

توسعه نگرش کارآفرینانه در کتاب های درسی

(مطالعه موردی: کتاب های فارسی دوره دبستان)

سعید جعفری مقدم^۱، آرزو سادات فخارزاده^۲

چکیده:

با عنایت به نقش و اهمیت روزافزون توسعه کارآفرینی، بازنگری در کتاب های درسی فارسی به عنوان یکی از مهم ترین ابزارهای انتقال مفاهیم نگرشی و تقویت نگرش کارآفرینانه در دانش آموزان، از ضرورتی بسیار برخوردار می باشد. در این مقاله با استفاده از روش تحلیل محتوا، میزان توجه به نگرش کارآفرینانه در ابعاد شناختی، نگرشی و عاطفی در کتب فارسی دبستان، بررسی می شود. بدین منظور کل کتاب های فارسی (کتاب های بخوانیم و بنویسیم) پنج پایه دبستان در سال تحصیلی ۱۳۸۹-۱۳۸۸ به کمک جدول تحلیل محتوا بررسی شد. برای تهیه جدول تحلیل محتوا، نگرش کارآفرینانه با کمک مدل های موجود و به ویژه با تاکید بر مدل رابینسون، به مولفه های: تشخیص و بهره برداری از فرصت، کنترل ادراک شخصی، عزت نفس، میل به موفقیت، خلاقیت و نوآوری تجزیه گردید. نتایج نهایی برگرفته از تجزیه و تحلیل داده های پژوهش بیانگر آن است که ۲۴/۸ درصد از کل کتاب های بخوانیم و نیز ۵۴/۹ درصد از کل کتاب های بنویسیم (شامل کل متون، پرسش و تصویرهای موجود در کتاب) به مولفه های نگرش کارآفرینانه توجه نموده اند. از سوی دیگر نتایج تحقیق نمایانگر آن بود که از مجموعه ابعاد مورد بررسی نگرش کارآفرینانه در کلیه کتاب ها، خلاقیت و نوآوری از بیشترین و تشخیص فرصت از کمترین فراوانی برخوردار بود. به نظر می رسد نقاط ضعف شناسایی شده (از نظر میزان توجه به نگرش کارآفرینانه) ناشی از عدم وجود یک نظام برنامه ریزی درسی ملی است که از یک سو هم راستا با عوامل پیشبرنده و بازدارنده موجود در فرهنگ ملی و از سوی دیگر با الهام از استانداردهای جهانی تنظیم شده باشد. بنابراین تردیدی نیست که اکنون ضرورت توجه به چنین برنامه ای به شدت احساس می شود. **واژگان کلیدی:** نگرش کارآفرینانه، تحلیل محتوا، کتاب فارسی، دوره ابتدایی

۱- مقدمه

روح کارآفرینی پیش‌برنده‌ی بسیاری از موفقیت‌های بشریت بوده است و تغییر تاریخ احتمالاً در قالب کارآفرینی ادامه خواهد یافت (شاه حسینی، ۱۳۸۸، 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 توسعه کالاها و خدمات جدید نقش موثری در رشد و توسعه کشور دارد (امامی، ۱۳۸۷، ۵۴).

شواهد بسیاری وجود دارد که اثبات می‌کند آموزش کارآفرینی در افزایش نگرش کارآفرینانه افراد و در نتیجه افزایش احتمال وقوع کارآفرینی موثر است (Robinson, 1991, 17, Mitra and Matlay, 2004, 55). در واقع فرآیند کارآفرینی به دست کسانی تحقق می‌یابد که گرایش به کامیابی، سخت کوشی، پافشاری، ریسک‌پذیری و توانایی دورنماسازی از ویژگی‌های روحی و روانی آنها است (Emerson, 1992, 355).

دوره ابتدایی به لحاظ تعداد معلمان و دانش‌آموزان تحت پوشش و نیز تاثیر این دوره بر زندگی و دوران تحصیل، از جایگاهی خاص برخوردار است (نوریان، ۱۳۸۷، ۳۵۸). از سوی دیگر توجه به کتب درسی در راستای توسعه کارآفرینی در مدارس ابتدایی، ضرورت بسیار دارد چراکه کتاب درسی مهم‌ترین رسانه آموزشی است که همه روزه معلمان و دانش‌آموزان از آن استفاده می‌کنند (Altbach, 1991, 97). هر دانش‌آموز به طور هفتگی با چند کتاب درسی سر و کار دارد. ضمن اینکه رسانه‌های دیگر آموزشی نیز حول محور کتاب‌های درسی فعال هستند (Williams, 2001, 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 در جهت تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان دوره ابتدایی نیز نقشی موثری ایفا کند.

۲- مروری بر ادبیات موضوع

ادبیات نگرش کارآفرینانه سعی دارد تا ویژگی‌ها و مهارت‌هایی که در کارآفرینی فرد و تمایز وی از سایرین موثر است، شناسایی کند (Colamant and Matina, 2008, 7). نگرش کارآفرینانه را می‌توان به صورت جهت‌گیری‌های شخصی به سوی فعالیت‌های ارزش‌افزا در آینده و خوداستخدامی در کسب و کارهای کوچک تعریف نمود (Burger and Mahadea, 2005, 90). در واقع نگرش کارآفرینانه، فرد را درگیر کارآفرینی می‌کند (Sharif and Saud, 2009, 130) و تفکیک‌کننده کارآفرینان از غیرکارآفرینان است (Lindsay and Jordaan, 2007, 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, 17).

رابینسون (۱۹۹۱)، در ادامه راه محققان دیگر، تئوری نگرش را برای پیش‌بینی فعالیت کارآفرینانه ارائه می‌دهد و چهار برساخته‌ای که عموماً در ارتباط با انگیزه ایجاد کسب و کار و تحقیقات بر روی کارآفرینان مطرح می‌شود را چنین عنوان می‌کند: نیاز به موفقیت، مرکز کنترل، عزت نفس و نوآوری که هر کدام دارای سه جنبه (شناختی، عاطفی و رفتاری) هستند.

با این حال پژوهش‌های ارزنده دیگری نیز در این عرصه انجام یافته که می‌توان آنها را در دو گروه مطالعات داخلی و خارجی دسته‌بندی نمود. این مطالعات در

دو دسته مطالعات مربوط به نگرش کارآفرینانه و تحلیل محتوای کتب درسی طبقه‌بندی شده است که در ادامه تبیین می‌شوند ولی با وجود تحقیقات قابل ملاحظه درباره تحلیل محتوای کتب درسی، پژوهش‌گران در مجموعه 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 مورد بررسی و جمع‌بندی قرار می‌گیرد.

شانون^۱ و همکاران (۲۰۰۹)، در تحقیقی نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان در برزیل و چین را اندازه‌گیری و مقایسه می‌کنند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که فرهنگ و انتظارات کارآفرینانه بر نگرش کارآفرینی تأثیر گذار است و دانش‌آموزان چینی در نوآوری در کسب و کار و کنترل بر کسب و کار قویتر بوده ولی 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 کارآفرینانه دانشجویان را بررسی می‌کند و نگرش کارآفرینانه را بعنوان متغیر عملیاتی در نظر گرفته است. نتایج حاکی از آن است که آموزش کارآفرینی بر افزایش نگرش کارآفرینانه موثر است و تغییر قابل توجهی در نگرش کارآفرینانه دانشجویان، قبل و بعد از دوره آموزش کارآفرینی مشاهده شد.

شریف^۳ و همکاران (۲۰۰۹)، به تحقیق در مورد میزان نگرش کارآفرینانه دانشجویان در مالزی پرداخته‌اند و با بررسی ۵۷ دانش‌آموخته دروس کارآفرینی و ۵۷ دانش‌آموخته که واحدهای کارآفرینی را نگذرانده‌اند بدین نتیجه دست یافتند که تفاوت معناداری در میزان نگرش کارآفرینانه دانشجویان دسته اول با دسته دوم وجود دارد.

نتایج پژوهش هریس و همکاران^۴ (۲۰۰۸)، نشان می‌دهد، اکثریت فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های مورد بررسی دارای نگرش کارآفرینانه هستند. هم‌چنین مشخص شد که ویژگی‌های شخصیتی و تجربه کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه افراد تأثیر گذار است.

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

لیندزی 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.

لیندزی (۲۰۰۵)، در مقاله‌ای تأثیر نگرش کارآفرینان و فرهنگ بومی بر کارآفرینی را بررسی نموده و متعاقباً مدلی ارائه می‌دهد که تأثیر فرهنگ بر نگرش کارآفرینانه و در نهایت ایجاد کسب و کارهای جدید را نشان می‌دهد. براساس این نتایج تحقیقات در زمینه کارآفرینی بومی در سطوح اولیه قرار دارد. جدول ۱ خلاصه‌ای از پژوهش‌های یادشده را نشان می‌دهد.

- 1- Shanon
- 2- Tam
- 3- Shariff
- 4- Harris
- 5- Nybak and Hansen
- 6- Lindsay

جدول ۱- خلاصه پژوهش های خارجی کلیدی در رابطه با بررسی نگرش کارآفرینانه در دانش آموزان مدارس

ردیف	پژوهشگر	سال	نتایج
۱	شانون و همکاران	۲۰۰۹	دانش آموزان چینی در نوآوری در کسب و کار و کنترل بر کسب و کار قویتر بوده ولی دانش آموزان برزیلی در اعتماد به نفس امتیاز بیشتری آوردند و در مورد نیاز به موفقیت هم تفاوت چشم گیری مشاهده نشد.
۲	تام	۲۰۰۹	آموزش کارآفرینی بر افزایش نگرش کارآفرینانه موثر است و تغییر قابل توجهی در نگرش کارآفرینانه دانشجویان، قبل و بعد از دوره آموزش کارآفرینی دیده شد.
۳	شریف و همکاران	۲۰۰۹	تفاوت معناداری در میزان نگرش کارآفرینانه دانشجویانی که واحد کارآفرینی گذرانده اند با سایرین وجود دارد.
۴	هریس و همکاران	۲۰۰۸	۱. اکثریت فارغ التحصیلان مذکور دارای نگرش کارآفرینانه هستند. ۲. ویژگی های شخصیتی و تجربه کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه تاثیر دارند.
۵	نیباک و هنسن	۲۰۰۸	نگرش کارآفرینانه قوی تر، احتمال ایجاد تغییر در سازماندهی کسب و کار و رشد درآمد را افزایش می دهد.
۶	لیندزی و همکاران	۲۰۰۷	نگرش کارآفرینانه بین ارزش های درونی و بیرونی فردی وجود دارد و تشخیص فرصت تابعی از نگرش کارآفرینانه است.
۷	لیندزی	۲۰۰۵	تحقیقات در زمینه کارآفرینی بومی در سطوح اولیه است. در مدل این تحقیق سعی شده تاثیرات فرهنگ بر نگرش کارآفرینی بومی توضیح داده شود.

جدول ۲- خلاصه چند پژوهش کلیدی خارجی در زمینه تحلیل محتوای کتب درسی با تاکید بر ابعاد نگرش کارآفرینانه

ردیف	پژوهشگر	سال	نتایج
۱	Radatz and Hassan	۲۰۰۸	در این پژوهش، کتاب های درسی دبستان های سوریه و آلمان، از نظر جنبه های شناختی، عاطفی و رفتاری و تغییر از یاددهندگی به سازندگی گرای، مورد بررسی قرار گرفته اند. نتایج نشان می دهد که مواد درسی سوریه بر روی جنبه شناختی یادگیری زبان بدون چشم پوشی از جنبه های عاطفی و رفتاری تاکید دارند در صورتی که مواد درسی آلمانی تاکید ویژه ای بر حالت عاطفی و جهت گیری فرآیندی دارند.
۲	Erdoghan et. al	۲۰۰۸	میزان توجه کتب درسی دبستان به ادبیات محیطی در بلغارستان و ترکیه بررسی شده و با استفاده از تحلیل محتوا به این نتیجه رسیده اند که در هر دو کشور میزان توجه به دانش بیش از مهارت ها و نگرش ها و رفتار مسئولانه نسبت به محیط است.
۳	Chan	۲۰۰۶	تحلیلی از ارزش های مصرف در کتاب های درسی دبستان در چین انجام داده است که در این مطالعه ۷۲ درس مورد تحلیل قرار گرفته و نتایج نشان می دهد که ۸ درس از ۷۲ درس به ارزش های مصرف پرداخته اند.
۴	Lumbantobing	۲۰۰۴	مقایسه ای از محتوای کتب درسی دبستان در مورد مهارت های فرآیندی در اندونزی و ژاپن ارائه می دهند. نتایج نشان می دهد که مواد درسی اندونزی به این مقوله نپرداخته است و در اندونزی در تمام سطوح به مهارت های پایه پرداخته شده است ولی در ژاپن مهارت های پایه در کلاس سوم و مهارت های تجمعی در کلاس های ۴ و ۵ و ۶ مورد تاکید قرار گرفته است.
۵	Razzino	۲۰۰۳	تحلیلی محتوایی از کتب درسی دبستان در مکزیک در رابطه با میزان تغییر محتوای کتاب ها، قبل و بعد از تمرکززدایی در آموزش عمومی در ۱۹۹۳ انجام شده است. نتایج حاکی از افزایش توجه به محتوای محیطی در این کتاب ها است.
۶	Williams	۲۰۰۱	تحلیل محتوایی از کتاب های درسی اجتماعی دبیرستان طی سه سال، در ایالت آلبرتا در رابطه با حقوق انسانی انجام شده است که نتایج نشان می دهد، کتب درسی به تنهایی نمی توانند برای دانش آموزان و معلمان به عنوان منبع آموزش حقوق انسانی تلقی شده و باید از منابع کمکی بهره برد.

در ایران نیز پژوهش های متعددی در این زمینه انجام شده است. شماری از مرتبط ترین آنها با موضوع این تحقیق، در قالب جدول ۳ ارائه شده‌اند:

جدول ۳- خلاصه مطالعات داخلی در زمینه تحلیل محتوای کتب درسی با تاکید بر ابعاد نگرش کارآفرینانه

ردیف	پژوهشگر	سال	اهداف و نتایج
۱	یارعلی و همکاران	۱۳۸۷	این مقاله به بررسی سهم تاثیر محتوای کتب درسی اجتماعی دوره راهنمایی در ایجاد مهارت های ارتباطی و اجتماعی می پردازد که نتایج نشان می دهد در مجموع کتاب ها از نظر ایجاد و پرورش مهارت های ارتباطی غنی بوده و زمینه لازم برای رشد اجتماعی و ارتباطی دانش آموزان را فراهم می کند.
۲	نوریان	۱۳۸۶	تحلیل محتوای کتب فارسی سال اول دبستان نشان می دهد نیمی از اهداف جزئی برنامه با الگوی نظری تحقق اهداف یادگیری مطابقت ندارد.
۳	سبحانی نژاد و همایی	۱۳۸۴	به بررسی میزان توجه کتب درسی راهنمایی به مولفه های فرهنگ کار و ابعاد سه گانه نگرش می پردازد و نتایج این است که در کتاب های دوره اول تنها در ۳۰ درصد، دوره دوم در ۶۸/۵ درصد و در دوره سوم راهنمایی ۳۹ درصد به مولفه های فرهنگ کار توجه شده است.
۴	سبحانی نژاد و فردانش	۱۳۸۲	به بررسی میزان توجه به مسئولیت های اجتماعی در برنامه درسی دوره ابتدایی پرداخته و نشان می دهد میزان توجه به ابعاد شناختی و عملکردی مسئولیت های اجتماعی به طور ناقص بوده و بیشتر در حد مسئولیت های مدنی، و به بعد عملکردی هم هیچ توجهی نشده است
۵	عریضی و عابدی	۱۳۸۲	این مقاله به بررسی میزان توجه به سازه انگیزه پیشرفت در کتب دبستان می پردازد، نتایج نشان می دهد کتابهای پایه های ۴ و ۵ در حد زیاد و کتابهای پایه های ۱ و ۲ کمتر به سازه انگیزه پیشرفت توجه نموده اند.
۶	هاشمی کوچک	۱۳۸۰	در تحلیل محتوای کتب درسی دبستان و بررسی شیوه های تدریس و نقش والدین در توسعه خلاقیت دانش آموزان، به این نتیجه رسیده که نویسندگان کتب درسی توجه کمی به تقویت خلاقیت در دانش آموزان داشته اند.
۷	مرتضی منطقی	۱۳۸۰	در بررسی پدیده خلاقیت در کتب درسی دبستان به این نتیجه رسیده که کتاب های درسی دبستان از منظر پرورش خلاقیت جایگاه مناسبی ندارد و پایین تر از حد انتظار است.

مجموعه مطالعات داخلی بیانگر آن است که هر پژوهش تنها یک مولفه ی مرتبط با نگرش کارآفرینانه را مورد بررسی قرار داده است و پژوهشی که بر ابعاد مختلف نگرش کارآفرینانه متمرکز باشد، از سوی پژوهشگران شناسایی نشد.

جمع بندی ادبیات تحقیق و ارائه چارچوب مفهومی

پس از مرور ادبیات نگرش کارآفرینانه این موضوع آشکار گردید که مدل نگرش کارآفرینانه رایبسون با توجه به انسجام و مرجعیت در تحقیقات مختلف می تواند به عنوان مبنای چارچوب مفهومی پژوهش در نظر گرفته شود اما از آنجا که بنا به گفته رایبسون (۱۹۹۱)، این مدل نقطه آغازی برای بررسی ابعاد نگرش کارآفرینانه است و فهرست کاملی از مولفه های نگرش کارآفرینانه ارائه نمی دهد و نیز با توجه به ماهیت این پژوهش و تاکید بسیاری از پژوهشگران کارآفرینی بر اهمیت تشخیص و بهره برداری از فرصت توسط کارآفرینان (Timones and Spinly,2007,Lindsay and Jordan,563,2006) این بعد نیز به ابعاد مدل رایبسون اضافه شد. به این ترتیب با توجه به نکات یادشده و نیز بررسی فراوانی ابعاد نگرش کارآفرینانه در پژوهش های مختلف، ۵ بعد اصلی چارچوب مفهومی و مولفه های تشکیل دهنده آن در این تحقیق به شرح زیر تعیین گردید: تشخیص و بهره برداری از فرصت، میل به موفقیت، کنترل شخصی ادراک شده، عزت نفس و خلاقیت و نوآوری. این ابعاد در شکل ۱ با عنوان چارچوب مفهومی پژوهش قابل مشاهده است. جدول ۴ نیز نمایی از چارچوب مفهومی و تعاریف ابعاد مختلف نگرش و نگرش کارآفرینانه را نشان می دهد.

شکل ۱: چارچوب مفهومی تحقیق



جدول ۴، نمایی از چارچوب مفهومی و تعاریف اجزای آن

بعد رفتاری	بعد عاطفی	بعد شناختی	
آمادگی و گرایش به اقدام عملی در خصوص نگرش است که بعد عملکردی و رفتاری نگرش را پدید می آورد (بلوم، ۱۹۹۹).	بیانگر هیجانات در خصوص نگرش است و عبارت دیگر احساس منفی یا مثبتی است که بهنگام اندیشیدن و یا تصور کردن متعلق نگرش در شخص پدیدار می شود (آیزن، ۱۹۹۵).	مبین هر نوع نظر، شناخت و باور نسبت به موضوع نگرش و نیز اطلاعات، آگاهی ها و دانستنی ها و حقایق است (آیزن، ۱۹۹۵).	ابعاد نگرش
ابعاد نگرش کارآفرینانه			
رسیدن به نتایج روشن در رابطه با اهداف است. (Robinson, 1991, 19)؛ همچنین انگیزه موفقیت، تمایل فرد به کسب هدف بر اساس مجموعه ای از استانداردها و ارزیابی عملکرد با توجه به عالی ترین معیارها است (Massen, 1991, Di kines and Foil, 2003, 110).			میل به موفقیت
درک فرد از کنترل و تاثیرگذاری وی بر کارش است (Robinson, 1991, 19).			کنترل شخصی ادراک شده
نمایانگر اعتماد به نفس و ادراک فرد از شایستگی هایش در رویارویی با کارهایش است (Robinson, 1991, 19). باور فرد نسبت به توانایی هایش برای انجام کار است (Baundora, 1997, 34).			عزت نفس ادراک شده
ادراک و رفتار بر اساس راه های جدید و بی همتا (Robinson, 1991, 19). از حساسیت به مسائل، کمبودها، مشکلات 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 در نهایت نتیجه‌گیری است (Torrence, 1980, 213).			خلاقیت و نوآوری
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 است (Ardichvil, 2003, 89).			تشخیص و بهره برداری از فرصت

۲- روش‌شناسی تحقیق

سوالات پژوهش با توجه به مدل مفهومی برگزیده به قرار زیرند:
سوال اصلی: در کتاب‌های فارسی دوره دبستان تا چه اندازه به نگرش کارآفرینانه توجه شده است؟

سوالات فرعی تحقیق:

در کتابهای فارسی دوره دبستان تا چه اندازه به بعد شناختی نگرش کارآفرینانه توجه شده است؟
در کتابهای فارسی دوره دبستان تا چه اندازه به بعد عاطفی نگرش کارآفرینانه توجه شده است؟
در کتابهای فارسی دوره دبستان تا چه اندازه به بعد رفتاری نگرش کارآفرینانه توجه شده است؟

در این پژوهش در راستای پاسخگویی به سوالات فوق، محتوای کتاب‌های فارسی دوره ابتدایی اعم از بخوانیم و بنویسیم سال تحصیلی ۸۹-۸۸ به لحاظ توجه به نگرش کارآفرینانه با استفاده از جدول تحلیل محتوا، مورد بررسی و تحلیل محتوا قرار گرفت. در این تحلیل برای دستیابی به نتایج قابل استفاده تر، کل کتاب‌ها بررسی شده و نمونه‌گیری انجام نشد.

با توجه به ابعاد متغیرهای تحقیق (جدول ۵)، ماهیت کتاب‌های درسی و سابقه تحقیقات مشابه، و همچنین با عنایت به متون کتب فارسی، واحدهای زمینه در قالب واحدهای کلیدی زیر انتخاب شدند: متن نوشتاری، تصاویر و پرسش‌ها. متون، بر اساس مقوله‌ها، با واحد جمله رمزگذاری و شمارش شد و در مورد پرسش‌ها و تصاویر نیز هر پرسش و هر تصویر به منزله یک واحد در نظر گرفته شده، مورد تحلیل قرار گرفت. البته به منظور تحلیل عمیق تر، رمزگذاری در دو سطح انجام شد و علاوه بر روشی که عنوان شد، هر درس نیز با توجه به موضوع کلی آن و بر اساس مقوله‌ها تحلیل شد.

برای تأیید روایی ابزار پژوهش، پس از استخراج مدل و مولفه‌های نگرش کارآفرینانه، ابزار در اختیار جمعی از خبرگان امر قرار گرفت. برای محاسبه پایایی هم کدگذاری مجدداً تکرار شده و ضریب پای اسکات محاسبه شد که این ضریب برابر با رقم قابل قبول ۸۷ درصد به دست آمد. تحلیل نتایج هم با بهره‌گیری از فراوانی، درصد و هم چنین جداول توصیفی انجام گرفت.

جدول ۵- ابعاد نگرش کارآفرینانه در برابر مولفه ها و شاخص های هر بعد

مولفه های نگرش کارآفرینانه	میل به موفقیت	کنترل شخصی ادراک شده	خلاقیت و نوآوری	عزت نفس	تشخیص و بهره برداری از فرصت ها
۱- توجه به نتایج برای ارزیابی موفقیت کار (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱- خلق فرصت ها توسط خود فرد (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱- میل به کار با افراد خلاق و نوآور (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱- اعتماد به ۱- اطمینان به قضاوت های شخصی (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱- هوشیاری (کرزنر، ۱۹۷۳)	۱- احساس یا درک نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
۲- صرف زمان برای عملکرد بهتر (رایبسون، ۱۹۹۱)	۲- تمایل به رییس بودن (رایبسون، ۱۹۹۱)	۲- انجام کارها از راه های غیر معمول (رایبسون، ۱۹۹۱)	۲- توانایی های خود (رایبسون، ۱۹۹۱)	۲- تشخیص یا کشف یک تناسب بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)	۲- اعتقاد داشتن به کار و توانایی های خود (رایبسون، ۱۹۹۱)
۳- تحلیل نقاط ضعف (رایبسون، ۱۹۹۱)	۳- میل به استقلال (رایبسون، ۱۹۹۱)	۳- استفاده از مفاهیم قدیم برای کاربرد جدید (ترکیب های جدید) (رایبسون، ۱۹۹۱)	۳- سازگاری با شرایط در موقعیت های سخت (رایبسون، ۱۹۹۱)	۳- تولید ارزش (بارون و شین، ۲۰۰۵)	۳- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
۴- استفاده از فرصت ها حتی به قیمت از دست دادن آسایش فرد (رایبسون، ۱۹۹۱)	۴- توانایی انجام کار بدون تحت تاثیر قرار گرفتن از عوامل محیطی (رایبسون، ۱۹۹۱)	۴- عدم تمایل به تحت کنترل قرار گرفتن و محدود شدن در چارچوبها (رایبسون، ۱۹۹۱)	۴- سازگاری با شرایط در موقعیت های سخت (رایبسون، ۱۹۹۱)	۴- حل مشکلات شخصی (رایبسون، ۱۹۹۱)	۴- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
۵- انجام هر تلاش ممکن برای موفقیت در کار (رایبسون، ۱۹۹۱)	۵- مسئولیت پذیری (رایبسون، ۱۹۹۱)	۵- تلاش و تمایل برای ایجاد تغییر (رایبسون، ۱۹۹۱)	۵- تمایل به کار با افراد با اعتماد به نفس (رایبسون، ۱۹۹۱)	۵- سودآوری (بارینگر و ایرلند، ۲۰۰۶)	۵- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
۶- برنامه ریزی برای آینده در جهت کسب موفقیت (رایبسون، ۱۹۹۱)	۶- نسبت دادن موفقیت ها به خود فرد (رایبسون، ۱۹۹۱)	۶- پردازش ایده های مختلف (رایبسون، ۱۹۹۱)	۶- اعتماد به نفس (رایبسون، ۱۹۹۱)	۶- تولید ارزش (بارون و شین، ۲۰۰۵)	۶- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
۷- تلاش موثر برای استفاده بهینه از منابع (رایبسون، ۱۹۹۱)	۷- ایفای نقش فعال در کارها (رایبسون، ۱۹۹۱)	۷- عدم تمایل به انجام کارهای روتین (رایبسون، ۱۹۹۱)	۷- اعتماد به نفس (رایبسون، ۱۹۹۱)	۷- سودآوری (بارینگر و ایرلند، ۲۰۰۶)	۷- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
۸- انجام بهینه کارها (رایبسون، ۱۹۹۱)	۸- توانایی کار با دیگران (رایبسون، ۱۹۹۱)	۸- ایجاد فرصت های جدید (رایبسون، ۱۹۹۱)	۸- اعتماد به نفس (رایبسون، ۱۹۹۱)	۸- تولید ارزش (بارون و شین، ۲۰۰۵)	۸- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
۹- انجام بهترین و برترین کارها (رایبسون، ۱۹۹۱)	۹- توانایی تحت کنترل درآوردن محیط و شرایط (رایبسون، ۱۹۹۱)	۹- پردازش ایده های مختلف (رایبسون، ۱۹۹۱)	۹- اعتماد به نفس (رایبسون، ۱۹۹۱)	۹- تولید ارزش (بارون و شین، ۲۰۰۵)	۹- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
۱۰- استفاده مناسب و عاقلانه از زمان و عدم هدر دادن وقت (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱۰- اعتقاد به قابل شناسایی بودن کار هر فرد در یک مجموعه (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱۰- ایجاد فرصت های جدید (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱۰- اعتماد به نفس (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱۰- تولید ارزش (بارون و شین، ۲۰۰۵)	۱۰- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
		۱۱- عدم تمایل به پیروی از رویه های از پیش تدوین شده (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱۱- اعتماد به نفس (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱۱- تولید ارزش (بارون و شین، ۲۰۰۵)	۱۱- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)
		۱۲- ارائه راه حل های جدید برای مسایل (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱۲- اعتماد به نفس (رایبسون، ۱۹۹۱)	۱۲- تولید ارزش (بارون و شین، ۲۰۰۵)	۱۲- تناسبات بین نیازها (آردیچویل و همکارانش، ۲۰۰۳)

۴- یافته‌ها: در این بخش سوالات پژوهش با استفاده از یافته‌های حاصل از تحلیل محتوا بررسی و پاسخ داده می‌شود. نتایج کتابهای بخوانیم و بنویسیم نیز جداگانه ارائه میشود زیرا این دو کتاب از لحاظ ماهیت با هم متفاوتند، کتب بنویسیم جنبه عملی و تمرین و کتب بخوانیم جنبه نظری دارند. نتایج تحلیل کتاب های بخوانیم ۵ پایه در جدول ۶ ارائه شده است:

جدول ۶- نتایج تحلیل محتوای کتب بخوانیم

مجموع	تشخیص فرصت	عزت نفس	خلاقیت و نوآوری	میل به موفقیت	کنترل شخصی ادراک شده	مولفه واحد تحلیل
۷۴۹	۲۹	۱۲۷	۱۸۷	۲۷۳	۱۳۳	متن
۷۹۶	۱۱	۶۵	۵۶۱	۱۰۳	۵۶	پرسش
۱۱۷	۱	۳	۹۸	۷	۸	تصویر
۱۶۶۲	۴۱	۱۹۵	۸۴۶	۳۸۳	۱۹۷	مجموع
درصد ۱۰۰	درصد ۲,۴۷	درصد ۱۱,۷۳	درصد ۵۰,۹۰	درصد ۲۳,۰۴	درصد ۱۱,۸۵	درصد
۳۶	۲	۷	۱۲	۹	۶	موضوع کلی
درصد ۱۰۰	درصد ۵,۵۰	درصد ۱۸,۳۵	درصد ۳۳,۹۴	درصد ۲۴,۷۷	درصد ۱۷,۴۳	درصد

از جدول ۶ چنین بر می آید که در مجموع ۵ کتاب بخوانیم، ۶۷۰۱ واحد تحلیل شده که از این واحدها، ۴۳۹۶ واحد متن، ۱۶۰۵ پرسش و ۷۰۰ تصویر مورد بررسی قرار گرفته است. در تحلیل مشخص شد که ۷۴۹ بار در متن، ۷۹۶ مرتبه در پرسش‌ها و ۱۱۷ بار در تصاویر به نگرش کارآفرینانه توجه شده است. در مجموع از میان ۱۶۴ واحد موضوعی نیز ۳۶ موضوع به یکی از مولفه‌های نگرش کارآفرینانه اختصاص یافته است. همانطور که مشاهده می‌شود بیشترین توجه به مولفه‌های نگرش کارآفرینانه در واحدهای تحلیل محتوا مربوط به پرسش‌ها و به میزان ۴۹,۶ درصد است. کتاب‌های فارسی بنویسیم ۵ پایه ابتدایی نیز تحلیل شد که نتایج آن در جدول ۷ مشاهده می‌گردد:

جدول ۷- نتایج تحلیل محتوای کتب فارسی بنویسیم مقطع ابتدایی

مجموع	تشخیص فرصت	عزت نفس	خلاقیت و نوآوری	میل به موفقیت	کنترل شخصی ادراک شده	مولفه واحد تحلیل
۸۵۵	۷	۱۲	۷۵۶	۵۱	۲۹	پرسش
درصد ۵۴,۹	درصد ۰,۸۲	درصد ۱,۴۰	درصد ۸۸,۴۲	درصد ۵,۹۶	درصد ۳,۳۹	درصد

در مجموع تحلیل ۵ کتاب بنویسیم، ۱۵۵۸ پرسش مورد تحلیل قرار گرفت که همان گونه که در جدول ۷ نشان داده شده، ۸۵۵ مورد از آن حاوی یکی از مولفه‌های نگرش کارآفرینانه بوده است که ۵۴,۹ درصد از

کل واحدها را تشکیل می دهد. از بین مولفه های نگرش کارآفرینانه، خلاقیت و نوآوری بیشترین فراوانی و درصد را با ۷۵۶ فراوانی و ۸۸,۴۲ درصد از بین مولفه های نگرش کارآفرینانه داراست. همچنین تشخیص فرصت کمترین فراوانی و درصد را با ۷ فراوانی و ۸۲,۰ درصد دارا می باشد. نتایج تحلیل تفکیکی ۵ کتاب فارسی بخوانیم نیز در جدول ۸، به نمایش درآمده است:

جدول ۸- فراوانی مولفه های نگرش کارآفرینانه به تفکیک پایه ها در کتب بخوانیم

مولفه پایه	کنترل شخصی ادراک شده	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	۱۵	۲۱	۷۳	۱۷	۲	۱۲۸	۶۴۷	۱۹,۷۸ درصد
دوم	۵۰	۷۵	۱۸۲	۳۳	۱۰	۳۵۰	۱۴۲۲	۲۴,۶۱ درصد
سوم	۴۱	۱۰۲	۲۶۱	۵۱	۹	۴۶۴	۱۶۰۰	۲۹,۰۰ درصد
چهارم	۴۷	۸۰	۱۹۹	۴۸	۱۰	۳۸۴	۱۶۳۰	۲۳,۵۶ درصد
پنجم	۴۴	۱۰۵	۱۳۱	۴۶	۱۰	۳۳۶	۱۴۰۲	۲۳,۹۷ درصد

از داده های جدول ۸، چنین برمی آید که کتاب کلاس سوم با ۴۶۴ فراوانی و ۲۹ درصد، دارای بیشترین فراوانی از منظر مولفه های نگرش کارآفرینانه و کتاب کلاس اول با ۱۲۸ فراوانی و ۱۹,۷۸ درصد کمترین فراوانی را دارا می باشند. لازم به ذکر است که در این جدول فراوانی های متن، پرسش و تصویر با هم جمع شده است و درصد موجود حاصل تقسیم فراوانی هر مولفه به کل واحدهای تحلیل شده در ۵ کتاب است. در جدول ۹، فراوانی و درصد فراوانی مولفه های نگرش کارآفرینانه کتب بنویسیم به تفکیک پایه تحصیلی آورده شده است:

جدول ۹- فراوانی مولفه های نگرش کارآفرینانه در کتب بنویسیم به تفکیک پایه تحصیلی

مولفه 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 درصد
دوم	۹	۷	۲۰۷	۵	۰	۲۲۸	۴۶۹	۱۳,۲۹ درصد
سوم	۱۵	۱۶	۲۱۲	۵	۶	۲۵۴	۳۵۹	۱۳,۶۱ درصد
چهارم	۴	۶	۱۳۲	۰	۱	۱۴۳	۱۹۳	۸,۴۷ درصد
پنجم	۱	۱۲	۱۱۴	۲	۰	۱۲۹	۱۶۲	۷,۳۲ درصد

همان طور که از جدول ۹ دریافت میشود، کتاب بنویسیم پایه سوم ابتدایی در بین کتب سایر پایه ها دارای بیشترین فراوانی، و کمترین فراوانی مربوط به کتاب سال اول ابتدایی است. نتایج تحلیل محتوای کتابهای بخوانیم از منظر ابعاد نگرش کارآفرینانه در جدول ۱۰ ارائه شده است:

جدول ۱۰- نتایج تحلیل محتوای کتب بخوانیم از منظر ابعاد نگرش کارآفرینانه

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

از جدول ۱۰، چنین بر می آید که توجه به نگرش کارآفرینانه از بعد عاطفی بیشتر مورد توجه بوده است. بعد شناختی نگرش دارای فراوانی ۷۷ و درصد فراوانی ۶۳,۴ درصد می باشد که رضایت بخش به نظر نمی رسد. بعد رفتاری هم با ۷۱۰ مورد فراوانی و ۳۳,۸ درصد درصد فراوانی در کتب یادشده مورد توجه کافی واقع نشده است. واحدهای موضوعی نیز در چارچوب مولفه ها و با توجه به ابعاد نگرشی تحلیل شد که در این بخش نیز بیشترین درصد و فراوانی مربوط به بعد عاطفی می باشد. در جدول ۱۱ تحلیل کتب بنویسیم از منظر نگرش کارآفرینانه و با توجه به ابعاد نگرشی ارائه شده است.

جدول ۱۱- تحلیل کتب بنویسیم از منظر ابعاد نگرش کارآفرینانه

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

از جدول ۱۱ دریافت می شود که در کتب بنویسیم توجه به نگرش کارآفرینانه از بعد رفتاری بیشتر مورد توجه بوده است چراکه فراوانی و درصد فراوانی آن به ترتیب ۷۸۰ و ۹۱,۲۳ درصد می باشد که از سایر ابعاد نگرشی مقدار بالاتری دارد.

۵- بحث و نتیجه گیری

درصد کلی واحدهای حاوی نگرش کارآفرینانه به کل واحد ها در کتب بخوانیم ۲۵ درصد است. از این رو می توان انتظار داشت که به نگرش کارآفرینانه در کتب درسی فارسی بخوانیم توجه بیشتری لحاظ شود. در کتب بنویسیم هم این رقم ۵۵ درصد است که راضی کننده تر به نظر می رسد، البته با توجه به این که درصد زیادی از این توجه معطوف به خلاقیت و نوآوری است و توجه به سایر مولفه های نگرش کارآفرینی در سطح مطلوبی نیست (خلاقیت و نوآوری ۴۸/۵ درصد، کنترل ادراک شخصی: ۱/۹ درصد، میل به موفقیت ۳/۳ درصد، عزت نفس ۰/۸ درصد و تشخیص فرصت ۰/۴ درصد) به نظر می رسد که توجه بیشتر به سایر مولفه ها، مطلوب و مفید باشد.

نتایج تحلیل محتوا نشان می دهد که توجه به نگرش کارآفرینانه از سال اول به سال سوم روند صعودی دارد که این مطلوب است ولی از سال سوم تا پنجم این روند نزولی شده است که برای این روند، رشد افزایشی مطلوبتر به نظر می رسد.

با توجه به تحلیل کتب بخوانیم و درصد ابعاد نگرشی در متن، پرسش و تصویر (شناختی ۵ درصد، عاطفی ۵۳ درصد و رفتاری ۴۳ درصد) درصد ابعاد عاطفی و رفتاری نسبت به شناختی، بالاتر است. در مورد موضوعات درسی نیز همین مطلب مصداق دارد و درصد بعد عاطفی بیشتر از بعد شناختی است (شناختی ۸ درصد، عاطفی ۸۵ درصد و رفتاری ۸ درصد). در کتب بنویسیم هم بعد رفتاری از بقیه پرننگتر است (شناختی ۰/۳۵ درصد، عاطفی ۸ درصد و رفتاری ۹۱ درصد) که با توجه به ماهیت عملی کتاب بنویسیم، قابل انتظار است.

پرداختن به مولفه های نگرش کارآفرینانه به طور متعادل نیست و توزیع نامناسبی دارد به عنوان مثال در همه کتاب ها خلاقیت و نوآوری از درصد نسبتاً خوبی برخوردار بوده ولی سایر مولفه ها درصد پائینی دارند.

هر مولفه نگرش کارآفرینی در تحلیل موضوعی دارای حداقل فراوانی ۱ بوده و با توجه به این که تعداد واحدهای موضوعی کتاب محدود است می توان نتیجه گرفت که توجه به مولفه های کارآفرینانه در موضوع های مختلف کتاب وضعیت غیرقابل قبولی ندارد.

تحلیل محتوای تصاویر برخوردار از نگرش کارآفرینانه با ۱/۷۵ درصد از کل تصاویر بیانگر آن است که تصاویر کتب فارسی دبستان از این دیدگاه نیازمند بازنگری اساسی است.

توجه به نگرش کارآفرینانه در کتب بخوانیم در متن نسبت به کل جملات کتاب ۱۱/۲ درصد و در مورد پرسش ها ۱۱/۹ درصد است که نشان می دهد پرسش ها متناسب با متن کتاب طراحی شده ولی هر دو نیازمند توجه بیشتر به این مقوله می باشند.

با توجه به نتایج تحلیل محتوای کتب درسی گذشته و مقایسه نسبی آن با پژوهش اخیر (با ملاحظه جامعیت و جدید بودن موضوع این پژوهش در پرداختن به مقوله کارآفرینی) و با در نظر گرفتن این مهم که هر یک از تحقیقات گذشته (از جمله هاشمی کوچک، ۱۳۸۰ و منطقی، ۱۳۸۰ که تنها به بررسی میزان توجه به پرورش خلاقیت در کتب فارسی دبستان پرداخته اند) فقط یک مولفه از مولفه های این پژوهش را مورد توجه قرار داده اند؛ به این نتیجه می رسیم که دو پژوهش یادشده به دلیل توجه صرف به یک بعد، بدون مقایسه بعد خلاقیت با سایر ابعاد مورد بررسی در کتب فارسی دبستان، میزان توجه به آن را کمتر از حد انتظار دانسته اند. در حالی که یافته های این تحقیق در مقام مقایسه میزان توجه به ابعاد مختلف نگرش کارآفرینانه، مویذ آن است که در کتب فارسی دبستان، عامل خلاقیت بیش از سایر ابعاد نگرش کارآفرینانه مورد توجه قرار گرفته است. اگرچه در نهایت تحقیق حاضر نیز مانند دو تحقیق یادشده، بر ضرورت بازنگری کتابهای مورد بررسی از دیدگاه ابعاد مورد نظر تاکید کرده است. ناگفته نماند ویرایش جدید کتب در ابتدای دهه ۸۰، با نسخ دهه ۷۰ و قبل از آن متفاوت و زمینه ساز مناسبی برای پرداختن به برخی مسائل 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 مولفههای نگرش کارآفرینانه در کتاب ایجاد کند. در نهایت با توجه به یافته های فوق پیشنهاد می شود بازنگری کتب در راستای توجه بیشتر به مولفه های نگرش کارآفرینانه مورد توجه مسئولان 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، نی پال (۱۳۸۱). استعداد و مهارت های خلاقیت و راه های آزمون و پرورش آن (قاسم زاده، حسن، مترجم). تهران: نشر دنیای نو (نشر اصلی ۱۹۸۰).
۳. سبحانی نژاد، مهدی، فردانش، هاشم (۱۳۷۹). مسئولیت پذیری 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 کتاب های درسی دوره راهنمایی کشور. دوماهنامه علمی-پژوهشی دانشور رفتار، ۱۵، ۱-۲۰.
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 ارایه الگویی برای آموزش خلاق آنان. پایان نامه دکتری، دانشگاه تهران، تهران.
۹. هولستی، ال. ار. (۱۳۷۳) تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی (سالارزاده امیری، نادر، مترجم). تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۰. یارعلی، جواد، شواخی، علیرضا، عریضی، فروغ (۱۳۸۵). بررسی مهارتهای ارتباطی در کتب درسی تعلیمات اجتماعی دوره راهنماییتحصیلی. فصلنامه تعلیم و تربیت، ۱۹۱، ۹۳-۲۲۱.
۱۱. نوربان، محمد (۱۳۸۶). تحلیل محتوای کتب فارسی سال اول دبستان در ایران. فصلنامه روان شناسان ایرانی، ۱۲، ۳۵۷-۳۶۶.
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, Wendy, Lindsay, Noel, Jordaan, Anton (2007). Investigating the Values- Entrepreneurial Attitude- Opportunity Recognition Relationship in Nascent Entrepreneurs. *Regional Frontiers of Entrepreneurship Research*, 562-568.
22. Lindsay, Noel J. (2005). Toward A Cultural Model of Indigenous Entrepreneurial Attitude. *Academy of Marketing Science Review*, 5, 1-17.
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. Shanani, 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. لفة ایدام کتاب النصوص. لفة الظلال فاعدية لأفكارك.