

## «نگرش سازی»، راهبردی نوین در تربیت اخلاقی

کسب سمیه السادات موسوی / دانشجوی دکتری اخلاق اسلامی دانشگاه معارف اسلامی قم

smhosna110@gmail.com

 orcid.org/0000-0003-1621-7282

mazarbayejani110@yahoo.com

مسعود آذربایجانی / استاد گروه روان شناسی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

javabekhoob@yahoo.com

محمدجواد فلاح / دانشیار اخلاق اسلامی دانشگاه معارف اسلامی قم

mnowzari@rihu.ac.ir

محمود نوذری / دانشیار علوم تربیتی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۰۸ - پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۰۲

### چکیده

«نگرش» در اصطلاح روان شناسی، نظامی هماهنگ و بادوام از افکار، احساسات و آمادگی های رفتاری فرد درباره یک موضوع است که به صورت اکتسابی ایجاد می شود و اغلب دارای ثبات و دوام بالایی است. می توان از این ظرفیت انسانی در حوزه تربیت اخلاقی بهره جست و آن را در قالب یک راهبرد تربیتی به کار گرفت؛ به این صورت که مربی با مداخله آگاهانه و توأمان برای ارائه اطلاعات، برانگیختن انگیزه، و آموزش مهارت های رفتاری لازم درخصوص موضوعات اخلاقی، «نگرش سازی» کند. با توجه به ناپایداری اغلب آموزه های اخلاقی در راهبردهای تربیتی موجود، پژوهش حاضر در نظر دارد با روش توصیفی - تحلیلی و رویکرد برون دینی، نگرش سازی را به عنوان راهبرد نوین تربیتی در حوزه اخلاق معرفی کند. یافته ها نشان می دهند که این راهبرد به دلیل سهولت در فراهم سازی شرایط، جامعیت داشتن، و ماندگاری آموزه ها، بر سایر راهبردهای تربیت اخلاقی برتری دارد و می توان با تعیین مبنای، اهداف، اصول و روش ها، آن را در قالب یک الگوی تربیت اخلاقی ارائه کرد.

کلیدواژه ها: نگرش، ارکان نگرش، نگرش سازی، راهبرد تربیتی، تربیت اخلاقی.

یکی از دغدغه‌هایی که پیوسته جوامع، خانواده‌ها و متولیان امور آموزشی و تربیتی را به خود مشغول داشته، نهادینه‌سازی آموزه‌های اخلاقی است. این دغدغه‌مندی از آنجا ناشی می‌شود که در بسیاری از مواقع، با وجود برنامه‌ریزی‌های متنوع و گسترده برای تربیت اخلاقی، باز هم میان دانسته‌های اخلاقی متریبان و عمل اخلاقی آنها فاصله زیادی وجود دارد. به عبارتی، آموزش‌های اخلاقی عموماً در سطح آگاهی و دانش باقی می‌مانند؛ بدون آنکه درونی‌سازی شوند و در منش و رفتار متریبان تبلور یابند. شاهد این ادعا تحقیقاتی است که در زمینه آسیب‌شناسی تربیت اخلاقی در مدارس کشورمان صورت گرفته است و نشان می‌دهد که به‌رغم تلاش نظام آموزشی کشور و خانواده‌ها در جهت آموزش ارزش‌های اخلاقی به دانش‌آموزان، تعداد قابل توجهی از جوانان و نوجوانان جامعه ما، با اینکه ارزش‌های اخلاقی‌ای مانند انصاف، وفاداری، امانت‌داری و صداقت را قبول دارند، در بسیاری موارد، رفتارهایی برخلاف آنها انجام می‌دهند (ر.ک: توسلی و طالبی، ۱۳۸۳).

اینکه افراد بعد از آگاهی از ارزش‌های اخلاقی همچنان برخلاف آن ارزش‌ها عمل می‌کنند، نشان از خلأی در روند تربیت اخلاقی دارد. این خلأ می‌تواند در جهات مختلفی همچون نوع محتوا، شرایط محیطی یا حتی ویژگی‌های مربی باشد؛ اما ردپای اصلی آن را باید در فرایند نهادینه‌سازی آموزه‌ها جست‌وجو کرد. نهادینه‌سازی زمانی اتفاق می‌افتد که در امر تربیت، همه ابعاد وجودی مرتبی درگیر مسئله شود؛ به طوری که درباره همه چیز اخلاقی بیندیشد؛ اخلاقی احساس کند و اخلاقی رفتار نماید. در چنین شرایطی می‌توان گفت که اخلاق در وجود مرتبی نهادینه شده است. رسیدن به این مطلوب نیازمند به‌کارگیری راهبردی مؤثر در تربیت اخلاقی است که در برنامه‌های تربیتی موجود جای خالی آن احساس می‌شود.

مقاله پیش‌رو تلاش کرده است با توجه به خلأها و مشکلات پیش‌گفته، این مسئله را که به‌لحاظ تبارشناسی مربوط به حوزه تربیت اخلاقی است، با کمک علم روان‌شناسی و به‌صورت بین‌رشته‌ای حل کند. از این‌رو در پاسخ به این سؤال اصلی که «چه راهبردی در حوزه تربیت اخلاقی می‌توان به‌کار بست که خلأ راهبردهای دیگر را درخصوص عدم ماندگاری آموزه‌ها نداشته باشد»، به اخذ اطلاعات لازم از دانش‌های روان‌شناسی، تربیت و اخلاق پرداخته و راهبرد نوینی در عرصه تربیت اخلاقی به‌نام «نگرش‌سازی» معرفی کرده است.

«نگرش» در اصطلاح خاص روان‌شناسی، یک روش نسبتاً ثابت در فکر، احساس و رفتار نسبت به افراد، گروه‌ها و موضوع‌های اجتماعی وسیع‌تر و هرگونه حادثه‌ای در محیط فرد است (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۷، ص ۱۳۶). انسان‌ها در طول زندگی نگرش‌های زیادی از محیط دریافت می‌کنند که تعیین‌کننده نحوه تعامل آنها با مسائل مختلف در ادامه زندگی است. با توجه به این ظرفیت انسان‌شناختی، راهبرد نگرش‌سازی، به‌عنوان یک راهبرد تربیتی، در نظر دارد با مداخله آگاهانه در فرایند شکل‌گیری نگرش، همه ابعاد وجودی مرتبی را درخصوص فضایل اخلاقی به‌صورت توأمان درگیر کند و جهت فکر، احساس و عمل وی را در سمت مطلوب قرار دهد. بنابراین انتظار

می‌رود که این راهبرد نتایج پایداری برای متربی در مورد فضایل و رذایل آموزش داده‌شده ایجاد کند. مراد از پایدار بودن نتایج در نگرش‌سازی آن است که پس از تبدیل شدن فضیلت موردنظر به نگرش، متربی از روی میل و اختیار و بدون نیاز به نظارت مربی و حتی در شرایط سخت، رفتار اخلاقی مناسب با آن فضیلت را از خود بروز دهد.

لازم به ذکر است که راهبرد نگرش‌سازی جزء آن دسته راهبردهای تربیتی است که بر پایه یک ظرفیت تکوینی انسانی به‌نام «نگرش» طراحی شده است؛ از این‌رو محدود به یک نژاد، دین و طبقه اجتماعی نیست و برای همه انسان‌ها با سنین و ادیان و ملیت‌های مختلف قابل به‌کارگیری است. هرچند می‌توان این راهبرد را متناسب با فرهنگ دینی و قومیتی هر جامعه بومی‌سازی کرد، اما این مقاله از آنجاکه در گام نخست به‌دنبال معرفی و تبیین ماهیت و چیستی نگرش‌سازی به‌عنوان یک راهبرد نوین تربیتی و قابل استفاده برای عموم انسان‌هاست، با رویکرد برون‌دینی به مسئله می‌پردازد.

مراد از تربیت اخلاقی در این پژوهش، چگونگی به‌کارگیری و پرورش استعدادها و قوای درونی برای توسعه و تثبیت صفات و رفتارهای پسندیده اخلاقی و نیل به فضایل عالی اخلاقی و دوری از رذیلت‌ها و نابود کردن آنهاست. به‌عبارتی، «تربیت اخلاقی فرایند زمینه‌سازی و به‌کارگیری روش‌هایی جهت شکوفاسازی، تقویت و ایجاد صفات، رفتارها و آداب اخلاقی و اصلاح و از بین بردن صفات، رفتارها و آداب غیراخلاقی در خود انسان یا دیگری است» (همت‌بناری، ۱۳۷۹، ص ۱۷۸). بنابراین در تربیت اخلاقی، رویکرد اصلی متوجه پرورش استعدادها و فضیلت‌های اخلاقی و رسیدن به کمالات اخلاقی است. پژوهش حاضر در نظر دارد که نگرش‌سازی را به‌عنوان راهبردی کارا و اثربخش در فرایند تربیت اخلاقی معرفی کند.

واژه Attitude یا «نگرش»، قبل از تبدیل شدن به یک مفهوم در حوزه علوم اجتماعی، در نقاشی و به‌ویژه در مجسمه‌سازی برای توصیف حالت بدنی و ژست افراد استفاده می‌شد. می‌توان گفت که این واژه به‌دلیل اشاره به آنچه درون انسان قرار دارد و به‌راحتی قابل مشاهده نیست، برای دانشمندان علوم اجتماعی جذاب شد؛ اما به‌طور خاص، ورود واژه «نگرش» به فرهنگ لغات علوم اجتماعی و رفتاری، در اوایل قرن بیستم اتفاق افتاد. در تبارشناسی مفهوم نگرش، وحدت نظر گسترده‌ای وجود دارد که کتاب *دهقان لهستانی در اروپا و آمریکا* (۱۹۱۸)، اثر *ویلیام توماس* (۱۹۴۷-۱۸۶۳ م) و *فلورین زانیک* (۱۸۸۲-۱۹۸۵ م)، زادگاه مفهوم روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و اجتماعی نگرش بود.

با وجود این، «نگرش» عملاً زمانی وارد صحنه اصلی شد که *تورستون*، روان‌شناس تیزهوش آماری، از توانایی اندازه‌گیری خود برای نگرش نیز استفاده کرد. در سال ۱۹۲۸ م وی بیانیه‌ای با عنوان «نگرش‌ها را می‌توان اندازه گرفت» منتشر کرد و زمینه را برای تبیین این مفهوم، که تا آن زمان بسیار مبهم بود، هموار ساخت. با راه‌حل پیشنهادی وی، مفهوم «نگرش» به یک تجزیه و تحلیل قابل اندازه‌گیری تجربی تبدیل شد و در مسیر عملیاتی شدن قرار گرفت.

رویکرد محققان در دهه‌های بعدی، جذابیت این پیشنهاد را ثابت کرد؛ چراکه به‌طور خاص در روان‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی، اندازه‌گیری نگرش‌ها، شکل‌گیری و تغییر نگرش‌ها، و بررسی همبستگی بین نگرش‌ها و رفتارها هنوز هم وجود دارد (رک: فلیک، ۲۰۱۵، ص ۱۷۵-۱۷۷)؛ از جمله ریچارد پتی، کریستین ویلر و زاکاری نرملالا (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «متقاعدسازی و تغییر نگرش»، به بررسی نگرش از جهات مختلف پرداختند و در مقاله خود مباحثی همچون مبانی نگرش، ذخیره‌سازی نگرش، قدرت نگرش، اندازه‌گیری نگرش و نگرش ضمنی در برابر نگرش صریح را مطرح کردند. همچنین نویسندگان این مقاله درباره نقش متغیرهای مختلف در تغییر نگرش و نیز مقاومت در برابر تغییر نگرش نکاتی بیان داشته‌اند.

اثر دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد، مقاله «فرایندهای تأثیر اجتماعی از طریق تغییر نگرش»، اثر ریچارد پتی و پابلو برینول (۲۰۱۵) است که در جلد اول هندبوک شخصیت و روان‌شناسی اجتماعی انجمن روان‌شناسی آمریکا، با عنوان «نگرش و شناخت اجتماعی» به چاپ رسیده است. در این مقاله که به فرایندهای تأثیر اجتماعی از طریق تغییر نگرش پرداخته شده، روی ویژگی‌های سه مؤلفه مهم در تأثیر، یعنی «منبع»، «گیرنده» و «محتوا»، تمرکز شده است. نویسندگان در پژوهش خود به نقش عواملی همچون «کمبود»، «احساسات» و «اعتبار منبع» در کمک به ماندگاری تغییرات در نگرش‌ها و رفتارهای بعدی پرداخته‌اند.

از میان آثار نگارش‌یافته به زبان فارسی می‌توان به دو کتاب *نگرش و تغییر نگرش* (کریمی، ۱۳۷۹) و *نگرش و ایمان در تربیت دینی* (رزاقی، ۱۳۸۷) اشاره کرد. در این دو کتاب، توصیف خوبی از نگرش و اجزا و ویژگی‌های آن ارائه شده است. از آنجاکه پژوهش حاضر در پی معرفی نگرش‌سازی به‌عنوان راهبردی نوین در تربیت اخلاقی است، آثار یادشده صرفاً بخشی از موضوع را پوشش می‌دهند و تا حدودی زمینه تبیین مباحث موردنظر را فراهم می‌سازند.

تبارشناسی واژه «راهبرد» یا strategy نیز نشان می‌دهد که این واژه ریشه یونانی داشته و ابتدا در حوزه امور نظامی و در مورد فرماندهانی به کار می‌رفته است که ترکیبی از توانایی‌های سیاسی و نظامی داشتند. از آنجاکه «راهبرد» ناظر به رابطه بین ابزار و اهداف است، این اصطلاح فراتر از حوزه نظامی کاربرد گسترده‌ای یافت و در اموری همچون تجارت، تئوری بازی‌ها، مبارزات سیاسی و سایر فعالیت‌ها استفاده می‌شود (کوهن، بی‌تا، مدخل «استراتژی»).

این اصطلاح در حوزه امور تربیتی نیز نفوذ یافته است و کاربرد آن را می‌توان در قالب پژوهش‌های علمی مشاهده کرد. از جمله سجادی (۱۳۷۹) در مقاله «رویکردها و روش‌های تربیت اخلاقی و ارزشی»، ضمن پاسخ‌گویی به برخی ابهامات درخصوص مبانی، اهداف، اصول و روش‌های تربیت اخلاقی، به معرفی اجمالی انواع رویکردها و راهبردهای موجود در میان مکاتب اخلاقی غربی پرداخته است. *عالم‌زاده نوری* (۱۳۸۹) در مقاله «راهبرد تربیت اخلاقی» با معرفی راهبردها در پنج حوزه اخلاق اجتماعی، اخلاق بندگی، اخلاق فردی، اخلاق عمل‌محور و اخلاق

ولایت، به دنبال یافتن راهی برای سامان بخشی به این راهبردهاست. صدری‌فر و موسوی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «راهبردهای تربیتی از دیدگاه قرآن» با گردآوری روش‌های تربیتی به کاررفته در قرآن کریم تلاش کرده‌اند که آنها را ذیل سه راهبرد شناختی، گرایش و رفتاری دسته‌بندی کنند. در این دو پژوهش، هرچند سخن از راهبردهای پنج‌گانه اخلاقی و راهبردهای سه‌گانه تربیتی به میان آمده، اما هریک از راهبردها به صورت مستقل و جدا از راهبردهای دیگر معرفی شده‌اند و برنامه مشخصی برای نحوه تعامل و ارتباط آنها با یکدیگر ارائه نشده است؛ درحالی که نگرش‌سازی راهبردی است که ابعاد سه‌گانه شناختی، عاطفی و رفتاری را توأمان و برنامه‌ریزی شده برای تحقق یک موضوع تربیتی به کار می‌گیرد. به طور کلی با وجود راهبردهای متعددی که در این آثار معرفی شده است، ناپایداری آموزه‌های اخلاقی در اغلب متریبان نشان می‌دهد که این عرصه هنوز نیازمند معرفی راهبردهای جدیدی است تا بتوان به نتایج ماندگاری دست یافت.

## ۱. روش پژوهش

گردآوری اطلاعات در این مقاله به روش کتابخانه‌ای انجام شد و گستره جست‌وجو، کتب و مقالات فارسی، انگلیسی و ترجمه‌های را شامل می‌شد. در این راستا، علاوه بر رصد فیزیکی منابع چاپی، از فضای مجازی و اینترنت برای دسترسی به نشریات علمی داخلی و خارجی استفاده شد. معیار اولیه در گردآوری منابع، ارتباط اجمالی اثر با دو موضوع «نگرش» و «راهبرد تربیت اخلاقی» بود. پس از شناسایی آثار، معیارهای دقیق تری برای گزینش تعیین شد؛ از جمله علمی بودن، معتبر بودن و تا حد امکان، دست اول بودن. در این بازنگری، منابعی که ناظر به تبیین چستی نگرش و راهکارهای تغییر آن بودند، در اولویت قرار گرفتند. داده‌ها به روش توصیفی - تحلیلی ارزیابی شدند و ساختار مقاله براساس ساختار رایج در مقالات علمی - پژوهشی تنظیم شد. بدین ترتیب مقاله دارای دو محور اصلی است: در محور اول به معرفی نگرش و ویژگی‌های آن پرداخته می‌شود و در محور دوم، نگرش‌سازی و چگونگی ارتباط آن با تربیت اخلاقی تبیین می‌گردد.

## ۲. راهبرد تربیت اخلاقی

«راهبرد» (Strategy) در لغت به معنای «برنامه‌ای خاص برای موفقیت در یک فعالیت خاص» (سامرز و همکاران، ۱۹۹۳، ص ۱۳۴۶) آمده و در اصطلاح به معنای «تعیین اهداف اساسی بلندمدت، و اتخاذ مسیرهای اقدام، و تخصیص منابع لازم برای محقق کردن این اهداف» است (چندلر، ۱۹۶۳، ص ۱۳). در این تعریف به سه مؤلفه اصلی اشاره شده است که می‌توانند معیار تشخیص برنامه‌های راهبردی از برنامه‌های غیرراهبردی باشند: مؤلفه اول تعیین اهداف بلندمدت است؛ به این معنا که باید یک هدف مشخص و نهایی برای جهت‌دهی به مجموعه فعالیت‌ها و اهداف کوتاه‌مدت و مختلف تعیین شود؛ مؤلفه دوم اتخاذ مسیرهای اقدام است؛ یعنی در برنامه‌ریزی‌ها تعیین شود که چگونه و با چه روش‌هایی قرار است به اهداف موردنظر دست

یافت؛ مؤلفه سوم نیز تخصیص منابع لازم است؛ به این معنا که تبیین شود چه مقدار هزینه، نیروی انسانی و داشتن چه مهارت‌هایی برای رسیدن به اهداف نیاز است.

با توجه به کاربرد گسترده واژه راهبرد در عرصه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و...، این مفهوم با حفظ جوهره معنایی خود، در هر عرصه تعریف خاصی پیدا می‌کند. بدین ترتیب در حوزه تعلیم و تربیت نیز باید به دنبال معنای ارائه‌شده برای «راهبرد تربیتی» بود. در تعریف راهبرد تربیتی چنین آمده است: «سیاست‌گذاری و برنامه‌های کوتاه‌مدت یا بلندمدت و [تعیین] نوع فعالیت‌های مربی برای شکوفایی و هدایت مربی. راهبردهای تربیتی، در تدوین، بیان و هدف‌دار کردن برنامه‌های تربیتی بسیار مؤثرند. این راهبردها جهت‌گیری اساسی و اصلی برنامه‌های تربیتی انسان را به سمت دریافت‌های معنوی هدایت می‌کنند» (صدری‌فر و موسوی، ۱۳۹۲).

### ۳. نگرش

مهم‌ترین و کلیدی‌ترین واژه در این پژوهش، واژه «نگرش» است. از آنجاکه این واژه دارای معنای اصطلاحی خاص و کاربرد علمی ویژه است و بنیان مباحث بعدی را نیز تشکیل می‌دهد، بایسته است که تبیین دقیق و کاملی از آن صورت گیرد.

#### ۳-۱. تعریف نگرش

یکی از روش‌های دستیابی به تعریف اصطلاحات کلیدی در یک علم، رجوع به تعاریف ارائه‌شده توسط صاحب‌نظران آن علم است؛ اما بیشتر تعاریف «نگرش» که از جانب روان‌شناسان اجتماعی و نگرش‌پژوهان ارائه شده است، صرفاً منعکس‌کننده ویژگی‌های نگرش نیستند و گاهی این افراد نظریه‌های خود را درباره «نگرش» در این تعاریف گنجانده‌اند (ر.ک: آیزر، ۱۹۹۰، ص ۱۱). اهل منطق معتقدند راه دستیابی به تعریف حقیقی آن است که تعریف ارائه‌شده ناظر به ویژگی‌های ماهوی یک مفهوم باشد تا از طریق این ویژگی‌ها ماهیت آن مشخص شود (مظفر، ۱۳۷۹، ص ۱۱۲). بنابراین ما نیز برای رسیدن به تعریف حقیقی نگرش که فارغ از فرضیات و احتمالات باشد، برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های ماهوی نگرش را بیان می‌کنیم تا در نهایت به تعریف موردنظر دست یابیم.

#### ۳-۱-۱. ویژگی‌های نگرش

هر نگرش ویژگی‌های منحصر به خود را دارد و با وجود نگرش‌های متعددی که در انسان‌ها ایجاد می‌شود، هیچ دو نگرشی کاملاً یکسان بر ما تأثیر نمی‌گذارند (استنجر، ۲۰۱۵، ص ۱۸۱). با این حال نگرش‌ها دارای برخی ویژگی‌های عمومی و مشترک‌اند که شناخت آنها می‌تواند در دستیابی به تعریف نگرش راهگشا باشد. برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های نگرش بدین شرح است:

الف) هر نگرش از سه مؤلفه شناختی (Cognitive / بینش)، عاطفی (گرایش / Emotional) و رفتاری (کنش / Behavioral) تشکیل شده است (روزنبرگ و هاوولد، ۱۹۶۰، ص ۱). جزء شناختی، همان اطلاعات، عقاید

و افکاری است که فرد درباره موضوع نگرش دارد؛ جزء عاطفی شامل تمایلات، هیجان‌ها و احساسات مثبت یا منفی فرد درباره موضوع نگرش است؛ و جزء رفتاری آمادگی فرد برای کنش خاص متناسب با شناخت‌ها و عواطف در برابر موضوع نگرش است (ر.ک: کریمی، ۱۳۷۹، ص ۲۵؛ پورمقدس، ۱۳۷۶، ص ۱۱۴ و ۱۱۵؛ آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۱۵۷).

نگرش تنها زمانی محقق می‌شود که این سه مؤلفه هم‌زمان با هم وجود داشته باشند؛ به‌گونه‌ای که باعث ثبات در عملکرد فرد در مورد موضوع نگرش شود و رفتار وی را در مقابل آن قابل پیش‌بینی کند. بنابراین نباید تصور کرد که وجود شناخت و عاطفه در قبال یک موضوع، حتماً به رفتار منجر می‌شود. گاهی فرد آگاهی لازم را درباره یک رفتار دارد و انگیزه کافی نیز برای انجام دادن آن پیدا کرده است؛ اما به‌دلایلی همچون نداشتن مهارت یا فراهم نبودن زمینه، به آن عمل اقدام نمی‌کند؛ چراکه آمادگی برای اقدام به عمل در او ایجاد نشده است. گاهی نیز رفتاری را به‌دلایل مختلف انجام می‌دهد؛ اما به‌دلیل نبود انگیزه یا شناخت کافی آن را رها می‌کند؛ از این‌رو نمی‌توان این رفتار مقطعی را نمایانگر نگرش وی دانست.

ب) نگرش‌ها دارای ساختاری نظام‌مند و سازمانی هستند؛ زیرا اجزای آنها با یکدیگر سازگاری و تعامل کامل دارند؛ بدین معنا که شناخت‌های فرد درباره چیزی، از احساسات و شور او درباره آن چیز و از تمایلات او برای عمل در مورد آن چیز اثر می‌پذیرند. از طرفی، تغییری که در شناخت شخص درباره چیزی رخ نماید، در احساسات او به آن چیز و در آمادگی او برای عمل و رفتار در مورد آن تأثیر می‌گذارد (کرچ و دیگران، ۱۹۶۲، ص ۱۳۹).

ج) نگرش‌ها معمولاً دارای ثبات و ماندگاری‌اند؛ مگر اینکه اقدامی برای تغییر آنها صورت گیرد (لوتانز، ۲۰۰۸، ص ۱۳۶)؛ زیرا چنان‌که اشاره شد، «نگرش» یک نظام و سیستم است و ابعاد مختلف آن با یکدیگر انسجام و هماهنگی دارند؛ از این‌رو تغییر آنها آسان نیست (کرچ و کراچفیلد، ۱۹۴۸، ص ۱۵۷). بیشتر افراد نگرش‌های خود را در موقعیت‌های مختلف و به‌مدت طولانی حفظ می‌کنند (رزاقی، ۱۳۸۷، ص ۳۲)؛ چون تا زمانی که فکر و احساس فرد درباره یک موضوع با هم مطابق باشند و آمادگی اقدام به عمل نیز براساس این فکر و احساس، در او وجود داشته باشد، تغییر شرایط یا ناساعد بودن آن تأثیر چندانی در رفتار فرد نخواهد داشت.

د) نگرش‌ها ارزشیابانه‌اند؛ یعنی در آنها باور به خوب یا بد بودن، مناسب یا نامناسب بودن، بالارزش یا بی‌ارزش بودن نهفته است (کریمی، ۱۳۷۹، ص ۱۴). چارلز استنجر (۲۰۱۵) معتقد است که وقتی گفته می‌شود نگرش‌ها «ارزشیابی» ما هستند، منظور این است که نگرش‌ها بیانگر مخالفت یا موافقت ما با موضوع نگرش‌اند که معمولاً با اصطلاحاتی مثل «متنفر بودن» یا «دوست داشتن» ابراز می‌شوند. وقتی نگرش خود را بیان می‌کنیم و مثلاً می‌گوییم: «من از مارها متنفرم» یا «من ایتالیایی‌ها را دوست دارم»، در حال بیان رابطه مثبت یا منفی بین خود و موضوع نگرش هستیم (استنجر، ۲۰۱۵، ص ۲۳۶).

در نگاه اول، این نوع تبیین از ویژگی ارزشیابانه بودن نگرش، یادآور بعد عاطفی نگرش است و به‌سختی می‌توان تفاوتی بین آنها قائل شد. حقیقت آن است که هرچند ارزش‌ها ارتباط نزدیکی با بعد عاطفی نگرش، اعم از مثبت و منفی دارند (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۷، ص ۱۴۵)، اما ویژگی ارزشیابانه نگرش، امری متفاوت از بعد عاطفی آن است. ارزش‌گذاری اغلب با واژگانی همچون «خوب» و «بد» بیان می‌شود (فرانکنا، ۱۳۷۶، ص ۳۶؛ مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ص ۱۳۵) و ویژگی ارزشیابانه بودن نگرش، درواقع ناظر به صدور حکم به باارزش یا بی‌ارزش بودن، مناسب یا نامناسب بودن و خوب یا بد بودن موضوع نگرش نزد فرد است. این حکم می‌تواند برآمده از مجموع باورها، عقاید، اصول اخلاقی، اطلاعات و همچنین احساسات، هیجانات و عواطف فرد باشد. بنابراین، ویژگی ارزشیابانه بودن نگرش صرفاً بیان خوشایند و میل و رغبت فرد نیست.

هـ. اغلب روان‌شناسان معتقدند که نگرش‌ها اکتسابی‌اند و از طریق تجارب مستقیم و غیرمستقیم با موضوع نگرش آموخته می‌شوند (کریمی، ۱۳۷۹، ص ۳۰)؛ هرچند فرضیه‌هایی نیز مطرح شده است، مبنی بر اینکه برخی از نگرش‌ها تا حدی از طریق انتقال ژنتیکی از والدین به فرزندان به‌ارث می‌رسند (استنجر، ۲۰۱۵، ص ۱۸۱). آنچه مسلم است، بخش اعظمی از نگرش‌ها اکتسابی‌اند و پس از تولد و به‌مرور زمان در انسان شکل می‌گیرند.

#### ۳-۱-۲. تعریف پیشنهادی

پس از آشنایی با چند ویژگی مهم نگرش، در یک تعریف پیشنهادی می‌توان گفت: «نگرش، نظامی هماهنگ و بادوام از افکار، احساسات و آمادگی‌های رفتاری است که اغلب به‌صورت اکتسابی ایجاد می‌شود و می‌تواند درخصوص هر موضوعی شکل گیرد و نوعی ارزشیابی نسبت به آن موضوع برای فرد حاصل کند». این تعریف، هم به‌نظام‌واره بودن نگرش و همبستگی اجزای آن اشاره دارد و هم ویژگی‌های مهمی همچون ارزشیابانه بودن، اکتسابی بودن و ثبات و ماندگاری داشتن نگرش را به مخاطب نشان می‌دهد. بدین ترتیب می‌توان ادعا کرد که تعریف پیشنهادی ازجمله تعاریفی است که صرفاً با اشاره به ویژگی‌های نگرش و به‌دور از نفوذ نظریه‌ها در آن، شفافیت کافی برای آشنایی مخاطب با ماهیت نگرش را دارد.

#### ۳-۲. دلایل اهمیت نگرش

دلایل مختلفی برای اهمیت بحث نگرش و لزوم توجه به آن وجود دارد که از میان آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف) یکی از دلایل اهمیت نگرش‌ها، قدرتمندی آنهاست. قدرت نگرش (attitude Strength) به نیرومندی رابطه موجود میان موضوع نگرش و تمایلات رفتاری، شناختی و عاطفی مربوط به آن اطلاق می‌شود (صلیبی، ۱۳۸۲، ص ۲۲). البته همه نگرش‌ها از نظر قدرت در یک سطح نیستند و برخی نگرش‌ها از برخی دیگر قوی‌ترند. نگرش‌های نیرومند نگرش‌هایی هستند که بر اندیشه و رفتار تأثیر بگذارند؛ با گذشت زمان پایدار باشند و در برابر



تغییر مقاومت نشان دهند (پتی، ویلر و ترمالا، ۲۰۱۳، ص ۳۷۰)؛ اما نگرش‌های ضعیف انعطاف‌پذیرند و در مقابل عوامل مخالف با نگرش، مقاومت کمتری دارند.

باید توجه داشت که ثبات و دوام، یکی از ویژگی‌های ذاتی نگرش است و همین ویژگی، آن را از رفتارهای موردی و دفی متفاوت می‌کند؛ منتها نکته‌ای که باعث می‌شود برخی نگرش‌ها به‌عنوان نگرش ضعیف و برخی دیگر به‌عنوان نگرش قوی شناخته شوند، این است که نگرش‌های ضعیف در صورت بروز عاملی که مؤلفه‌های نگرش را متزلزل کند، مقاومت کمتری دارند و احتمال تغییر در آنها زیاد است؛ برخلاف نگرش‌های قوی که در صورت بروز عوامل معارض با ارکان نگرش، بازهم به‌راحتی تغییر نمی‌پذیرند. بنابراین، نگرش‌های ضعیف، چنانچه عاملی برای تغییرشان عارض نشود، همچنان باقی خواهند ماند و تغییر نخواهند کرد. در مقابل، افکار، احساسات و رفتارهای مقطعی که تبدیل به نگرش نشده‌اند، ظهور آنی دارند و بعد از مدت کوتاهی به‌راحتی فراموش می‌شوند؛ چون در وجود فرد تثبیت نشده و در حد نگرش در شخصیت او نفوذ نکرده‌اند.

نگرش‌های قدرتمند از آن جهت در زندگی حائز اهمیت‌اند که افراد مرتباً از آنها برای هدایت اقدامات خود استفاده می‌کنند و این نگرش‌ها ممکن است حتی به‌صورت کاملاً ناخودآگاه رفتارها را جهت‌دهی کنند. محققان عوامل مختلفی را در قدرتمندی یک نگرش مؤثر می‌دانند. یکی از این عوامل، قابلیت دسترسی به نگرش است. اگر یک نگرش سریع به ذهن خطور کند و بتوانیم آن را بدون تأمل زیاد بیان کنیم، یک نگرش قوی داریم؛ ولی اگر درباره نگرش خود اطمینان نداریم و قبل از بیان نظرمان باید مدتی درباره آن فکر کنیم، نگرش ما ضعیف است (استنجر، ۲۰۱۵، ص ۲۴۲). عامل دیگر قدرتمندی نگرش، میزان اهمیت آن نزد فرد است. درواقع، این عامل به مقدار توجه و دقت فرد به نگرش و موضوع آن و مقدار اثرپذیری شخصیت فرد از آن نگرش اشاره دارد. هرچه نگرش‌ها قوی‌تر و اصلی‌تر باشند، بیشتر درونی می‌شوند و کمتر تحت تأثیر موقعیت‌ها و شرایط خارجی قرار می‌گیرند (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۷، ص ۱۳۹ و ۱۶۰).

ب) با افزایش نگرش‌های فرد در مورد امور مختلف، احتیاج او به تفکر و اخذ تصمیم‌های تازه کم می‌شود و رفتار او درباره آن امور، عادی، قالبی و مشخص می‌گردد و در نتیجه، زندگی اجتماعی او آسان می‌شود (ر.ک: کرج و کرافیلد، ۱۹۴۸، ص ۱۵۳). صرف‌نظر از اینکه دیدگاه فرد درباره واقعیت چقدر دقیق است، نگرش درباره افراد، حوادث و اشیا کمک می‌کند تا وی آنچه را اتفاق می‌افتد، درک کند و برای سازمان‌دهی و توضیح جهان پیرامون خود، استانداردها و چارچوب‌های مرجع تهیه کند (لوتانز، ۲۰۰۸، ص ۱۳۸).

#### ۴. راهبرد نگرش‌سازی در تربیت اخلاقی

پس از آشنایی با نگرش به‌عنوان یک ظرفیت انسانی، نوبت به معرفی «نگرش‌سازی» می‌رسد که راهبرد پیشنهادی ما برای استفاده در حوزه تربیت اخلاقی است.

## ۴-۱. تعریف نگرش‌سازی

پیش‌تر بیان شد که «نگرش» نظامی هماهنگ و بادوام از افکار، احساسات و آمادگی‌های رفتاری است که اغلب به صورت اکتسابی ایجاد می‌شود و می‌تواند در خصوص هر موضوعی شکل گیرد و نوعی ارزشیابی درباره آن موضوع برای فرد حاصل کند. طبق این تعریف، نگرش در انسان به صورت اکتسابی حاصل می‌شود و دیدگاه فرد درباره بسیاری از چیزها براساس دریافت‌هایی که از محیط دارد، شکل می‌گیرد. اکتسابی بودن نگرش، این امکان را فراهم می‌سازد تا بتوان در فرایند شکل‌گیری نگرش‌ها مداخله کرد و نگرش‌هایی براساس اهداف موردنظر ایجاد نمود. این مداخله آگاهانه و تلاش برای ایجاد و شکل‌دهی به نگرش‌های جدید، «نگرش‌سازی» نام دارد. بنابراین، نگرش‌سازی عبارت است از: «مداخله آگاهانه از طریق ارائه اطلاعات شناختی، تحریک میل و انگیزه عاطفی، و آموزش رفتارهای همسو با این اطلاعات و عواطف در خصوص موضوع موردنظر برای ایجاد و شکل‌دهی نگرش مرتبط با آن».

## ۴-۲. راهبردی بودن نگرش‌سازی

در تعریف اصطلاحی «راهبرد» به سه مؤلفه اشاره شد که در حکم معیارهای شناسایی برنامه‌های راهبردی عمل می‌کنند. اکنون با تطبیق نگرش‌سازی بر این معیارها، می‌توان راهبردی بودن آن را سنجید. مؤلفه اول در برنامه‌های راهبردی، داشتن هدف بلندمدت است. با توجه به اینکه نگرش‌سازی نیازمند مداخله در سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری است و از طرفی این مداخله‌ها باید توأمان و با برنامه‌ریزی صورت گیرند، بدون هدف‌گذاری و تعیین نقشه راه نمی‌توان نظم و هماهنگی لازم برای شکل‌دهی به نگرش‌های موردنظر را ایجاد کرد. بنابراین در فرایند نگرش‌سازی، ایجاد نگرش موردنظر، هدف نهایی و بلندمدتی است که تمام اقدامات تربیتی ذیل آن را در همه ابعاد جهت‌دهی می‌کند.

مؤلفه دوم در برنامه‌های راهبردی، اتخاذ مسیرهای اقدام است؛ به این معنا که مشخص شود چگونه و با چه روش‌هایی قرار است به هدف موردنظر دست یافت. در نگرش‌سازی، مسیرهای اقدام عبارت‌اند از: ارائه اطلاعات و آگاهی‌های بینشی؛ تحریک انگیزه و میل عاطفی؛ و آموزش رفتارهای همسو و متناسب با این آگاهی‌ها و احساسات.

مؤلفه سوم تخصیص منابع لازم است. مراد از تخصیص منابع، صرفاً مباحث مالی نیست؛ بلکه بر تعیین نیروی انسانی و مهارت‌های موردنیاز نیز صدق می‌کند. بدین ترتیب در نگرش‌سازی به‌عنوان یک راهبرد، می‌توان ویژگی افراد مناسب را به‌عنوان مربی تعیین کرد و نیز نوع مهارت‌های لازم برای ایجاد نگرش را معرفی نمود.

با توجه به بررسی صورت‌گرفته در مورد مؤلفه‌های سه‌گانه راهبرد، نگرش‌سازی بی‌شک یک راهبرد نوین تربیتی است که می‌تواند با مداخله برنامه‌ریزی شده و هدفمند در ابعاد سه‌گانه تربیتی، نگرش‌های پایداری را در فرد ایجاد کند و خلأ تک‌بعدی بودن و ناپایداری نتایج سایر راهبردهای تربیتی را برطرف کند.

### ۳-۴. چگونگی کاربرد نگرش‌سازی در تربیت اخلاقی

برای به‌کارگیری راهبرد نگرش‌سازی در تربیت اخلاقی می‌توان این راهبرد را در قالب یک الگوی تربیتی ارائه کرد. اگر نگرش‌سازی در قالب الگوی تربیتی تهیه و تنظیم شود، ساختاری مشخص و منسجم خواهد داشت و مسیر حرکت برای اجرای آن روشن خواهد بود. الگوهای تربیتی اجزای مشخصی دارند که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از: مبانی، اهداف، اصول و روش‌ها.

مبانی تربیت، حقایق و واقعیت‌های مربوط به زندگی انسان، اعم از واقعیت‌های هستی‌شناختی، انسان‌شناختی، ارزش‌شناختی، معرفت‌شناختی و الهیاتی هستند که به‌شکل جملات خبری و قضایای حاوی «است» بیان می‌شوند و با ضمیمه کردن و کنار هم گذاشتن آنها، زیربنای فرایند تربیت شکل می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که اهداف، اصول و روش‌های تربیت براساس آنها استخراج می‌شوند (موسوی، ۱۳۹۹، ص ۲۶). ضرورت تبیین مبانی در راهبرد نگرش‌سازی، از آن جهت است که چرایی اقدامات مربیان و علت انتخاب اهداف، اصول و روش‌ها را در فرایند تربیت اخلاقی با الگوی نگرش‌سازی روشن می‌کند. ازجمله مبانی‌ای که می‌تواند به‌طور اختصاصی برای نگرش‌سازی در این الگوی تربیتی مطرح شود، «امکان نگرش‌سازی»، «جامعیت نگرش‌سازی» و «ثبات نگرش‌های اخلاقی» است.

در مورد اهداف الگوی نگرش‌سازی نیز قابلیت تعریف اهداف کلی و جزئی برای این الگو وجود دارد. هدف کلی در الگوی پیشنهادی می‌تواند «ثبات یافتن آموزه‌های اخلاقی در متربی با تبدیل کردن آنها به نگرش» باشد و اهداف جزئی با توجه به ابعاد نگرش عبارت باشند از: «ایجاد تفکر و بینش اخلاقی»، «ایجاد گرایش اخلاقی» و «ایجاد رفتار اخلاقی». می‌توان تعیین اهداف را به همین ترتیب ادامه داد و آنها را به‌صورت جزئی‌تر بیان کرد تا به اهداف رفتاری رسید.

اصول تربیتی عبارت‌اند از مجموعه قواعد و دستورالعمل‌های کلی که به‌صورت تجویزی بیان می‌شوند و راهنمای عمل در فعالیت‌های تعلیمی و تربیتی‌اند (باقری، ۱۳۷۴، ج ۱، ص ۶۳-۶۵). برای الگوی نگرش‌سازی در تربیت اخلاقی می‌توان به اصولی همچون توأمان بودن (به‌معنای لزوم فعالیت روی هر سه بعد نگرش به‌صورت تلفیقی و در کنار هم و پرهیز از نگاه جزیره‌ای به آنها) و اصل تناسب (به‌معنای لزوم تعیین میزان توجه و فعالیت روی هر یک از مؤلفه‌های نگرش، متناسب با ویژگی‌های متربی) اشاره کرد.

روش‌های تربیتی، سازوکارها و شیوه‌های ایجاد یا تغییر رفتار و خصوصیات در متربی‌اند که در مقایسه با اصول، از نوعی تعین و تشخیص بیشتر و کامل‌تری برخوردارند (حاجی ده‌آبادی، ۱۳۷۷، ص ۲۰). نگرش‌سازی به‌مثابه یک راهبرد می‌تواند روش‌های تربیتی لازم را متناسب با سن و شرایط مخاطب تعیین کند؛ برای مثال، به‌منظور ارائه اطلاعات شناختی برای مخاطب بزرگ‌سال می‌توان از روش «سخنرانی»، و برای مخاطب خردسال از روش «قصه‌گویی» استفاده کرد. همچنین برای تحریک انگیزه برای هر دو گروه می‌توان از روش «پاداش و تشویق»

بهره برد که محتوای آن متناسب با سن مخاطب تعیین می‌شود. برای آموزش رفتاری نیز «آموزش عملی» و «ایجاد موقعیت‌های تمرینی» راهگشاست.

آنچه در قالب الگوی تربیتی بیان شد، صرفاً به‌منظور نشان دادن نمایی اجمالی از چگونگی استفاده از راهبرد نگرش‌سازی در حوزه تربیت اخلاقی بود. بی‌شک تهیه الگوی تربیتی برای این منظور نیازمند مؤلفه‌های بیشتر و دقیق‌تر است. علاوه بر این، با افزوده شدن متغیرهایی همچون تعیین حوزه فعالیت و گروه هدف، امکان برخورداری از قیود بیشتر و جهت مشخص‌تر برای ارکان الگوی پیشنهادی وجود خواهد داشت؛ مثلاً به‌تناسب اینکه نگرش‌سازی برای کودکان باشد یا نوجوانان یا بزرگسالان، و اینکه فعالیت تربیتی در حوزه اخلاق اسلامی باشد یا نه، قیود ارکان الگوی نگرش‌سازی قابل افزایش و شفافیت بیشتری است.

#### ۴-۴. وجوه امتیاز راهبرد نگرش‌سازی بر راهبردهای دیگر تربیت اخلاقی

راهبردهای تربیت اخلاقی، با توجه به مبانی و زمینه‌های شکل‌گیری آنها، تقسیمات و انواع مختلفی دارند. برای مثال، در یک تقسیم‌بندی براساس دیدگاه‌های متفکران غربی، برخی از راهبردهای تربیت اخلاقی با این عناوین معرفی شده‌اند:

۱. رویکرد تحول‌شناختی (Cognitive Development): تحول اخلاقی متناسب با تحول عقلانی و شناختی فرد ایجاد می‌شود؛

۲. رویکرد مراقبتی (Care Approach): اصل بنیادین اخلاقی، مراقبت، توجه و محبت به دیگران است؛

۳. رویکرد تبیین ارزش‌ها (Values Clarification): تبیین واضح و دقیق دامنه و حدود ارزش‌ها باعث یادگیری آنها می‌شود؛

۴. رویکرد یادگیری اجتماعی (social Learning Approach): انسان از راه مشاهده رفتارهای تقویت‌شده، انجام رفتارهای اخلاقی را می‌آموزد (ر.ک: سجادی، ۱۳۷۹)؛

۵. رویکرد تحقیق اخلاقی (Ethical inquiry): با وارد کردن دانش‌آموزان به بحث‌های اخلاقی، توانایی استدلال و درک و فهم اخلاقی آنها رشد می‌کند؛

۶. رویکرد جامعه عادل (just community): محیط مدرسه باید محیطی مردم‌سالارانه باشد تا دانش‌آموزان با تصمیم‌گیری جمعی مبتنی بر عدالت و انصاف آشنا شوند؛

۷. رویکرد پرورش منش (Character education): منش اخلاقی موجب زندگی اخلاقی می‌شود و این منش تنها از راه تبدیل رفتارهای اخلاقی به عادت حاصل می‌شود (ر.ک: جوزف و افرون، ۲۰۰۵، ص ۵۲۵-۵۲۶ و ۵۳۱-۵۳۰).

در تقسیم‌بندی دیگر که بیشتر با گفتمان دینی و براساس فضای اخلاق اسلامی صورت گرفته، پنج راهبرد کلان برای تربیت اخلاقی معرفی شده است که ذیل هر یک، راهکارهای مختلفی قرار می‌گیرد. این راهبردها عبارتند از:

۱. راهبرد مبتنی بر اخلاق اجتماعی، شامل جوانمردی، مهرورزی و احساس مسئولیت؛
۲. راهبرد مبتنی بر اخلاق بندگی، شامل دعا و مناجات، و معرفت‌الله؛
۳. راهبرد مبتنی بر اخلاق فردی، شامل کرامت نفس، خودشناسی و اعتدال نفس؛
۴. راهبرد عمل‌محور، شامل اراده، مخالفت با هوای نفس، صبر و انجام وظیفه؛
۵. راهبرد مبتنی بر اخلاق ولایت، شامل ولایت و محبت اهل‌بیت علیهم‌السلام و توسل به ایشان (ر.ک: عالم‌زاده نوری، ۱۳۸۹).  
در تقسیم‌بندی سوم، راهبردهای تربیتی با بررسی آیات قرآن به سه دسته کلی تقسیم می‌شود:
  ۱. راهبرد شناختی / بینشی (ارجاع انسان به تعقل و تفکر، یاد معاد، تذکر به نعمت‌های الهی و عبرت‌آموزی)؛
  ۲. راهبرد گرایشی (پرورش ایمان، پرورش محبت، توبه، انذار و تبشیر، و پاداش و تنبیه)؛
  ۳. راهبردهای رفتاری (ارائه الگوی اخلاقی تربیتی در عمل، اسوه‌سازی، تعظیم شخصیت مرتبی، تذکر، آزمایش و ابتلا) (ر.ک: صدری‌فر و موسوی، ۱۳۹۲).

این راهبردها مستقل‌اند و ارتباط و تعاملی بین آنها تعریف نشده است.

آنچه بیان شد، تنها بخشی از راهبردهای موجود در حوزه تربیت اخلاقی است و با کمی جست‌وجو می‌توان راهبردهای بیشتری نیز یافت. روشن است که انتخاب هریک از این راهبردها مسیر متفاوتی برای برنامه‌ریزی و جهت‌دهی به فعالیت‌های مربیان تعیین می‌کند. حال باید پرسید: نگرش‌سازی چه برتری و امتیازی نسبت به این راهبردها دارد و اساساً چگونه می‌توان بهترین راهبرد را از میان انواع راهبردهای تربیت اخلاقی تشخیص داد؟ تعیین برخی شاخص‌ها می‌تواند پاسخ به این سؤال را آسان‌تر کند.

#### ۱-۴-۵. سهولت در فراهم‌سازی شرایط

بی‌شک راهبردی که اجرای آن نیازمند قیود و تمهیدات کمتری است، بر راهبردی که برای اجرای آن، وجود شرایط و امکانات و توانمندی‌های خاصی در مربی یا محیط لازم است، اولویت بیشتری دارد. برای مثال، در رویکرد جامعه‌مراقب، باید محیط مدرسه همچون محیط خانه امن، عادلانه، مراقب و مشوق یادگیری باشد تا دانش‌آموزان در این محیط از رفتارهای ناهنجار دوری کنند و مراقب یکدیگر باشند. مهم‌ترین ضعف این رویکرد آن است که معلمان همیشه و در هر موقعیتی نمی‌توانند چنین محیطی را فراهم کنند و مدارس غالباً امکانات لازم را برای آن ندارند. همین انتقاد، به رویکردهای جامعه‌عادل و رویکرد عمل اجتماعی نیز وارد است (داودی، ۱۳۸۷، ص ۶۱).

راهبرد نگرش‌سازی، راهبردی است که برای اجرای آن به امکانات یا محیط ویژه‌ای نیاز نیست و بیشترین عرصه فعالیت، در تعامل مستقیم بین مربی و مرتبی شکل می‌گیرد. ارائه اطلاعات شناختی، تحریک میل و گرایش مرتبی و تمرین و آموزش عملی رفتارها، به امکاناتی ویژه و خارج از دسترس عموم مربیان نیاز ندارد و بدین لحاظ، راهبرد نگرش‌سازی یکی از راهبردهای تربیتی در دسترس و قابل اجرا در شرایط مختلف شمرده می‌شود.

از مهم‌ترین اشکالات بسیاری از راهبردهای تربیتی، جامع نبودن و توجه به برخی شئون وجودی متربی و غفلت از ابعاد دیگر است. برای مثال، یکی از نقدهای اصلی وارد بر رویکرد تحقیق اخلاقی آن است که تنها به بعد شناختی اهمیت می‌دهد و به بعد عملی و رفتاری دانش‌آموزان توجهی ندارد (جووزف و افرون، ۲۰۰۵، ص ۵۳۱). همین اشکال به اغلب رویکردهای تربیتی، از قبیل رویکرد تحول‌شناختی و رویکرد تبیین ارزش‌ها، که ناظر به بعد شناختی‌اند، وارد است. اشکال تک‌بعدی بودن، دربارهٔ رویکرد مراقبتی نیز که صرفاً ناظر به بعد عاطفی است، مطرح می‌شود. همچنین رویکردهای یادگیری اجتماعی و پرورش منش، که به بعد رفتاری توجه کرده‌اند، به دلیل نادیده گرفتن برخی موضوعات و ابعاد مهم، به‌شدت مورد انتقاد قرار گرفته‌اند (ر.ک: داودی، ۱۳۸۷، ص ۵۹۵۶)؛ حتی راهبردهای پنج‌گانه برگرفته از عرصه‌های دانش اخلاق اسلامی و رویکردهای سه‌گانه برگرفته از آیات قرآنی جامعیت ندارند و از آنجاکه هر کدام به‌صورت مستقل مطرح شده‌اند و ناظر به تقویت یک یا حداکثر دو بعد از ابعاد وجودی انسان‌اند، اشکال عدم جامعیت بر آنها نیز وارد است.

راهبرد نگرش‌سازی به‌لحاظ شاخص جامعیت، حرف اول را در میان راهبردهای تربیتی می‌زند؛ زیرا شرط اصلی تحقق این راهبرد، فعالیت توأمان بر روی مؤلفه‌های سه‌گانه شناخت (بینش)، عاطفه (گرایش) و رفتار (کنش) است. هرچند به فراخور سن و شرایط مخاطب، اولویت توجه و فعالیت روی هریک از این مؤلفه‌ها تغییر می‌کند و از روش‌های متناسب با مخاطب استفاده می‌شود، اما آنچه مسلم است، این است که به‌کارگیری این راهبرد در هر مقطع سنی نیاز به پرداختن به هر سه بعد را دارد. برای مثال، با توجه به محدودیت شناختی کودکان در مقایسه با دربارهٔ ابعاد عاطفی و رفتاری (ر.ک: پرک، ۲۰۰۱، ص ۲۲۳)، عملاً امکان سرمایه‌گذاری روی این بعد به‌صورت یکسان و هم‌سطح با دو بعد دیگر وجود ندارد. بنابراین برای نگرش‌سازی در کودکان، فعالیت روی ابعاد عاطفی و رفتاری در اولویت قرار می‌گیرند؛ با وجود این، ارائهٔ اطلاعات و تبیین مفاهیم اخلاقی کنار گذاشته نمی‌شود و متناسب با میزان رشد شناختی کودک، این بعد هم پرورش می‌یابد.

### ۵۴-۳. ماندگاری و ثبات آموزه‌های اخلاقی

مشکلی که اغلب رویکردهای تربیت اخلاقی با آن مواجه‌اند، ناپایداری آموزه‌های اخلاقی و عدم تقید متربی در عمل طبق آموزش‌های صورت‌گرفته است. برای مثال، رویکرد فضیلت‌محور و پرورش منش، بعد از جنگ جهانی اول تا دههٔ ۱۹۲۰م در نظام آموزشی آمریکا رواج داشت؛ اما در اواخر این دهه، تحقیقاتی روی شخصیت اخلاقی دانش‌آموزان صورت گرفت که نتایج شگفت‌آوری به‌دست آورد. شواهد نشان داد که رفتار اخلاقی دانش‌آموزان مبتنی بر صفت‌های منشی آنان نیست؛ بلکه مبتنی بر موقعیت آنهاست و بنا بر موقعیت، ممکن است اخلاقی یا غیراخلاقی عمل کنند. تحقیقات دیگری که در همین راستا صورت گرفت، نتایج به‌دست‌آمده را تأیید کرد و سبب شد دربارهٔ پایداری ویژگی‌های شخصیتی دوران کودکی در طول زمان و مراحل رشد، تردیدهای جدی به‌وجود آید.

بدین ترتیب رویکرد فضیلت در حوزه تعلیم و تربیت به دلیل ناپایداری آموزه‌های خود به شدت مورد انتقاد قرار گرفت (ریچ، ۱۹۹۱، ص ۲۹۳).

از آنجا که هدف کلی در راهبرد نگرش‌سازی، تبدیل ارزش‌های اخلاقی به نگرش است، ثبات آموزه‌های اخلاقی یکی از نتایج طبیعی نگرش‌سازی به‌شمار می‌رود. در ابتدای مقاله، پیش از ارائه تعریف نگرش، به ویژگی دوام و ماندگاری آن اشاره شد. همچنین بیان شد که راز این ثبات، در نظام‌وارگی، انسجام و توأمان بودن مؤلفه‌های سه‌گانه نگرش است؛ چراکه وابستگی و درهم‌تنیدگی این مؤلفه‌ها به یکدیگر سبب می‌شود که تغییر در آنها به‌سختی روی دهد؛ به این صورت که اگر یک مؤلفه دچار تزلزل شود و دو مؤلفه دیگر به قوت خود باقی باشند، نگرش همچنان پابرجا می‌ماند و فرد طبق نگرش خود رفتار می‌کند. برای مثال، فردی که احترام به والدین برای او تبدیل به نگرش شده است، حتی زمانی که برای انجام یک خدمت خاص، میل و رغبت کافی نداشته باشد، به دلیل آگاهی از اهمیت و ارزش احترام به والدین و آمادگی رفتاری‌ای که برای او در این خصوص وجود دارد، خود را به انجام آن کار ملزم می‌کند.

باید در نظر داشت که موضوع نگرش‌ها هرچه برای فرد مهم‌تر تلقی شوند، از قدرت و ماندگاری بیشتری برخوردار خواهند بود. بدین ترتیب، اگر یک نگرش قوی در خصوص موضوعی شکل گیرد که برای مرتبی مهم و بالارزش است، مؤلفه‌های سه‌گانه آن یکدیگر را پشتیبانی می‌کنند و در صورت بروز ضعف در هریک از آنها، دیگران در مقام جبران برمی‌آیند و نگرش را پایدار نگه می‌دارند. در مورد مثال احترام به والدین، اگر فرد به لحاظ اعتقادی یا انسانی جایگاه ارزشمندی برای والدین قائل باشد، نگرشی که در این خصوص پیدا می‌کند، به راحتی قابل تغییر نیست. در مقابل، برای همین فرد، خوب یا بد بودن محصولات یک کارخانه، به عنوان یک موضوع فرعی، اهمیت کمتری دارد و ممکن است نگرش وی، با تغییر در اطلاعات شناختی یا کم و زیاد شدن میل و گرایش او به آن محصول، تغییر کند.

حال اگر تربیت اخلاقی طبق الگویی صورت گیرد که ارزش‌ها را به نگرش‌های قوی تبدیل کند، در این صورت، مرتبی دسته‌ای از نگرش‌های اخلاقی با ثبات و ماندگار خواهد داشت. وقتی مرتبی به لحاظ شناختی آگاهی لازم در خصوص یک موضوع اخلاقی را فراگرفته باشد و میل و انگیزه کافی در او برای عمل به فضیلت یا پرهیز از ردیلت برانگیخته شود و به لحاظ رفتاری نیز آمادگی برای انجام رفتار متناسب با آن موضوع اخلاقی را بیابد، در این صورت در مواقع لزوم، رفتار اخلاقی مناسب را به راحتی نشان خواهد داد.

یکی از راه‌های قوی شدن نگرش‌های اخلاقی آن است که ارزش‌های اخلاقی برای فرد اهمیت بالایی پیدا کنند تا به راحتی قابل تغییر نباشند و ثبات و ماندگاری آنها حفظ شود. برای مثال، اگر ارزش‌های اخلاقی به ایمان و اعتقادات فرد یا جایگاه والای انسانی او یا حفظ حیات و نظم جامعه (متناسب با جهان‌بینی منتخب برای نگرش‌سازی) ارتباط داده شود، می‌تواند اهمیت بالایی نزد فرد پیدا کند و قدرت و ماندگاری بیشتری بیابد.

## ۴-۵. فواید راهبرد نگرش‌سازی در حوزه تربیت اخلاقی

چنان‌که پیش‌تر نیز اشاره شد، یکی از دلایل اهمیت نگرش آن است که باعث می‌شود افراد درخصوص اموری که درباره آنها نگرش مشخصی دارند، نیاز کمتری به تفکر و تأمل داشته باشند و رفتارشان در قبال موضوع موردنظر، عاداتی، قالبی و مشخص باشد (ر.ک: کرچ و کراچفیلد، ۱۹۴۸، ص ۱۵۳). براین اساس، مهم‌ترین فایده به‌کارگیری راهبرد نگرش‌سازی در عرصه تربیت اخلاقی آن است که نگرش‌های اخلاقی، به‌عنوان استانداردها و چارچوب‌های مرجع در زندگی فرد، زیست اخلاقی را برای او آسان می‌کنند؛ به این صورت که فرد در تفسیر و سازمان‌دهی وقایع و جهان پیرامون، بی‌درنگ به این چارچوب‌ها رجوع می‌کند و رفتار اخلاقی متناسب با آنها را از خود نشان می‌دهد. فایده مهم دیگری که برای راهبرد نگرش‌سازی می‌توان ذکر کرد، قابلیت به‌کارگیری آن برای عموم انسان‌ها بدون محدودیت دینی، قومی و نژادی است. قبلاً نیز اشاره شد که نگرش، یک ظرفیت تکوینی در انسان است؛ بنابراین، راهبرد نگرش‌سازی که بر پایه این ویژگی انسانی بنا شده، قابلیت عرضه جهانی دارد؛ به‌طوری‌که در هر نقطه از دنیا، اگر فردی یا مجموعه‌ای خواهان استفاده از این راهبرد باشد و به‌لحاظ امکانات اولیه آموزش، محدودیتی وجود نداشته باشد، می‌توان از راهبرد نگرش‌سازی استفاده کرد. این فایده، در حوزه تربیت اخلاقی به این صورت خود را نشان می‌دهد که یک مربی اخلاق در صورت آشنایی با این راهبرد، در هر جای دنیا می‌تواند حضور یابد و متربانش از هر قشری که باشند، باز هم توانایی انتقال آموزه‌های اخلاقی به آنان را خواهد داشت و آموزش‌هایش وابسته به پیش‌نیازهایی همچون داشتن اعتقادات دینی، مبنای فلسفی یا جهان‌بینی خاصی نیست.

## ۴-۶. نمونه‌کاوی نگرش‌سازی اخلاقی در منابع اسلامی

توجه به مؤلفه‌های نگرش در جهت تربیت اخلاقی، امری است که نمونه‌هایی از آن را می‌توان در آموزه‌های دینی یافت. در میان آیات و روایات اخلاقی مواردی وجود دارد که در آنها برای ایجاد یک فضیلت یا درمان یک رذیلت اخلاقی، دستورهایی برای اصلاح و تغییر هر سه عنصر نگرش بیان شده است؛ برای مثال، درخصوص فضیلت «شکر نعمت» که یکی از فضایل اخلاق بندگی است، در روایتی از امام صادق علیه السلام نقل شده است: «کمترین شکر این است که نعمت را از جانب خدا بدانی، بی‌آنکه قلب تو مشغول به آن نعمت شود و خدا را فراموش کنی؛ و همچنین راضی بودن به نعمت او و اینکه نعمت خدا را وسیله عصیان او قرار ندهی و اوامر و نواهی او را با استفاده از نعمت‌هایش زیر پا نگذاری» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۶۸، ص ۵۲). همان‌طور که مشاهده می‌شود، در این روایت، به‌منظور تحقق فضیلت اخلاقی شکر نعمت، دستورالعملی برای هر سه جنبه شناختی، عاطفی و رفتاری صادر شده است؛ به این صورت که از جنبه شناختی، انسان باید مُنعم حقیقی را بشناسد و نعمت را از جانب خدا بداند؛ از جنبه عاطفی، از نعمتی که در اختیار دارد، راضی و خشنود باشد؛ و از جنبه رفتاری، با استفاده از نعمت، مرتکب حرام نشود و نافرمانی خدا را نکند. بدین ترتیب، زمانی که این سه عنصر در کنار هم و توأمان شکل گیرند، فضیلت شکر نعمت محقق می‌شود.



درخصوص درمان رذیلت حسد نیز مشاهده می‌شود که دستورالعمل‌ها ناظر به ابعاد سه‌گانه نگرش است. در سه حدیث جداگانه که از امیرمؤمنان علیه السلام نقل شده، به ترتیب به راهکارهای شناختی، عاطفی و رفتاری برای در امان ماندن از حسد اشاره شده است. در حدیث اول آمده: «خود را از دست بخل و کینه و غضب و حسد در امان دارید و برای مبارزه با هریک از این امور، وسیله‌ای آماده سازید؛ از جمله تفکر در عواقب بد این صفات...» (تمیمی‌آمدی، ۱۳۶۶، ص ۳۰۰). در روایت دوم به راهکار عاطفی دفع این رذیله اشاره شده است: «مَنْ رَضِيَ بِخَالِهِ لَمْ يَعْتَوْرَهُ الْحَسَدُ» (همان)؛ کسی که از شرایط خود راضی باشد، حسادت نمی‌کند. حدیث سوم نیز به بیان راهکار عملی می‌پردازد: «أَنَّ الْمُؤْمِنَ لَا يَسْتَعْمِلُ حَسَدَهُ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۸، ص ۱۰۸)؛ مؤمن طبق حسدش عمل نمی‌کند. طبق این احادیث، راهکار شناختی برای دفع رذیلت حسد آن است که درباره عواقب بد آن تفکر شود؛ راهکار عاطفی، راضی و خشنود بودن به زندگی خود و چشم ندوختن به نعمت‌های دیگران است و راهکار رفتاری آن است که اگر حسادتی در فرد شکل گرفت، براساس آن اقدامی انجام ندهد. بدین ترتیب، طبق روایات، برای در امان ماندن از رذیلت حسد نیز به هر سه مؤلفه نگرش توجه می‌شود.

### نتیجه‌گیری

بیان شد که «نگرش» نظامی هماهنگ و بادوام از افکار، احساسات و آمادگی‌های رفتاری است که بیشتر به‌صورت اکتسابی ایجاد می‌شود و می‌تواند درخصوص هر موضوعی شکل گیرد و نوعی ارزشیابی درباره آن موضوع برای فرد حاصل کند. با توجه به ارکان نگرش، یعنی شناخت (بینش)، عاطفه (گرایش) و رفتار (کنش)، نگرش‌سازی به‌معنای مداخله آگاهانه از طریق ارائه اطلاعات شناختی، تحریک میل و انگیزه عاطفی، و آموزش رفتارهای همسو با این اطلاعات و عواطف درخصوص موضوع موردنظر برای ایجاد و شکل‌دهی نگرش مرتبط با آن است. بیان شد که نگرش‌سازی یک راهبرد تربیتی است؛ چراکه دارای هدف بلندمدت، اتخاذ مسیره‌های اقدام و تخصیص منابع لازم برای ایجاد نگرش‌های موردنظر است.

سخن اصلی در این پژوهش آن است که می‌توان از ظرفیت نگرش‌سازی به‌عنوان راهبردی نوین در حوزه تربیت اخلاقی استفاده کرد. اگر نگرش‌سازی در قالب یک الگوی تربیتی تعریف شود و برای آن، مبانی، اهداف، اصول و روش‌هایی تعیین گردد، این الگو می‌تواند در حوزه تربیت اخلاقی به‌کار رود. مهم‌ترین فواید استفاده از راهبرد نگرش‌سازی در حوزه تربیت اخلاقی آن است که اولاً قابلیت عرضه جهانی دارد و ثانیاً فضایل اخلاقی بعد از تبدیل شدن به نگرش، به‌عنوان استانداردها و چارچوب‌های مرجع در زندگی فرد، زیست اخلاقی را برای او آسان می‌کنند.

سه دلیل اصلی برای برتری راهبرد نگرش‌سازی بر سایر راهبردهای تربیت اخلاقی بیان شد: اول، برای استفاده از این راهبرد نیاز به فراهم‌سازی شرایط و امکانات پیچیده و دور از دسترس نیست و به‌کارگیری آن، برای عموم مربیان میسر است؛ دوم، این راهبرد برخلاف بسیاری از راهبردهای تربیتی، تک‌بعدی نیست و از جامعیت کافی در

توجه به ابعاد وجودی متربی برخوردار است؛ به‌طوری‌که توأمان سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری متربی را درگیر موضوع موردنظر می‌کند؛ سوم، از آنجاکه در این راهبرد، آموزه‌های اخلاقی تبدیل به نگرش می‌شوند، این آموزه‌ها ثبات و ماندگاری خواهند داشت و مشکلی که بیشتر راهبردهای تربیتی با آن دست‌به‌گریبان‌اند، یعنی عدم تطابق میان دانسته‌های اخلاقی متربیان و عمل اخلاقی آنها، وجود نخواهد داشت.

درنهایت، اگر مربی بتواند دربارهٔ فضایل اخلاقی‌ای که می‌خواهد متربی آنها را کسب کند، نگرش مثبت پدید آورد و دربارهٔ ردآیلبی که می‌خواهد متربی از آنها بپرهیزد، نگرش منفی ایجاد کند، در تربیت خود به‌میزان زیادی موفق شده است. اگر فضایل و ردآیلبی از طریق نگرش‌سازی نهادینه شوند، تا زمانی که فکر و احساس فرد دربارهٔ آنها باهم مطابق باشند و آمادگی اقدام به عمل براساس این فکر و احساس نیز در او وجود داشته باشد، تغییر شرایط یا نامساعد بودن آن، تأثیر چندانی در رفتار فرد نخواهد داشت و وی بدون نظارت نیز خود را ملزم به رعایت نکات اخلاقی می‌داند. بدین ترتیب، «نگرش‌سازی» راهبرد نوینی است که می‌تواند با کنار زدن مشکلات و نقایص راهبردهای موجود، به‌لحاظ گسترهٔ کارآمدی و ماندگاری نتایج، افق تازه‌ای در فضای تربیت اخلاقی بگشاید.



## منابع

- آذربایجانی، مسعود و همکاران، ۱۳۸۷، *روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی*، تهران، سمت.
- باقری، خسرو، ۱۳۷۴، *نگاهی دوباره به تربیت اسلامی*، تهران، مدرسه.
- بناری، علی‌همت، ۱۳۷۹، «تربیت اخلاقی و ضرورت نگاهی دوباره به آن»، *تربیت اسلامی* (مجموعه مقالات ویژه تربیت اخلاقی)، قم، تربیت اسلامی.
- پورمقدس، علی، ۱۳۷۶، *روان‌شناسی اجتماعی*، اصفهان، مشعل.
- تمیمی آمدی، عبدالواحدین محمد، ۱۳۶۶، *تصنیف غررالحکم و درر الکلم*، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
- توسلی، غلامعباس و ابوتراب طالبی، ۱۳۸۳، «تعارض بین کنش‌های اجتماعی و ارزش‌های اخلاقی نوجوانان»، *علوم انسانی دانشگاه الزهراء*، سال چهاردهم، ش ۵۰، ص ۲۸۱.
- حاجی ده‌آبادی، محمدعلی، ۱۳۷۷، *درآمدی بر نظام تربیتی اسلام*، قم، مرکز جهانی علوم اسلامی.
- داودی، محمد، ۱۳۸۷، *تربیت اخلاقی*، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- رزاقی، هادی، ۱۳۸۷، *نگرش و ایمان در تربیت دینی*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- سجادی، سیدمهدی، ۱۳۷۹، «رویکردها و روش‌های تربیت اخلاقی و ارزشی»، *پژوهش‌های فلسفی - کلامی*، ش ۳، ص ۱۴۴-۱۶۵.
- صدری فر، نبی‌الله و سیدابوالقاسم موسوی، ۱۳۹۲، «راهبردهای تربیتی از دیدگاه قرآن»، *اخلاق و حیاتی*، سال اول، ش ۴، ص ۱۲۳-۱۶۲.
- صلیبی، ژانست، ۱۳۸۲، *فرهنگ توصیفی روان‌شناسی اجتماعی*، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- عالم‌زاده نوری، محمد، ۱۳۸۹، «راهبرد تربیت اخلاقی (استراتژی تحول اخلاقی و معنوی)»، *معرفت اخلاقی*، سال دوم، ش ۱، ص ۶۵-۹۴.
- فرانکنا، ویلیام، ۱۳۷۶، *فلسفه اخلاق*، ترجمه هادی صادقی، قم، طه.
- کریمی، یوسف، ۱۳۷۹، *نگرش و تغییر نگرش*، تهران، ویرایش.
- کلینی، محمدبن یعقوب، ۱۴۰۷ق، *الکافی*، ج چهارم، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
- مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، *بحار الأنوار*، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- مصباح یزدی، محمدتقی، ۱۳۹۴، *فلسفه اخلاق*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- مظفر، محمدرضا، ۱۳۷۹، *المنطق*، قم، جامعه مدرسین.
- موسوی، سمیه‌السادات، ۱۳۹۹، *نظام تربیت اجتماعی در سیره معصومان*، قم، جامعه الزهراء.
- Berk, Laura, 2001, *Development through the lifespan*, Boston, MA, Allyn and Bacon.
- Chandler, Alfred, 1963, *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise*, Cambridge, M.I.T. Press.
- Cohen, Eliot, Invalid Date, Entry "strategy", *Encyclopedia Britannica*, [www.britannica.com/topic/strategy-military](http://www.britannica.com/topic/strategy-military).
- Eiser, Richard, 1990, *social psychology (attitudes, cognition and social behavior)*, Cambridge-NewYork- Melbourne, Cambridge University Press.
- Fleck, Christian, 2015, "Attitude: History of Concept", *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, V. 2, p. 175-177.
- Howland, Carl & Milton Rosenberg, 1960, *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency Among Attitude Components*, New Haven, Yale University Press.
- Joseph, Pamela & Sara Efron, 2005, "Seven Worlds of Moral Education", *The Phi Delta Kappan*, V. 86, N.7, p. 525-533.

- Krech, David & others, 1962, *Individual in society; a textbook of social psychology*, New York, McGraw-Hill.
- Krech, David & Richard Crutchfield, 1948, *Theory and problems of social psychology*, New York, McGraw-Hill Book Co.
- Luthans, Fred, 2008, *Organizational behavior*, Boston, Mass, McGraw-Hill/Irwin.
- Petty, R. & Pablo Briñol, 2015, "Processes of social influence through attitude change", *APA handbook of personality and social psychology*, V. 1, p. 509-545.
- Petty, Richard & christian wheeler & zakary tormala, 2013, "Persuasion and Attitude Change", *Handbook of Psychology*, edited by Irving B. Weiner, John Wiley & Sons, p 369-389.
- Rich, John Martin, 1991, "The Conflict in Moral Education: Teaching Principles or Virtues?", *The Clearing House*, V. 64, N. 5, p. 293-296.
- stangor, Charles, 2015, *social psychology principles*, Minneapolis, University of minnesota libraries publishing edition.
- Summers, Della & others, 1993, *Longman dictionary of English language and culture*, Harlow, Essex, England, Longman.
- Thomas, William & Florian Znaniecki, 1927, *The Polish Peasant in Europe and America*, New York, alfred- a- knopf.

