برای «واگیری احساسی»<sup>۳</sup> و تولید انرژی احساسی مهیا می‌کند. واگیری یا سرایت احساسی غیر شناختی بوده و مبتنی بر مبنای فیزیکی است (سامرز - افلر، ۲۰۰۲).

2- Solidarity rituals  
3- Emotional contagion

1- Emotional energy

پرشور، هم تراکمی از انرژی های احساسی بوجود می آید و هم یک حالت روانی مشترک. در طول چنین تجربه ای، «ما»ی گروهی نسبت به تجارب شخصی فرد از اهمیت بیشتری برخوردار می شود. کالینز می گوید همین که این حالت مشترک، قوی و مسلط شود، احساسات رقابت کننده توسط احساس اصلی گروه کنار زده می شوند و این فرآیند به تجربه آنی همبستگی درون گروه اجازه می دهد که توجه افراد را از خودشان به سمت گروه انتقال دهد. در اینجا است که انرژی احساسی می تواند با استفاده از همبستگی شدید بین افرادی که مواضع یکسانی را اشغال کرده اند یک هویت جمعی بیافریند (کالینز، ۱۹۹۰).

رنالد کالینز به مانند کمپر، تاکید خود را بر ساختار قدرت و کشمکش در کنش متقابل نمادین و رفتارهای مشاهده پذیر می گذارد. در نظریات هر دوی آن ها که رهیافت اثباتگرایی را متبلور می سازند، پویای های احساسی / هیجانی، ارتباط بین فرهنگ وسیع تر و ساختارهای اجتماعی را با رفتارهای الگودار زندگی روزمره برقرار می سازند. در این میان، این عناصر قدرت و منزلت (در نظریه کمپر) و انرژی احساسی (در نظریه کالینز) هستند که شالوده این ارتباط و تجارب احساسی کنشگران را تعیین می کنند.

### رویکرد ساختمندی اجتماعی

#### نظریه سوزان شات

توزیع انرژی احساسی دارای یک سیستم خودکفاست. افرادی که مواضع قدرت را اشغال کرده اند اغلب انرژی احساسی بیشتری بدست می آورند زیرا در ساختار روابط مبتنی بر قدرت، یعنی جایی که انرژی احساسی بیشتر به قیمت کاهش انرژی احساسی افراد ضعیف بدست می آید، دست به کنش می زنند. در مقابل، افرادی که موضع فرمانبری و تحت تسلط را اشغال کرده اند نه تنها طوری موضع گرفته اند که در کنش های متقابل مبتنی بر قدرت انرژی احساسی از دست می دهند، بلکه در گروه پایگاهی خود نیز تحت تأثیر واگیری پایین انرژی احساسی قرار می گیرند.

چنین انرژی احساسی پایینی به زعم کالینز می تواند باعث ایجاد احساساتی نظیر «افسردگی»، «از خود بیگانگی»، و «دستپاچگی» شود (کالینز، ۱۹۹۰: ۳۱). اما از طرف دیگر، انرژی احساسی بالا می تواند در قالب «احساسات همبستگی»، «احساسات اخلاقی»، «شور دیوانه وار برای هجوم بردن به یک موقعیت»، یا «سوار شدن بر جریان آن و حرکت بوسیله آن» تجربه شود (کالینز، ۱۹۹۰). بنابراین، سطح انرژی احساسی شاخص حساسی را برای تعیین مواضع اجتماعی افراد در ساختار قدرت بوجود می آورد.

### انرژی احساسی به مثابه عاملی در خلق هویت

#### جمعی

بحث کالینز راجع به هویت جمعی بیشترین تأثیر را از نظرات دورکیم در کتاب صور ابتدایی حیات دینی پذیرفته است. طبق نظر کالینز، در کنش های متقابل

تلاش شات برای کشاندن احساسات به نظریه جامعه‌شناختی را می‌توان از آن جهت که از نظریه کنش متقابل نمادین برای تحلیلش استفاده کرده است در قالب نظریه ساختمان‌داری اجتماعی طبقه‌بندی نمود. به اعتقاد وی، ساختار احساسات انسان به بهترین شکل با استفاده از دیدگاه کنش متقابل نمادین فابل فهم است، چراکه این نظریه «روی تعاریف و تفاسیر کنشگران و روی ماهیت رفتار ساخته شده و شکل گرفته آنها تمرکز می‌کند». هر دوی این عوامل به نظر شات برای تجربه یک احساس در نزد کنشگر مهم هستند (شات، ۱۹۷۹: ۱۳۲۱).

شات برای اثبات ادعایش مبنی بر اینکه تعریف کنشگر از موقعیت عامل اصلی در تجربه یک احساس است، از مطالعات تجربی - آزمایشگاهی اسکاتر و سینگر (۱۹۶۲) استفاده می‌کند. این روان‌شناسان اجتماعی تزریق آدرنالین که باعث برانگیختگی فیزیولوژیکی، تخلیه سیستم عصبی و در نتیجه ابراز همدردی در انسان می‌شود را روی افراد مشخصی آزمایش کردند.

نتیجه آزمایش آنها این بود که یک حالت فیزیولوژیکی یکسان می‌تواند به شکل‌های متفاوتی، توسط افراد متفاوتی و در شرایط آزمایشی متفاوتی تفسیر شود. برای مثال افرادی که از تأثیر جانبی تزریق دارو بی‌خبر بودند، وقتی کنار کسی قرار می‌گرفتند که رفتارهای شادمانه یا خشمناک از خود نشان می‌داد، به ترتیب حالت‌های احساسی شادی انگیز یا خشمگینانه از خود نشان می‌دادند.

اما افرادی که از تأثیر جانبی دارو اطلاع نداشتند، برانگیختگی متعاقب آن را به حالت‌های احساسی فرد مجاورشان نسبت نمی‌دادند. شات از نتایج بدست آمده از این آزمایش استفاده می‌کند و می‌گوید که افراد مورد بررسی در این آزمایش با توجه به تعریف و تفسیر موقعیت رفتار احساسی خود را بروز می‌دادند نه تأثیر دارو. به زعم شات، «فعل و انفعالات فیزیولوژیکی برای تجربه احساسات لازم هستند اما به خودی خود تثبیت‌کننده آنها نیستند، زیرا این تعاریف و تفاسیر کنشگر است که به فعل و انفعالات فیزیولوژیکی اهمیت یا بی‌وزنی احساسی می‌دهد (شات، ۱۹۷۹: ۱۳۲۴).

### احساسات نقش‌پذیری و کنترل اجتماعی

در نظریه کنش متقابل نمادین، دسته‌ای از احساسات که تحت عنوان احساسات نقش‌پذیری<sup>۱</sup> از آنها نام برده می‌شود برای قسمت عمده‌ای از کنترل اجتماعی که همان کنترل خود<sup>۲</sup> است دارای اهمیت بنیادین می‌باشند. زیرا برخلاف دیگر احساسات که احتیاجی به فرآیند نقش‌پذیری برای برانگیخته شدن ندارند، این احساسات (مثل شرم، همدلی، همدردی، دستپاچگی) نمی‌توانند بدون قرار گرفتن فرد در موقعیت اجتماعی و اخذ رویکرد خاص در مقابل دیگری تجربه شوند. بنابراین فردی که یکی از این احساسات را تجربه می‌کند، ابتدا باید به لحاظ شناختی نقش یک دیگری

1- Role-taking emotions

2- Self-control

از میان احساسات نقش پذیری، سه احساس گناه، شرم و دستپاچگی به واضح ترین شکل ممکن رفتار انحرافی را مورد بازخواست و مجازات قرار می دهند؛ البته هریک از آنها با شرایط متفاوتی برانگیخته می شوند. برخلاف احساساتی که کنترل اجتماعی را به شکلی آشکار تقویت می کنند (مثل ترس)، سه احساس گناه، شرم و دستپاچگی اغلب وقتی رخ می دهند که دیگران حضور ندارند، یعنی وقتی که خطر به دام افتادن هنگام انجام خطا بسیار پایین است. بنابراین این احساسات به شکلی پنهان کنترل اجتماعی را تقویت می کنند.

در میان این سه، احساس دستپاچگی بیشتر به حضور واقعی دیگران بستگی دارد و احساس گناه از همه کمتر، شرم در حالتی بینابین قرار دارد. احساس گناه و شرم به نقش پذیری با دیگران تعمیم یافته بستگی دارند و اساساً به شکلی فردی تجربه می شوند. اما شات ادعا می کند که حتی دستپاچگی هم می تواند در غیاب کامل دیگران رخ دهد؛ وقتی فرد در ذهن خودش اتفاقی را تصور کند که اگر بی کفایتی اش به هنگام انجام عملی هویدا می شد و دیگران متوجه آن می شدند رخ می داد. احساسات مذکور اساساً به نقش پذیری با دیگران بستگی دارند، دیگرانی که ممکن است حاضر یا غایب، واقعی یا تخیلی، باشند. به همین دلیل آنها می توانند در اندازه های متفاوت و حتی وقتی که کسی به جز خود فرد حضور ندارد برانگیخته و تجربه شوند.

احساسات مورد بحث نه تنها رفتار انحرافی را مجازات می کنند، بلکه به تشدید کنترل اجتماعی در شیوه

واقعی یا خیالی یا به زبان مید، یک دیگری تعمیم یافته را برای خودش درونی کند. احساسات نقش پذیری بر اساس طبقه بندی شات به دو گروه اصلی تقسیم می شوند:

۱- احساسات نقش پذیری بازاندیشانه<sup>۱</sup>، که به بازاندیشی خود فرد باز می گردند و عبارتند از: احساس گناه<sup>۲</sup>، شرم<sup>۳</sup>، دستپاچگی<sup>۴</sup>، غرور<sup>۵</sup> و تکبر<sup>۶</sup>.

۲- احساسات نقش پذیری همدلانه<sup>۷</sup>، که با قرار گرفتن ذهنی فرد در موقعیت دیگری و احساس کردن چیزی که دیگری احساس می کند بوجود می آیند.

احساسات مبتنی بر نقش پذیری بازاندیشانه مستلزم در نظر گرفتن اینست که فرد چه تصویری از خودش در مقابل دیگران یا دیگری تعمیم یافته به نمایش می گذارد و این تصویر اغلب به خود فرد باز می گردد. بنابراین این دسته از احساسات عملاً مفاهیمی هستند که خود فرد را تعریف و به آن شکل می دهند. به اعتقاد شات، هر دو گروه احساسات نقش پذیری، اعم از بازاندیشانه یا همدلانه، نقش مهمی در سوق دادن کنشگران به سوی رفتارهای اخلاقی و هنجارمند دارند و از این رو عناصر مهمی در تسهیل کنترل اجتماعی قلمداد می شوند (همان: ۱۳۴۴).

- 
- 1- Reflexive role-taking emotions
  - 2- Guilt
  - 3- Shame
  - 4- Embarrassment
  - 5- Pride
  - 6- Vanity
  - 7- Empathic role-taking emotions

همین دلیل آنها معتقدند که بخش عمده ایی از کنترل اجتماعی را باید به کنترل خود محول کرد و تنظیم خود<sup>۳</sup> را مبنای آن قرار داد. در این میان، اهمیت احساسات نقش پذیری در کنترل خود است که نمود قابل توجهی پیدا می کند.

### نظریه آرلی هوشیلد

دیگر جامعه شناس برجسته رهیافت ساختمانندی اجتماعی آرلی هوشیلد است. نظریه وی با بیشترین تاکید بر اهمیت قواعد و هنجارهای فرهنگی در شکل دهی به احساسات، خود را از سایر نظریه های این حوزه متمایز می کند. او بحث خود را با انتقاد از اثباتگرایان یا کسانی که رویکرد «ارگانستی» را به عنوان نقطه عزیمت خویش برگزیده اند آغاز کرده، می گوید آنها احساس را در حد یک ابزار بیولوژیکی که کارکردی تطبیق دهنده دارد تقلیل می دهند؛ چیزی شبیه به دیگر مکانیزم های تطبیق دهنده مثل لرزیدن هنگام سرما یا عرق ریختن در گرما. آن طور که او می گوید، نوشته های اولیه فروید، چارلز داروین، و تا حدی ویلیام جیمز در این مدل قرار می گیرند. به نظر هوشیلد تصویری که از احساس در این دیدگاه فکری به ذهن انسان خطور می کند چیزی بیش از یک سندروم ناگهانی، خودکار و غیر ارادی نیست: «در دیدگاه ارگانستی انسان به همان اندازه می تواند احساسات خود را تحت کنترل درآورد که عطسه یا

ای مثبت تر نیز می انجامند. شات از چندین مطالعه تجربی نقل قول می آورد تا نشان دهد تجربه این احساسات به تقویت رفتار نوع دوستانه می انجامد. مطالعات برشیلد و والستر<sup>۱</sup> (۱۹۶۷) و کارل اسمیت و گروس<sup>۲</sup> (۱۹۶۹) حاکی از آنست که افرادی که اغلب دچار احساس گناه می شوند، بیشتر احتمال دارد درگیر رفتارهای جبرانی یا نوع دوستانه شوند تا کسانی که چنین احساسی را تجربه نمی کنند.

به نظر شات، تمایل به درگیر شدن در رفتارهای نوع دوستانه از آنجا ریشه می گیرد که فرد می خواهد مفهوم خودش در نظر دیگران را اصلاح یا بازسازی کند و به آنها بقبولاند که صلاحیت یا ارزش اخلاقی اش هنوز پابرجاست. زیرا احساس گناه وقتی فروکش می کند که فرد با پذیرفتن نقش دیگری دوباره خودش را به عنوان یک فرد با کفایت در نظر بگیرد.

در نظریه کنش متقابل نمادین، تمام احساسات نقش پذیری کنترل اجتماعی را از طریق کنترل خود افزایش می دهند؛ این احساسات تا حد زیادی تبیین گر این مطلب اند که مقدار زیادی از رفتارهای مردم در راستای محقق ساختن هنجارهای اجتماعی رخ می دهند، ولو اینکه هیچ پاداش یا جریمه خارجی در کار نباشد.

همچنین، به نظر نظریه پردازان این دیدگاه، اهمیت کنترل خود برای زندگی اجتماعی امری آشکار است زیرا هیچ جامعه ای را نمی توان یافت که عملاً بتواند بر همه اعضایش در تمام زمان ها کنترل و نظارت اعمال کند. به

1- Berscheid & Walster

2- Carlsmith & Gross

3- Self-regulation

یک احساس خاص تا آن احساس با موقعیت اجتماعی هماهنگ شود. جالب اینکه همه انسان ها در زندگی روزانه گاه و بیگاه از جملاتی استفاده می کنند که نشان دهنده کار احساسی است. جملاتی مثل: «به خودم روحیه دادم...»، «نخواستم روزم را با ناراحتی شروع کنم...»، «سعی کردم خشمگین نشوم...»، «جلوی عصبانیت را گرفتم...»، «تلاش کردم ناامید نشوم...» و.....

کار احساسی به دو شکل مختلف قابل انجام است: اول، برانگیختن یا تحریک یک احساس مناسب که در ابتدای امر وجود ندارد اما الزامات موقعیتی حضور آن را می طلبد. مثل وقتی که آدم وارد یک مجلس ترحیم می شود و می بیند در آنجا اقتضای موقعیت بگونه ایست که باید ناراحت به نظر برسد. و دوم، سرکوب یا تضعیف یک احساس نامناسب که از ابتدای حضور در موقعیت وجود دارد ولی شرایط موقعیت حذف آنرا می طلبد. مانند علاقه بیش از حد به کسی یا چیزی که ممکن است در آینده ایجاد مشکل کند.

کار احساسی همچنین حالت های مختلفی به خود می گیرد. برای مثال، این کار می تواند توسط فرد روی خودش، یا توسط فرد روی دیگران، یا حتی توسط دیگران روی فرد انجام شود. برای انجام کار احساسی تکنیک های متنوعی وجود دارد. نوعی از آن شناختی است: تلاش برای تغییر تصاویر، ایده ها یا اندیشه ها ذهنی جهت ایجاد تغییر در احساسات همراه با آنها. نوع دیگر جسمی یا فیزیکی است: تلاش برای تغییر حالت های جسمی همراه با تجارب احساسی (برای مثال تلاش

واکنش به ضربه ای که به زانویش می خورد را) (هوشیلد، ۱۹۷۹: ۵۵۲).

در مقابل رویکرد مذکور، هوشیلد تعریف دیگری از احساس مطرح می کند که آن را همچون یک نیروی کنترل پذیر و قابل مدیریت در دست انسان جلوه می دهد. احساس در تعریف هوشیلد ماهیتی تعاملی دارد و بر اساس «مناسب» بودن یا نبودنش با موقعیت اجتماعی شکل می گیرد. به نظر وی انسان مناسب بودن یک احساس را با مقایسه آن و موقعیت ارزیابی می کند، نه با بررسی احساس در عالم انتزاع. این مقایسه یک معیار سنجش طبیعی در اختیار فرد ارزیابی کننده می گذارد، طوری که او می تواند بوسیله آن موقعیت را ارزیابی کرده و نسبت به بروز احساس مناسب با آن موقعیت اقدام کند» (همان: ۵۶۰).

### کار احساسی

منظور هوشیلد از نامناسب بودن یک احساس با موقعیت، عدم همخوانی آن با هنجارها و قواعد فرهنگی تعریف شده برای آن موقعیت است. کنشگری که در چنین شرایطی قرار می گیرد از نزدیک و به شکلی فعالانه مبادرت به ارزیابی، نظارت، تحریک، سرکوب و شکل دادن احساساتش می کند. به عبارت دیگر، او روی احساساتش «کار» می کند تا آن احساسی که مناسب است را تحریک و نمایش دهد و یا برعکس، آن احساسی که نامناسب است را سرکوب و از بین ببرد؛ پس کار احساسی یعنی تلاش برای ایجاد تغییر در شدت یا کیفیت



برای آهسته کردن ضرب‌آهنگ تنفس یا جلوگیری از لرزیدن). نوع سوم، کار عاطفی است: تلاش برای تغییر حالت های مشاهده پذیر احساسی به منظور ایجاد تغییر در احساسات و عواطف درونی (مثلاً تلاش برای خندیدن یا گریه کردن). این سه تکنیک به لحاظ تئوریک با هم فرق می‌کنند اما در عمل امکان به کارگیری همزمانشان وجود دارد. طبق نظریه هوشیلد، کار احساسی وقتی در مرکز توجه فرد قرار می‌گیرد که احساسات فرد با موقعیت در تناسب قرار نگیرند، یعنی وقتی که احساسات در آن موقعیت توجیه پذیر یا مشروع نباشند.

برای مثال یک موقعیت اجتماعی (مجلس ترحیم) تعریف مناسبی از خودش دارد (اینجا همه جمع شده اند تا در سوگ از دست دادن عزیزشان بنشینند). همچنین چارچوب اجتماعی و هنجارهای فرهنگی معنایی از اینکه چه احساسی در این موقعیت باید تجربه شود (ناراحتی) و چه احساسی نه (شادی) را معین می‌کنند.

حال زمانی که این هماهنگی سه گانه بین موقعیت، هنجار فرهنگی و احساس فرد از بین برود (مثل وقتی که فرد داغدار با فکر به ارث و میراثی که شاید نصیبش خواهد شد ناگهان یک شادمانی کنترل ناپذیر را در دلش حس کند) آنگاه هنجار فرهنگی - که به فرد می‌گویند چه احساسی مناسب و چه احساسی نامناسب است - و کار احساسی تبدیل به مسایل مهمی می‌شوند. در این هنگام است که کار احساسی نقش تعیین کننده ای در برقراری

مجدد توازن بین موقعیت اجتماعی، هنجار فرهنگی و احساس مشاهده پذیر فرد بازی می‌کند.

کسی که در این شرایط قرار گرفت می‌تواند با تمرکز روی حالت چهره، ژست خارجی و مجموعه نمودهای کوچک مشاهده پذیر تلاش کند از خودش تصویری به نمایش گذارد که با شرایط مورد نیاز موقعیت همخوانی داشته باشد. این نوع کار احساسی را هوشیلد با تشبیه به مکتب بازیگری انگلیس که در آن بازیگر بدون فرو رفتن عمیق در نقش تنها به نمایش ظاهر متناسب با ایفای آن بسنده می‌کند، «بازیگری سطحی»<sup>۱</sup> می‌نامد. اما امکان دارد فرد تلاش کند که احساسات خود را واقعاً دگرگون سازد تا تطبیق احساسی مناسب با موقعیت را بوجود آورد.

اگر کنشگر دست به چنین کاری بزند در واقع «بازیگری عمیق»<sup>۲</sup> کرده است که از ویژگیهای مکتب بازیگری آمریکا است. در مکتب بازیگری آمریکایی، بازیگر برای اجرای نقش محوله، خاطرات و احساسات خود را به گونه ای هدایت می‌کند که نمودهای مشاهده پذیر احساساتش با مقتضیات احساسی نقشش هماهنگ شوند (هوشیلد، ۱۹۷۹: ۵۵۸).

وقتی هوشیلد از کار احساسی سخن می‌گوید منظورش بازیگری عمیق است چراکه تنها از طریق این نوع بازی است که کنشگر احساسات خود را واقعاً دگرگون می‌کند و گرنه قبل از هوشیلد، گافمن (۱۹۵۹) با نظریه نمایشی خود به طرز حیرت آوری توانایی انسان در

1- Surface acting

2- Deep acting

احساسات منبعث از هنجارهای فرهنگی هستند. تجربه احساسات یکسان در فرهنگ های مختلف نموده‌های متفاوتی دارند چون قواعد احساسات متفاوتی بر آنها حاکم است. در مورد قواعد احساسات نیز مانند کار احساسی می توان از جملاتی مثال زد که مردم در زندگی روزانه به زبان می آورند؛ جملاتی که نشان می دهند افراد به گونه ای درباره احساساتشان با یکدیگر سخن می گویند که گویی حقوق و وظایف خاصی برای آن احساسات به کار برده می شود. برای مثال، «فلانی حق دارد در چنین موقعیتی عصبانی شود.....»، «اگر من جای تو بودم او را می بخشیدم.....»، «تو باید قدر فلانی را بیشتر بدانی....» و..... حتی خود ما بعضی مواقع خودمان را سرزنش می کنیم که مشکل یکی از دوستان یا مرگ یکی از خویشاوندان به اندازه کافی ما را متاثر نکرده و یا موفقیت دوستی یا حتی خودمان باید شادی بیشتری در ما بوجود می آورد.

مثال های متعدد روزانه از اینکه انسان چگونه باید در یک موقعیت از خود ابراز احساسات کند، حکایت از وجود قواعدی دارد که بر نحوه مدیریت احساسات ما تأثیر می گذارند. همچنین با توجه به اینکه دیگران چگونه احساسات ما را استنباط می کنند و بر اساس آن واکنش نشان می دهند می توان به وجود این قواعد پی برد. برای مثال، یک قاعده احساسی می تواند بگوید که: «تو نباید این قدر احساس گناه کنی، تقصیر تو نبود» و یا «تو حق نداری نسبت به موقعیت فلانی حسادت کنی».

به صحنه بردن نمایش های متفاوت از خودش در موقعیت های مختلف را نشان داده بود، منتها در تحلیل گافمن بازی انسان بازی سطحی است و تنها نموده‌های بیرونی رفتار را شامل می شود نه احساسات درونی را. در نزد هوقشیلد: «مهماندار صمیمی هواپیما، منشی خوش برخورد شرکت، کارمند قانع و بدون شکایت دولت و معلمی که تمام شاگردانش را به یک اندازه دوست دارد، همگی ممکن است مجبور باشند به نوعی خود را درگیر بازیگری عمیق کنند، بازی ای که بسیار فراتر از آماده کردن نمایش صرف می رود» (همان: ۵۶۰).

در نظریه هنجاری هوقشیلد، کاری که هدفش در تناسب قرار دادن احساس و چارچوب با موقعیت باشد کاری است که همه افراد پی درپی و حتی در تنهایی آنرا انجام می دهند. انسان ها این کار را نه به شکلی دلبخواهی بلکه در محدوده مشخصی و تحت تبعیت از قواعد خاصی انجام می دهند. این مسأله ما را به دومین مفهوم کلیدی نظریه هوقشیلد می رساند، یعنی قواعد احساسات.

### قواعد احساسات

برای انجام کار احساسی یا مدیریت احساس سرمشق‌ها یا الگوهایی از جانب جامعه به افراد دیکته می-شوند. این الگوها که هوقشیلد آنها را قواعد احساسات<sup>۱</sup> می‌نامد به افراد جامعه می گویند که چگونه بر احساسات خود مدیریت کرده و روی آنها کار کنند. قواعد

## شیء شدگی احساسات

مهیج ترین و در عین حال تلخ ترین بحث های هوشیلد زمانی جلوه می یابند که او از «شیء شدگی» یا «کالاگونه شدن»<sup>۱</sup> احساسات و عواطف انسان ها در جوامع مدرن غربی و به طور خاص، جامعه آمریکا سخن می گوید. به اعتقاد او احساسات می توانند ویژگی های کالاهای تجاری را اخذ کنند: «زمانی که حالت ها و ژست های عمیق احساسی وارد مبادلات بخش بازار شوند و به عنوان جنبه ای از نیروی کار به خرید و فروش درآیند، آنگاه احساسات تبدیل به کالا می شوند». به زبان هوشیلد، «وقتی مدیر شرکت اشتیاق پرشورش را به شرکت می آورد، وقتی مهماندار هواپیما صمیمیت گرم و اطمینان بخش مثلاً واقعی را نثار مسافرش می کند، در واقع آنچه که به عنوان جنبه ای از نیروی کار فروخته شده است بازیگری عمیق است» (همان: ۵۶۹).

فرآیند کالاگونه شدن احساسات برای تمام طبقات اجتماعی تبعات یکسانی ندارد. طبقه متوسط آمریکا بیشتر از طبقه کارگر مجبور است احساساتش را کالاگونه کند و این ریشه در تفاوت های فرآیند جامعه پذیری افراد این دو طبقه دارد. زیرا دو شیوه ای که این دو طبقه بچه هایشان را اجتماعی می کنند آنها را برای نیاز آینده شان به مهارت های مدیریت احساسات مجهز می کند.

والدین طبقه متوسط معمولاً تمایل دارند از طریق اعمال کنترل روی احساسات و عواطف بچه هایشان آنها را کنترل و «تربیت» کنند، در حالی که والدین طبقه کارگر برای کنترل بچه هایشان بیشتر روی رفتار و کنترل رفتاری آنها حساب باز می کنند. به عبارت دیگر، یک بچه طبقه متوسط بیشتر احتمال دارد به خاطر تجربه کردن یک احساس نامناسب، دیدن یک چیز غلط، یا توجه کردن به چیزی که نباید توجه کند مورد بازخواست و تنبیه قرار

گیرد، در صورتی که یک بچه طبقه کارگر ممکن است به خاطر انجام یک رفتار غلط مجازات شود. بنابراین، تفاوت طبقاتی در فرآیند جامعه پذیری درجات متفاوت از کالاسازی احساسات را به دنبال دارد.

هوشیلد شغل های متعلق به طبقه متوسط را در آمریکا مورد بررسی قرار داده است؛ شغل هایی که هنگام اجراء مستلزم ایجاد و حفظ معانی احساسی «مناسبی» هستند. برای مثال کارمند بانک برای اینکه در کارش موفق باشد باید برداشتی از خودش و موقعیت شغلی اش را به دیگران انتقال دهد که متضمن معانی «فعال»، «قابل اعتماد»، «مراقب» و «زرنگ» باشد، یعنی صفاتی که تنها از طریق کنش های تحت تسلط احساسات به شکلی کار آمد منتقل می شوند.

از این رو، مدیریت احساسات در چنین شغل هایی است که اهمیت خود را نشان می دهد... بر اساس نظر هوشیلد چنین شغل هایی در جامعه آمریکا اغلب توسط زنان برآمده از طبقه متوسط انجام می شوند. در حقیقت، صفحات زیادی از مطالب کتاب «قلبهای کوک شده»<sup>۲</sup> هوشیلد به بررسی مثال های متعدد از شغل هایی اختصاص یافته که توسط این افراد انجام می شوند... او با بررسی وضعیت این آدم‌ها، در واقع پرده از برخی جنبه های تاریک و تلخ زندگی بشر مدرن غربی بر می دارد.

در جامعه سرمایه‌داری مدرن، آن گونه که هوشیلد می گوید: «لبخندها، ژست ها، احساسات و روابط آدم ها به محصولاتی تبدیل می‌شوند که بیش از آن که به صاحبانشان تعلق داشته باشند متعلق به کارفرمایان هستند» (۱۹۸۳: ۱۹۸). مهمانداران هواپیمای هوشیلد از طریق آموزش های حرفه ای و بازخورد دریافتی از جانب کارفرمایانشان، یاد می‌گیرند که چگونه از قواعد احساسات تبعیت کنند.

انرژی شان را نمی فروشند، بلکه شخصیتشان را هم می فروشند»..... «آنها به یک هفته یا یک ماه نکشیده لبخندها و اداهای مهربانانه شان را می فروشند و در مقابل می بایست یاد بگیرند که چگونه انزجار و خشم خود را سرکوب کنند چراکه این ویژگی های شخصی برای کارایی بیشتر و توزیع سودمندانه تر کالاها و خدمات ضروری هستند» (در باربالت، ۲۰۰۱: ۲۲). آن چنان که میلز می گوید: جایگاه عقلانیت در چنین شرایطی از اشخاص انفرادی به نهادهای بوروکراتیک انتقال می یابد و در نتیجه احساسات تبدیل به کالا می شوند و مدیریت احساسات در خدمت این هدف قرار می گیرد.

### رویکرد ترکیبی

#### نظریه جاناتان ترنر

نظریه ترنر<sup>۲</sup> تحت عنوان «نظریه عمومی جامعه شناختی احساسات» از ماهیتی ترکیبی برخوردار است. این نظریه ترکیبی از چندین جهت حایز اهمیت است. یکی این که، در این نظریه وی عناصر مختلفی را از سایر نظریات متنوع جامعه شناسی احساسات به عاریت گرفته و بر خلاف آنها که می خواهند تمام عوامل موثر بر شکل گیری احساسات را با متغیرهای خودشان تبیین کنند، او برای هر دسته از این عوامل سهم محدودی قایل می شود و در عوض با درکنار هم قرار دادن سایر آنها در قالب یک مدل علی، کلیتی از عوامل مختلف را عامل برانگیختگی احساسات می داند.

در ثانی، به لحاظ زمانی ترنر نظریه خود را تقریباً ۲۰ سال بعد از سایر جامعه شناسان احساسات ارائه کرد که این مسأله با توجه به گسترش بحث ها و انتقادات مطروحه نسبت به نظرات کلاسیک، باعث شد او بتواند با لحاظ کردن آن مسایل در نظریه خود از بسیاری از

یکی از این قواعد می گوید آنها نه تنها باید نشان دهند که عاشق کارشان هستند، بلکه باید واقعاً سعی کنند که عاشق آن شوند، آن ها باید از تعامل با مشتریان خود لذت ببرند. در حرفه آنها، سبک ارائه خدمت خود تبدیل به بخشی از خدمت می شود. وقتی آنها دست به بازی سطحی می زنند دیگران را نسبت به چیزی که واقعاً حس می کنند فریب می دهند اما وقتی بازی عمیق را اجرا می کنند در واقع خودشان را فریب می دهند (همان: ۳۳).

به نظر هوقشیلد، نتیجه تمام عملکردهای فوق اینست که کار احساسی در این شغل ها، شاغلان را به تدریج از خود واقعیشان بیگانه می کند و توانایی استفاده صحیح از مدیریت احساسات را از آنها می گیرد، که این نیز به نوبه خود ممکن است باعث بوجود آمدن سطح بالایی از «استرس، خستگی، بی تفاوتی احساسی، گم کردن هویت شخصی و...» شود. برای هوقشیلد «کشتی رانی در آب های احساسی، زندگی خصوصی انسان مدرن را با تجربه لذت و رفاه همراه می سازد اما در قلمرو عمومی، در خدمت انگیزه های سودطلبانه قرار می گیرد» (همان: ۱۵۳).

بنابراین این تنها خود خصوصی است که هنوز «اصالت» خود را حفظ کرده و باید آنرا در برابر منافع سرمایه داری محافظت نمود. چراکه به اعتقاد وی «هرچه قلب بیشتر کوک شود، ارزش احساسات مدیریت شده هم بیشتر می شود» (همان: ۱۹۲).

این بحث های هوقشیلد در کتاب قلب های کوک شده بسیار شبیه عقاید سی رایت میلز<sup>۱</sup> در کتاب یقه سفیدان است.

میلز که در کتاب خود سبک زندگی و مرام مردم طبقه متوسط آمریکا را بررسی می کند معتقد است: «وقتی مردم یقه سفید شغلی بدست می آورند آنها تنها وقت و

2- Turner

1- C. Wright Mills

یا بعد از مقطعی از کنش متقابل دارای اهمیت زیادی باشد می‌تواند تأثیر مهمی روی احساسات بر جا گذارد» (همان: ۱۳۴).

احساسات از طریق میزان (شدت) همخوانی یا ناهمخوانی بین چیزی که فرد انتظار دارد و چیزی که فرد تجربه می‌کند، برانگیخته می‌شوند. به عبارت دیگر، هر چه تعداد انتظاراتی که تعریف فرد از یک موقعیت را شکل می‌دهند بیشتر باشد، اهمیت آنها در موقعیت بیشتر می‌شود و در نتیجه، پتانسیل برانگیختگی احساسی برای فرد و نمایش احساساتش به دیگران هم بیشتر می‌شود. بر این اساس، وقتی میزان ناهمخوانی بالا باشد، برانگیختگی احساسی با شدت بیشتری رخ می‌دهد. چنین برانگیختگی‌ای انرژی احساسی مشاهده‌پذیر در یک موقعیت را آزاد می‌کند، در عین حال، این آزادسازی از طریق فرآیندهای عصب شناختی مغز که احساسات را برمی‌انگیزانند و همچنین از طریق فعال شدن مکانیزم‌های تدافعی، پیچیده می‌شود.

از این گذشته، افراد وقتی وارد یک موقعیت کنش متقابل می‌شوند با خود سرگذشتی از نحوه نمایش احساساتشان در گذشته و مکانیزم‌های تدافعی که بر حسب عادت استفاده کرده‌اند را همراه می‌آورند که این دو روی تولید انرژی احساسی در طول انجام هرگونه کنش متقابل خاص یک تأثیر تراکمی به جا می‌گذارند.

### عوامل موثر بر شکل‌گیری انتظارات

انسان از قبل یا هنگام ورود به یک موقعیت کنش متقابل در ذهن خود انتظارات خاصی نسبت به اینکه چه اتفاقی در این موقعیت باید رخ دهد و یا رخ خواهد داد را شکل می‌دهد. این انتظارات، همانطوری که گفته شد، نه تنها روی رفتارهای خود انسان بلکه روی واکنش‌های وی به رفتار دیگران هم تأثیر می‌گذارند. ترنر با ترکیب

انتقادهای آنها مبراً شود. با این حال، همان‌طور که خودش هم اذعان دارد، اقدام به ترکیب عناصر نظری مختلف و تدوین یک نظریه ترکیبی جدید هرگز به معنای کامل یا بی‌نقص بودن آن نیست بلکه این نظریه هم به مانند سایر نظریه‌های مطرح شده نیاز به کنکاشهای تجربی و تئوریک بیشتر دارد تا نقاط ضعف و قوت خود را بهتر شناخته و جهت تعدیل و افزودن بر غنای علمی آنها گام بردارد (ترنر، ۱۹۹۹: ۱۳۴).

ترنر نظریه خود را با استفاده از مسائل و مباحث چندین سنت نظری تدوین کرده است که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره داشت: جریان اصلی کنش متقابل نمادین، انواع نظریات روانکاوانه کنش متقابل نمادین، نظریه کنش متقابل آیینی (کالینز)، تحلیل نمایشی (گافمن، هوشیلد)، نظریه‌های قدرت و منزلت (کمپر، کالینز) و نظریه‌های حالت‌های انتظار. در حالی که هر یک از رهیافت‌های نظری فوق یک یا چند پویش مهم جامعه‌شناختی در تبیین احساسات را مورد خطاب قرار می‌دهند، هیچکدام قادر نیستند به تنهایی دامنه کامل از عواملی که هنگام مشارکت افراد در کنش متقابل باعث برانگیخته شدن احساسات می‌شوند را ترسیم نمایند.

به اعتقاد ترنر برای اینکه برانگیختگی احساسی<sup>۱</sup> در انسان ایجاد شود ابتدا باید در ذهن وی انتظارات خاصی مبنی به اینکه هنگام ورود به یک موقعیت چه اتفاقی رخ خواهد داد یا باید رخ دهد، وجود داشته باشد. این انتظارات همان انتظاراتی هستند که تعریف و تفسیر فرد از موقعیت را بوجود می‌آورند و امکان دارد که از منابع متنوعی ریشه گرفته باشند. آنها روی رفتار فرد و واکنش وی به رفتارهای دیگران در موقعیت تأثیر می‌گذارند. خود<sup>۲</sup> نوع خاصی از انتظار است زیرا «اگر قبل، در طول

1- Emotional arousal

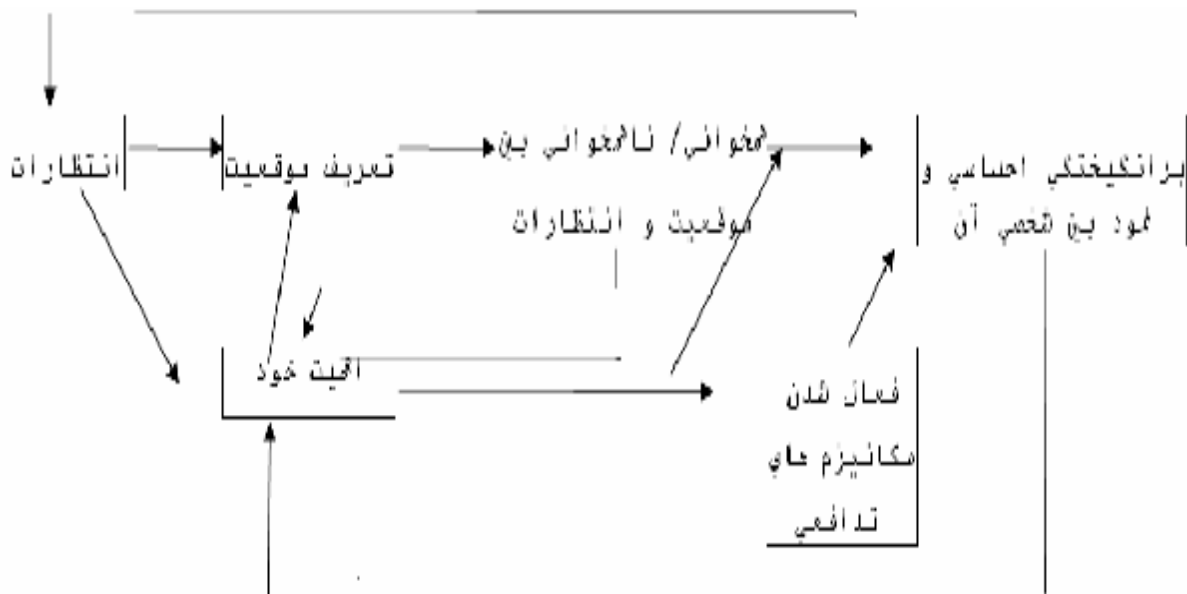
2- Self

کاملاً متفاوتی را در ذهن خود می پروراند تا موقعیت هایی که در آنها احتمال حضور افراد غریبه و ناشناس وجود دارد. به همین شکل، تعداد افرادی که فرد با آنها مواجه خواهد شد روی شکل گیری انتظارات وی در موقعیت تأثیر می گذارد.

عناصر کلیدی نظریه های موجود در جامعه شناسی احساسات مجموعه عواملی را فهرست می کند که به اعتقاد وی بر شکل گیری انتظارات مذکور تأثیر می گذارند. این عوامل به چهار گروه جمعیت شناختی، ساختاری، فرهنگی و مبادله ای تقسیم می شوند:

۱- عوامل جمعیت شناختی: اولین دسته عواملی هستند که روی انتظارات فرد تأثیر می گذارند. منظور از این عوامل، تعداد و ماهیت افرادی است که فرد ممکن است در یک موقعیت با آنها روبرو شود. برای مثال، فرد در موقعیت هایی که احتمال روبرو شدن با آشنایان، دوستان، خویشاوندان و افرادی از این دست را دارد انتظارات

نمودار ۱- طرح شماتیک نظریه ترنر



منبع: ترنر، ۱۹۹۹: ۱۳۴

کالینز اعتقاد دارند مناسبات قدرت و منزلت نیروهای اثربخشی هستند که احساسات آدم ها در موقعیت های کنش متقابل را بر می انگیزانند.

اما به اعتقاد ترنر، این عوامل تنها بخشی از عواملی هستند که انتظارات را شکل می دهند. به نظر ترنر این دو

۲- عوامل ساختاری: این دسته از عوامل با استفاده از نظریه ساختاری- ارتباطی کمپر و کالینز در قالب روابط بین مواضع پایگاهی توصیف می شوند، روابطی که می توانند در یک مواجهه به صورت ضمنی وجود داشته باشند. همان طوری که در بخش های قبلی دیدیم، کمپر و

عامل بیشتر تأثیرشان را روی خود می‌گذارند. یعنی وقتی مواجهات مردم آنها را در سلسله مراتب قدرت و منزلت قرار می‌دهد و در نتیجه آنها نسبت به خودشان هوشیاری بیشتری بدست می‌آورند. همین که اهمیت خود افزایش یافت، پتانسیل برای نشان دادن واکنش‌های احساسی به رفتارهایی که مناسبات قدرت و منزلت را به رسمیت می‌شناسند یا نمی‌شناسند نیز افزایش می‌یابد.

در حقیقت ترنر توجه انسان را به این مطلب جلب می‌کند که علاوه بر قدرت و منزلت، تراکم ارتباطات میان مواضع هم اهمیت دارد زیرا پیوندهای شبکه‌هایی که از تراکم بالایی برخوردارند انتظاراتی خلق می‌کنند که با پیوندهای آن شبکه‌هایی که دارای تراکم ناچیز هستند تفاوت بسیار زیادی دارند.

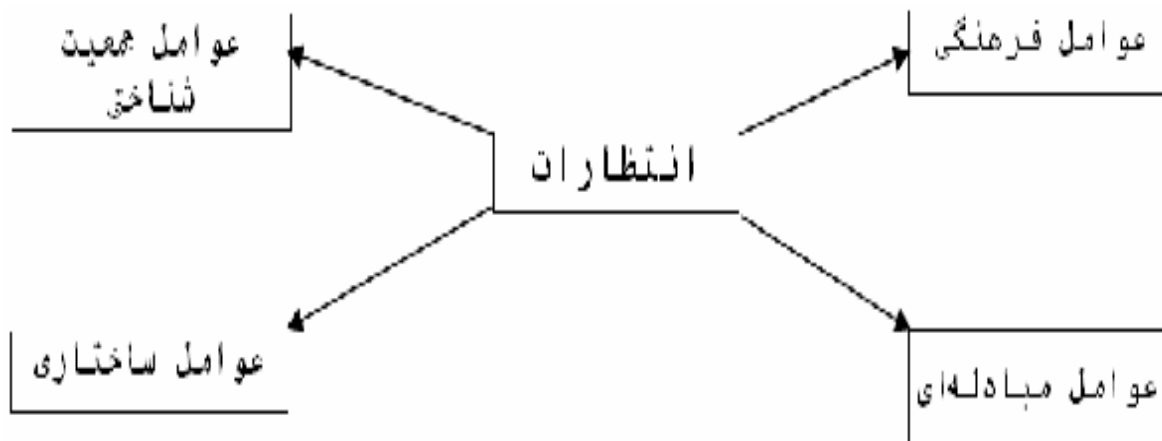
۳- عوامل فرهنگی: این عوامل آن نمادهایی هستند که برای مشارکت کنندگان در یک موقعیت استانداردها و دستورالعمل‌های رفتاری فراهم می‌کنند. برخی از این نمادها استانداردهای رفتاری هستند و برخی دیگر استانداردهای هنجاری، ایندو مشخص می‌کنند که از خود و دیگری انتظار چه نوع رفتاری را باید داشت؛ در ارتباط با استانداردهای هنجاری و ارزشی می‌توان از نمادهایی سخن گفت که نوع مناسب اعمال/تنبیه/تشویق

و همچنین شکل و شدت آنها در یک موقعیت را نشان می‌دهند.

در اینجا منظور ترنر از استانداردهای هنجاری و ارزشی همان قواعدی است که هوشیلا در نظریه هنجاری خود تحت عنوان قواعد احساسات از آنها نام می‌برد. این قواعد را ترنر انتظاراتی تعریف می‌کند که افراد راجع به شدت و ماهیت احساسی که می‌توانند یا باید در یک موقعیت نشان دهند در ذهن خود می‌پرورانند.

۴- عوامل مبادله‌ای: آخرین دسته عوامل نیازهای بنیادینی هستند که افراد در مواجهات خود می‌طلبند و انتظار دارند در طول کنش متقابل به آنها پاسخ داده شود. افراد همچنین نیازهایی دارند که ترنر آنها را نیازهای مبادله‌ای می‌نامد، یعنی نیاز به دریافت منفعت از منابع معقول، نیاز به این احساس که آنها می‌توانند پاسخ‌های دیگران را پیش‌بینی کنند، نیاز به اعتماد به دیگران مبنی بر اینکه آنها به تعهدات خود عمل می‌کنند، نیاز به این تصور که خود و دیگری جهان را در راستای تحقق اهداف کنش متقابل به یک شکل می‌بینند، و نیاز به این احساس که خود، ولو بسیار ناچیز، در جریان زنده کنش متقابل وارد شده است (ترنر، ۱۹۹۹: ۱۳۵-۱۳۶).

## نمودار ۲- عوامل موثر بر شکل گیری انتظارات در نظریه ترنر



داشته باشند، اهمیت خود تا حد زیادی افزایش می یابد. بنابراین وقتی در کنش های متقابلی که جایگاه با اهمیتی به خود به عنوان یک شی در ارتباط با دیگران اختصاص داده می شود، ناهمخوانی رخ دهد، واکنش های احساسی شدیدتری تولید خواهند شد.

در نظریه ترنر، عامل کلیدی در افزایش یافتن اهمیت خود و شدت احساسات تجربه شده، میزان تنبیه/تشویق مستقیمی است که دیگران در موقعیت اعمال می کنند. به اعتقاد ترنر، افراد بدون وجود تنبیه/تشویق هایی که دیگران مستقیماً اعمال می کنند، قادر نیستند انتظارات یا اهداف خود را درک کنند. با اعمال این تنبیه/تشویق ها به شکلی فعال از جانب دیگران، واکنش های احساسی برانگیخته می شوند، زیرا این تنبیه/تشویق ها واکنش های دیگران را متوجه خود می سازند و حتی آنها را برای فرد به چیزی بیش از یک شیء تبدیل می کنند. همخوانی یا ناهمخوانی که به علت تنبیه/تشویق های دیگران ایجاد می شود باعث تجربه حالت های احساسی شدیدتری می شود.

## تقابل انتظارات و تجارب

مجموعه عواملی که در قسمت قبلی معرفی شدند می توانند در تقابل با موقعیت فعال شده و روی شکل گیری احساسات آدم ها تأثیر گذارند. علاوه بر این، این عوامل تماماً با یکدیگر ارتباط متقابل دارند. مثلاً نیازهای مبادله ای که به دنبال کسب منفعت از منابع معقول هستند خود ریشه در الگوهای هنجاری و ارزشی دارند. با این وجود، هنگامی که ناهمخوانی بین این انتظارات و آنچه که فرد در واقعیت تجربه می کند بوجود آید برانگیختگی احساسی مورد نظر ترنر رخ می دهد.

این حقیقت در چندین سنت نظری از رفتارگرایی اسکینر و قضایای مبادله هومنز گرفته تا نظریه کنترل عاطفی (از زیر شاخه های کنش متقابل نمادین) و نظریه ساختاری کمپر و کالینز قابل ردگیری است.

خود به عنوان یک عامل در ایجاد برانگیختگی احساسی در نظریه ترنر حائز اهمیت است. اگر افراد از یکدیگر انتظار واکنش های تأییدآمیز و تقویت کننده



احساسات غیر اولیه یا ثانویه را شکل می‌دهد مانند رنگها: در عالم رنگ‌ها ما چندین رنگ اصلی داریم (سیاه، قرمز، آبی، سبز...) که با ترکیب آنها در درجات مختلف می‌توانیم تعداد بیشماری رنگ‌های فرعی یا ثانویه بسازیم.

در اینجا همان‌طور که مشاهده می‌شود دیدگاه ترنر راجع به ماهیت احساسات بسیار نزدیک‌تر به رهیافت اثباتگرایی است تا رهیافت ساختمان‌دی اجتماعی. در نظریه عمومی جامعه‌شناختی ترنر، روابط پیچیده و پر پیچ و خمی بین انواع مختلفی از احساسات اولیه برقرار می‌شوند تا از دل آنها احساسات ثانویه بیرون آیند.

اما ترنر یک تفاوت اساسی در نظریه خود با کار کمپر دارد. این تفاوت در ارتباط با ترکیبات دست اول احساسات خودش را نشان می‌دهد. ترنر اعتقاد دارد که برخی از مهمترین احساسات انسان که در کنش متقابل بوجود می‌آیند احساساتی هستند که از ترکیبات دست دوم سه احساس اولیه دفاع-خشم، بیزاری-ترس، و ناامیدی-ناراحتی بوجود می‌آیند. احساسات شرم و گناه از اینگونه اند.

شرم طبق نظر ترنر احساسی است که اهمیت خود در آن زیاد است. ترتیب احساسات اولیه موثر در آن عبارتند از: (۱) ناامیدی-ناراحتی نسبت به خود به خاطر انجام رفتاری بی‌کفایتانه که فرد در مقابل دیگران انجام داده و در ارزیابی خودش هم آنرا تایید می‌کند، در کنار (۲) خشم به خود و (۳) مقداری ترس از نتایجی که برای خود پیش خواهد آمد به خاطر درگیر بودن در رفتاری که بی‌کفایتانه و شاید ناشایست تلقی شده است.

در جریان‌های ارتباطی میان انتظارات، تجارب و احساسات، فرآیندهای دیگری هم وارد می‌شوند که ترنر نام آنها را فرآیندهای «انتساب»<sup>۱</sup> می‌نامد. به طور خلاصه، اگر ناهمخوانی ایجاد شده از طرف فرد به خودش نسبت داده شود، احساسات تجربه شده، چه مثبت چه منفی، شدیدتر می‌شوند.

در مدل ترنر برانگیختگی احساسی که به دلیل همخوانی یا ناهمخوانی بین انتظارات و تجارب رخ می‌دهد تحت تأثیر شماری از متغیرها قرار دارد. این متغیرها عبارتند از: ماهیت انتظارات، شدت اختلاف بین ناهمخوانی و برآورده شدن انتظارات، شدت برانگیختگی احساس تعجب، میزان ارتباط همخوانی/ناهمخوانی با اعمال مستقیم تنبیه/تشویق دیگران، و ماهیت فرآیندهای انتساب ناهمخوانی به عوامل مختلف (خود، دیگران، موقعیت). همچنین این متغیرهای مختلف در شیوه‌های پیچیده‌ای فعال شدن مکانیزم‌های تدافعی را موجب می‌شوند که آنها نیز به نوبه خود، احساسات و تجارب احساسی را دستخوش تغییر و تحول می‌کنند (همان: ۱۳۸).

ترنر با پیروی از کمپر بر این اعتقاد است که تعداد زیادی از احساسات از ترکیب‌های دست‌اولی ساخته می‌شوند که بر مبنای ترکیب نسبت‌ها یا تناسب‌های متفاوتی از احساسات اولیه دو وجهی استوار هستند. بنابراین احساساتی که آدم‌ها در تلاش برای نقش‌پذیری و نقش‌سازی بروز می‌دهند در واقع متغیرها و ترکیباتی از این احساسات اولیه دو وجهی هستند؛ و ظرفیت ترکیب احساسات اولیه است که شمار بسیار زیادی از

کردن انتظارات حافظ نظم، در خود احساس شرم و گناه را تجربه نکنند، سازمان اجتماعی نمی تواند ادامه حیات دهد و به قول ترنر، «جهان پر می شود از انسان‌های جامعه‌ستیزی که به زودی منقرض می‌شوند» (همان، ۱۵۲). بنابراین، در این حالت مکانیزم‌های تدافعی محل کنترل اجتماعی قلمداد می‌شوند اگر تنها جلوی برانگیخته شدن آن احساساتی را بگیرند که برای حفظ جریان هموار کنش متقابل ضروری هستند. در عین حال، استفاده از آنها برای افراد می تواند مضر باشد اگر تنها به تخلیه انرژی احساسی پردازند و ظرفیت کارآمد نقش‌پذیری و نقش‌سازی را پایین آورند. تأثیر این مکانیزم‌ها از یک طرف روی برانگیختگی احساسی مشخص می‌شود و از طرف دیگر روی میزان اهمیت خود.

نظریه عمومی جامعه‌شناختی جانانان ترنر یک نظریه تلفیقی است که در آن از چندین سنت نظری جامعه‌شناسی احساسات استفاده شده است. با این وجود، این نظریه خالی از اشکال هم نیست. یکی از انتقادات وارد بر آن برمی‌گردد به فقدان مشاهدات تجربی و عدم قابلیت بررسی تجربی قضایای مطرح شده در نظریه. ترنر مدعی است که احساس از تقابل بین تجارب و انتظارات فرد در موقعیت کنش متقابل بوجود می‌آید این در حالیست که انسان می‌تواند از احساسات طولانی مدتی سخن گوید که لزوماً قابل تحلیل در قالب مدل تجربه-انتظار نیستند.

احساس گناه هم از فعال شدن همان سه احساس مشابه در شرم برانگیخته می‌شود لکن ترکیب آنها برای برانگیختن این احساس با شرم تفاوت دارد. در تجربه احساس گناه، احساس مسلط کماکان احساس ناامیدی- ناراحتی نسبت به خود است که از ناتوانی در برآورده کردن انتظارات ریشه می‌گیرد، ولی دومین احساس مهم در اینجا ترس درباره پیامدهای این ناتوانی است که با مقداری خشم به خود به خاطر ناتوان بودن همراه می‌شود.

بنابراین در نظریه ترنر گناه و شرم هر کدام یک احساس دست دوم هستند که از ترکیبی از سه احساس اولیه مذکور بوجود می‌آیند. رتبه بندی و ترتیب اثرگذاری سه احساس اولیه است که باعث متمایز شدن این دو احساس از یکدیگر و تجربه متفاوتشان در افراد مختلف می‌شود.

ترنر معتقد است چون این دو احساس بسیار ناخوشایند هستند، احتمال زیادی دارد که مکانیزم‌های تدافعی را تحریک کنند. مهمترین مکانیزم‌هایی که او از آنها نام می‌برد عبارتند از سرکوب<sup>۱</sup>، فرافکنی<sup>۲</sup> و انتقال<sup>۳</sup>. این مکانیزم‌ها هدفشان حفاظت از خود در مقابل تجربه احساسات منفی است، به ویژه احساسات ثانویه ای مانند شرم و گناه. اما نکته اینجاست که این احساسات از سوی دیگر مهمترین احساسات در تحقق کنترل اجتماعی نیز هستند زیرا اگر افراد به خاطر ارتکاب رفتارهای ناشایست و نادرست و یا به خاطر قصور در برآورده

1- Repression  
2- Projection  
3- Displacement

جدول ۳ - ساختار احساس شرم و گناه در نظریه ترنر

احساسات ثانویه	ترتیب و میزان اثرگذاری احساسات اولیه
شرم	۱- ناامیدی - ناراحتی (نسبت به خود) ۲- دفاع - خشم (نسبت به خود) ۳- بیزاری - ترس (راجع به پیامدهای آن برای خود)
گناه	۱- ناامیدی - ناراحتی (نسبت به خود) ۲- بیزاری - ترس (راجع به پیامدهای آن برای خود) ۳- دفاع - خشم (نسبت به خود)

باز هم ممکن است به شدت دچار احساس وحشت و ترس شدید از قدم گذاشتن به آن باشد. با وجود انتقادات فوق، چارچوب نظری ترنر چارچوب محکم و قدرتمندی است که با استفاده از دیدگاه‌های مختلف در جامعه‌شناسی احساسات شکل گرفته است. این خود بیانگر توجه روز افزون به رویکردهای تلفیقی و پرهیز از تک علت بینی است.

### جمع بندی و نتیجه گیری

پرسش اساسی این مقاله این بود که چگونه می توان احساسات را از منظری جامعه شناختی به تحلیل کشاند و با آنها به عنوان یک مقوله اجتماعی برخورد کرد.

برای مثال، چگونه می توان در نظریه ترنر از عشق مادام العمر به همسر (حتی بعد از مرگ وی) سخن گفت و آنرا تبیین کرد؟ به همین شکل، طبق نظریه وی اگر عدم همخوانی بین تجربه و انتظارات در یک موقعیت بسیار شدید نباشد برانگیختگی احساسی پدید آمده شدید نیست و احساساتی که بوجود می آیند عموماً ضعیف و خفیف هستند، این درحالیست که می توان موقعیت هایی را مثال زد که در آنها حتی اگر افراد نسبت به تجارب مورد انتظارشان اطلاع کامل داشته باشند باز هم امکان برانگیختگی شدید احساسی وجود دارد. برای مثال هرچند که یک سرباز کاملاً نسبت به این مسأله آگاه است که میدان نبرد محل رویارویی مرگ و زندگی است اما او

ویژگی‌های پایگاهی، تحلیل کلانگر باربالت، نظریه تکاملی ترنر و نظریه‌های حالت‌های انتظار اشاره کرد که هر یک به نحوی از انحا از منظری جامعه‌شناختی به تجزیه و تحلیل یک یا چندین احساس پرداخته‌اند.<sup>۱</sup> هدف در این مقاله معرفی حوزه ناشناخته جامعه‌شناسی احساسات بود که تصور می‌شود مباحث مطروحه قادر به ترسیم چارچوب کلی و اسکلت بندی این حوزه به عنوان یکی از زیر شاخه‌های جامعه‌شناسی باشند.

این حوزه با توجه به جایگاه احساسات در جامعه ایران از اهمیت خاصی برخوردار است. نکاتی که رفیع پور (۱۳۷۵) راجع به جامعه ایران در این خصوص بیان می‌کند شایسته نقل قول مستقیم است. به اعتقاد وی، در ایران عوامل متعددی بر روی رشد و پرورش احساس موثرند:

۱- شرایط جغرافیایی و اقلیمی ایران با هوای نسبتاً آفتابی، گرم و بارندگی کم و همچنین گیاهانی که در این خطه به عمل می‌آیند (نظیر خرما، بادام، پسته، گردو، زعفران، هل و انواع ادویه جات) بر روی «خونگرمی» موثر به نظر می‌رسند.

۲- شرایط مذهبی نیز در پرورش احساس تأثیر خاص خود را دارد. در مذهب شیعه بالاخص، تضرع در مراسم عاشورا و در ایام فاطمیه به طور سیستماتیک و

در این راستا، نظریه شات با تأکید بر تعریف و تفسیر کنشگران از موقعیت در شکل دهی به احساسات و نظریه هوشیلد با تأکید بر هنجارهای فرهنگی در بوجود آوردن احساسات در قالب رهیافت ساختمندی اجتماعی مطرح شدند. سپس نظریه ساختاری کمپر که ساختار اجتماعی و روابط مبتنی بر دو بعد قدرت و منزلت را عامل اصلی در تحریک احساسات می‌داند را در کنار نظریه تضاد کالینز که کشمکش در گروه‌های رقیب و نواسانات در انرژی احساسی را مسبب برانگیختگی احساسات می‌داند تحت عنوان رهیافت اثباتگرایی بررسی کردیم و در نهایت، به نظریه تلفیقی ترنر پرداختیم که هرچند صبغه‌ای روانشناختی دارد اما از چندین سنت نظری در جامعه‌شناسی احساسات استفاده کرده است.

در کنار نظریه‌های مطرح شده، به این نیز باید توجه داشت که در سال‌های اخیر مباحث و رویکرد‌های جامعه‌شناختی دیگری هم در حوزه جامعه‌شناسی احساسات توسعه یافته‌اند که به دلیل محدودیت فضایی قادر به مطرح کردن آنها نبودیم.

برای مثال می‌توان به تحلیل نمایشی گافمن، بحث گوردون پیرامون فرهنگ احساسی، نظریه روزنبرگ در باب احساسات و انعکاس پذیری، تحلیل تویتس راجع به انحراف احساسی، نظریه کلارک پیرامون احساس همدلی، نظریه کنترل عاطفی هیس، نظریه استرایکر درباره هویت احساسی، تحلیل شف از احساس شرم، نظریه لاولر راجع به مبادله عاطفی، نظریه ریجوی درباره رفتار و پایگاه اجتماعی - احساسی، نظریه لوینگیلا و هوزر درباره

۱- برای مرور مبسوط و کامل آخرین نظریه‌های جامعه‌شناسی احساسات به کتاب جاناتان ترنر و جین استنس تحت عنوان جامعه‌شناسی احساسات (۲۰۰۵) مراجعه کنید

سازمان یافته در گروه های سنتی (هیات‌ها) در بین کلیه اعضا معتقد جامعه توسط مداحان و وعاظ متبحر عمیقاً گسترش می یابد و در اجتماعی شدن احساس بسیار موثر است. این نکته نه فقط در جمع خانمهای ایرانی در مراسم مذهبی کاملاً محسوس است بلکه در مقایسه بین المللی نیز مشهود است مثلاً در مراسم حج در مدینه و در مکه وجه تمایز ایرانی‌ها و شیعیان لبنان همین تضرع عمیق بود که برای برخی از مسلمانان دیگر کشورها تعجب آور به نظر می رسید.

۳- عوامل تربیتی- فرهنگی دیگر نیز در مراحل اجتماعی شدن در ایران موثر به نظر می رسند نظیر عکس العمل پدر و مادر بعد از مثلاً زمین خوردن کودک و نوازش بیش از حد او که تازه موجب گریه کردن بیشتر (بروز بیش از حد علایم احساسی) او می شود، گذشته از عواقب مضر شخصیتی آن برای بچه.... همچنین فریادهای بسیاری از زنان در هنگام زایمان و یا گریه‌ها و شیون‌ها در پی فوت افراد که در حد زیادی در مراحل اجتماعی شدن آموخته شده اند. مثلاً در یکی از قشلاق‌های ایل شاهسون در دشت مغان، وقتی اتوبوس حامل دانشجویان نزدیک شد، یکی از زنان ناگهان شروع به شیون و پاره کردن پوست صورت خود با ناخنش کرد. او تصور کرده بود که اتوبوس حامل سربازهاست و آنها خبر شهادت فرزندش را از جبهه آورده‌اند (رفیع پور: ۱۳۷۵: ۲۵-۲۷).

نکته آخر اینکه با توجه به نقش احساسات در سلامت جامعه گفته می شود که شناسایی و تحلیل

کارکردها و کژکارکردهای احساسات اساساً اجتماعی، مانند احساس قدرشناسی یا حسادت، می تواند به شناخت بیماری‌های جامعه کمک کرده و ارتقای کیفیت روابط اجتماعی را ممکن سازد. برای مثال اگر در سازمان‌ها و گروه های اجتماعی وضعیت متعادل میانی احساسات و پایگاه آدم‌ها برقرار شود، آنها می‌توانند با کنترل احساسات خود سعی نمایند بر تصمیمات و واکنش‌های دیگران در موقعیت‌های مختلف اثر گذاشته و با عملکرد موثرتر و بروز توانایی‌های خود، احساسات مثبت دیگران را تحریک کنند؛ به این طریق است که می توانیم شاهد رشد سلامت روانی در محیط‌های اجتماعی بوده و کارآمدی روابط گروهی را بهبود بخشیم. چراکه در صورت داشتن روابط سالم و سازنده اجتماعی است که می توان احساسات مثبتی همچون احساس خیر خواهی و همبستگی را تقویت کرد و از شدت احساسات مخربی مثل حسادت و کینه ورزی کاست. در حقیقت، نگاه از منظری جامعه شناختی به مقوله احساسات، حقایق جدیدی را برای انسان روشن می کند که دامنه آن بسیار فراتر از جریان‌های فیزیوژنیک و عصب شناختی بوجود آورنده احساسات رفته و ارتباط متقابل جامعه و احساسات را در این زمینه نشان می دهد.

#### منابع

- ۱- پورافکاری، نصرت الله، فرهنگ جامع روانشناسی- روانپزشکی، چاپ اول، تهران: فرهنگ معاصر، ۱۳۷۳.

- 13- Hochschild, Arlie Russell.(1983) *The Managed Heart: Commercialization of Human Feelings*. Berkeley: University of California Press.
- 14- Hughes, Jason.(2003). *Intelligent Hearts: Emotional Intelligence, Emotional Labour and Informalization*. Centre for Labour Market Studies. University of Leicester, UK.
- 15- Kemper Theodore.(1978). *A Social Interactional Theory of Emotions*. New York: John Wiley.
- 16- Kemper Theodore.(1981). *Social Constructivist and Positivist Approaches to the Sociology of Emotions*. *American Journal of Sociology*, 87(3): 336-61.
- 17- Kemper Theodore.(1987). *How Many Emotions Are There? Wedding the Social and the Autonomic Components*. *American Journal of Sociology*, 93(2): 263-89.
- 18- Lawler, Edward. J and Thye, Shane. R.(1999). *Bringing Emotions into Social Exchange Theory*, *Annual Review of Sociology*, 25: 217-244.
- 19- Schachter, S. and Singer, JE.(1962). *Cognitive, Social and Physiological Determinants of Emotional State*. *Psychological Review*, 69: 379-99.
- 20- Shott, Susan.(1979). *Emotion and Social Life: A Symbolic Interactionist Analysis*. *American Journal of Sociology*, 84(6): 1317-34.
- 21- Summers-Effler, Erika.(2002). *The Micro Potential for Social Change: Emotion, Consciousness, and Social Movement Formation*, *Sociological Theory*. 20(1): 41-60.
- 22- Thoits, Peggy A.(1989). *The Sociology of Emotions*. *Annual Review of Sociology*, 15: 317-42.
- 23- Turner, Jonathan.H.(1999). *Toward A General Sociological Theory of Emotions*. *Journal for the Social Behaviour*, 29(2): 133-62.
- 24- Turner, Jonathan and Jane, Stets(2005), *The Sociology of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ۲- رزم آرا، هوشیار. فرهنگ روانشناسی، چاپ اول، تهران: انتشارات علمی، ۱۳۷۰.
- ۳- رفیع پور، فرامرزی. جامعه، احساس، موسیقی، چاپ اول، تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۵.
- ۴- کوزر، لوئیس. زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ هشتم، تهران: انتشارات علمی، ۱۳۷۹.
- 5- Barbalet, J.M.(2001). *Emotion, Social Theory, and Social Structure: A Macrosociological Approach*, First paperback edition. Cambridge: Cambridge University Press.
- 6- Collins, Randall.(1975). *Conflict Sociology: towards an explanatory science*. New York: Academic Press.
- 7- Collins, Randall.(1981). *On the Micro Foundations of Macrosociology*. *American Journal of Sociology*, 86(5): 984-1014.
- 8- Collins, Randall.(1990). *Stratification, Emotional Energy, and the Transient Emotions*. Pp. 27-57 in *Research Agenda in the Sociology of Emotions*,(ed). Theodore Kemper. Albany, N. Y. Sunny Press.
- 9- Flaherty, Michael. G(2001) *How Emotions Work's Review*. *Contemporary sociology*, 30(1): 44-46.
- 10- Gordon, Steven L.(1981) *The Sociology of Sentiments and Emotions*. Pp 261-78 in *Social Psychology: Sociological Perspectives*(ed) Morris Rosenberg and Ralph H Turner New York Basic Books.
- 11- Gordon, Steven L.(1986). *Micro-sociological theories of Emotion*. Pp 133-47 in *Micro-Sociological Theory: Perspectives on Sociological Theory*, Vol.2(ed) Eisenstadt, S.N and Helle H.J.
- 12- Hochschild, Arlie Russell.(1979). *Emotion Work, Feeling Rules and Social Structure*. *American Journal of Sociology*, 85(3). Pp: 551-75.