

توسعه‌ی نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های درسی (مطالعه‌ی موردی: کتاب‌های فارسی دوره دبستان)

سعید جعفری مقدم*^۱ - آرزو سادات فخارزاده^۲

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۷/۲۱، تاریخ تصویب: ۱۳۸۹/۱۲/۸)

چکیده

در این مقاله با استفاده از روش تحلیل محتوا، میزان توجه به نگرش کارآفرینانه در ابعاد شناختی، نگرشی و عاطفی در کتاب‌های فارسی دبستان، بررسی می‌شود. بدین منظور کل کتاب‌های فارسی (کتاب‌های بخوانیم و بنویسیم) پنج پایه دبستان در سال تحصیلی ۱۳۸۸-۱۳۸۹ به کمک جدول تحلیل محتوا بررسی شد. برای تهیه‌ی جدول تحلیل محتوا، نگرش کارآفرینانه با کمک الگوهای موجود و به‌ویژه با تاکید بر الگوی رایبسون، به شاخص‌های: تشخیص و بهره‌برداری از فرصت، کنترل ادراک شخصی، عزت نفس، میل به موفقیت، خلاقیت و نوآوری تجزیه شد. نتایج نهایی بیان‌گر آن است که ۲۴/۸٪ از کل کتاب‌های بخوانیم و نیز ۵۴/۹٪ از کل کتاب‌های بنویسیم (شامل کل متون، پرسش و تصویرهای موجود در کتاب) به شاخص‌های نگرش کارآفرینانه توجه کرده‌اند. از سوی دیگر نتایج تحقیق نمایان‌گر آن بود که از مجموعه‌ی ابعاد بررسی شده‌ی نگرش کارآفرینانه در کلیه‌ی کتاب‌ها، خلاقیت و نوآوری از بیش‌ترین و تشخیص فرصت از کم‌ترین فراوانی برخوردار بود.

واژه‌های کلیدی: نگرش کارآفرینانه، تحلیل محتوا، کتاب فارسی، دوره‌ی ابتدایی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

روح کارآفرینی پیش‌برنده‌ی بسیاری از موفقیت‌های بشریت بوده و تغییر تاریخ به احتمال در قالب کارآفرینی ادامه می‌یابد (شاه حسینی، ۱۳۸۸، ص ۱). کارآفرینی با ایجاد اشتغال، توزیع متناسب درآمدها، کاهش اضطراب‌های اجتماعی، بهره‌برداری از منافع و فعال شدن آن‌ها، بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، ابداع و توسعه‌ی کالاها و خدمات‌های جدید نقش اثرگذاری در رشد و توسعه‌ی کشور دارد (امامی، ۱۳۸۷، ۵۴).

شواهد بسیاری وجود دارد که اثبات می‌کند آموزش کارآفرینی در افزایش نگرش کارآفرینانه‌ی افراد و در نتیجه افزایش احتمال وقوع کارآفرینی اثرگذار است (Robinson, 1991, p. 17, Mitra and Matlay, 2004, p. 55). در واقع فرایند کارآفرینی به دست کسانی تحقق می‌یابد که گرایش به کامیابی، سخت‌کوشی، پافشاری، خطرپذیری و توانایی دورنماسازی از ویژگی‌های روحی و روانی آن‌ها است (Emerson, 1992, p. 355). دوره‌ی ابتدایی از نظر تعداد معلمان و دانش‌آموزان تحت پوشش و نیز اثرگذاری این دوره بر زندگی و دوران تحصیل، از جایگاهی خاص برخوردار است (نوریان، ۱۳۸۷، ص ۳۵۸). از سوی دیگر توجه به کتاب‌های درسی در راستای توسعه‌ی کارآفرینی در مدارس ابتدایی، ضرورت بسیار دارد چرا که کتاب درسی مهم‌ترین رسانه‌ی آموزشی بوده و همه‌روزه معلمان و دانش‌آموزان از آن استفاده می‌کنند (Altbach, 1991, p. 97). هر دانش‌آموز به‌طور هفتگی با چند کتاب درسی سرو کار دارد. ضمن این که رسانه‌های دیگر آموزشی نیز حول محور کتاب‌های درسی فعال هستند (Williams, 2001, p. 4). کتاب درس فارسی، ایفاگر نقش‌ها و فعالیت‌های گوناگون برای تحقق اهداف و مهارت‌های زندگی است تا دانش‌آموز را برای زیستن متعالی آماده کند، و از همین رو می‌تواند برای تقویت نگرش کارآفرینانه‌ی دانش‌آموزان دوره‌ی ابتدایی نیز نقش اثرگذاری ایفا کند. این پژوهش درصدد پاسخ‌گویی به این سوال است که در کتاب‌های فارسی دوره‌ی دبستان تا چه اندازه به نگرش کارآفرینانه توجه می‌شود؟

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

ادبیات نگرش کارآفرینانه سعی دارد تا ویژگی‌ها و مهارت‌هایی که در کارآفرینی فرد و تمایز وی از سایرین اثرگذار است، شناسایی کند (Colamant and Matina, 2008, p.7). نگرش کارآفرینانه را می‌توان به صورت جهت‌گیری‌های شخصی به سوی فعالیت‌های ارزش‌افزا در آینده و خوداستخدامی در کسب‌وکارهای کوچک تعریف کرد (Burger and Mahadea, 2005, p.90). در واقع نگرش کارآفرینانه، فرد را درگیر کارآفرینی کرده (Sharif and Saud, 2009, p.130) و تفکیک‌کننده‌ی کارآفرینان از غیر کارآفرینان است (Lindsay and Jordaan, 2007, p.563). نگرش کارآفرینانه، تابعی از هر سه نوع واکنش (شناختی، عاطفی و رفتاری) به یک موضوع کارآفرینانه مشخص است (Robinson, Stimpson, Huefner and Hunt, 1991, p.17).

رابینسون (۱۹۹۱)، در ادامه‌ی راه محققان دیگر، نظریه‌ی نگرش را برای پیش‌بینی فعالیت کارآفرینانه ارایه می‌دهد و چهار برساخته‌ای که به طور عام در ارتباط با انگیزه‌ی ایجاد کسب‌وکار و تحقیق‌ها بر روی کارآفرینان مطرح می‌شود را چنین عنوان می‌کند: نیاز به موفقیت، مرکز کنترل، عزت‌نفس و نوآوری که هر کدام دارای سه جنبه‌ی (شناختی، عاطفی و رفتاری) هستند.

با این حال پژوهش‌های ارزنده‌ی دیگری نیز در این عرصه انجام شده که می‌توان آن‌ها را در دو گروه مطالعه‌های داخلی و خارجی دسته‌بندی کرد. این مطالعه‌ها در دو دسته مطالعه‌های مربوط به نگرش کارآفرینانه و تحلیل محتوای کتب درسی طبقه‌بندی شده است که در ادامه تبیین می‌شوند اما با وجود تحقیق‌های قابل ملاحظه درباره‌ی تحلیل محتوای کتب درسی، پژوهش‌گران در مجموعه‌ی بررسی‌های خود در سطح ایران و جهان به تحقیقی دست نیافتند که به تحلیل محتوای کتب درسی از بعد نگرش کارآفرینانه پرداخته باشد. در این بخش مرتبط‌ترین پژوهش‌های انجام شده در رابطه با موضوع تحقیق بررسی و جمع‌بندی می‌شود.

شانون^۱ و همکاران (۲۰۰۹)، در تحقیقی نگرش کارآفرینانه‌ی دانش‌آموزان در برزیل و چین را اندازه‌گیری و مقایسه می‌کنند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که فرهنگ و انتظارات کارآفرینانه بر نگرش کارآفرینی اثرگذار بوده و دانش‌آموزان چینی از نظر نوآوری در کسب‌وکار و کنترل بر کسب‌وکار قوی‌تر بوده اما دانش‌آموزان برزیلی در اعتماد به نفس امتیاز بیش‌تری آوردند و در مورد نیاز به موفقیت هم تفاوت چشم‌گیری مشاهده نشد.

تام^۲ (۲۰۰۹)، اثر آموزش کارآفرینی بر نگرش‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان را بررسی کرده و نگرش کارآفرینانه را به‌عنوان متغیر عملیاتی در نظر گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی بر افزایش نگرش کارآفرینانه اثرگذار بوده و تغییر قابل توجهی در نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان، قبل و بعد از دوره‌ی آموزش کارآفرینی مشاهده شد.

شریف^۳ و همکاران (۲۰۰۹)، در مورد میزان نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان در مالزی تحقیق کرده‌اند و با بررسی ۵۷ دانش‌آموخته‌ی دروس کارآفرینی و ۵۷ دانش‌آموخته‌ای که واحدهای کارآفرینی را نگذرانده‌اند به این نتیجه دست یافتند که تفاوت معناداری در میزان نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان دسته‌ی اول با دسته‌ی دوم وجود دارد.

نتایج پژوهش هریس و همکاران^۴ (۲۰۰۸)، نشان می‌دهد، بیش‌تر فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های بررسی شده دارای نگرش کارآفرینانه هستند. هم‌چنین مشخص شد که ویژگی‌های شخصیتی و تجربه‌ی کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه‌ی افراد اثرگذار است.

نیباک و هنسن^۵ (۲۰۰۸)، در بررسی چگونگی اثرگذاری نگرش کارآفرینانه بر عملکرد و نوآوری در کسب‌وکارهای توریسمی در نروژ دریافتند که نگرش کارآفرینانه‌ی قوی‌تر، احتمال ایجاد تغییر در سازمان‌دهی کسب‌وکار و رشد درآمد را افزایش می‌دهد.

1Shanon

2Tam

3Shariff

4Harris

5Nybak and Hansen

لیندزی^۱ و همکاران (۲۰۰۷)، ضمن بررسی ارتباط میان ارزش‌های فردی، نگرش کارآفرینانه و تشخیص فرصت، دریافتند که نگرش کارآفرینانه بین ارزش‌های درونی و بیرونی فردی وجود دارد و تشخیص فرصت، تابعی از نگرش کارآفرینانه است.

جدول ۱. خلاصه‌ی پژوهش‌های خارجی کلیدی در رابطه با بررسی نگرش کارآفرینانه در دانش‌آموزان

مدارس

ردیف	پژوهش‌گر	سال	نتایج
۱	شانون و همکاران	۲۰۰۹	دانش‌آموزان چینی در نوآوری در کسب‌وکار و کنترل بر کسب‌وکار قوی‌تر بوده اما دانش‌آموزان برزیلی در اعتماد به نفس امتیاز بیش‌تری آوردند و در مورد نیاز به موفقیت هم تفاوت چشم‌گیری مشاهده نشد.
۲	تام	۲۰۰۹	آموزش کارآفرینی بر افزایش نگرش کارآفرینانه اثرگذار بوده و تغییر قابل توجهی در نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان، قبل و بعد از دوره‌ی آموزش کارآفرینی دیده شد.
۳	شریف و همکاران	۲۰۰۹	تفاوت معناداری در میزان نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویانی که واحد کارآفرینی گذرانده‌اند با دیگران وجود دارد.
۴	هریس و همکاران	۲۰۰۸	۱. بیش‌تر فارغ‌التحصیلان یادشده دارای نگرش کارآفرینانه هستند. ۲. ویژگی‌های شخصیتی و تجربه‌ی کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه اثرگذار هستند.
۵	نیپاک و هنسن	۲۰۰۸	نگرش کارآفرینانه‌ی قوی‌تر، احتمال ایجاد تغییر در سازمان‌دهی کسب‌وکار و رشد درآمد را افزایش می‌دهد.
۶	لیندزی و همکاران	۲۰۰۷	نگرش کارآفرینانه بین ارزش‌های درونی و بیرونی فردی وجود دارد و تشخیص فرصت تابعی از نگرش کارآفرینانه است.
۷	لیندزی	۲۰۰۵	تحقیق‌ها در زمینه‌ی کارآفرینی بومی در سطوح اولیه است. در الگوی این تحقیق سعی شده اثرگذاری‌های فرهنگ بر نگرش کارآفرینی بومی توضیح داده شود.

لیندزی (۲۰۰۵)، در مقاله‌ای اثرگذاری نگرش کارآفرینان و فرهنگ بومی بر

¹Lindsay

کارآفرینی را بررسی کرده و الگویی ارائه می‌دهد که اثرگذاری فرهنگ بر نگرش کارآفرینانه و در نهایت ایجاد کسب و کارهای جدید را نشان می‌دهد. براساس این نتایج تحقیق‌ها در زمینه‌ی کارآفرینی بومی در سطوح اولیه قرار دارد. جدول شماره (۱) خلاصه‌ای از پژوهش‌های یادشده را نشان می‌دهد.

جدول ۲. خلاصه‌ی چند پژوهش کلیدی خارجی در زمینه‌ی تحلیل محتوای کتاب‌های درسی با تاکید بر ابعاد نگرش کارآفرینانه

ردیف	پژوهش‌گر	سال	نتایج
۱	Hassan and Radatz	۲۰۰۸	در این پژوهش، کتاب‌های درسی دبستان‌های سوریه و آلمان، از جنبه‌های شناختی، عاطفی و رفتاری و تغییر از یاددهندگی به سازندگی گرای، بررسی شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که مواد درسی سوریه بر جنبه‌ی شناختی یادگیری زبان بدون چشم‌پوشی از جنبه‌های عاطفی و رفتاری تاکید دارند در صورتی که مواد درسی آلمانی تاکید ویژه‌ای بر حالت عاطفی و جهت‌گیری فرایندی دارند.
۲	Erdoghan et. al	۲۰۰۸	میزان توجه کتاب‌های درسی دبستان به ادبیات محیطی در بلغارستان و ترکیه بررسی شده و با استفاده از تحلیل محتوا به این نتیجه رسیده‌اند که در هر دو کشور میزان توجه به دانش بیش از مهارت‌ها و نگرش‌ها و رفتار مسؤولانه نسبت به محیط است.
۳	Chan	۲۰۰۶	تحلیلی از ارزش‌های مصرف در کتاب‌های درسی دبستان در چین انجام داده است که در این مطالعه ۷۲ درس تحلیل شده و نتایج نشان می‌دهد که ۸ درس از ۷۲ درس به ارزش‌های مصرف پرداخته‌اند.
۴	Lumbantobing	۲۰۰۵	مقایسه‌ای از محتوای کتاب‌های درسی دبستان در مورد مهارت‌های فرایندی در اندونزی و ژاپن ارائه می‌دهند. نتایج نشان می‌دهد که مواد درسی اندونزی به این مقوله پرداخته و در تمام سطوح به مهارت‌های پایه پرداخته شده، اما در ژاپن بر مهارت‌های پایه در کلاس سوم و مهارت‌های تجمعی در کلاس‌های ۴ و ۵ و ۶ تاکید شده است.
۵	Razzino	۲۰۰۳	تحلیلی محتوایی از کتاب‌های درسی دبستان در مکزیک در رابطه با میزان تغییر محتوای کتاب‌ها، قبل و بعد از تمرکززدایی در آموزش عمومی در ۱۹۹۳ انجام شده و نتایج نشان‌دهنده‌ی افزایش توجه به محتوای محیطی در این کتاب‌ها است.
۶	Williams	۲۰۰۱	تحلیل محتوایی از کتاب‌های درسی اجتماعی دبیرستان طی سه سال، در ایالت آلبرتا در رابطه با حقوق انسانی انجام شده که نتایج نشان می‌دهد، کتاب‌های درسی به تنهایی نمی‌توانند برای دانش آموزان و معلمان به‌عنوان منبع آموزش حقوق انسانی تلقی شده و باید از منابع کمکی بهره برد.

در ایران نیز پژوهش‌های متعددی در این زمینه انجام شده است. تعدادی از مرتبط‌ترین آن‌ها با موضوع این تحقیق، در قالب جدول ۳ ارائه شده‌اند.

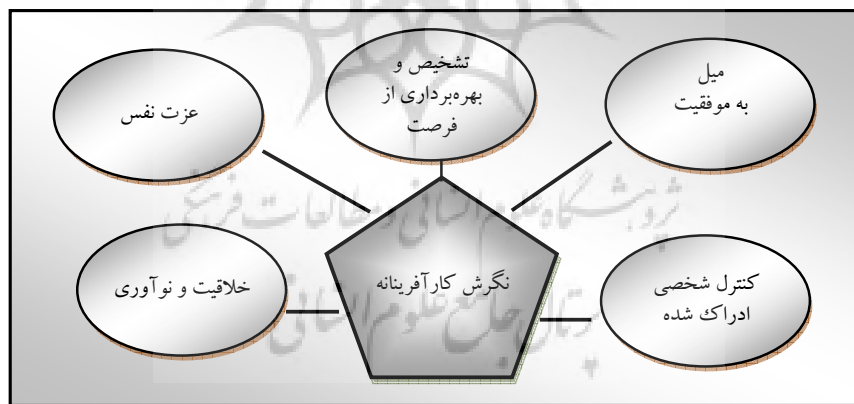
جدول ۳. خلاصه‌ی مطالعه‌های داخلی در زمینه‌ی تحلیل محتوای کتاب‌های درسی با تاکید بر ابعاد نگرش کارآفرینانه

اهداف و نتایج	سال	پژوهش‌گر	ردیف
این مقاله به بررسی سهم اثرگذاری محتوای کتاب‌های درسی اجتماعی دوره‌ی راهنمایی در ایجاد مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی می‌پردازد که نتایج نشان می‌دهد در مجموع کتاب‌ها از نظر ایجاد و پرورش مهارت‌های ارتباطی غنی بوده و زمینه‌ی لازم برای رشد اجتماعی و ارتباطی دانش‌آموزان را فراهم می‌کند.	۱۳۸۷	یارعلی و همکاران	۱
تحلیل محتوای کتب فارسی سال اول دبستان نشان می‌دهد نیمی از اهداف جزئی برنامه با الگوی نظری تحقق اهداف یادگیری مطابقت ندارد.	۱۳۸۶	نوریان	۲
به بررسی میزان توجه کتاب‌های درسی راهنمایی به شاخص‌های فرهنگ کار و ابعاد سه‌گانه نگرش می‌پردازد و نتایج این است که در کتاب‌های دوره‌ی اول تنها در ۳۰ درصد، دوره‌ی دوم در ۶۸/۵ درصد و در دوره‌ی سوم راهنمایی ۳۹ درصد به شاخص‌های فرهنگ کار توجه شده است.	۱۳۸۴	سبحانی نژاد و همایی	۳
به بررسی میزان توجه به مسؤلیت‌های اجتماعی در برنامه‌ی درسی دوره‌ی ابتدایی پرداخته و نشان می‌دهد میزان توجه به ابعاد شناختی و عملکردی مسؤلیت‌های اجتماعی به‌طور ناقص بوده و بیش‌تر در حد مسؤلیت‌های مدنی، و به بعد عملکردی هم هیچ توجهی نشده است.	۱۳۸۲	سبحانی نژاد و فردانش	۴
این مقاله به بررسی میزان توجه به سازه‌ی انگیزه‌ی پیشرفت در کتاب‌های دبستان می‌پردازد، نتایج نشان می‌دهد کتاب‌های پایه‌های ۴ و ۵ در حد زیاد و کتاب‌های پایه‌های ۱ و ۲ کم‌تر به سازه‌ی انگیزه‌ی پیشرفت توجه کرده‌اند.	۱۳۸۲	عابدی و غریبی	۵
در تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دبستان و بررسی شیوه‌های تدریس و نقش والدین در توسعه‌ی خلاقیت دانش‌آموزان، به این نتیجه رسیده که نویسندگان کتاب‌های درسی توجه کمی به تقویت خلاقیت در دانش‌آموزان داشته‌اند.	۱۳۸۰	هاشمی کوچک	۶
در بررسی پدیده‌ی خلاقیت در کتاب‌های درسی دبستان به این نتیجه رسیده که کتاب‌های درسی دبستان از منظر پرورش خلاقیت جایگاه مناسبی ندارد و پایین‌تر از حد انتظار است.	۱۳۸۰	منطقی	۷

مجموعه‌ی مطالعه‌های داخلی بیان‌گر آن است که هر پژوهش تنها یک شاخص مرتبط با نگرش کارآفرینانه را بررسی کرده و پژوهشی که بر ابعاد مختلف نگرش کارآفرینانه متمرکز باشد، از سوی پژوهش‌گران شناسایی نشد.

جمع‌بندی ادبیات تحقیق و ارایه‌ی چارچوب مفهومی

پس از مرور ادبیات نگرش کارآفرینانه این موضوع آشکار شد که الگوی نگرش کارآفرینانه‌ی رایینسون با توجه به انسجام و مرجعیت در تحقیق‌های مختلف می‌تواند به‌عنوان مبنای چارچوب مفهومی پژوهش در نظر گرفته شود اما از آن‌جا که بنا به گفته‌ی رایینسون (۱۹۹۱)، این الگو نقطه‌ی آغازی برای بررسی ابعاد نگرش کارآفرینانه است و فهرست کاملی از شاخص‌های نگرش کارآفرینانه ارایه نمی‌دهد و نیز با توجه به ماهیت این پژوهش و تاکید بسیاری از پژوهش‌گران کارآفرینی بر اهمیت تشخیص و بهره‌برداری از فرصت توسط کارآفرینان (Timones and Spinelli, 2007) (Lindsay and Jordan, 2006, p. 563) این بعد نیز به ابعاد الگوی رایینسون اضافه شد. به این ترتیب با توجه به نکته‌های یادشده و نیز بررسی فراوانی ابعاد نگرش کارآفرینانه در پژوهش‌های مختلف، پنج بعد اصلی چارچوب مفهومی و شاخص‌های تشکیل‌دهنده‌ی آن در این تحقیق به شرح زیر تعیین شد: تشخیص و بهره‌برداری از فرصت، میل به موفقیت، کنترل شخصی ادراک شده، عزت نفس و خلاقیت و نوآوری. این ابعاد در نمودار شماره (۱) با عنوان چارچوب مفهومی پژوهش قابل مشاهده است. جدول شماره (۴) نیز نمایی از چارچوب مفهومی و تعاریف ابعاد مختلف نگرش و نگرش کارآفرینانه را نشان می‌دهد.



نمودار ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

جدول ۴. نمایی از چارچوب مفهومی و تعاریف اجزای آن

ابعاد نگرش	بعد شناختی	بعد عاطفی	بعد رفتاری
←	مبین هر نوع نظر، شناخت و باور نسبت به موضوع نگرش و نیز اطلاعات، آگاهی‌ها و دانستی‌ها و حقایق است.	بیان گر هیجان‌ها درباره‌ی نگرش بوده و به عبارت دیگر احساس منفی یا مثبتی است که به هنگام اندیشیدن و یا تصور کردن متعلق نگرش در شخص پدیدار می‌شود.	آمادگی و گرایش به اقدام عملی درباره‌ی نگرش است که بعد عملکردی و رفتاری نگرش را پدید می‌آورد.
↓ ابعاد نگرش کارآفرینانه ↓			
میل به موفقیت	رسیدن به نتایج روشن در رابطه با اهداف است. (Robinson, 1991, 19)؛ هم‌چنین انگیزه موفقیت، تمایل فرد به کسب هدف براساس مجموعه‌ای از استانداردها و ارزیابی عملکرد با توجه به عالی‌ترین معیارها است (Massen, 1991, Di kines and Foil, 2003, 110).		
کنترل شخصی ادراک شده	درک فرد از کنترل و تاثیرگذاری وی بر کارش است (Robinson, 1991, 19).		
عزت نفس ادراک شده	نمایانگر اعتماد به نفس و ادراک فرد از شایستگی‌هایش در رویارویی با کارهایش است (Robinson, 1991, 19). باور فرد نسبت به توانایی‌هایش برای انجام کار است (Baundora, 1997, 34).		
خلاقیت و نوآوری	ادراک و رفتار براساس راه‌های جدید و بی‌همتا (Robinson, 1991, 19). از حساسیت به مسایل، کمبودها، مشکل‌ها و خلأهای موجود در دانش بشری، حدس زدن و تشکیل فرضیه‌هایی درباره‌ی این کمبودها، ارزش‌یابی و آزمایش حدس‌ها و فرضیه‌ها، اصلاح احتمالی و آزمون مجدد آن‌ها و درنهایت نتیجه‌گیری است (Torrence, 1980, 213).		
تشخیص و بهره‌برداری از فرصت	شامل چهار مرحله است: احساس یا درک نیاز، تشخیص یا کشف یک تناسب بین نیازها، ایجاد و خلق یک تناسب جدید بین نیازها و استفاده از فرصت‌ها (Ardichvil, 2003, 89).		

روش‌شناسی

سوال‌های پژوهش با توجه به الگوی مفهومی برگزیده به قرار زیر هستند:

سوال اصلی: در کتاب‌های فارسی دوره‌ی دبستان تا چه اندازه به نگرش کارآفرینانه

توجه شده است؟

سوال‌های فرعی تحقیق

- در کتاب‌های فارسی دوره‌ی دبستان تا چه اندازه به بعد شناختی نگرش کارآفرینانه توجه شده‌است؟
 - در کتاب‌های فارسی دوره‌ی دبستان تا چه اندازه به بعد عاطفی نگرش کارآفرینانه توجه شده‌است؟
 - در کتاب‌های فارسی دوره‌ی دبستان تا چه اندازه به بعد رفتاری نگرش کارآفرینانه توجه شده‌است؟
 - در این پژوهش در راستای پاسخ‌گویی به سوال‌های یادشده، محتوای کتاب‌های فارسی دوره‌ی ابتدایی اعم از بخوانیم و بنویسیم سال تحصیلی ۸۸-۸۹ از نظر توجه به نگرش کارآفرینانه با استفاده از جدول تحلیل محتوا، بررسی و تحلیل محتوایی شد. در این تحلیل برای دست‌یابی به نتایج قابل استفاده‌تر، کل کتاب‌ها بررسی شده و نمونه‌گیری انجام نشد.
- با توجه به ابعاد متغیرهای تحقیق (جدول شماره ۵)، ماهیت کتاب‌های درسی و سابقه‌ی تحقیق‌های مشابه، و هم‌چنین با عنایت به متون کتاب‌های فارسی، واحدهای زمینه در قالب واحدهای کلیدی زیر انتخاب شدند: متن نوشتاری، تصاویر و پرسش‌ها.
- متون، براساس مقوله‌ها، با واحد جمله‌ی رمزگذاری و شمارش شد و در مورد پرسش‌ها و تصاویر نیز هر پرسش و هر تصویر به منزله‌ی یک واحد در نظر گرفته شده، تحلیل شد. البته به‌منظور تحلیل عمیق‌تر، رمزگذاری در دو سطح انجام شد و افزون‌بر روشی که عنوان شد، هر درس نیز با توجه به موضوع کلی آن و براساس مقوله‌ها تحلیل شد.
- برای تایید روایی ابزار پژوهش، پس از استخراج الگو و شاخص‌های نگرش کارآفرینانه، ابزار، در اختیار جمعی از خبرگان امر قرار گرفت. برای محاسبه‌ی پایایی، کدگذاری مجدداً تکرار شده و ضریب پای اسکات محاسبه شد که این ضریب برابر با رقم قابل قبول ۰/۸۷ به دست آمد. تحلیل نتایج هم با بهره‌گیری از فراوانی، درصد و هم‌چنین جدول‌های توصیفی انجام شد.

جدول ۵. ابعاد نگرش کارآفرینانه در برابر شاخص‌های هر بعد

شاخص‌های نگرش کارآفرینانه	میل به موفقیت	کنترل شخصی ادراک شده	خلافت و نوآوری	عزت نفس	تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها
شاخص‌ها	۱- توجه به نتایج برای ارزیابی موفقیت کار ^۱	۱- خلق فرصت‌ها توسط خود فرد ^۱	۱- میل به کار با افراد خلاق و نوآور ^۱	۱- اعتماد به قضاوت‌های شخصی ^۱	۱- هوشیاری (کرزنر، ۱۹۷۳)
	۲- صرف زمان برای عملکرد بهتر ^۲	۲- تمایل به رییس بودن ^۲	۲- انجام کارها از راه‌های غیرمعمول ^۲	۲- اعتقاد داشتن به کار و توانایی‌های خود ^۲	۲- احساس یا درک نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
	۳- تحلیل نقاط ضعف ^۳	۳- میل به استقلال ^۳	۳- استفاده از مفاهیم قدیم برای کاربرد جدید (ترکیبات جدید) ^۳	۳- سازگاری با شرایط در موقعیت‌های سخت ^۳	۳- تشخیص یا کشف یک تناسب بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
	۴- استفاده از فرصت‌ها حتی به قیمت از دست دادن آسایش فرد ^۴	۴- توانایی انجام کار بدون تحت تاثیر قرار گرفتن از عوامل محیطی ^۴	۴- عدم تمایل به تحت کنترل قرار گرفتن و محدود شدن در چارچوب‌ها ^۴	۴- حل مشکل‌های شخصی ^۴	۴- تولید ارزش (بارون و شین، ۲۰۰۵)
	۵- انجام هر تلاش ممکن برای موفقیت در کار ^۵	۵- مسؤولیت‌پذیری ^۵	۵- تلاش و تمایل برای ایجاد تغییر ^۵	۵- تمایل به کار با افراد با اعتماد به نفس ^۵	۵- سودآوری (بارینگر و ایرلند، ۲۰۰۶)
	۶- برنامه‌ریزی برای آینده برای کسب موفقیت ^۶	۶- نسبت دادن موفقیت‌ها به خود فرد ^۶	۶- پردازش ایده‌های مختلف ^۶	۶- احساس برتری نسبت به همکاران ^۶	
	۷- تلاش اثربخش برای استفاده بهینه از منابع ^۷	۷- ایفای نقش فعال در کارها ^۷	۷- تمایل نداشتن به انجام کارهای یکنواخت ^۷	۷- اعتماد به نتایج کارهای خود (تافارودی، ۲۰۰۱)	
	۸- انجام بهینه کارها ^۸	۸- توانایی کار با دیگران ^۸	۸- ایجاد فرصت‌های جدید ^۸	۸- دوست داشتن خود (تافارودی، ۲۰۰۱)	
	۹- انجام بهترین و برترین کارها ^۹	۹- توانایی تحت کنترل درآوردن محیط و شرایط ^۹	۹- توانایی کنترل موقعیت‌های جدید ^۹	۹- خود (تافارودی، ۲۰۰۱)	
	۱۰- استفاده مناسب و عاقلانه از زمان و هدر ندادن وقت ^{۱۰}	۱۰- اعتقاد به قابل شناسایی بودن کار هر فرد در یک مجموعه ^{۱۰}	۱۰- کنجکاوی برای حل مسائل ^{۱۰}		
			۱۱- تمایل نداشتن به پیروی رویه‌های از پیش تدوین شده ^{۱۱}		
			۱۲- ارایی راه‌حل‌های جدید برای مسائل ^{۱۲}		

* (راینسون، ۱۹۹۱)

یافته‌ها

در این بخش سوال‌های پژوهش با استفاده از یافته‌های به‌دست آمده از تحلیل محتوا بررسی و پاسخ داده می‌شود. نتایج کتاب‌های بخوانیم و بنویسیم نیز جداگانه ارائه می‌شود زیرا این دو کتاب از نظر ماهیت با هم متفاوت هستند، کتاب‌های بنویسیم جنبه‌ی عملی و تمرین و کتاب‌های بخوانیم جنبه‌ی نظری دارند. نتایج تحلیل کتاب‌های بخوانیم ۵ پایه در جدول شماره (۶) ارائه شده است.

جدول ۶ نتایج تحلیل محتوای کتاب‌های بخوانیم

شاخص واحد تحلیل	کنترل شخصی ادراک شده	میل به موفقیت	خلاقیت و نوآوری	عزت نفس	تشخیص فرصت	مجموع
متن	۱۳۳	۲۷۳	۱۸۷	۱۲۷	۲۹	۷۴۹
پرسش	۵۶	۱۰۳	۵۶۱	۶۵	۱۱	۷۹۶
تصویر	۸	۷	۹۸	۳	۱	۱۱۷
مجموع	۱۹۷	۳۸۳	۸۴۶	۱۹۵	۴۱	۱۶۶۲
درصد	۱۱,۵۸٪	۲۳,۰۴٪	۵۰,۹۰٪	۱۱,۷۳٪	۲,۴۷٪	۱۰۰٪
موضوع کلی	۶	۹	۱۲	۷	۲	۳۶
درصد	۱۷,۴۳٪	۲۴,۷۷٪	۳۳,۹۴٪	۱۸,۳۵٪	۵,۵۰٪	۱۰۰٪

از جدول شماره (۶) چنین بر می‌آید که در مجموع ۵ کتاب بخوانیم، ۶۷۰۱ واحد تحلیل شده که از این واحدها، ۴۳۹۶ واحد متن، ۱۶۰۵ پرسش و ۷۰۰ تصویر بررسی شده است. در تحلیل مشخص شد که ۷۴۹ بار در متن، ۷۹۶ مرتبه در پرسش‌ها و ۱۱۷ بار در تصاویر به نگرش کارآفرینانه توجه شده و در مجموع از میان ۱۶۴ واحد موضوعی نیز ۳۶ موضوع به یکی از شاخص‌های نگرش کارآفرینانه اختصاص یافته است. همان‌طور که مشاهده می‌شود بیش‌ترین توجه به شاخص‌های نگرش کارآفرینانه در واحدهای تحلیل محتوا مربوط به پرسش‌ها و به میزان ۴۹,۶٪ است. کتاب‌های فارسی بنویسیم ۵ پایه‌ی ابتدایی نیز تحلیل شد که نتایج آن در جدول شماره (۷) مشاهده می‌شود.

جدول ۷. نتایج تحلیل محتوای کتاب‌های فارسی بنویسیم مقطع ابتدایی

مجموع	تشخیص فرصت	عزت نفس	خلاقیت و نوآوری	میل به موفقیت	کنترل شخصی ادراک شده	شاخص واحد تحلیل
۸۵۵	۷	۱۲	۷۵۶	۵۱	۲۹	پرسش
%۵۴,۹	%۰,۸۲	%۱,۴۰	%۸۸,۴۲	%۵,۵۹	%۳,۳۹	درصد

در مجموع در تحلیل ۵ کتاب بنویسیم، ۱۵۵۸ پرسش بررسی شد. همان‌گونه که جدول شماره (۷) نشان می‌دهد، ۸۵۵ مورد از آن حاوی یکی از شاخص‌های نگرش کارآفرینانه است که %۵۴,۹ از کل واحدها را تشکیل می‌دهد. از بین شاخص‌های نگرش کارآفرینانه، خلاقیت و نوآوری بیش‌ترین فراوانی و درصد را با ۷۵۶ فراوانی و %۸۸,۴۲ در بین شاخص‌ها، نگرش کارآفرینانه دارد. هم‌چنین تشخیص فرصت کم‌ترین فراوانی و درصد را با ۷ فراوانی و %۰,۸۲ دارد.

نتایج تحلیل تفکیکی ۵ کتاب فارسی بخوانیم نیز در جدول شماره (۸)، به نمایش درآمده است.

جدول ۸. فراوانی شاخص‌های نگرش کارآفرینانه به تفکیک پایه‌ها در کتاب‌های بخوانیم

درصد نسبت به کل واحدهای تحلیل شده	جمع کل واحدها	فراوانی کل واحدهای حاوی نگرش کارآفرینانه	تشخیص فرصت	عزت نفس	خلاقیت و نوآوری	میل به موفقیت	کنترل شخصی ادراک شده	شاخص پایه
%۱۹,۷۸	۶۴۷	۱۲۸	۲	۱۷	۷۳	۲۱	۱۵	اول
%۲۴,۹۱	۱۴۲۲	۳۵۰	۱۰	۳۳	۱۸۲	۷۵	۵۰	دوم
%۲۹	۱۶۰۰	۴۶۴	۹	۵۱	۲۶۱	۱۰۲	۴۱	سوم
%۲۳,۵۶	۱۶۳۰	۳۸۴	۱۰	۴۸	۱۹۹	۸۰	۴۷	چهارم
%۲۳,۹۷	۱۴۰۲	۳۳۶	۱۰	۴۶	۱۳۱	۱۰۵	۴۴	پنجم

از داده‌های جدول شماره (۸)، چنین برمی‌آید که کتاب کلاس سوم با ۴۶۴ فراوانی و %۲۹، دارای بیش‌ترین فراوانی از منظر شاخص‌های نگرش کارآفرینانه و کتاب کلاس اول با ۱۲۸ فراوانی و %۱۹,۷۸ کم‌ترین فراوانی را دارد. لازم به یادآوری است که در این

جدول، فراوانی های متن، پرسش و تصویر با هم جمع شده و درصد موجود به دست آمده تقسیم بر فراوانی هر شاخص به کل واحدهای تحلیل شده در ۵ کتاب است. در جدول شماره (۹)، فراوانی و درصد فراوانی شاخص های نگرش کارآفرینانه ی کتاب های بنویسیم به تفکیک پایه ی تحصیلی آورده شده است.

جدول ۹. فراوانی شاخص های نگرش کارآفرینانه در کتاب های بنویسیم به تفکیک پایه ی تحصیلی

شاخص پایه	کنترل شخصی	میل به موفقیت	خلاقیت و نوآوری	عزت نفس	تشخیص فرصت	فراوانی کل واحدهای حاوی نگرش کارآفرینانه	جمع کل واحدها	درصد نسبت به کل واحدهای تحلیل شده
اول	۰	۱۰	۹۱	۰	۰	۱۰۱	۳۷۵	۵٫۸۴٪
دوم	۹	۷	۲۰۷	۵	۰	۲۲۸	۴۶۹	۱۳٫۲۹٪
سوم	۱۵	۱۶	۲۱۲	۵	۶	۲۵۶	۳۵۹	۱۳٫۶۱٪
چهارم	۴	۶	۱۳۲	۰	۱	۱۴۳	۱۹۳	۸٫۴۷٪
پنجم	۱	۱۲	۱۱۴	۲	۰	۱۲۹	۱۶۲	۷٫۳۲٪

همان طور که از جدول شماره (۹) استنباط می شود، کتاب بنویسیم پایه ی سوم ابتدایی در بین کتاب های سایر پایه ها دارای بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی مربوط به کتاب سال اول ابتدایی است. نتایج تحلیل محتوای کتاب های بخوانیم از منظر ابعاد نگرش کارآفرینانه در جدول شماره (۱۰) ارائه می شود.

جدول ۱۰. نتایج تحلیل محتوای کتاب های بخوانیم از منظر ابعاد نگرش کارآفرینانه

بعد نگرش واحد تحلیل	شناختی		عاطفی		رفتاری		مجموع	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد		
متن	۶۴	۳٫۵۸٪	۶۷۸	۴۰٫۷۹٪	۷	۰٫۴۲٪	۷۴۹	۴۵٫۰۷٪
پرسش	۱۳	۰٫۷۸٪	۱۵۹	۹٫۵۷٪	۶۲۴	۳۷٫۵۵٪	۷۹۶	۴۷٫۸۹٪
تصویر	۰	۰٫۰۰٪	۳۸	۲٫۲۹٪	۷۹	۴٫۷۵٪	۱۱۷	۷٫۰۴٪
مجموع	۷۷	۴٫۶۳٪	۸۷۵	۵۲٫۶۵٪	۷۱۰	۴۲٫۷۲٪	۱۶۶۲	۱۰۰٫۰۰٪
موضوع	۳	۰٫۳۳٪	۳۰	۱٫۸۵٪	۳	۰٫۳۳٪	۶۳	۳٫۸۰٪

از جدول شماره (۱۰)، چنین بر می‌آید که توجه به نگرش کارآفرینانه از بعد عاطفی بیش‌تر مورد توجه بوده است. بعد شناختی نگرش دارای فراوانی ۷۷ و درصد فراوانی ۶۳٫۴٪ بوده و رضایت‌بخش به نظر نمی‌رسد. به بُعد رفتاری هم با ۷۱۰ مورد فراوانی و ۳۳٫۸٪ درصد فراوانی در کتاب‌های یادشده توجه کافی نشده است. واحدهای موضوعی نیز در چارچوب شاخص‌ها و با توجه به ابعاد نگرشی تحلیل شد که در این بخش نیز بیش‌ترین درصد و فراوانی مربوط به بعد عاطفی است. در جدول شماره (۱۱) تحلیل کتاب‌های بنویسیم از منظر نگرش کارآفرینانه و با توجه به ابعاد نگرشی ارائه می‌شود.

جدول ۱۱. تحلیل کتب بنویسیم از منظر ابعاد نگرش کارآفرینانه

مجموع		رفتاری		عاطفی		شناختی		بعد نگرش واحد تحلیل
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	پرسش
۱۰۰٪	۸۵۵	۹۱٫۲۳٪	۷۸۰	۸٫۴۲٪	۷۲	۰٫۳۵٪	۳	

از جدول شماره (۱۱) استنباط می‌شود که در کتاب‌های بنویسیم توجه به نگرش کارآفرینانه از بعد رفتاری بیش‌تر مورد توجه بوده چرا که فراوانی و درصد فراوانی آن به ترتیب ۷۸۰ و ۹۱٫۲۳٪ است که از سایر ابعاد نگرشی مقدار بالاتری دارد.

بحث و نتیجه

- درصد کلی واحدهای حاوی نگرش کارآفرینانه به کل واحدها در کتاب‌های بخوانیم ۲۵٪ است. از این رو می‌توان انتظار داشت که به نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های درسی فارسی بخوانیم توجه بیش‌تری شود. در کتاب‌های بنویسیم هم این رقم ۵۵٪ است که راضی‌کننده‌تر به نظر می‌رسد، البته با توجه به این که درصد زیادی از این توجه معطوف به خلاقیت و نوآوری بوده و توجه به سایر شاخص‌های نگرش کارآفرینی در سطح مطلوبی نیست (خلاقیت و نوآوری ۴۸/۵٪، کنترل ادراک شخصی ۱/۹٪، میل به موفقیت ۳/۳٪، عزت نفس ۰/۸٪ و تشخیص فرصت ۰/۴٪) به نظر می‌رسد که توجه بیش‌تر به سایر شاخص‌ها، مطلوب و مفید باشد.

- نتایج تحلیل محتوا نشان می‌دهد که توجه به نگرش کارآفرینانه از سال اول به سال سوم روند صعودی دارد که این مطلوب است اما از سال سوم تا پنجم این روند نزولی شده و برای این روند، رشد افزایشی مطلوب‌تر به نظر می‌رسد.
- با توجه به تحلیل کتاب‌های بخوانیم و درصد ابعاد نگرشی در متن، پرسش و تصویر (شناختی ۵٪، عاطفی ۵۳٪ و رفتاری ۴۳٪) درصد ابعاد عاطفی و رفتاری نسبت به شناختی، بالاتر است. در مورد موضوع‌های درسی نیز همین مطلب مصداق دارد و درصد بُعد عاطفی بیش‌تر از بُعد شناختی بوده (شناختی ۸٪، عاطفی ۸۵٪ و رفتاری ۸٪) و در کتاب‌های بنویسیم هم بُعد رفتاری از بقیه پررنگ‌تر است (شناختی ۰/۳۵٪، عاطفی ۸٪ و رفتاری ۹۱٪) که با توجه به ماهیت عملی کتاب بنویسیم، قابل انتظار است.
- پرداختن به شاخص‌های نگرش کارآفرینانه به‌طور متعادل نیست و توزیع نامناسبی دارد. به‌عنوان مثال در همه‌ی کتاب‌ها، خلاقیت و نوآوری از درصد به‌نسبت خوبی برخوردار بوده اما سایر شاخص‌ها درصد پایینی دارند.
- هر شاخص نگرش کارآفرینی در تحلیل موضوعی دارای حداقل فراوانی ۱ بوده و با توجه به این که تعداد واحدهای موضوعی کتاب محدود است می‌توان نتیجه گرفت که توجه به شاخص‌های کارآفرینانه در موضوع‌های مختلف کتاب وضعیت غیرقابل قبولی ندارد.
- تحلیل محتوای تصاویر برخوردار از نگرش کارآفرینانه با ۱/۷۵٪ از کل تصاویر بیان‌گر آن است که تصاویر کتاب‌های فارسی دبستان از این دیدگاه نیازمند بازنگری اساسی است.
- توجه به نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های بخوانیم در متن نسبت به کل جمله‌های کتاب ۱۱/۲٪ و در مورد پرسش‌ها ۱۱/۹٪ است که نشان می‌دهد پرسش‌ها متناسب با متن کتاب طراحی شده اما هر دو نیازمند توجه بیش‌تر به این مقوله هستند.
- با توجه به نتایج تحلیل محتوای کتاب‌های درسی گذشته و مقایسه‌ی نسبی آن با پژوهش اخیر (با ملاحظه‌ی جامعیت و جدید بودن موضوع این پژوهش در پرداختن به مقوله‌ی کارآفرینی) و با در نظر گرفتن این مهم که هر یک از تحقیق‌های گذشته (از

جمله هاشمی کوچک، و منطقی (۱۳۸۰) که تنها به بررسی میزان توجه به پرورش خلاقیت در کتاب‌های فارسی دبستان پرداخته‌اند) فقط به یک شاخص از شاخص‌های این پژوهش توجه کرده‌اند؛ به این نتیجه می‌رسیم که دو پژوهش یادشده به دلیل توجه صرف به یک بُعد، بدون مقایسه‌ی بُعد خلاقیت با سایر ابعاد بررسی شده در کتاب‌های فارسی دبستان، میزان توجه به آن را کم‌تر از حدانتظار دانسته‌اند. در حالی که یافته‌های این تحقیق در مقام مقایسه میزان توجه به ابعاد مختلف نگرش کارآفرینانه، موبد آن است که در کتاب‌های فارسی دبستان، به عامل خلاقیت بیش از سایر ابعاد نگرش کارآفرینانه توجه می‌شود. اگرچه در نهایت این تحقیق نیز مانند دو تحقیق یادشده، بر ضرورت بازنگری کتاب‌های بررسی شده از دیدگاه ابعاد موردنظر تاکید کرده است. ناگفته نماند ویرایش جدید کتاب‌ها در ابتدای دهه‌ی ۸۰، با نسخه‌های دهه‌ی ۷۰ و قبل از آن متفاوت و زمینه‌ساز مناسبی برای پرداختن به برخی مسایل و تقویت فراگیران شده است؛ برای مثال گنجاندن بازی و نمایش در فعالیت‌های کتاب و تغییر برخی متون و تصاویر متناسب با سن کودک و اهداف کتاب می‌تواند بستر مناسبی برای توجه هرچه بیش‌تر به شاخص‌های نگرش کارآفرینانه در کتاب ایجاد کند. در نهایت با توجه به یافته‌های یادشده پیشنهاد می‌شود بازنگری کتاب‌ها در راستای توجه بیش‌تر به شاخص‌های نگرش کارآفرینانه مورد توجه مسؤلان قرار گیرد.

منابع

۱. امامی، محمدرضا، سعیدی، معصومه (۱۳۸۷). ابعاد و راهکارهای پرورش و توسعه فرهنگ کارآفرینی و کارآفرین پروری در کشور. ماهنامه کار و جامعه، ۹۹ و ۹۸، ۵۴-۶۱.
۲. تورنس، ئی پال (۱۳۸۱). استعداد و مهارت‌های خلاقیت و راه‌های آزمون و پرورش آن (قاسم زاده، حسن، مترجم). تهران: نشر دنیای نو (نشر اصلی ۱۹۸۰).
۳. سبحانی نژاد، مهدی، فردانش، هاشم (۱۳۷۹). مسئولیت‌پذیری اجتماعی در برنامه درسی کنونی دوره ابتدایی. مجله مدرس، ۱، ۹۵-۱۱۱.
۴. سبحانی نژاد، مهدی، همایی، رضا (۱۳۸۴). میزان توجه به نگرش فرهنگ کار در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی کشور. دوماهنامه علمی-پژوهشی دانشور رفتار، ۱۵، ۲۰-۱.
۵. شاه حسینی، علی (۱۳۸۸). کارآفرینی در عمل. تهران: آبیژ.
۶. عابدی، احمد، عریضی سامانی، سید حمید رضا (۱۳۸۲). تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی بر حسب سازه انگیزه پیشرفت. مجله نوآوری‌های آموزشی، ۵، ۲۹-۳۲.
۷. محمدی مهر، غلامرضا (۱۳۸۷). روش تحلیل محتوا: (راهنمای عملی تحقیق). تهران: گنجینه علوم انسانی - دانش نگار.
۸. منطقی، مرتضی (۱۳۸۰). بررسی پدیده خلاقیت در کتابهای درسی دبستان، بررسی تاثیر آموزش خلاقیت در دانش آموزان ابتدایی و آرایه الگویی برای آموزش خلاق آنان. پایان نامه دکتری، دانشگاه تهران، تهران.
۹. نوریان، محمد (۱۳۸۶). تحلیل محتوای کتب فارسی سال اول دبستان در ایران. فصلنامه روان‌شناسان ایرانی، ۱۲، ۳۵۷-۳۶۶.
۱۰. هولستی، ال. ار. (۱۳۷۳). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی (سالارزاده امیری، نادر، مترجم). تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۱. یارعلی، جواد، شوخی، علیرضا، عریضی، فروغ (۱۳۸۵). بررسی مهارت‌های ارتباطی در

کتاب درسی تعلیمات اجتماعی دوره راهنمایی تحصیلی. فصلنامه تعلیم و تربیت، ۱۹۱، ۹۳-

۲۲۱

12. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Decision Processes*, 50, 179-211.
13. Altbach, P.G., Kelly, G.P., Petrie, H.G., & Weis, L. (eds.) (1991). Textbooks in American Education. Albany: State University of New York Press. Albany.
14. Burger, L., O'Neill, C., Mahadea, D. (2005). The impact of previous knowledge and experience on the entrepreneurial attitudes of Grade 12 learners. *South African Journal of Education*, 25, 89-94.
15. Chan, Kara (2006). Consumer socialization of Chinese children in schools: analysis of consumption values in textbooks. *Journal of Consumer Marketing*, 23, 125-132.
16. Colmant, Melchior, Matina, Ekaterina (2008). *Exploring entrepreneurial attitudes towards change throughout the development of the start-up project*. Unpublished master's thesis, Umeå School of Business, Sweden.
17. Emerson, Babb, Stuart, Babb (1992). Psychological Traits of Rural Entrepreneurs. *The Journal of Socio-Economics*, 21, 353-362.
18. Erdogan, Mehmet, Kostova, Zdravka, Marcinkowski, Thomas (2008). Components of Environmental Literacy in Elementary Science Education Curriculum in Bulgaria and Turkey. *Eurasia Journal of Mathematics Science and Technology Education*, 5, 15-26.
19. Hasan, Ali S., Raddatz, Volker (2008). *Analysis of EFL elementary textbooks in Syria and Germany: cognitive, affective and procedural aspects in their inter-cultural context* Journal of Intercultural Communication, 17, 20-3
20. Hashemi Koochak, S., Hashemian, K. (2001). A Comparative Study on the Content Analysis of Textbooks, Teaching Methods on Creativity Development in Students. *Journal of Humanities*, 11, 147-172.
21. Lindsay, Noel J. (2005). Toward A Cultural Model of Indigenous Entrepreneurial Attitude. *Academy of Marketing Science Review*, 5, 1-17.
22. Lindsay, Wendy, Lindsay, Noel, Jordaan, Anton (2007). Investigating the Values- Entrepreneurial Attitude- Opportunity Recognition Relationship in Nascent Entrepreneurs. *Regional Frontiers of Entrepreneurship Research*, 562-568.
23. Lumbantobing, Riris (2005). Comparative Study on Process Skills in the Elementary Science Curriculum and Textbooks between Indonesia and Japan. *Bulletin of the Graduate School of Education, Hiroshima University. Part. II, Arts and science education*, 53, 31-38.
24. Mitra, J. & Matlay, H. (2004). Entrepreneurial and vocational education and training: Lessons from eastern and central Europe. *Industry and Higher Education*, 18, 53-69.

25. Nybakk, Erlend, Hansen, Eric (2008). Entrepreneurial attitude, innovation and performance among Norwegian nature-based tourism enterprises. *Forest Policy and Economics*, 10, 473–479.
26. Razzino, Marianne Pauline (2003). *Environmental Education in Mexico: A Content Analysis of Primary School Textbooks*. Unpublished master's thesis, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia.
27. Robinson, Peter B., Stimpson, David V., Huefner, Jonathan C., Hunt, H. Keith (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 50,13-31.
28. Shanan, Gibson, G., Harris, Michael L., Barber III, Dennis (2009). Comparing the Entrepreneurial Attitudes of Chinese and Brazilian Students. *Southern Journal of Entrepreneurship*, 28 , 56-70.
29. Shariff, Mohd Noor Mohd, Saud, Mohammad Basir (2009). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4, 129-135.
30. Tafarodi, R.W, Swann Jr., W.B (2000). Two-dimensional self-esteem: theory and measurement *Personality and Individual Differences*,31, 653-673.
31. Tam, Hak Wang (2009). *How and to What Extent Does Entrepreneurship Education Make Students More Entrepreneurial? A California Case of the Technology Management program*. Unpublished doctoral dissertation. University of California, Santa Barbara.
32. Timmons, J., Spinelli, S. (2007). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, Irwin McGraw-Hill, Boston, 7th Edition.
33. Williams, Randy (2001). *Alberta Social Studies Textbooks and Human Rights Education*. Master's Thesis, University of Alberta, Alberta.