

تأثیر حضور مأموران راهنمایی و رانندگی بر توقف عابران پشت چراغ قرمز عابر

خدیدجه علی آبادی*

دکتر یوسف کریمی**

چکیده

این پژوهش به منظور تعیین تأثیر حضور مأموران راهنمایی و رانندگی بر میزان اطاعت عابران از چراغ عابر انجام گردید. آزمودنی‌های این پژوهش عابرانی بودند که از ضلع جنوب غربی میدان انقلاب در یکی از روزهای هفته و در بین ساعات ده تا دوازده صبح از خیابان عبور می‌کردند. تعداد بیست چراغ قرمز (ده عدد با حضور مأمور و ده عدد در غیاب مأمور) در فاصله دو ساعت در نظر گرفته شد. روش پژوهش، مشاهده فراوانی وقوع در شرایط واقعی بود. با استفاده از معنادار بودن تفاوت بین نسبت‌ها، نسبت عابرانی که هنگام حضور مأمور، پشت چراغ قرمز عابر توقف می‌کردند با عابرانی که در غیاب مأمور، پشت چراغ قرمز عابر توقف می‌نمودند، سنجیده شد.

تفاوت در سطح $P < 0/01$ معنادار بود و نتیجه گرفته شد که اطاعت عابران از چراغ قرمز به خاطر حضور مأمور در تقاطع است.

مقدمه

مدت‌هاست که عبور عابران بدون توجه به چراغ راهنما را یکی از عوامل ترافیک بیش از حد در تقاطع‌های خیابان‌های اصلی شهر می‌دانند. بدین منظور، اداره راهنمایی

* عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

** عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

و راندگی شهر تهران شگردهای مختلفی را به کار گرفته که به دلیل درگیری بیش از حد، از ادامه آن‌ها منصرف گردیده و در حال حاضر، به گماشتن مأمور در تقاطع‌های خیابان‌های اصلی اکتفا کرده است.

پژوهش‌هایی که در روان‌شناسی اجتماعی در مورد تأثیر حضور فرد صاحب اقتدار بر میزان اطاعت انجام گردیده است، در حیطه نفوذ اجتماعی است. در این جا، نخست، در مورد نفوذ اجتماعی و پاسخ افراد به آن توضیح می‌دهیم و سپس به پژوهش‌های مربوطه می‌پردازیم.

نفوذ اجتماعی کوششی است عمدی از سوی یک فرد یا گروه برای ایجاد تغییر در عقاید یا رفتار دیگران (کریمی، ۱۳۷۵). پاسخ به نفوذ اجتماعی به چند طریق صورت می‌گیرد: فرمانبرداری *obedience*، اطاعت *compliance*، همرنگی یا همنوایی *conformity*، تقلید *imitation*، ترغیب *persuasion*، همانندسازی *identification* و درونی‌کردن *internalization* (Baron & Bryne, 1997).

فرمانبرداری شروع یا تغییر رفتار در پاسخ به دستورات یک فرد صاحب اقتدار، قوانین یا مقررات است (Kimble, 1990). اطاعت هنگامی صورت می‌گیرد که شخصی دستورات فرد یا گروهی را بر خلاف میل باطنی‌اش انجام دهد (Sears, et al. 1991). همرنگی یا همنوایی شروع یا تغییر رفتار در پاسخ به فشار ضمنی به وسیله رفتار یا گفتار افراد دیگر است (Kimble, 1990 From Asch, 1951). تقلید شروع یا تغییر رفتاری را توصیف می‌کند که در پاسخ به مشاهده رفتارهای افراد صورت می‌گیرد بدون این که به فرد برای انجام دادن رفتار، فشار ضمنی وارد شده باشد. (Kimble, From Bandura, 1977). ترغیب شروع یا تغییر رفتار است بنابر کوشش فعالانه دیگران برای تغییر ذهنیت فرد. ترغیب از طریق ارائه اطلاعات یا استدلال صورت می‌گیرد. همانندسازی شروع یا تغییر رفتار فرد است مبتنی بر آرزوی او برای همانندشدن با شخصیتی معین یا گروهی مشخص. رفتار فرد ناشی از رضایت درونی نیست، بلکه برگرفته از تمایل به ایجاد رابطه‌ای رضایت‌بخش با فرد یا گروهی مشخص است. درونی‌کردن پذیرش اعتقاد یا نگرش‌هایی است که با عقاید یا نگرش‌های فرد همخوان است (ارونسون، ۱۳۶۶) و فرد آن‌ها را درست می‌پندارد. مثلاً اگر فردی برای پول ارزش قائل باشد و فکر کند که اعتقاد به ارزش پول، اعتقادی درست

است، با سرعت رانندگی نمی‌کند، زیرا سریع راندن به معنای مصرف بیش‌تر بنزین و متعاقب آن، مصرف بیش‌تر پول است. پژوهش حاضر در حیطه فرمانبرداری جای می‌گیرد.

آزمایش کلاسیک در مورد اطاعت و فرمانبرداری توسط استانلی میلگرام (Stanley Milgram, 1974) انجام گرفته است. محاکمه آدولف آیشمن، یکی از رهبران رده بالای هیتلر در ضمن جنگ جهانی دوم، مردم سراسر جهان را در مورد ماهیت انسان به تعجب واداشت. آیشمن میلیون‌ها نفر از اروپاییان یهودی، کولی، همجنس‌باز، کمونیست، بیمار روانی، و دانشمند مسیحی را برای کشتن به اردوگاه‌های کار اجباری فرستاد. از نظر دستگیرکنندگان اسرائیلی آیشمن و کسانی که در سراسر جهان اخبار مربوط به محاکمه او را می‌شنیدند، رفتار آیشمن بی‌رحمانه و شیطانی بود.

آیشمن همانند افراد بی‌شمار دیگری که سایرین را در راستای «ادای وظیفه» قتل عام کرده‌اند، هنگام محاکمه در دفاع از خود گفت که فقط دستورات را اجرا کرده است. اما این پاسخ او را از اعدام نرسانید. مرگ او این سؤال را برانگیخت که آیا اگر به هر کدام از ما دستور بدهند، می‌توانیم افراد دیگر را به قتل برسانیم یا شکنجه دهیم؟

استانلی میلگرام، روان‌شناس اجتماعی امریکایی، در بین کسانی قرار داشت که از اعمال انجام شده توسط آیشمن بسیار متعجب شده بودند. او شدیداً به تفاوت بین فرهنگ‌ها معتقد بود و شک داشت که رفتاری مثل رفتار آیشمن از افرادی سر بزند که در جوامعی زندگی می‌کنند که برای فردگرایی و استقلال ارزش قائلند. او فکر می‌کرد در چنین فرهنگ‌هایی مردم در مقابل فشار گروهی برای اجرای فرمان‌ها مقاومت می‌کنند، مخصوصاً اگر آن فرمان‌ها به این معنا باشد که فردی آزار ببیند (Smith & Mackie, 1995).

هنگامی که میلگرام طرح تحقیق خود را بررسی می‌کرد، گروه کنترل او در موقعیتی بود که در آن به آزمودنی‌ها بدون هیچ فشار گروهی صرفاً فرمان داده می‌شد که به دیگری آزار برسانند. میلگرام می‌خواست فرضیه خود را در مورد هم‌رنگی و فرمانبرداری در کشورهای مختلف آزمایش کند؛ اما پاسخ‌های تکان‌دهنده آزمودنی‌ها در شرایط کنترل، او را از اجرای طرح‌هایش بازداشت. درک این که مردم چه وقت و چرا از صاحبان اقتدار اطاعت می‌کنند، حتی اگر این اطاعت سبب آزار دیگران شود، موضوع

اصلی پژوهش‌های میلگرام گردید و یافته‌هایش در این مورد در روان‌شناسی اجتماعی جزو مشهورترین یافته‌ها درباره این موضوع است.

میلگرام از طریق آگهی روزنامه از افراد خواست که در آزمایش دانشگاه ییل که هدف آن، یافتن اثر تنبیه در یادگیری عنوان می‌شد، در مقابل دریافت ۴/۵ دلار شرکت کنند. در ضمن آزمایش، میلگرام از آزمودنی‌ای که نقش معلم را ایفا می‌کرد، می‌خواست که به شاگرد (که دستیار آزمایشگر بود) شوک‌هایی به قدرت ۱۵ تا ۴۵۰ ولت وارد کند. برای اعمال شوک، معلم فقط می‌بایست یکی از سی کلیدی را که روی صفحه قرار داشت، روشن کند. کلید اول با ۱۵ ولت شروع می‌شد. اگر شاگرد پاسخ غلط می‌داد، کلید دوم روشن می‌شد و این کلید ۱۵ ولت بیش‌تر از قبل به شاگرد شوک وارد می‌کرد. روی کلیدها علائم هشداردهنده هم وجود داشت که شوک‌ها را خطرناک و حتی کشنده اعلام می‌کرد. دستگاه شوک نشان می‌داد که می‌توان تا ۴۵۰ ولت شوک وارد کرد.

البته در ضمن آزمایش و دادن پاسخ‌های غلط، شاگرد کم‌کم شروع به داد و فریاد می‌کرد و به دیوار می‌کوبید. تمام آزمودنی‌ها تا هنگامی که سطح شوک به ۳۰۰ ولت می‌رسید، از دستور آزمایشگر اطاعت می‌کردند. با اعمال شوک ۳۰۰ ولت، شاگرد دیگر پاسخ نمی‌داد. اغلب معلم‌ها فکر می‌کردند آزمایش تمام شده است، اما آزمایشگر توضیح می‌داد که سکوت به معنی پاسخ غلط است و پاسخگو باید تنبیه شود. به همین ترتیب، معلم‌ها به دادن شوک ادامه می‌دادند. در پاسخ به گفته معلم‌ها که می‌گفتند ممکن است شاگرد آسیب ببیند، آزمایشگر می‌گفت: مسئولیت به عهده من است؛ لطفاً ادامه دهید. ۶۵ درصد از آزمودنی‌ها به دادن شوک تا آخر، یعنی تا ۴۵۰ ولت ادامه دادند (Smith & Mackie, 1995).

گزارش نتیجه آزمایش همه را به تعجب واداشت. برای بررسی این که چه عواملی در فرمانبرداری مؤثرند، میلگرام متغیرها را تغییر داد. تغییر متغیری که به پژوهش حاضر مرتبط است، حضور یا عدم حضور فرد دستوردهنده است. در حالت اول آزمایش میلگرام که میزان اطاعت ۶۵ درصد بود، آزمایش در حضور آزمایشگر انجام می‌گرفت. در حالت دوم، دستورات از طریق تلفن به آزمودنی می‌رسید. در چنین شرایطی، ۲۲ درصد از آزمودنی‌ها تا مرحله آخر پیش رفتند. آزمودنی‌هایی که از طریق تلفن دستور

می‌گرفتند، در دادن شوک تقلب می‌کردند و این تقلب در جهت کاستن میزان شوک بود (French & Raven, 1959; Raven, 1992).

در مورد این که چرا مردم از دستورات فرمانبرداری می‌کنند، مدلی ارائه شده که در آن، شش پایه اساسی قدرت را شناسایی کرده‌اند. اعتقاد بر این است که هر کدام از این پایه‌ها منبعی است که فرد به منظور نفوذ در دیگران به کار می‌گیرد. این شش منبع عبارتند از:

۱- پاداش (reward): یکی از منابع قدرت، توانایی تهیه بازده‌های مثبت برای فرد دیگر است. مثلاً کمک به فرد برای رسیدن به هدف مطلوبش یا ارائه پاداشی ارزشمند جزء منابعی است که به منزله قدرت پاداش مطرح می‌شود. وقتی مادر به کودک می‌گوید: «هر وقت تکالیف خود را تمام کردی، می‌توانی تلویزیون را روشن کنی»، یا «اگر نمره خوب گرفتی، برایت مداد رنگی ۳۶ رنگ می‌خرم»، از این منبع استفاده می‌کند.

۲- زور (coercion): بر خلاف قدرت پاداش است و از تنبیه بدنی تا محروم کردن از پاداش را در بر می‌گیرد (Taylor, et al., 1994). مثال‌هایی در این مورد عبارتند از: وقتی کودکی حاضر نیست سر وقت بخوابد، والدین او را در بستر می‌گذارند و در اتاق را می‌بندند؛ یا وقتی کارمندی همواره دیر سرکار حاضر می‌شود، از حقوق او کم می‌کنند؛ یا وقتی فردی دست به کارهای حرام می‌زند، به او شلاق می‌زنند.

۳- تخصص (expertise): داشتن دانش، تربیت و مهارت خاص یکی از منابع قدرت است. پزشکان از جمله کسانی هستند که از این منبع برای نفوذ بر بیمار استفاده می‌کنند. پزشک به بیمار توصیه می‌کند که داروی بدمزه‌ای را چند بار در روز سر ساعت معین بخورد یا از خوردن غذاهایی خاص پرهیزد.

۴- اطلاعات (information): با دادن اطلاعات به افراد، بر آن‌ها نفوذ می‌کنیم. همکار شما با دادن این اطلاعات که کتاب‌های رشته شما را در فلان غرفه نمایشگاه بین‌المللی کتاب آورده‌اند، شما را وامی‌دارد که به آن‌جا بروید. چیزی که بر شما تأثیر کرده همکار شما نیست، بلکه اطلاعات موجود در پیام اوست.

۵- مرجع (reference): قدرت مرجع یکی دیگر از منابع قدرت است و زمانی خود را نشان می‌دهد که ما سعی می‌کنیم مثل کسی که به او علاقه‌مندیم، رفتار کنیم. دختری که

در رفتار، از مادرش تقلید می‌کند یا پسری که موهایش را مثل سرگروه تیم ورزشی مورد علاقه‌اش اصلاح می‌کند، قدرت مثبت مرجع را نشان می‌دهند. گاه نیز قدرت منفی مرجع نمود می‌یابد. شما از انجام دادن کاری سرباز می‌زنید صرفاً به این دلیل که فردی که شما دوستش ندارید، آن کار را انجام داده است.

۶- **اقتدار موجه** (legitimate authority): در بعضی از موقعیت‌های اجتماعی، ما فرد یا گروهی را دارای اقتدار قانونی یا موجه برای نفوذ بر رفتار خود می‌دانیم. مثلاً دولت حق دارد از ما بخواهد مالیات پرداخت کنیم؛ والدین حق دارند از فرزندان بخواهند در امور منزل به آن‌ها کمک کنند؛ یا کارکنان پزشکی حق دارند از ما بخواهند جهت معاینه برهنه شویم. هنجارهای اجتماعی به افراد صاحب اقتدار اجازه می‌دهد تا چنین درخواست‌هایی بنمایند.

در زندگی روزمره، فرمانبرداری از اقتدار موجه سازگارانه است و به کارکرد اجتماعی آرام کمک می‌کند. اما گاه مردم از فرمان‌هایی اطاعت می‌کنند که به دیگران آزار می‌رساند و مخالف اعتقادات و ارزش‌های شخصی آن‌هاست که پژوهش میلگرام در این زمینه ذکر شد. گاه نیز مردم در مقابل اقتدار مقاومت می‌کنند و این امر هنگامی صورت می‌گیرد که: الف) آزار دیدن قربانی آشکار است؛ ب) فرد، مسئول شخصی اعمال انجام شده است (Hamilton, 1978 from Sears, et al., 1991)؛ ج) افراد دیگری که در موقعیت قرار دارند، شروع به نافرمانی می‌کنند؛ د) ترغیب افراد برای مورد سؤال قرار دادن انگیزه‌ها، تخصص یا داوری مسئولان فرمانبرداری را کم می‌کند؛ ه) حساس کردن مردم نسبت به تأثیر بالقوه مسئولان، فرمانبرداری را کم می‌کند؛ و) اطلاع در مورد فنون نفوذ بر دیگران گاه می‌تواند به مردم کمک کند تا در مقابل فشارهای اجتماعی مقاومت کرده، بر اعتقادات شخصی خود پافشاری کنند.

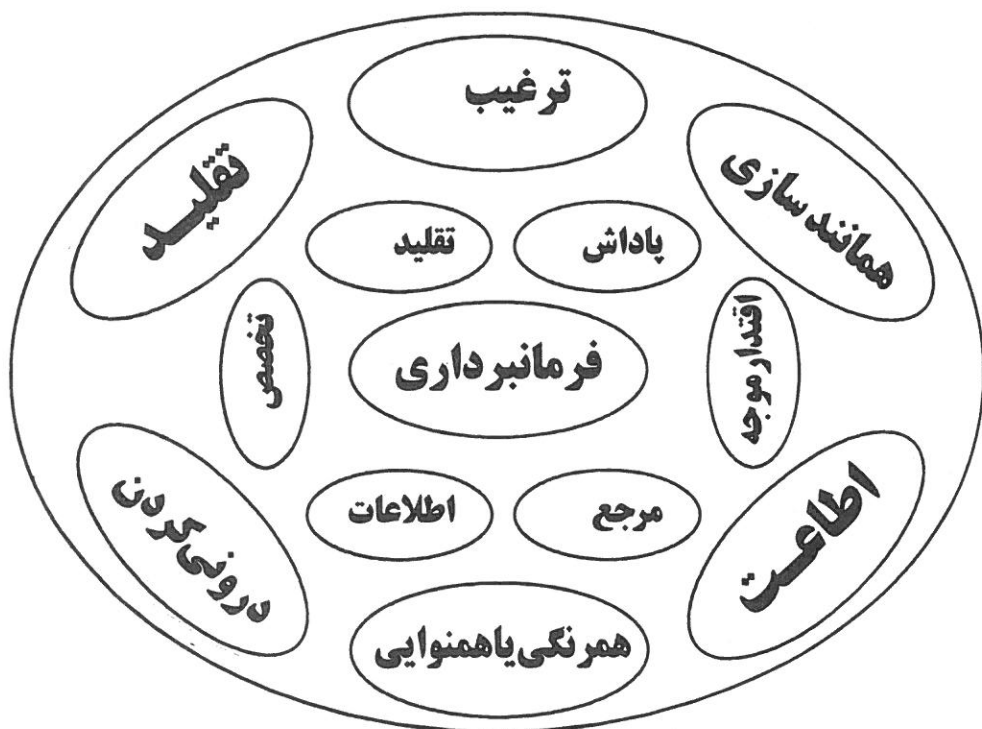
پژوهش دیگری که مربوط به جستار حاضر است، پژوهشی است که در یک باغ وحش انجام گرفت و اهمیت یونیفورم خاص را در مشخص کردن این که فرد دارای اقتدار موجه است، نشان داد (Sedikides & Jackson, 1990 from Taylor, et al., 1994). در این پژوهش، هنگامی که بازدیدکنندگان وارد منطقه مرداب استوایی می‌شدند، فردی به آن‌ها نزدیک می‌شد و از آنان می‌خواست که به نرده نمایشگاه پرندگان دست نزنند.

مردم هنگامی این دستور را بیش تر رعایت می کردند که فرد دستوردهنده یونیفورم مأموران باغ وحش را پوشیده بوده باشد.

در پژوهش حاضر، به بررسی اثر اقتدار موجه در میزان فرمانبرداری پرداخته شده؛ یعنی، فرضیه زیر آزمایش شده است:

بین نسبت عابرائی که هنگام حضور مأمور، پشت چراغ قرمز عابر توقف می کنند و آنهایی که در غیاب مأمور، پشت چراغ قرمز عابر توقف می کنند، اختلاف معناداری وجود دارد.

چهارچوب نظری این پژوهش را که در حیطه نقش اقتدار موجه در فرمانبرداری است، می توان چنین نشان داد.



روش

آزمودنی‌های این پژوهش کلیهٔ عابرنی بودند که از ضلع جنوب غربی میدان انقلاب در یکی از روزهای هفته در بین ساعات ده تا دوازده صبح از خیابان عبور می‌کردند. روش پژوهش، مشاهدهٔ فراوانی وقوع در شرایط واقعی بود. تعداد بیست چراغ قرمز در فاصلهٔ دو ساعت در نظر گرفته شد.

دلیل انتخاب میدان انقلاب به منزلهٔ محل مشاهده این بود که این میدان اولین مکانی است که طرح عبور عابر پیاده در آن به اجرا درآمد. ضلع جنوب غربی نیز به این علت انتخاب شد که به دلیل وجود کیوسک مأموران انتظامی و راهنمایی رانندگی، میزان اقتدار در آنجا بالاتر از بقیهٔ اضلاع میدان است. ساعت وقوع بر اساس قرعه انتخاب گردید. یعنی، طول مدت روشنایی از شش صبح تا شش بعد از ظهر به شش بخش تقسیم و به صورت قرعه، ساعت ده تا دوازده انتخاب شد. روز هفته (چهارشنبه) نیز به همین صورت انتخاب گردید.

ابزارهای پژوهش ساعت، مداد و کاغذ بودند.

شیوهٔ اجرا: با حضور مأموران در فاصلهٔ ده چراغ قرمز، تعداد عابرنی که هنگام قرمز بودن چراغ، پشت خط عابر توقف می‌کردند و کسانی که با قرمز بودن چراغ، از خیابان عبور می‌کردند، شمارش گردیدند. از مسئولان منطقهٔ راهنمایی و رانندگی درخواست گردید که مأموران را از حضور در محل معذور بدارند؛ سپس، در غیاب مأموران، مجدداً عمل شمارش عابرنی انجام گرفت. آنگاه، فراوانی‌ها در جداول مخصوص وارد و عملیات آماری انجام شد. البته در ضمن اجرا بر حسب تصادف دو مأمور از منطقهٔ دیگری از خیابان عبور می‌کردند و بار دیگر دو مأمور برای خرید نوشیدنی از مغازه به طرف دیگر خیابان در صف عابرنی قرار گرفتند. داده‌های این موارد از مجموع حذف گردید و به جای آن‌ها مجدداً دو زمان چراغ قرمز دیگر مورد مشاهده قرار گرفت.

طرح پژوهش به قرار زیر بود:

عابر مأمور	توقف	عبور
حضور	P_1	q_1
غیاب	P_2	q_2

در این پژوهش، متغیر مستقل مأمور راهنمایی و رانندگی (با لباس یونیفورم) و متغیر وابسته، عابراتی بودند که در ساعت خاص از ضلع جنوب غربی میدان انقلاب عبور می‌کردند.

نتایج

یافته‌ها نشان داده‌اند که حضور مأمور بر عبور یا توقف عابران تأثیر دارد؛ یعنی، به کمک آمار توصیفی و استنباطی نشان داده شد که حضور مأموران راهنمایی و رانندگی بر اطاعت عابران از چراغ راهنمای عابر تأثیر دارد. با استفاده از معنادار بودن تفاوت بین دو نسبت مستقل، مشخص شد که در سطح $P < 0/01$ مقدار Z محاسبه شده ($Z = 6/85$) بیش‌تر از Z جدول بود ($2/32$)؛ پس اختلاف بین دو نسبت معنادار و فرضیه تحقیق تأیید گردید؛ یعنی، بین نسبت عابراتی که با حضور مأمور، پشت چراغ قرمز عابر توقف می‌کنند و عابراتی که در غیاب مأمور، پشت چراغ قرمز عابر توقف می‌نمایند، اختلاف معنادار وجود دارد.

فراوانی‌ها در جدول شماره (۱) آمده است.

به منظور محاسبات آماری، از معنادار بودن تفاوت نسبت‌های مستقل استفاده گردید. فرمول خطای استاندارد تفاوت بین دو نسبت برای دو نمونه مستقل (دلور، ۱۳۷۵: ۴۴۴) به کار گرفته شد.

مقدار Z جدول در سطح $P < 0/01$ ، برابر با $2/32$ بود که از Z محاسبه شده ($6/85$) کوچک‌تر بود و فرضیه تحقیق تأیید گردید؛ یعنی، اختلاف بین نسبت‌ها معنادار بود.

جدول شماره ۱- فراوانی عبور و توقف عابران با حضور مأمور و در غیاب او

	با حضور مأمور		در غیاب مأمور	
	توقف	عبور	توقف	عبور
	۱۹۴	۱۷۶	۸۹	۳۱۱
جمع کل	۳۷۰		۴۰۰	

بحث

نتیجه این پژوهش با پژوهش میلگرام در مورد تأثیر حضور فرد دستوردهنده در میزان اطاعت (Milgram, 1974) و پژوهش سدیکیدز و جکسون (1994, Rrom Taylor, et al., 1990)، در مورد اهمیت یونیفورم در اطاعت افراد از فرد دستوردهنده همخوان است. در آزمایش میلگرام، وقتی فرد دستوردهنده در چند قدمی شوک دهنده ایستاده بود، میزان اطاعت ۶۵ درصد بود؛ و در حالی که دستوردهنده از طریق تلفن دستور می داد، میزان اطاعت $\frac{1}{3}$ حالت قبل بود.

در این پژوهش نیز وقتی مأمور راهنمایی حضور داشت، ۵۲/۴۳٪ از افراد پشت چراغ قرمز توقف می کردند؛ در حالی که در غیاب مأمور، فقط ۲۲/۲۵٪ از عابران پشت چراغ قرمز توقف نمودند و تفاوت بین نسبت افرادی که در حضور مأمور، پشت چراغ قرمز توقف نمودند، با افرادی که در غیاب مأمور، پشت چراغ قرمز توقف کردند، معنادار بود. البته مأمور راهنمایی عامل کنترل رفتار عابران برای اطاعت از سمبل مأموران، یعنی چراغ قرمز بود؛ درست مثل این که مردم تصور می کنند عملی خلاف است که تنبیه به دنبال داشته باشد. در صورتی که اگر با آموزش های اجتماعی، عمل خلاف به خودی خود، ناپسند تلقی گردد، دیگر حضور مأمور تنبیه ضروری نخواهد بود.

در ضمن مشاهده واقعه، پژوهشگر متوجه گردید که عامل دیگری که بر عبور یا توقف عابران تأثیر دارد، حجم ماشین های در حال عبور است؛ یعنی، گاه عابران هنگامی که چراغ قرمز بود و ماشینی هم عبور نمی کرد، منتظر سبز شدن چراغ نمی ماندند و از خیابان عبور می کردند. پیشنهاد می شود در پژوهشی دیگر، متغیر حجم ترافیک در حال

عبور نیز بررسی گردد.

پیشنهاد دیگر، تغییر ساعت مشاهده است. بهتر است مشاهده در زمان‌هایی که عابران برای رفتن به محل کار عجله دارند - مثل شش تا هشت صبح - نیز صورت گیرد.

منابع

- ارونسون، ای. روانشناسی اجتماعی. ترجمه حسین شکرکن. تهران: رشد ۱۳۶۶.
- دلاور، علی. احتمالات و آمار کاربردی در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: رشد، ۱۳۷۵.
- کریمی، یوسف. روانشناسی اجتماعی: نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها. تهران: ارسباران، ۱۳۷۵.
- Baron, R. A. & Bryne, D. ***Social Psychology***. U.S.A: Allyn & Bacon, 1977.
- French, J. & Raven, B. "The Bases of Social Power" In D. Cartwright, (ed.), ***Studies in Social Power*** (pp. 150 - 167). Ann Arbor MI: Institute for Social Research, 1959.
- Hewstone, M. Strobe, W. & Stephenson, G.M. ***Introduction to Social Psychology, A European Perspective***. Great Britain: Blackwell Pub. Ltd., 1996.
- Kimble, C. E. ***Social Psychology, Studying Human Interaction***. U.S.A.: Wm. C. Brown Publishers, 1990.
- Milgram, S. ***Obedience to Authority***. New York: Harper & Row, 1974.
- Raven B. H. "A power / interaction model of interpersonal influence: French & Raven thirty years later" . ***Journal of Social Behavior & Personality***, 7, 217-244.
- Sears, D. O. Peplau, L. A.; Taylor, S. E. ***Social Psychology***. Englewood Cliffs, New Jersey: Printice Hall International 1991.
- Smith, E. R. & Mackie, M. ***Social Psychology***. New York: Worth Publishers, 1995
- Taylor, S. E.; Peplau, L. A. & Sears, D. O. ***Social Psychology***. Englewood Cliffs, New Jersey: Printice-Hall, Inc. 1994.