

The social and political influence of ideas

Sahereh Mashayekh ¹

Najmeh Keikha ²

Abstract

Abstract

Imaginations are more or less fixed individual and social images that create new creations mostly unconsciously in the human mind. The present article investigates the important role of imagination as one of the important and important elements in the social and political sphere. The current research tries to provide a clear and comprehensible definition of the image, to examine the impact of the images and to reach the conclusion that how the images affect the social and political developments. This research was done by descriptive method and by collecting data from library methods. The findings show that the political and social effects of ideas are very important so that they are not only effective in shaping, weakening or strengthening the identities and norms and imaginations of the society, but just as ideas are inherited from the past, they can also be used in the five processes of the presence of imaginary forms in the mind. associating, documenting, highlighting and symbolizing, and undergoing re-creation or transformation through various methods, including the use of media tools, the interaction of different groups with each other, and the creation of incentives or deterrents. Therefore, the role of images can be mentioned as a very influential and important mediator in social and political developments.

Keywords: image, identity, society, politics, media

¹ MA student in Political Thought in Islam, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Mashayekhsahereh@gmail.com

² Assistant Professor, Faculty of Economics and Political Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran .

N_keikha@sbu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۷ | تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۵

Knowledge of political interpretation

Vol 5, No 15, Spring 2023

ppt 89-112

دانش تفسیر سیاسی

سال پنجم، شماره ۱۵، بهار ۱۴۰۲

صفحات ۸۹-۱۱۲

تأثیر گذاری اجتماعی و سیاسی انگاره ها

ساهره مشایخ^۱

نجمه کیخا^۲

چکیده

انگاره‌ها تصاویر کم‌و‌بیش ثابت فردی و اجتماعی است که بیشتر به‌طور ناخودآگاه در ذهن آدمی آفریده‌های جدیدی را به وجود می‌آورد. مقاله حاضر به بررسی نقش مهم انگاره به‌عنوان یکی از عناصر مهم و حائز اهمیت در ساحت اجتماعی و سیاسی می‌پردازد. تحقیق حاضر سعی دارد با ارائه‌ی تعریفی روشن و قابل فهم از انگاره، تأثیر گذاری انگاره‌های را مورد بررسی قرار دهد و به این نتیجه دست پیدا کند که چگونه انگاره‌ها بر تحولات اجتماعی و سیاسی تأثیر می‌گذارند؟ این تحقیق به روش تبیینی و با گردآوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای انجام شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تأثیرات سیاسی و اجتماعی انگاره‌ها بسیار حائز اهمیت است به‌طوری که نه تنها در شکل دهی، تضعیف یا تقویت هویت‌ها و هنجارها و تصورات جامعه تأثیر گذار است بلکه همان گونه که انگاره‌ها از گذشته به ارث می‌رسند خود نیز می‌توانند در فرآیندهای پنج‌گانه حضور صورت‌های خیالی در ذهن، اقتران، اسناد، برجسته‌سازی و نماد شدن و از روش‌های گوناگون از جمله استفاده از ابزارهای رسانه‌ای، تعامل گروه‌های مختلف با یکدیگر و ایجاد مشوق‌ها یا بازدارنده‌ها نیز دستخوش بازآفرینی و یا دگرگونی شوند. از همین رو می‌توان از نقش انگاره‌ها به‌عنوان واسطه بسیار تأثیر گذار و مهم در تحولات اجتماعی و سیاسی یاد کرد.

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته اندیشه سیاسی در اسلام دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده)

Mashayekhsahereh@gmail.com

(مسئول)

^۲ استادیار دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

واژگان کلیدی: انگاره، هویت، جامعه، سیاست، رسانه

مقدمه

هیچ جامعه‌ای بدون انگاره نیست بلکه انگاره‌ها وجود دارند، بازتولید می‌شوند و دچار تحول نیز می‌گردند. انگاره‌ها و برخی سنن منتقل شده از دوران گذشته تحت عوامل مختلفی شکل می‌گیرند و ریشه در حوادث تاریخی و تجربیاتی دارند که موجب ایجاد ذهنیت خاص یک گروه اجتماعی نسبت به پدیده‌ها و رویدادها شوند. در زمانی که واقعیت‌ها دائماً در حال تغییر و تحول‌اند، انگاره‌ها بسیار اهمیت پیدا می‌کنند، اینکه مردم هویت و منافع خود را چگونه تعریف می‌کنند و یا اینکه چه تصویری از جهان بیرونی دارند حتی بیشتر از واقعیت‌ها در شکل‌دهی رفتار آن‌ها نقش دارد. در واقع پشت‌الفاظ شبکه‌ای از انگاره‌ها وجود دارد که بدون توجه به این میراث فرهنگی امکان برقراری ارتباط با متن وجود ندارد. می‌توان بیان داشت که انگاره‌ها باراده صرف افراد خلق نمی‌شوند بلکه در طول تاریخ انسان‌ها همواره در انجام امور مختلف زندگی خود از عوامل گوناگونی نظیر محیط پیرامون و هم‌نوعان خود تأثیراتی را پذیرفته‌اند و دائماً در تلاش بوده‌اند که امور زندگی خود را با آنچه در جامعه و پیرامونشان وجود داشته است تطبیق دهند و در این جهت گاهی از احساسات و ادراکات شخصی خود نیز بهره می‌برند این به معنای آن است که گاهی الزاماتی پشت شبکه انگاره‌ها به دلایل مختلف وجود داشته است و از این رو مبحث انگاره را پیچیده و عمیق می‌سازد و می‌تواند از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت باشد.

باید گفت انگاره‌ها تنها از منظر ایده، باور یا ارزش تقلیل پذیر نیستند بلکه نمودهای عینی و در برساختن بسیاری از تحولات اجتماعی و سیاسی نیز به‌عنوان یک واسطه عمل می‌کنند. پژوهش حاضر با مفروضه‌هایی از جمله وجود انگاره در تمامی جوامع، تأثیرگذاری انگاره‌ها بر تحولات اجتماعی و سیاسی و همچنین تشکیل، تضعیف یا تقویت انگاره‌ها در تلاش است تا به‌صورت دقیق‌تر تأثیر انگاره‌ها را در اجتماع و سیاست بررسی

کند. اهمیت این موضوع در این است که با توجه به اینکه انگاره‌ها به یک‌باره شکل نمی‌گیرند و به یک‌باره نیز از بین نمی‌روند حال چگونگی در جهانی که دچار تحولات متعدد و گاهی سریع از جمله در حوزه فناوری یا رسانه‌ای می‌شود این انگاره‌ها می‌توانند خود را بر تحولات اجتماعی یا سیاسی تحمیل می‌کنند و یا خود چگونگی از آن تأثیر می‌پذیرند. از سوی دیگر انگاره بین مباحث روان‌شناسی، اخلاق، جامعه‌شناسی و علوم سیاسی قرار دارد. انگاره بر فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی تأثیر دارد و خود مقوم یا مانع بروز رخدادهای اجتماعی و سیاسی می‌شود به عبارتی انگاره همچون مکانیسمی برای تحکیم، تغییر و قضاوت ارزشی بسیاری از پدیده‌های اجتماعی و سیاسی و شکل‌گیری یک نوع عرضه و تقاضای بین افراد جامعه و همچنین دولت و جامعه بکار می‌رود. با این حال مقاله پیش رو تلاش دارد نشان بدهد که انگاره‌ها ممکن است از منابع متعددی سرچشمه بگیرند ولی نقش آن‌ها بر ساخت اجتماعی و سیاسی غیرقابل انکار است. حال برای بررسی دقیق‌تر این پرسش مطرح شده است که چگونه انگاره‌ها بر تحولات اجتماعی و سیاسی تأثیر می‌گذارند؟ مقاله به روش تبیینی و با اسناد کتابخانه‌ای گردآوری شده است. تلاش شده است تا ابتدا به صورت دقیق به واکاوی مفهوم انگار و ابعاد مختلف پیرامون این مفهوم پرداخته شود و سپس در دو بخش به تأثیرگذاری اجتماعی و سیاسی آن پرداخته شود.

چارچوب مفهومی؛ انگاره

انگاره لفظ جدیدی است که سابقه‌ی چندانی ندارد و مفهومی مبهم و نیازمند تحلیل و تعریف است. از جمله مهم‌ترین ابهامات در این حوزه، ناشی از کاربردهای گوناگون این واژه است، از این رو به کار بردن آن در تحقیق‌های مختلف با تعاریف گوناگونی همراه بوده است. با نظر به اینکه استفاده از یک اصطلاح و مفهوم جدید همواره به دلیل اینکه زوایای آن به طور کامل مشخص نشده است با ابهامات و دشواری‌هایی همراه بوده است، برای رفع ابهامات در این گفتار به تحلیل مفهومی این واژه می‌پردازیم. انگاره در لغت به

معنای پنداشتن و انگاشتن به کار می‌رود. غالب فرهنگ نویسان فارسی انگاریدن را در معنای تصور کردن، پنداشتن، گمان بردن، اندیشه بردن، نقش کردن، تصویر کشیدن و گاهی به معنی ایده گرفتن و برخی اوقات به معنی نماد شدن به کار می‌برند. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۴۳) از آنجایی که این واژه، اصطلاحی جدید و از منابع شناختی و معارف غیر گزاره‌ای است در نتیجه کمتر مورد توجهی معرفت شناسان سنتی قرار گرفته است. به عبارتی به دلیل اینکه در شبکه‌ای از مؤلفه‌ها تحقق و هویت پیدا می‌کند و از همین طریق قابل اثبات است، برای تحلیل آن نیازمند شبکه‌ای از مؤلفه‌ها نظیر خیال، شاکله، ذهن و طرح‌های خیالی هستیم. (سیفی، چگینی زاده، ۱۳۹۱: ۲۰۴) و از لحاظ مفهومی با سه معنای تصور، تصویر، مدل و الگو برابر دانسته می‌شود. البته این واژه معادل یک معنای صرف نیست بلکه از حیث مفهومی این کلمه در معنای پندار، تصور، فکر، خیال، گمان و طرح هم به کار می‌رود.

این واژه اساساً مفهومی انسانی است که به هویت‌ها و منافع شکل می‌دهد و دستخوش تغییر و تحول نیز می‌شود و در سطوح مختلف به واقعیت‌ها شکل شناختی اعطا می‌کند. در واقع انگاره، تصویری حاصل از اسناد و تصدیق است که مقاوم و سخت‌جان است و محصول فرایند ذهنی پیچیده و سیالی است که تحول‌پذیر، کامل شونده و منشأ ایجاد تغییر در ابعاد گوناگون اندیشه و رفتار است که مبدأ تغییر اعم از انجام فعل یا پذیرش اثر و انفعال می‌شود که مبدأ آن سه منشأ است که عبارت‌اند از قوای طبیعی، محسوسات محیط پیرامون که خصلت مادی دارد و نیز عقل فعال که خصلت مجرد بودن را داراست. (مرندی، زیبا کلام ۱۳۸۴: ۱۵۶)؛ بنابراین انگاره به لحاظ مفهومی در معنای تصور و تعریف از یک پدیده یا یک مفهوم است که در ساختار ذهنی مردم شکل گرفته است و به نمادهای آشکار یا قابل لمس تبدیل شده است. در واقع انگاره، تصویری از شیء است که می‌توان آن را از ذهن به خارج آورد و با ابزارهایی نشان داد. این تصویر در فهم، تجربه، مفهوم‌سازی، سامان‌دهی مفاهیم ذهنی، احساسات، عواطف، انتخاب و کنش فرد هم مؤثر است (قرا

ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۶۳). یا به عبارتی دیگر شیوه یا تصویر بیش و کم پایداری است که یک شخص، سازمان، محصول و مانند آن‌ها خود را با آن شیوه به جامعه نمایان می‌کند و در اذهان عمومی شکل می‌گیرد. در حقیقت نقاشی ذهنی افراد از امور مختلف، بر ابعاد مختلف نظری و عملی مؤثر واقع می‌شوند و می‌تواند حاصل برجسته شدن نیمرخ آن امر یا حاصل فربه‌ی و شبیه آن باشد و جانشین امر دیگری شود.

این واژه اساساً مفهومی انسانی است که به هویت‌ها و منافع شکل می‌دهد و دستخوش تغییر و تحول نیز می‌شود و در سطوح مختلف به واقعیت‌ها شکل شناختی اعطا می‌کند. در واقع انگاره، تصویری حاصل از اسناد و تصدیق است که مقاوم و سخت‌جان است و محصول فرایند ذهنی پیچیده و سیالی است که تحول‌پذیر، کامل شونده و منشأ ایجاد تغییر در ابعاد گوناگون اندیشه و رفتار است که مبدأ تغییر اعم از انجام فعل یا پذیرش اثر و انفعال می‌شود که مبدأ آن سه منشأ است که عبارت‌اند از قوای طبیعی، محسوسات محیط پیرامون که خصلت مادی دارد و نیز عقل فعال که خصلت مجرد بودن را داراست. (مرندی، زیباکلام ۱۳۸۴: ۱۵۶)

انگاره‌ی شکل گرفته فاعل و منشأ ایجاد رفتار یا تغییر در فرد است که این تأثیرگذاری ناخودآگاه است و واجد قدرت رفتارسازی، تغییر در ادراک و احساسات است و از قدرت تضعیف یا محوکنندگی برخوردار است. علاوه بر آن از حیث کارکرد مثبت و منفی است، صدق و کذب بردار نیست و برآمده از یک فرایند ذهنی است که تحول‌پذیر و امری پنهان است که بر اندیشه تأثیرات به سزایی بر جای می‌گذارد. بر همین اساس انگاره‌های گوناگون از امر واحد، کنش‌ها و واکنش‌های گوناگون و گاهی متضاد را پدید می‌آورد. (شوروی، ۱۳۸۶: ۱۵۱)

انگاره وقتی در جامعه‌ی زبان می‌آید، نه لفظی است برای توصیف و بیان یکی از اوصاف شی، بلکه همچون اسم بر امری دلالت می‌کند، اما ریشه‌ی این دلالت نام‌گذاری نیست بلکه آن حاصل فرایندی است که مهم‌ترین عنصر آنکه در اینجا نه لفظی است برای

توصیف و بیان بلکه یکی از اوصاف شی است و صرفاً همانند یک اسم دلالت بر امر دارد که ریشه‌ی این دلالت حاصل فرایندی است که مهم‌ترین عنصر آن، جان‌نشین‌سازی و به‌جای اسم نشستن صورت خیالی است، براین پایه، انگاره را می‌توان روشن‌تر تعریف کرد: صورت خیالی از شیء که در فرایند ذهنی مشخص همچون اسم، به‌جای آن شیء می‌نشیند و منشأ تأثیر و قدرت نسبت به آن می‌گردد. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۶۶)

به عبارتی این لفظ ریشه در علم و آگاهی فرد دارد و در احساسات، عواطف، داوری‌ها، باورها، تفسیرها، رفتار ارتباطی، انتخاب و تصمیم تأثیر دارد و در نظام احساسی، معرفتی و رفتاری مؤثر است. (صلواتی، شجاعی، ۱۴۰۰: ۱۰۳) از سوی دیگر این واژه ناظر به یک رفتار ویژه است، یعنی صرفاً با خیال آدمی مرتبط نیست و بیش از یک تصور ساده و صورت خیالی صرف است و تنها با خیال در ارتباط نیست بلکه در شبکه‌ای از مؤلفه‌ها نظیر ذهن و شاکله تحقق پیدا می‌کند که در شکل‌دهی رفتار بیش از واقعیت‌ها دانسته شده است و جایگاه وجودی آن از نظر هستی‌شناسی در ساحت خیال است. درواقع چیزی بیش از صرف آگاهی و نوعی خلق و آفرینش‌گری است که تمایلات و منافع انسانی در آن دخالت دارد. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۵۹) از مفهوم انگاره رابطه‌ی دوسویه‌ای میان عین و ذهن برداشت می‌شود که بستر زیست‌فرهنگی ما را شکل می‌دهد و می‌تواند منشأ خطای شناختی و عدم تعادل شوند. (مرندی، زیباکلام ۱۳۸۴: ۱۶۰). انگاره‌ها که اموری از پیش تعیین‌شده نیستند همان ذهنیت معنا بخش به جهان و جهت‌دهنده‌ی رفتار در آن هستند که به ساختارهای انسانی تعیین می‌بخشند و هویت و منافع را می‌سازند و از جهتی با گذشته پیوند خورده و از جهتی با آینده در پیوند است. (صلواتی، شجاعی، ۱۴۰۰: ۱۰۳)

انگاره علاوه بر خصلت عقلی از خصوصیت حسی هم برخوردار است و درواقع می‌توان گفت نقش پنهان اما مؤثر دارد. انگاره‌ی ما از خویش، هویت و شخصیت ملی ما را شکل می‌دهد که این انگاره خود نمایانگر یک فرایند ترکیبی تخیلی است. (قرا ملکی،

ناسخیان، ۱۳۸۳: ۶۳) و در انتقال گنجینه‌های ذهنی به مخاطب و عمق بخشیدن به معانی موردنظر کارآمد است. (مرندی و زیباکلام ۱۳۸۴: ۱۱۰).

به‌طور کلی انگاره دو گونه است که یکی برآمده از آفرینش هنری و دیگری انگاره‌های ساده است که انگاره‌های هنری انگاره‌ای است که آراسته به آفرینش پنداری و برآمده از خلق جدید باشد.

انگاره‌ی ساده، پیراسته از پندار است و بر پایه‌ی برجسته‌سازی، فربهی، تحویل نگری در وصفی از اوصاف شی حاصل می‌شود و انگاره‌ی ساده بر پایه‌ی آفرینش دلخواهانه شخصی ایجاد می‌شود؛ اما انگاره‌ی هنری با آرایه‌های هنری یعنی تشبیه و مجاز و کنایه و استعاره همراه است. انگاره‌های هنری از مزایایی نسبت به انگاره‌های ساده برخوردارند که از جمله‌ی این مزایا عبارت‌اند از اینکه،

۱. از زیبایی و جذابیت برخوردارند.

۲. قدرت انگاره‌های هنری بیشتر از انگاره‌ی ساده است.

۳. ترکیب هنری سریع‌تر از ترکیب ساده به انگاره‌ی ذهنی تبدیل می‌شود.

۴. انگاره‌های هنری نسبت به انگاره‌های ساده مؤثرتر واقع می‌شوند.

هنگامی که انگاره شکل می‌گیرد ذهن چیزی را بر پایه‌ی آن انگاره می‌فهمد یا آن را سامان می‌بخشد. فضای خلق انگاره به معنای اصیل آن فضایی محدود است و آنچه بیش از هر چیز قابل‌بحث است تحول در انگاره‌هاست که حاصل یک فرایند خواهد بود یعنی فرایندی که از طریق آن تغییرات ایجادشده در سطح هویت و منافع خواهد بود. پس نتیجه می‌گیریم که انگاره کاربردهای مختلفی دارد و گاه در معنای ایده گرفتن و گاهی به معنی تصور و گاهی به معنی نماد است. انگاره درواقع نقاشی هر فرد از شی‌ای است که یک فرایند دارد و آن نقاشی هم می‌تواند استعاره باشد هم حقیقی باشد زیرا انگاره از یک اسناد شروع می‌شود و آن اسناد می‌تواند استعاره باشد. (قرا ملک، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۴۳).

فرایند شکل‌گیری انگاره

شکل‌گیری انگاره‌های معین متأثر از باورها و نگرش‌های فرد است. به‌طور کلی در این فرایند شکل‌گیری شاهد وجود مراحل ۵ گانه‌ای هستیم که عبارت‌اند از ۱. حضور صورت‌های خیالی در ذهن ۲. اقترا ۳. اسناد ۴. برجسته‌سازی ۵. نماد شدن.

مرحله اول. حضور صورت‌های خیالی در ذهن

افراد با توجه به ارتباطی که با سایر افراد و محیط اطرافشان دارند تصاویر و اشکال خیالی بسیاری را در ذهن خود بایگانی می‌کنند که این تصاویر ثبت‌شده در زمان‌های لازم مورد استفاده قرار می‌گیرد. این اشکال و تصاویر در واقع همان بازنمودهای ساده اطراف انسان‌ها هستند که این‌ها پس از تعامل‌های روزانه‌ی ما با سایر انسان‌ها و محیط اطرافمان در خیال انسان به‌صورت تصویری ثبت می‌شود و تا مدت‌ها در حافظه‌ی انسان وجود دارد. نظیر چشیدن غذا، لمس کردن یکپارچه و. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۶۹)

مرحله دوم. اقترا

فرد در مرحله‌ی اقترا از اشکال موجود در ذهن خود حداقل دو تصویر از تصاویر موجود را انتخاب می‌کند و بین آن‌ها ارتباط برقرار می‌کند که این ارتباط ناشی از انگیزه و منافع خودآگاه و ناخودآگاه فرد است. به‌عبارتی دیگر ذهن فرد بین دو صورت همبستگی برقرار می‌کند به‌طوری که تصویر یکی از صورت‌ها تصور صورت دیگری را به همراه می‌آورد. در این شرایط ذهن فرد صورت را لحاظ می‌کند و صورت دیگر با آن رابطه ایجاد می‌کند. فرایند تقارن صورت‌ها نسبت به همدیگر بر اساس عوامل درونی و بیرونی که شامل فعل و انفعالات است شکل می‌گیرد و عوامل درونی که انواع تجارب گوناگون و اطلاعات و احساسات را شامل می‌شود تا بتواند میان دو صورت خیالی ارتباط برقرار شود.

تقارن دو صورت ناچارا دارای ترتیب و تقدم و تأخر است که از این بحث که ملاک اولویت این صورت‌ها چه چیزی است در مرحله‌ی سوم یعنی اسناد صحبت به میان آورده می‌شود. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۷۰) یعنی فرد بین دو صورت الف و ب همبستگی و اقتران ایجاد می‌کند به گونه‌ای که تصور یکی، تصور دیگری را به همراه خواهد داشت. به‌طور مثال، شخصی از مادر خود فداکاری دیده است، همواره تصویر مادر در کنار تصویر فداکاری قرار می‌دهد. پس در اینجا بین صورت خیالی مادر و صورت خیالی فداکاری، تقارن و پیوندی برقرار می‌شود.

مرحله‌ی سوم. اسناد

در این مرحله صورت‌های خیالی که همراه هم شده بودند رابطه‌ی اسنادی پیدا می‌کنند یعنی ذهن انسان آن‌ها را به‌صورت یکی درمی‌آورد. اسناد انواع مختلفی از جمله توصیف و تشبیه و ... است. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۷۳) دو صورت خیالی الف و ب که همراه و قرین یکدیگر شده‌اند، در این مرحله رابطه‌ی اسنادی پیدا می‌کنند یعنی ذهن آن را به‌صورت الف ب است درمی‌آورد. برای مثال، اگر الف را تصویر یک شخص خاص، مثل یک مادر در نظر بگیریم و ب را تصویر فداکاری، گزاره‌ی تصویری مادر فداکار است، از نوع اسناد توصیفی است.

مرحله‌ی چهارم. برجسته‌سازی

ابتدای امر باید گفته شود که پیش از مرحله‌ی برجسته‌سازی اسناد بسیار زیادی در بین است که ذهن به‌واسطه‌ی های درونی و بیرونی یکی از آن‌ها را انتخاب می‌کند و سایر اسناد در ذیل اسناد انتخاب‌شده قرار می‌گیرد. در این مرحله پس از ایجاد اسناد بعضاً موضوع اندر در ذهن برجسته می‌شود که محمول در آن حصر می‌شود و بعضی اوقات هم محمول رفته‌رفته برجسته شده و سایر حوزه‌ها و ابعاد موضوع آن‌چنان کوچک می‌شود که

محمول موضوع را در خود فرومی‌برد. در این حالت که آن را برجسته‌سازی می‌نامیم. موضوع که عضوی از محمول است رفته‌رفته برجسته‌تر شده تا جایی که محمول همسان می‌شود. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۷۴) مثلاً گزاره‌ی سعدی شاعر است را در نظر می‌گیریم. کسی ممکن است از باب تعلق خاطر زیاد به یک شاعر نظیر حافظ، از میان شاعران تنها حافظ را شاعر بداند و تصویر حافظ که جزئی از مجموعه‌ی شاعر است، برایش اندر برجسته می‌شود که به تدریج با تصویر شاعر، یکسان می‌شود و او تنها حافظ را شاعر می‌داند. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۵۶)

مرحله‌ی پنجم. نماد شدن

در این مرحله اسناد شکل گرفته در دو مرحله‌ی قبل حالا حذف می‌شود و تصویر محمول با این شدن به‌جای تصویر موضوع نماد آن می‌شود و در واقع دو تصویر به یک تصویر مبدل می‌شود. براین اساس نمادها شامل دو نوع توصیفی و ارجاعی هستند که نماد ارجاعی زمانی است که موضوع اسناد پیش از آنکه حذف شود اسم خاص باشد نماد ارجاعی است و اگر این موضوع اسناد مفهوم باشد نماد توصیفی است. به عبارتی می‌توان گفت در این فرایند اسناد به تصاویر مبدل می‌گردد. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۷۶) مثلاً حافظ به‌جای شاعر می‌نشیند. حافظ که در حقیقت مصداقی از مفهوم کلی شاعر بود اکنون در موضع محمول قرار گرفته و به‌جای اسم می‌نشیند. در این صورت حافظ نماد شاعر قلمداد می‌شود. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۵۸). پس می‌توان بیان کرد که انگاره حاصل نهایی فرایند پنج‌گانه است و در فرایند شکل‌گیری انگاره به‌استثنای مرحله‌ی اول سایر مراحل مستلزم خلق اعتبارهای جدیدی است که در ذهن انسان به‌صورت ناخودآگاه انجام می‌شود. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۷۶)

تأثیرگذاری اجتماعی و سیاسی انگاره‌ها

انگاره‌ها به دلیل فعل و انفعالات ذهنی افراد و همچنین اثراتی که از طریق ادراکشان بر زندگی سیاسی و اجتماعی جامعه‌ی خود می‌گذارند از اهمیت فراوانی برخوردارند. در زندگی سیاسی و اجتماعی افراد به‌عنوان مرکز اعمال کنش دارای نظام نگرشی خاصی هستند و هرگونه دگرگونی در این نظام نگرشی خاص قادر است به حوزه‌های باور، نگرش، درک ارزش‌ها، داوری، عواطف، هیجانات و درنهایت کنش فرد تسری یابد. انگاره از این حیث که بر داوری‌ها و قضاوت‌های افراد تأثیر دارد اهمیت سیاسی و اجتماعی بسیاری پیدا می‌کند. انگاره‌ی اجتماعی را می‌توان بستری دانست که عمل و ادراک فرد را در موقعیتی معین ممکن می‌گرداند. انگاره اجتماعی جامعه در واقع همان انگاره‌ی واقعی جامعه است. در ادامه به بحث دقیق موضوع پرداخته می‌شود:

۱- تأثیرگذاری اجتماعی انگاره‌ها

هر فرد دارای انگاره‌هایی مخصوص به خود است همچنان که هر جامعه نیز انگاره‌هایی خاص خود دارد. فارابی و پیش از او نیز برخی فیلسوفان یونان، جامعه یا شهر را همچون فرد انسانی می‌انگاشتند. از نظر فارابی همچنان که فرد دارای اعضا و قوایی است، شهر نیز چنین است.. از آنجا که جامعه که متشکل از افراد است از انگاره‌های مشترک و یکسان با همدیگر تشکیل می‌شود که این انگاره‌های مشترک ناخودآگاه شباهت احساسات و رفتارهای انسان‌ها باهم است. افراد یک جامعه در حوزه‌های مختلفی از جمله سیاست دارای خیالی عمومی و فراگیر هستند که این تصاویر ذهنی آن‌ها از سیاست از طرق مختلفی به ذهن آن‌ها القا می‌شود و افراد یک جامعه با یکدیگر شریک می‌شوند که این خیال عمومی و فراگیر انگاره‌ی عمومی نامیده می‌شود. انگاره‌های عمومی در یک جامعه احساسات و رفتارها و اخلاق عمومی را شکل می‌دهد و نوعی وحدت خیالی و جمعی را بین افراد جامعه برقرار می‌کند. انگاره‌های مشترک عامل ناخودآگاه شباهت احساسات و رفتار ما با دیگران است و به عبارتی انگاره رسانه‌ای است که نمایش معانی پنهان را بر عهده دارد.

پس به تعبیری می‌توان گفت که انگاره حاصل تحلیل فرایندی است که در آن انگاره در ذهن حاصل می‌آید. انگاره‌های عمومی در یک جامعه احساسات و رفتارها و اخلاق عمومی را شکل می‌دهد و نوعی وحدت خیالی و جمعی در اعضای جامعه ایجاد می‌کند و شبکه‌ای از رفتارهای متقابل را ایجاد می‌کند. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۱۷۳). در یک جامعه اعتقادات و باورها و آگاهی‌های مشترک به واسطه‌ی انگاره‌های عمومی و مشترک به یکسری رفتارهای عمومی و مشترک می‌انجامد و شبکه‌ای از رفتارهای متقابل را به وجود می‌آورد. خیال مشترک مردم یک جامعه با خیال مشترک مردم جامعه‌ی دیگر متفاوت است و به دنبال آن رفتار و آداب و رسوم و احساسات و نگرش آن‌ها نیز متفاوت خواهد بود. پس به عبارتی می‌توانیم تفاوت‌ها و شباهت‌های جوامع مختلف را به انگاره‌ها نسبت بدهیم. از این حیث برای شناخت رفتار عمومی مردم باید در انگاره‌های عمومی آن‌ها به جستجو پرداخت. جوامع دارای انگاره‌های خاص خود هستند و منشأ پیدایش انگاره‌های یک جامعه را می‌توان عوامل گوناگونی از جمله محسوسات و پدیده‌های محیطی که افراد یک جامعه در آن زندگی می‌کنند و همچنین ساختار طبیعی نخستین جوامع دارای اعضایی است و هر کدام از افراد آن در راستای حفظ بقای جامعه و نیل به سعادت اجتماعی و وظیفه‌ای مخصوص به خود دارند که هر کدام از افراد بر طبق جایگاهی که در جامعه دارند به منزله‌ی عضوی از اعضای جامعه است که نیازمندی‌های این قوا یکی از مبادی تشکیل انگاره‌های عمومی و اجتماعی محسوب می‌شود. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۱۲۹) انگاره‌های عمومی در یک جامعه، رفتارها و اخلاق عمومی را شکل می‌دهند. این انگاره‌های عمومی هستند که نوعی وحدت خیالی و جمعی را در بین اعضای یک گروه و یا یک شهر و یا یک کشور ایجاد می‌کند. در واقع در یک اجتماع، باورها و آگاهی‌های مشترک از طریق انگاره‌ی عمومی به رفتار مشترک می‌انجامد و شبکه‌ای از رفتارهای متقابل را ایجاد می‌کند. (قرا ملکی، ۱۳۹۵: ۱۲۵). انگاره‌ها بر روابط سیاسی افراد نیز تأثیرگذارند و کشورها مناسبات خود را طبق همین انگاره‌ها شکل می‌دهند به تعبیری

تصویری که از آن کشور در دنیا ارائه شده است. مردم برمبنای انگاره‌ی شکل گرفته عمل می‌کنند و رفتار ما با کسان و چیزها بر وفق انگاره‌های خود از آن‌هاست و کنش‌های خود را بر اساس آن منطبق می‌سازیم. انگاره ارتباط مستقیمی با فرهنگ ملتی دارد که از آن انگاره استفاده می‌کند. همچنین انگاره‌ها با تجربه و زندگی زیست مردمی نیز ارتباط مستقیمی دارند که آن‌ها مخاطبان آن انگاره‌ها بوده‌اند و انتخاب انسان تابع انگاره‌های اوست.

انگاره‌ی اجتماعی خصلت‌هایی است که یک گروه به مفاهیم اجتماعی مشترک و مرکزی و یکپارچه کننده‌ی خود می‌دهد و تفاوت انگاره‌ی اجتماعی با انگاره‌ی فردی آن است که انگاره‌های اجتماعی نهادی شده‌اند. اهمیت اجتماعی انگاره از آن جهت است که انگاره‌ی اجتماعی جامعه در برهه‌ی زمانی مشخصی رابطه‌ای مستقیم با تاریخ آن جامعه دارد. انگاره‌ی اجتماعی شیوه‌ای است که توسط آن افراد جامعه خود را در تاریخ جای می‌دهند تا انتظارات مربوط به آینده و میراث سنت‌های گذشته و ابتکارشان در زمان حال را به یکدیگر پیوند بزنند. انگاره‌های درون ما که بستر زیست فرهنگی ما را شکل می‌دهند هر یک با تاریخ و سرگذشتی گره خورده‌اند و در ایجاد، اصلاح و یا تغییر هویت جمعی ما در مسیر پیشرفت نقش اساسی را ایفا می‌کنند. انسان‌ها در برخی اوقات دارای انگاره‌های مشترک و یکسان با همدیگر هستند که این انگاره‌های مشترک ناخودآگاه شباهت احساسات و رفتارهای انسان‌ها باهم است. افراد یک جامعه در حوزه‌های مختلفی از جمله سیاست دارای خیالی عمومی و فراگیر هستند که این تصاویر ذهنی آن‌ها از سیاست از طرق مختلفی به ذهن آن‌ها القا می‌شود و افراد یک جامعه با یکدیگر شریک می‌شوند که این خیال عمومی و فراگیر انگاره‌ی عمومی نامیده می‌شود. انگاره‌های عمومی در یک جامعه احساسات و رفتارها و اخلاق عمومی را شکل می‌دهد و نوعی وحدت خیالی و جمعی را بین افراد جامعه برقرار می‌کند. انگاره‌های مشترک عامل ناخودآگاه شباهت احساسات و رفتار ما با دیگران است و به عبارتی انگاره رسانه‌ای است که نمایش معانی

پنهان را بر عهده دارد. پس به تعبیری می‌توان گفت که انگاره حاصل تحلیل فرایندی است که در آن انگاره در ذهن حاصل می‌آید. انگاره‌های عمومی در یک جامعه احساسات و رفتارها و اخلاق عمومی را شکل می‌دهد و نوعی وحدت خیالی و جمعی در اعضای جامعه ایجاد می‌کند و شبکه‌ای از رفتارهای متقابل را ایجاد می‌کند. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۱۷۳). در یک جامعه اعتقادات و باورها و آگاهی‌های مشترک به واسطه‌ی انگاره‌های عمومی و مشترک به یکسری رفتارهای عمومی و مشترک می‌انجامد و شبکه‌ای از رفتارهای متقابل را به وجود می‌آورد. خیال مشترک مردم یک جامعه با خیال مشترک مردم جامعه‌ی دیگر متفاوت است و به دنبال آن رفتار و آداب و رسوم و احساسات و نگرش آن‌ها نیز متفاوت خواهد بود. پس به عبارتی می‌توانیم تفاوت‌ها و شباهت‌های جوامع مختلف را به انگاره‌ها نسبت بدهیم. از این حیث برای شناخت رفتار عمومی مردم باید در انگاره‌های عمومی آن‌ها به جستجو پرداخت. جوامع دارای انگاره‌های خاص خود هستند و منشأ پیدایش انگاره‌های یک جامعه را می‌توان عوامل گوناگونی از جمله محسوسات و پدیده‌های محیطی که افراد یک جامعه در آن زندگی می‌کنند و همچنین ساختار طبیعی نخستین جوامع دارای اعضای است و هر کدام از افراد آن در راستای حفظ بقای جامعه و نیل به سعادت اجتماعی وظیفه‌ای مخصوص به خود دارند که هر کدام از افراد بر طبق جایگاهی که در جامعه دارند به منزله‌ی عضوی از اعضای جامعه است که نیازمندی‌های این قوا یکی از مبادی تشکیل انگاره‌های عمومی و اجتماعی محسوب می‌شود. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۱۲۹) انگاره‌های عمومی در یک جامعه رفتار ما و کنش‌های مختلفی را شکل می‌دهد و نوعی وحدت خیالی و به دنبال آن وحدت اجرایی را در پی می‌آورد که این رفتارهای مشترک شبکه‌ای از نظام‌های رفتاری را شکل می‌دهند مثلاً در حوزه‌ی اقتصاد سهم قابل توجهی از رشد سطح عمومی قیمت‌ها مربوط به تصویری است که مردم از آینده‌ی اقتصاد کشور دارند. این انگاره می‌تواند تقاضای کالاها و خدمات را افزایش دهد و به تدریج تورم را در جامعه به وجود آورد. تورم پدید آمده در واقع یک تورم

انتظاری است و علتی جز ذهنیت مردم ندارد. تورم از جمله مؤلفه‌های اقتصادی است که قدرت تصویرسازی بالایی در جامعه و فضای سیاسی کشور دارد. تورم در ذهنیت مردم بسیار تأثیرگذار است و به گفته‌ی دکتر قرا ملکی تورم انگاره ساز است. مسئولین همواره این امر مهم را مورد توجه قرار داده‌اند. (قرا ملکی، ۱۳۹۵: ۲۶۷).

۱- تأثیر گذاری سیاسی انگاره‌ها

انگاره‌ها بر روابط سیاسی افراد نیز تأثیرگذارند و کشورها مناسبات خود را طبق همین انگاره‌ها شکل می‌دهند به تعبیری تصویری که از آن کشور در دنیا ارائه شده است. مردم برمبنای انگاره‌ی شکل گرفته عمل می‌کنند و رفتار ما با کسان و چیزها بر وفق انگاره‌های خود از آن‌هاست و کنش‌های خود را بر اساس آن منطبق می‌سازیم. در مورد حوزه‌ی نقش آفرینی انگاره نیز همانند معنای انگاره بحث‌های گوناگونی وجود دارد. انتخابات به مثالی می‌ماند که یک ضلع آن را مردم و ضلع دیگر آن را مسئولان امور انتخابات و سومین ضلع را نامزدها تشکیل می‌دهند. براین اساس برای برگزاری یک انتخابات سالم و مفید به مشارکت و همکاری سه گروه نیازمندیم. در این میان وظیفه‌ی مردم این است که با حضور گسترده در انتخابات و انتخاب نامزد اصلح نقش خود را به خوبی ایفا کنند، وظیفه‌ی مسئولان فراهم کردن شرایط و زمینه‌های انتخابات، تأمین امنیت، ایجاد فضای مناسب سیاسی، اجرای دقیق قوانین انتخاباتی و پیشگیری از هر نوع تخلف و تقلب است. وظیفه‌ی نامزدها نیز این است که قوانین انتخاباتی را رعایت کنند و به ارزش‌های اخلاقی پایبند باشند و همچنین با انجام تبلیغات صحیح و مشارکت در یک رقابت کاملاً سالم برای شورونشاط بخشیدن به فضای انتخاباتی کشور تلاش کنند. بنابراین انگاره مبدأ تغییر و تحول اعم از انجام فعل یا پذیرش اثر و انفعال می‌شود و همچنین انگاره‌های گوناگون از یک امر واحد کنش‌ها و واکنش‌های متضاد را به میان می‌آورد. انگاره‌های موجود در ذهن هر فردی می‌تواند زمینه‌ساز رفتار سیاسی از جمله مشارکت در انتخابات باشد. تشابهات و

تمایزات در میزان مشارکت در انتخابات در یک شهر نسبت به شهرهای دیگر کشور را می‌توان به انگاره‌ها نسبت داد. انگاره‌ها تعیین‌کننده‌ی الگوهای کنش و رفتار سیاسی مردم در قبال حکومت است، اینکه فرد ایرانی چگونه به مسائل قدرت و سیاست نگاه می‌کند و نظرش در خصوص حکومت و حکام و نحوه‌ی تعامل با آن چیست، در این مقوله جای می‌گیرد. در این میان رسانه‌ها هم به شکل‌گیری انگاره‌هایی مبادرت می‌ورزند که تأثیر به‌سزایی در افراد جامعه ایجاد می‌کند به‌طور مثال پخش اخبار دائماً مثبت از اقدامات مسئولان و سانسور برخی از اخبار و همچنین طرفداری و همسو بودن برخی رسانه‌ها با دولت‌ها و برخی مسئولین موجب بی‌اعتمادی مردم نسبت به رسانه‌ها شده و این خود شکل‌گیری انگاره‌های منفی نسبت به رسانه‌ها را موجب می‌شود. احساس بدبینی و بدگمانی نسبت به اقدامات مسئولین و همچنین وجود برخی خصلت‌ها نظیر هیجانی و احساساتی تصمیم‌گرفتن و همچنین خصلت‌هایی نظیر قانون‌ستیزی عدم امکان تحرک اجتماعی را در پی دارد و به‌طور کلی بدبینی و بی‌اعتمادی با احساس بی‌قدرتی و ناتوانی سیاسی همراه‌اند و به‌خصوص قدرت و نحوه‌ی عملکرد نظام سیاسی تعیین‌کننده‌ی نگرش بدبینانه نسبت به زندگی سیاسی است تا جایی که بدبینی و عدم قدرت شایع باشد بدگمانی هم وجود خواهد داشت. (زونیس، ۱۳۸۷: ۴۴۷). در مقابل بسیاری از انگاره‌های مثبت طی تلاش‌هایی که کاندیدا قبل از انتخابات انجام می‌دهند پدید می‌آید، آن‌ها سعی می‌کنند با استفاده از این انگاره‌های مثبت و ارائه‌ی یکسری برنامه‌های بسیار ایدئال و موردعلاقه‌ی مردم آن‌ها را به‌پای صندوق‌های رأی بکشانند و از این طریق موجبات پیروزی خود در انتخابات را فراهم کنند. کاندیدای مختلف در انتخابات برای رقابت از انگاره آفرینی بهره می‌برند و انگاره‌های زیبا و جذاب از خود و انگاره‌های واگرایانه از رقبای خود می‌دهند، این انگاره‌های مثبت برای عمومی شدن از سوی مسئولین جامعه به خیال مردم القا می‌شود. بایستی توجه داشت که لازم است این انگاره‌ها با اوضاع طبیعی شهروندان جامعه سازگار باشد و از این طریق بر آن‌ها اثر کند، این انگاره‌ها واجد مراتب عقلی است و ناخودآگاه

شهروندان را به وادی عقل می‌کشاند و از آنجاکه این انگاره‌ها ناظر به رفتار و فعل است آن‌ها را به رفتار نیک و فضیلت‌آبانه می‌خوانند. (خان محمدی، ۱۳۹۸: ۲۱)

بحث مشارکت در انتخابات ناشی از انگاره‌هایی است که غالب آن‌ها بر کاهش مشارکت سیاسی در انتخابات تأثیر دارد. همین انگاره‌ها به صورت‌های مثالی مشترک است که تفاهم بین انسان‌ها را ساده می‌کند و در برخی اوقات در زندگی روزانه‌ی خود به مواردی برخورد می‌کنیم که بعضاً یک بیت شعر یا یک ضرب‌المثل یا یک حکایت کوتاه جای ساعت‌ها استدلال را می‌گیرد. (قرا ملکی، ناسخیان، ۱۳۹۵: ۶۶). برای بررسی انگاره‌های انتخاباتی در ابتدای امر باید گفته شود که ما در حوزه‌ی انتخابات انگاره‌های مختلفی داریم و ابتدای امر باید مشخص شود که منظور ما از انگاره چیست، یا انگاره از خود انتخابات است یا انگاره از کاندیدا یا انگاره از مجریان یا انگاره از نظام یا انگاره از رای‌دهندگان. در ذیل هر کدام از انگاره‌هایی که گفته شد انگاره‌های بسیاری می‌تواند قرار گیرد، مثلاً در رابطه با انگاره‌های انتخابات می‌توان به نمایش انگاری انتخابات، مقدس انگاری، خیانت انگاری، فریب انگاری و وظیفه شرعی انگاری انتخابات که یک انگاره مثبت در خصوص انتخابات تلقی می‌شود اشاره کرد. برای مثال در ذیل انگاره از کاندیدا، انگاره‌های مختلفی نظیر دزد انگاری، مزدور انگاری، بی‌سواد انگاری و یا انگاره‌های مثبتی در این حوزه نظیر سردار بازسازی که در مورد رفسنجانی به کار برده می‌شد، می‌توان اشاره کرد. حالا می‌توان دست به یک تقسیم‌بندی زد و انگاره‌های مطرح‌شده را در دو حوزه‌ی انگاره‌ی مثبت و منفی یعنی انگاره‌ها بازدارنده و انگاره‌های تشویق‌کننده تقسیم‌بندی کرد.

انگاره‌های بازدارنده: انگاره‌ها و برخی سنن منتقل‌شده از دوران گذشته تاکنون همچنان شرایطی را موجب شده است که میزان حضور کیفی و مشارکت مردم در انتخابات در هر دوره کاهش پیدا کند. در شرایطی که مشارکت و نحوه‌ی انتخاب می‌تواند تأثیر بسیاری در تغییر روند موجود داشته باشد، همواره در طول چهار دهه‌ی اخیر ما شاهد کاهش مشارکت‌ها در عرصه‌های انتخابات بوده‌ایم. به نظر می‌رسد آنچه بیش از همه

موجب عدم مشارکت در انتخابات می‌شود انگاره‌های منفی است که در ذهن افراد جامعه ایجاد شده است. منظور از انگاره‌های منفی، انگاره‌هایی است که افراد را از مشارکت در انتخابات بازمی‌دارد. انگاره‌هایی نظیر وضعیت نامناسب اقتصادی و معیشتی و در ذیل آن تورم، بیکاری و کاهش ارزش پول ملی، تحریم‌ها، سو مدیریت، نمایشی بودن فضای انتخابات و همچنین در برخی موارد فیلترهای شورای نگهبان موجب ایجاد انگاره‌های منفی در ذهن افراد می‌شود و آن‌ها را از شرکت در انتخابات بازمی‌دارد.

انگاره‌های مشوق: منظور از انگاره‌های مثبت، انگاره‌هایی است که ما را به مشارکت در انتخابات تشویق می‌کند. انگاره‌ی مثبت از انتخابات موجب می‌شود افراد تشویق شوند و در انتخابات مشارکت داشته باشند، مراد از انگاره‌ی مثبت همان مثبت اندیشی نیست اما با آن بی‌ارتباط هم نیست و یکی از پایه‌ها یا مؤلفه‌های مثبت اندیشی انگاره‌ی مثبت است. در این میان اهمیت رسانه‌های جمعی در زمان انتخابات به‌اندازه‌ای است که برخی منتقدان از سیاست رسانه‌ای شده در عصر ارتباطات سخن می‌گویند و آن را عاملی در تضعیف فرایند تصمیم‌گیری دموکراتیک به شمار می‌آید و داده‌های تجربی مربوط به کشورهای برخوردار از شبکه‌ی اینترنت حاکی از آن است که اینترنت پس از تلویزیون مهم‌ترین منبع اطلاعات و آگاهی سیاسی و اجتماعی در جوامع دموکراتیک بوده است. در آینده انتظار می‌رود این رسانه در این کارکرد خود از تلویزیون پیشی بگیرد. همچنین داده‌های تجربی نشان می‌دهد که کارکرد اینترنت در حوزه‌ی درگیر سازی یا مشارکت مدنی و سیاسی قابل توجه بوده است. (فرهانی، ۱۳۹۷: ۵۹). علاوه بر رسانه‌ها نیروهای سیاسی و اجتماعی نیز در ایجاد انگاره‌های مثبت و منفی در حوزه‌ی مشارکت مردم در انتخابات نقش پررنگی را ایفا می‌کنند. تجربه‌ی انتخاباتی در دوره‌های مختلف نشان می‌دهد که اکثریت مردم از گفتمان غالب تبعیت می‌کنند و اگر این فضا و گفتمان را در شخص یا گروه عینی‌تر و متجلی‌تر ببیند به او رأی می‌دهند. در این بین معیارهایی نظیر صداقت و پاک دستی و دلسوز

بودن برای مردم و توانمندی در پیشبرد وعده‌های ساده زیستی و ترجیح دادن خدمت به قدرت و همخوان بودن با اساس باورهای دینی و انقلابی و احساس نزدیکی و صمیمیت کردن به رفتار و گفتار شخص یا گروه در معرض انتخاب از شاخصه‌های مهم در جلب نظر مردم برای رأی دادن هستند.

اعتماد تقابل مردم و دولت

احساس‌های ملی

ساختار خانواده

رسانه‌ها

قوت نهادینگی انگاره‌ها

عوامل مؤثر بر ایجاد

انگاره‌های مثبت

جبرگرایی

بی‌اعتمادی

عدم اتحاد ملی

رسانه‌ها

ضعف نهادینگی انگاره‌ها

عوامل مؤثر بر ایجاد

انگاره‌های منفی

رفتار انتخاباتی مردم از یک حوزه انتخابی به حوزه دیگر و از یک دوره انتخابی به دوره دیگر متفاوت است و مردم ممکن است تحت تأثیر عوامل و معیارهای متفاوتی اقدام به مشارکت در انتخابات کنند که بیانگر خواسته‌ها و تقاضاهایشان است. انگاره‌های درون ذهن ما هرکدام با تاریخ و سرگذشتی پیوند خورده‌اند و بستر زیست‌فرهنگی ما را

شکل می‌دهند و فرهنگ از راه همین انگاره‌ها به شکل‌دهی رفتار و شخصیت می‌پردازد که بعضاً این شکل‌دهی به صورت ناخودآگاه رخ می‌دهد. باید توجه داشت افراد یک جامعه به تدریج بر اساس تصوراتی که از طریق فرایند جامعه‌پذیری، که فرایندی است که از طریق آن ارزش‌های رایج درون نظام اجتماعی برای افراد یک جامعه درونی می‌شود، در این فرایند به افراد آموزش داده می‌شود که بایستی در روند تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و سیاسی جامعه‌ی خود دخیل باشند در این راستا مشارکت در نظام‌های سیاسی مختلف به شکل‌های متفاوتی است و عوامل و عناصر گوناگونی در فرایند جامعه‌پذیری سیاسی مؤثر هستند که بر طبق این الگوی نظری از جمله مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر مشارکت سیاسی و چگونگی جامعه‌پذیری افراد یک جامعه، فرهنگ و انگاره‌های آن جامعه است. عوامل گوناگونی بر مشارکت سیاسی اثر می‌گذارد اما باین وجود عناصر فراوانی را می‌توان یافت که نقش بازدارندگی را در این بین ایفا کنند. برخی از این عوامل ناشی از خصلت‌های روانی و شخصیتی افراد است که این مورد معلول عواملی نظیر جامعه‌پذیری سیاسی و فرهنگ آن جامعه نیز است و به انگاره‌های افراد از خود و چگونگی تأثیر آن بر مشارکت آن‌ها در انتخابات بازمی‌گردد.

جمع‌بندی

انگاره در لغت به معنای پنداشتن و انگاشتن به کار می‌رود. گاهی به معنی گمان، گاهی در معنای ایده و در برخی موارد نیز در معنی تصور به کار برده می‌شود. این واژه معادل یک معنای صرف نیست بلکه از حیث مفهومی این کلمه در معنای پندار، تصور، فکر، خیال، گمان و طرح هم به کار می‌رود. انگاره به لحاظ مفهومی در معنای تصور و تعریف از یک پدیده یا یک مفهوم است که در ساختار ذهنی مردم شکل گرفته است و به نمادهای آشکار یا قابل لمس تبدیل شده است. در واقع انگاره، تصویری از شیء است که می‌توان آن را از ذهن به خارج آورد و با ابزارهایی نشان داد. انگاره در محیط‌های مختلف و بر عوامل مختلف تأثیر می‌کند. انگاره‌های درون ما هر یک با تاریخ و سرگذشتی گره خورده‌اند و بستر زیست فرهنگی ما را شکل می‌دهند و فرهنگ از راه همین انگاره‌ها شخصیت و رفتار ما را بی‌آنکه بدانیم می‌سازد. انگاره‌ها بر ساحت اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار هستند. در زمانی که واقعیت‌ها دائماً در حال تغییر و تحول‌اند، انگاره‌ها بسیار اهمیت پیدا می‌کنند، اینکه مردم هویت و منافع خود را چگونه تعریف می‌کنند و یا اینکه چه تصویری از جهان بیرونی دارند حتی بیشتر از واقعیت‌ها در شکل‌دهی رفتار آن‌ها نقش دارد. در واقع پشت الفاظ شبکه‌ای از انگاره‌ها وجود دارد که بدون توجه به این میراث فرهنگی امکان برقراری ارتباط با متن وجود ندارد. انگاره فرد از خود و همچنین از اجتماع تأثیر فراوانی در حوزه‌ی سبک زندگی و تعاملات فرد با خود و دیگران بر جای می‌گذارد. در نتیجه تغییر می‌توان از طریق شیوه‌های ارتباطی افراد و دولت از دگرگونی انگاره یا سوگیری ذهنی نسبت به باورهای جمعی یاد کرد؛ بنابراین انگاره به لحاظ مفهومی در معنای تصور و تعریف از یک پدیده یا یک مفهوم است که در ساختار ذهنی مردم شکل گرفته است و تصویری از پدیده‌ها است که می‌توان آن را از ذهن به خارج آورد و در تجربه زیستی آن را درک کرد. باین‌حال بحث تأثیر‌گذاری انگاره‌ها و اینکه چرا و تحت چه عواملی می‌توانند بر جامعه تأثیر بگذارند در این پژوهش تلاش شده تا به صورت دقیق‌تر مورد

واکاوی قرار بگیرد. پژوهش با درک اینکه هیچ جامعه‌ای بدون انگاره نیست بلکه انگاره‌ها وجود دارند، بازتولید می‌شوند و دچار تحول نیز می‌گردند و از طریق ایجاد یک اشتراک جمعی و ارزش‌هایی که موردپذیرش اکثریت قرار گرفته‌اند به این واقعیت می‌رسد که انگاره‌ها در حیات زیستی مردم دخالت دارند و چون می‌توانند به شکل‌دهی هویت‌ها، انتظاراتها منجر شوند بنابراین در بروز رفتارها و پدیده‌های سیاسی و اجتماعی نیز نمودهای عینی پیدا می‌کنند. مشارکت در نظام‌های سیاسی مختلف به شکل‌های متفاوتی است و عوامل گوناگونی بر مشارکت سیاسی افراد اثر می‌گذارد. برخی از این عوامل ناشی از خصلت‌های روانی و شخصیتی افراد، چگونگی جامعه‌پذیری افراد یک جامعه، فرهنگ و انگاره‌های آن جامعه است که این مورد معلول عواملی نظیر جامعه‌پذیری سیاسی و فرهنگ آن جامعه نیز است و به انگاره‌های افراد از خود و چگونگی تأثیر آن بر مشارکت آن‌ها در انتخابات بازمی‌گردد. باید گفت موفقیت یا شکست سیاست‌های یک جامعه در حفظ ارزش‌ها یا ایجاد گسست‌ها و پیوست‌های اجتماعی و سیاسی نیز تحت تأثیر انگاره‌ها است و از همین رو فرهنگ‌ها یا سیاست‌هایی که بدون پشتوانه و تائید جامعه باشند به شکست منتهی می‌شوند. از همین رو جوامع تلاش می‌کنند که انگاره‌های خود را با شرایط طوری تطبیق دهند که در عین حفظ اصالت خود بتوانند از موج تحولات نیز استفاده کنند از جمله استفاده از ابزارهای رسانه‌ای در تقویت انگاره‌های بنیادین جامعه و از سوی دیگر در عرصه سیاست نیز سیاستمداران تلاش می‌کنند تا از طریق قابل‌پذیرش کردن شعارها و برنامه‌های خود مشروعیت خود را از اجتماع کسب کنند.

منابع

- خان محمدی. یوسف (۱۳۹۸)، فرهنگ سیاسی و رفتار انتخاباتی ۱۳۹۸ تهران انتشارات خرسندی
- سیفی. یوسف. چگنی زاده. یوسف (۱۳۹۱)، ظرفیت انگاره‌ی بین‌المللی در تولید قدرت نرم. ۱۳۹۱ فصلنامه روابط خارجی سال چهارم، شماره ۳
- شوروی. محمود (۱۳۸۶)، انگاره‌های شکل‌دهنده‌ی هویت روسی فصلنامه پژوهش شماره ۴۳
- صلواتی. عبدالله. شجاعی. حوریه. (۱۴۰۰)، تحلیل شبکه‌ای انگاره. دو فصلنامه پژوهش‌های معرفت‌شناختی. سال ۱۰. شماره ۲۱.
- قرا ملکی. فرامرز (۱۳۹۵)، ناسخیان، علی‌اکبر. قدرت انگاره. تهران. نشر مجنون
- مرندی. سیدمهدی؛ زیباکلام. صادق (۱۳۸۴)، بررسی تطبیقی انگاره‌های انسان‌شناسانه در ادبیات و تاثیر آن بر فرهنگ سیاسی. فصلنامه سیاست. شماره ۳. دوره ۴۰.