

رابطه بین نگرش فرد نسبت به خود و نگرش فرد نسبت به دیگران

جعفر رضائی*
نگین سلیمی**

چکیده

یکی از مفاهیمی که در روانشناسی اجتماعی و مدیریت همواره مورد بحث صاحب‌نظران بوده، 'مفهوم نگرش' است که درک صحیح از آن می‌تواند در زمینه‌های مختلفی از جمله مدیریت و ارتباطات، مفید واقع گردد. نگرش در مورد مسائل مختلف در اثر ارتباط فرد با آن مسائل شکل می‌گیرد. بنابراین نگرش فرد نسبت به خود ریشه در ارتباط فرد با خود دارد. آمدن فرد دیگری به محدوده ارتباطی هر انسان، فرایند ارتباطی را پیچیده‌تر می‌کند. نگرش منفی نسبت به خود و دیگران باعث ایجاد مشکلاتی در

* - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، عضو هیئت علمی دانشگاه ولی عصر رفسنجان

** - کارشناس مدیریت صنعتی از دانشگاه ولی عصر رفسنجان

سازمانهای مختلف می‌شود. از سوی دیگر نگرش مثبت نسبت به خود و دیگران می‌تواند به بهبود روابط سازمانی کمک کند. این مقاله ضمن تشریح مفهوم نگرش و اجزای تشکیل‌دهنده آن، به آزمون فرضیه:

«بین نگرش فرد نسبت به خود و نگرش فرد نسبت به دیگران رابطه معنی‌داری وجود دارد»

در بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی ایران می‌پردازد.
نتایج به دست آمده، فرضیه ارائه شده را تایید می‌نماید.

کلید واژه‌ها: نگرش، فهم از خود، ارتباطات

۱- مقدمه

نگرش‌ها در زندگی افراد اهمیت بسزایی دارند تا آن‌جا که برخی از صاحب‌نظران همچون توماس^۱، موضوع اصلی روان‌شناسی اجتماعی را «نگرش» می‌دانند و آن را علم مطالعه‌ی نگرش‌های افراد تعریف می‌کنند. بخشی از این اهمیت ناشی از آن است که این صاحب‌نظران مطالعه‌ی نگرش را برای درک رفتار اجتماعی حیاتی می‌دانند. بخش دیگری از این اهمیت مبتنی بر این فرض است که نگرش‌ها تعیین‌کننده‌ی رفتارها هستند و این فرض به طور ضمنی دلالت بر این امر دارد که با تغییر دادن نگرش‌های افراد می‌توان رفتارهای آنها را تغییر داد. از فواید دیگری که برای نگرش‌ها ذکر کرده‌اند این است که با افزایش نگرش‌های شخصی در مورد مسائل مختلف، احتیاج او به تفکر و اخذ تصمیم‌های تازه کم می‌شود و رفتار او نسبت به آن چیزها، عادت‌ی، قالبی، شخصی و قابل پیش‌بینی می‌گردد. در نتیجه زندگی اجتماعی او آسان می‌شود.

آگاه بودن از نگرش‌های افراد می‌تواند دارای اهمیت زیادی باشد. اگر نگرش‌های افراد را بدانیم می‌توانیم رفتار آنان را پیش‌بینی کنیم و بر رفتار آنان کنترل داشته باشیم. چنانکه می‌دانیم، برای بسیاری از افراد پیش‌بینی کردن و به کنترل درآوردن رفتار دیگران دارای اهمیت بسیار است. مثلاً اگر سازمانی از نگرش‌های افراد درباره‌ی مسائل مختلف

1 -Attitude

2 -Thomas

آگاهی درستی داشته باشد بهتر می‌تواند رفتار آنان را پیش‌بینی کرده و در صورت لزوم رفتارشان را به نفع خود تغییر دهد.

مفهوم نگرش در بحث ارتباطات^۱ نیز اهمیت بسزایی دارد. چرا که ارتباطات از خویشمن آغاز می‌شود. از آنجا که نگرش مفهومی انتزاعی است، نمی‌توان انتظار داشت که صاحب‌نظران در مورد ماهیت آن اتفاق‌نظر داشته باشند. این اختلاف‌نظر در تعریف نگرش نیز دیده می‌شود. تعریف‌های بسیار متعددی از نگرش ارائه شده‌است که در اینجا به تعدادی از آنها اشاره می‌کنیم:

- از دیدگاه اسمیت^۲، نگرش یک پیش‌آمادگی برای تجربه کردن و برانگیخته شدن برای عمل در یک جهت به شیوه‌ای قابل پیش‌بینی است.

- از دیدگاه کرچ، کراچفیلد و بالاک^۳ ترکیب شناخت‌ها، احساس‌ها و آمادگی برای عمل نسبت به یک چیز معین را نگرش شخصی نسبت به آن چیز می‌گویند.

- کرچ، کراچفیلد و بالاک^۳ در تعریفی دیگر، نگرش را نظام بادی‌امی از ارزشیابی‌های مثبت یا منفی، احساسات عاطفی^۴ و تمایل به عمل، مخالفت یا موافقت نسبت به یک موضوع اجتماعی می‌دانند.

- از نظر راکچی^۵، نگرش سازمان بادی‌امی از باورها است حول یک شیء یا موقعیت که فرد را آماده می‌کند تا به صورتی ترجیحی نسبت به آن واکنش نشان دهد.

آلبورت^۶، معتقد است که می‌توان در بیشتر تعریف‌های ظاهراً متفاوت نگرش، فصل‌های مشترکی پیدا نمود. هر کدام از تعریف‌ها به صورتی، خصوصیت اصلی نگرش را آمادگی برای پاسخ دادن می‌دانند. نگرش، به جای اینکه علنی و عملی باشد، حالت درونی و آمادگی است. یعنی، نگرش رفتار نیست بلکه پیش‌شرط رفتار است. نگرش ممکن است به صورت تمام درجات آمادگی، از پنهانی‌ترین و مسکوت‌ترین عادات فراموش شده گرفته تا تنش یا جنبشی که فعالانه تعیین‌کننده یک رشته رفتارهای در حال ظهور باشد.

1 - Communication

2 - Cooper Smith

3 - Kretch & Crutchfield & Ballachey

4 - Emotional feelings

5 - Rokeach

6 - Gordon Allport

به اعتقاد توماس، مفهوم چند بعدی از نگرش که شامل عناصر شناختی، عاطفی و رفتاری است، مقبولترین مفهوم برای تعریف نگرش است. بدین ترتیب نگرش نشاندهنده‌ی اثر شناختی و عاطفی به جای تجربه‌ی شخصی از شیء یا موضوع اجتماعی مورد نگرش و یک تمایل به پاسخ در برابر آن شیء است. نگرش در این معنی یک «مکانیسم پنهانی» است که رفتار را هدایت می‌کند (کریمی، ۱۳۷۹).

۲- اجزای نگرش

نگرش مرکب از سه عنصر شناختی، عاطفی - احساسی و آمادگی برای عمل است. در بعضی از تعریف‌ها دیدیم که نگرش را نظام بادوامی از ارزشیابی‌ها یا سازمان با دوامی از باورها دانسته‌اند و این اصطلاح نظام یا سازمان دلالت بر آن دارد که اجزای سه‌گانه‌ی نگرش با هم همبستگی دارند. بدین معنی که شناخت‌های فرد درباره‌ی چیزی، از احساسات و شور او درباره‌ی آن چیز و از تمایلات او برای عمل نسبت به آن چیز تأثیر می‌پذیرند. از طرف دیگر، تغییری که در شناخت شخصی درباره‌ی چیزی رخ دهد، در احساسات او نسبت به آن و در آمادگی او برای عمل و رفتار نسبت به آن تأثیر می‌گذارد. عنصر دیگری که در شناخت نگرش‌ها اهمیت دارد موضوع (شیء) نگرش^۱ است. موضوع نگرش ممکن است هر چیزی باشد که در جهان شناختی شخصی وجود دارد. اما به معنای بی‌انتها بودن نگرش‌های افراد نیست. نگرش‌های افراد محدود به شناخت‌های آنهاست. یعنی ما نسبت به چیزهایی نگرش داریم که درباره‌ی آنها شناخت داشته باشیم. کسی که از بمب هیدروژنی هیچ‌گونه اطلاعی ندارد، نمی‌تواند نگرشی هم نسبت به آن داشته باشد (کریمی، ۱۳۷۹).

فرد برای این که نگرشی نسبت به خود و یا نسبت به دیگران داشته باشد به ناچار باید به شناخت و جمع‌آوری اطلاعات در این مورد بپردازد. همان‌طور که قبلاً اشاره شد ارتباطات از خویشتن و شناخت خویشتن آغاز می‌شود. هر ارتباطی که پای انسان در آن کشیده شده‌است، از چشم‌اندازی که انسان از خود دارد شروع می‌شود. «دین بارتلوند^۲، یکی از محققان بنام ارتباطات در سال‌های اخیر این مفهوم را در نگرشی که فرد از «شش

1 - Attitude object

2 - Dean Barnlund

شخص» دارد بیان می‌کند، در واقع او ارتباط میان دو انسان را به شش شخص تعمیم می‌دهد و آن را به اشکال مختلف به گونه‌ای که ذیلاً خواهد آمد در نظر می‌گیرد. این شش شخص، از خویشتن آغاز می‌شود، و آن این است که شما در مورد خود چه نظری دارید. این بدان معنی است که شمار در مورد خود چه می‌اندیشید و در خود چه توانایی‌هایی سراغ دارید؟ دوم، به گونه‌ای که شما به دیگری نظر دارید یعنی شما در مورد شخص دیگر مقابل خود که احتمالاً دریافت‌کننده پیام از شما خواهد بود چگونه می‌اندیشید؟ سوم، نظرتان درباره اینکه شخص دیگر به شما چگونه می‌نگرد. در ارتباط متقابل با دیگری، همواره به این می‌اندیشیم که طرف مقابل ما چه دید و نظری در مورد ما دارد. چهارم، چگونه شخص مقابل به خود می‌نگرد؟ در فراگرد ارتباطی نگرش فرد مقابل یا دریافت‌کننده‌ی پیام، نسبت به خود نیز بسیار مهم است. پنجم، چگونه شخص دیگر یا شخص مقابل به شمار می‌نگرد؟ ششم، شخص دیگر یا شخص مقابل شما می‌اندیشد که شما چگونه به او می‌اندیشید (فرهنگی، ۱۳۸۰).

همانگونه که قبلاً اشاره شد در این پژوهش به بررسی نگرش فرد نسبت به خود و نگرش فرد نسبت به دیگران (یعنی دو شخص اولی که دین بارنلوند معرفی کرده‌است) پرداخته‌ایم.

۱-۲- جزء شناختی^۱ نگرش

منظور از نگرش جزء شناختی، اطلاعاتی است که فرد درباره‌ی موضوع نگرش دارد، مثلاً شناخت ما از نظام دانشگاهی کشورمان می‌تواند این باشد که شامل دوره‌های کاردانی، کارشناسی ارشد و دکتری است. البته مهمترین این شناخت‌ها آن‌هایی هستند که با نوعی ارزیابی همراه باشند. مثلاً اعتقاد به خوبی یا بدی یک نظام دانشگاهی.

۲-۲- جزء احساسی^۲ نگرش

این شامل احساساتی است که موضوع نگرش در شخص برمی‌انگیزد، یعنی، موضوع ممکن است خوشایند یا ناخوشایند باشد، ایجاد خوشی و خوشحالی کند یا برانگیزنده‌ی

1 - Cognitively based attitudes

2 - Affectively based attitudes

نفرت و انزجار باشد. همین جنبه‌ی احساسی نگرش‌ها است که نقش انگیزشی بر رفتار دارد و اهمیت بعد احساسی را در نگرش مورد تأکید قرار می‌دهد. جوانی که نسبت به تحصیلات دانشگاهی احساس مثبتی دارد، شیفته‌ی ورود به دانشگاه است و نسبت به محیط دانشگاه احساس علاقه و احترام خاصی دارد و بالعکس، برای کسی که علاقه‌ای به تحصیلات دانشگاهی ندارد، محیط دانشگاه، برانگیزاننده نخواهد بود.

۳-۲- جزء آمادگی برای عمل در نگرش^۱

در تعریف نگرش، اغلب آن را نوعی آمادگی برای عمل ذکر کرده‌اند. یعنی، نگرش شخص را آماده می‌کند تا در برخورد با موضوع نگرش رفتاری از خود نشان دهد. چنانچه نگرش فرد نسبت به موضوعی مثبت باشد آماده است که کمک کند، ستایش کند، حمایت کند یا پاداش دهد و بالعکس (کریمی، ۱۳۷۹).

۳- مشخصات اجزای تشکیل‌دهنده‌ی نگرش

هر یک از سه جزء شناختی، احساسی و آمادگی برای عمل در نگرش دارای دو مشخصه‌ی دیگرند که به آنها نیرومندی یا شدت (والانس^۲) و درجه‌ی پیچیدگی (تکثر) گفته می‌شود. این بدان خاطر است که اجزای نگرش مانند یک نقطه ثابت نیستند بلکه دامنه‌ی تغییری دارند که حداقل در دو جهت مختلف می‌تواند تغییر کند. شدت این تغییر اهمیت دارد. نگرش مثبت یک شخص نسبت به یک سازمان تا چه حد مثبت است؟ اگر این شخص مخالف تصمیم‌گیری فردی است میزان مخالفت او چقدر است؟ اینها وجوهی است که در والانس و تکثر منعکس می‌شود.

۳-۱- والانس یا شدت و جهت

چنانچه اشاره شد یک نگرش را می‌توان به صورت موافق یا مخالف با یک موضوع نگرشی در نظر گرفت. اما تنها بیان جهت نگرش نسبت به موضوع نگرش کافی نیست. در اغلب موارد لازم است تا نیرومندی نگرش، یعنی درجه‌ی موافقت یا مخالفت آن دقیقاً

1 - Behavior based attitudes

2 - Valence

مشخص شود. ترکیب نیرومندی و جهت نگرش، والانس خوانده می‌شود. این ویژگی در مورد هر سه جزء نگرش صدق می‌کند.

جزء شناختی نگرش ممکن است به گونه‌ای باشد که با موضوع نگرش کاملاً موافق باشد (شدت: کامل، جهت: موافق) و آن را خیر مطلق بداند و یا با آن مخالف باشد (شدت: کامل، جهت: مخالف). و آن را شر کامل تلقی کند.

همین‌طور جزء احساسی یا عاطفی ممکن است کاملاً مثبت باشد (مثلاً شخص نسبت به موضوع نگرش تمایل مثبت داشته باشد) و یا کاملاً منفی باشد (مثلاً شخص نسبت به موضوع نگرش تنفر صرف بورزد).

جزء آمادگی عمل نیز می‌تواند در جهت موافق یا مخالف باشد. ممکن است کسی آماده باشد تا برای یک موضوع نگرش از هیچ حمایت و حفاظتی دریف نکند و یا در جهت مخالف آمادگی کامل داشته باشد تا آنجا که حاضر به نابودی آن باشد.

۲-۳- درجه‌ی پیچیدگی (تکثر)^۱

اجزای نگرش از نظر درجه‌ی پیچیدگی نیز می‌توانند متغیر باشند. منظور از درجه‌ی پیچیدگی در عنصر شناختی نگرش این است که آیا این شناخت محدود و ساده است یا جامع و گسترده. همین نکته در مورد جزء احساسی یا عاطفین نیز صادق است. اگر احساس‌ها و هیجان‌های مختلف و متعددی نسبت به یک موضوع نگرش داشته باشیم، گفته می‌شود که درجه‌ی پیچیدگی احساسی ما نسبت به آن موضوع، زیاد یا متکثر است. ولی اگر احساس واحدی نسبت به آن موضوع داشته باشیم، درجه‌ی پیچیدگی احساسی ما کم است. آمادگی برای عمل نیز می‌تواند دارای درجه پیچیدگی کم یا زیاد باشد. کسی که آماده است تا یک موضوع نگرشی را فقط قبول یا رد کند، آمادگی او برای عمل از نظر درجه پیچیدگی محدود یا دارای تکثر کم است. از سوی دیگر، اگر شخصی حاضر باشد به نفع یک حزب سیاسی سخنرانی کند، پول جمع‌آوری کند، مقاله بنویسد و رأی بدهد، درجه پیچیدگی آمادگی او برای عمل، زیاد یا متکثر است (کریمی، ۱۳۷۹).

۴- ارتباط با خود^۱

به طور کلی نگرش در مورد مسائل مختلف در اثر ارتباط فرد با آن مسائل شکل می‌گیرد. بنابراین نگرش فرد نسبت به خود، ریشه در ارتباطات فرد با خود دارد. براساس این ارتباط، هر یک از ما، ابتدا با خود ارتباط برقرار می‌سازیم. این ارتباط عبارتست از اینکه جریان تفهیم و تفاهم در درون خود، که یک نوع ارتباط درونی است. ارتباط با خود در برگیرنده‌ی مشکلات درونی یا حل تعارضات درونی فرد است. این ارتباط با خود همان طور که از نامش پیداست، خود را مورد توجه و محور اصلی بحث و گفتگو قرار می‌دهد. متأسفانه بیشتر افراد از خود و توانایی‌های خود بی‌خبرند و نمی‌دانند از چه توان بالایی برخوردارند. آنان احساسات و عواطف خود را ناچیز گرفته و آنها را در برخی از موارد در حداقل اقتدار تصور می‌کنند (فرهنگی، ۱۳۸۰).

یکی از فواید شناخت خود، سازگاری^۲ است. فعل سازگار کردن به معنی مطابقت دادن و برابر ساختن و انطباق بخشیدن است. از این جهت هنگامی که ما چیزی را منطبق کنیم در حقیقت آنرا به طریقی تغییر می‌دهیم تا با مقتضیات خاصی متناسب گردد. یعنی ما خود را به منظور مطابقت دادن با تقاضاهای محیط سازگار کنیم. صاحب‌نظرانی چون آبراهام مازلو^۳ و کارل راجرز^۴ نظریه‌هایی در این مورد ابراز داشته‌اند. از دیدگاه این صاحب‌نظران سازگاری موفقیت‌آمیز عبارت است از نیل به موفقیت بخشیدن به خود (خویش). عبارت دیگر آن را عبارت از بیان و اظهار موفقیت‌آمیز بزرگترین استعدادهایی می‌دانند که فرد قادر به انجام آنهاست (جعفری، ۱۳۷۷).

۵- ارتباط با دیگران^۵

این ارتباط، در برگیرنده درک و تسهیم معنی^۶ یک شخص و انسان‌های دیگر است. هر انسانی، مسائل و پیچیدگی‌های زیادی دارد که این پیچیدگی‌ها در تقابل با دیگران، به مراتب وسیعتر و گاه به گونه‌ای مسأله ساز جلوه‌گر می‌شوند. علاوه بر اینکه انسان در

1 - Intrapersonal communication

2 - Consistency

3 - Abraham Maslow

4 - Carl Rogers

5 - Interpersonal communication

6 - Understanding and sharing of meaning

شرایط متفاوت نسبت به یک پدیده دارای ادراکات متفاوت است و باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های فرد در شرایط متفاوت به گونه‌هایی متفاوت تجلی می‌یابند، تفاوت میان انسان‌ها حتی تفاوت دو نفر با یکدیگر معمولاً بسیار شدیدتر است. به علاوه هر انسانی راهی متفاوت و خاص برای بیان احساسات و عواطف خود دارد و این راه در بیشتر موارد با راه دیگران نه تنها نزدیکی ندارد، بلکه کاملاً مغایر است. بنابراین، احتمال وقوع ارتباط مؤثر و موفق کاهش می‌یابد (فرهنگی، ۱۳۸۰).

هر چه ما از ساختار شخصیتی خود آگاه‌تر باشیم، بیشتر به جنبه‌های گوناگون توانایی‌ها و استعداد‌های خود دست یافته و می‌توانیم این توانایی‌ها را در مسیری سالم به جریان اندازیم اگر زمانی این توانایی‌ها به طور طبیعی در مسیرهایی ناسالم قرار گرفتند آنها را به مسیر درست هدایت کنیم. شناخت انسان از ساختار شخصیتی و مسیر رشد روحی - روانی می‌تواند بر دو مبنای اساسی قرار گیرد:

شناخت عبارت است از شناخت در سطح عقلانی - منطقی و شناخت در سطح احساسی - عاطفی است.

برای مثال همه‌ی افراد در سطح منطقی - عقلانی از این که پدر و مادر چه رفتارهای ناسالمی با آنها داشته‌اند آگاهند و می‌دانند که چقدر این رفتارها غیرمنطقی و نادرست بوده‌اند. این‌گونه شناخت به بهبود انسان کمک نمی‌کند و اگر هم بکند بسیار ناچیز است. اما اگر شناخت در سطح احساسی - عاطفی قرار گیرد و فرد به معنای واقعی، ساختار شخصیتی و نحوه‌ی رشد و تکامل روحی و روانی خود را درک کند و آثار عمیق و مؤثری در تغییر رفتار بر جای خواهد گذاشت. به عنوان مثال وقتی که شخص از نوع رفتاری که با او شده است درکی احساسی - عاطفی داشته باشد می‌تواند خود را در وضعیت مربوطه قرار دهد. هنگامی که می‌گوید پدر یا مادرم در دوران کودکی رفتارهایی خشم‌آلود با من داشته‌اند، فقدان نوازش را - که از ضروریات رشد است - احساس می‌کند. پس این احساس بیان می‌کند که وقتی در آن شرایط بودم چه احساسی داشتم. اگر احساس ناخوشایندی به من دست می‌داد من با آن چه می‌کردم؟ آیا آنرا بیان می‌کردم یا اینکه پس می‌راندم و به درون ناخودآگاه خود می‌فرستادم؟ در اینجا است که شناخت ساختار شخصیتی و نحوه‌ی رشد و تکامل احساسی و عاطفی، بینش‌های عمیق به شخص می‌دهد.

بوسیله‌ی همین بینش‌ها به نحوی خود جوش تغییرات رفتاری در شخص ظاهر می‌گردد (جیمز و ساوری، ۱۳۷۱).

۶- فهم از خود

به طور کلی «فهم از خود»^۱ عبارتست از آگاهی و شعور یک فرد از هویت اساسی و کلیت و ویژگی خود. در فهم از خود، تمامی ادراکات جسمانی، اجتماعی و روانی فرد در مورد خودش دخیلند (فرهنگی، ۱۳۸۰).

کارل راجرز در سال ۱۹۷۴ پدیده‌ی خود را چنین تعریف می‌کند: نحوه‌ی پندار یا تصور نسبتاً دائمی هر فردی راجع به ارزشی که او برای خود قائل است (اسلامی نسب، ۱۳۷۳).

«فهم از خود» در برگیرنده «تصور از خود» می‌باشد که عبارتست از تصویری که فرد از خود دارد. یا به عبارت دیگر اینکه فرد چه فکری در مورد خود می‌کند و چگونه آدمی است (فرهنگی، ۱۳۸۰).

جورج مید^۲ معتقد است که تصورات و نگرش‌های شخص نقش زیادی در زندگی او دارند این تصورات می‌توانند مربوط به موفقیت‌های درونی یا بیرونی باشند [۱]. منشأ عمده‌ی شکل‌گیری خویشتن را باید در رابطه‌ی فرد با جامعه‌اش بخصوص در دوران پر اهمیت کودکی و نوجوانی دانست. مهمترین منشاء آگاهی و تصور از خود، رفتار و واکنش دیگران نسبت به خود، بخصوص در کودکی است. این را نظریه‌ی «آینه خودنما» می‌نامند که براساس آن برای دیدن خود، به واکنش‌های دیگران نگاه می‌کنیم و تصور خود را در آن واکنش‌ها می‌جوئیم (اسلامی نسب، ۱۳۷۳).

کولی^۳ معتقد است که سه گام در رشد آینه خودنما وجود دارد (جعفری، ۱۳۷۷):

- ۱) تصویر ظاهر شخص از نظر دیگران (آیا مرا چاق می‌بینند یا لاغر)
- ۲) تصور قضاوت دیگران از آن ظاهر (آیا چاق یا لاغر بودن مرا مثبت ارزیابی می‌کنند یا منفی)
- ۳) نتایجی که در آن مورد احساس می‌کند.

تعامل والدین و کودک از سه جنبه اهمیت ویژه‌ای دارد:

▪ اولین جنبه به میزان پذیرش علاقه، عاطفه و گرمی ابراز شده نسبت به کودک مربوط می‌شود. اطلاعات بدست آمده نشان می‌دهد مادران کودکانی که عزت‌نفس بالایی دارند در مقایسه با مادران کودکان با عزت‌نفس پایین، به کودکان خود بیشتر عشق می‌ورزند و روابط نزدیکتری با آن‌ها دارند.

▪ جنبه حساس دوم آسان‌گیری و تنبیه است. اطلاعات موجود نشان می‌دهد والدین کودکانی که عزت‌نفس بالایی دارند خواسته‌های مشخص و روشنی دارند که با آن‌ها را عزمی راسخ اعمال می‌کنند. والدین کودکانی که عزت‌نفس پایینی دارند کمتر راهنمایی می‌کنند، در رفتار خود خشن بوده و بی‌احترامی می‌کنند و معمولاً به جای پاداش از تنبیه استفاده می‌کنند.

▪ اعمال رویه‌های دموکراتیک: والدین کودکان با عزت‌نفس بالا مجموعه قوانین گسترده‌ای را وضع می‌کنند و اشتیاق زیادی به اعمال آن‌ها دارند. ولی این رفتارها در محدوده‌ی تعیین شده، غیراجباری و با پذیرش حقوق و عقاید کودک همراه است. والدین کودکان با عزت‌نفس پایین، محدودیت‌های نامشخص و اندکی را تعیین می‌کنند و روش‌های نظارت مستبدانه، سلطه‌جو، طردکننده و سازش‌ناپذیر دارند (محمد الماسی، ۱۳۷۵).

«خودپنداری»^۱ آموختنی است و این موضوع برای فرد و کسانی که مسئول پرورش کودک هستند حائز اهمیت است. هر چه که فرد درباره‌ی خود می‌داند از تجارب گذشته‌ی او سرچشمه می‌گیرد. در میان این تجارب، تجارب اجتماعی تا اندازه‌ی زیادی منحصر به روابط خانوادگی است. خودپنداری همیشه قابل تغییر است ولی این قابلیت تغییر در دوران کودکی خیلی بیشتر از دوران بزرگسالی است.

نیاز فرد به احترام، عشق و با ارزش بودن از جانب دیگران، نیاز به «توجه مثبت و احترام» نامیده می‌شود که نیازی آموختنی است و جزو «خودپنداره»^۲ یا «پندار از خود»^۳ می‌باشد و با قسمت اعظمی از تجارب فرد همراه است. نیاز به جلب توجه مثبت از جانب دیگران آنقدر قوی است که ممکن است فرد آن را بر تجارب مثبتی که در جریان تحقق نفس احساس می‌کند، ترجیح دهد. از طریق نگرش‌های مثبت و رفتار احترام‌آمیزی که

1 - Self-ception

2 - Self - concept

3 - Self - Recognition

توسط دیگران نسبت به فرد ابراز می‌شود احترام و احساس ارزشمندی یا «عزت‌نفس» را در وی بوجود می‌آید. بنابراین فردی که خود را می‌شناسد می‌تواند احساس عزت‌نفس داشته باشد نه خود عزت را. راجرز می‌گوید: عزت‌نفس عبارتست از ارزیابی مداومی که شخص نسبت به ارزشمندی «خود» دارد [۵]. اسکیر و کارور^۱ می‌گویند: در تحقیقاتی که کوپر اسمیت^۲ با به کاربردن مفاهیم و روش‌های راجرز به عمل آورد به این نتیجه رسید که کودکانی که عزت‌نفس بیشتری دارند افرادی هستند که احساس ارزشمندی، استقلال و خلاقیت کرده و به آسانی تحت تأثیر و نفوذ عوامل محیط قرار نمی‌گیرند. برخی از مردم خود را افرادی کم‌هوش، نالایق و ناسازگار تصور می‌کنند. این چنین افرادی دارای عزت‌نفس پایین می‌باشند. بنابراین عدم ارضای نیاز به مورد توجه و احترام بودن و نداشتن وجهه اجتماعی باعث کاهش «عزت‌نفس» شده و تعادل روانی فرد را مخدوش می‌کند.

عزت‌نفس همان خودپنداره نیست. خودپنداره درکی است که فرد دارد اما این درک توصیفی است و نه توأم با قضاوت. هنگامی که میزانی از قضاوت‌های ارزشی وارد این توصیف می‌شود آنگاه مقوله عزت‌نفس مطرح می‌گردد (اسلامی‌نسب، ۱۳۷۳).

۷- اعتماد به نفس^۳

اعتماد به نفس واقعی هیچ ارتباطی به رویدادهای ظاهری زندگی ما ندارد. اعتماد به خویشتن از آنچه انجام می‌دهیم بوجود نمی‌آید، بلکه این باورمان به توانایی درونی خود است که ما را قادر می‌سازد تا آنچه را که می‌خواهیم انجام دهیم. اعتماد واقعی به خویش همیشه از درون سرچشمه می‌گیرد نه از برون. اعتماد به نفس باور به قابلیت انسانی خویش است؛ اینکه با هر آنچه در زندگی پیش آید روبرو می‌شده، از عهده آن برآیم و هر آنچه را که ضروری است انجام دهیم [۷].

افراد با اعتماد طوری برخورد می‌کنند که گویی:

▪ خود را دوست دارند و اهمیتی به این نمی‌دهند که ما متوجه شویم از خودشان زیاد هواداری می‌کنند.

1 - Scheier & Corver

2 - Cooper Esmith

3 - Self- confidence

- خود را می‌شناسند و مطابق با رشد جسمی به کنجکاوای دربارهی خود ادامه می‌دهند.
 - می‌دانند چه می‌خواهند و از تعیین اهداف جدید برای خود نمی‌ترسند.
 - به طور مثبت فکر می‌کنند و در مقابل مشکلات احساس ضعف نمی‌کنند.
 - ماهرانه رفتار متناسب با هر موقعیت را می‌دانند.
- بین اعتماد به نفس و خودشیفتگی^۱ رابطه‌ی نزدیکی برقرار است. خودشیفتگی یعنی به خود عشق ورزیدن و غرق در زیبایی واقعی یا خیالی خود بود. افراد از نظر خودشیفتگی به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱) کسانی که خودشیفتگی بالا دارند.

۲) کسانی که خودشیفتگی پایین دارند.

۳) کسانی که خودشیفتگی میانه دارند.

گروه اول کسانی هستند که دوست داشته شدن را بسیار تجربه کرده، و تحت حمایت بیش از حد بوده‌اند، این افراد دارای اعتماد به نفس بالا، اما به صورت کاذب هستند. گروه دوم، خودشیفتگی پایین داشته و دارای احساس حقارت، گوشه‌گیری و انزوا هستند. پذیرفته نشده‌اند، خودباوری ندارند، در معرفی خود مشکل دارند و از نظر احترام به خود در سطح پایینی هستند. درک درستی از خود ندارند و توانایی‌های خود را نمی‌شناسند. خودشیفتگی با اعتماد به نفس رابطه‌ای مستقیم دارد. کسانی که خودشیفتگی بالا دارند:

• خود را در حد بسیار بالا باور دارند.

• احترام زیادی به خود قائلند.

• درک و معرفی بالایی از خود دارند.

در هر سه مورد به طور کاذب بالا هستند. کسانی که خودشیفتگی بالا دارند همیشه در پشت چهره احساس حقارت می‌کنند. کسانی که خودشیفتگی پایین دارند خود را باور ندارند و دوست داشته نشده‌اند. این افراد خودباوری پایینی دارند. خودشناسی اندکی دارند و بنابراین اعتماد به نفس پایینی دارند. افراد طبیعی باید خود را پذیرفته شده بدانند. از نظر پذیرفته شدن، سه گروه از مردم را می‌توان نام برد:

الف) مردمی که به میزان بسیار بالایی پذیرفته شده هستند.

ب) مردمی که به میزان بسیار کمی پذیرفته شده هستند.

ج) مردمی که به میزان متوسطی پذیرفته شده هستند.

مردمی که خود را زیاد پذیرفته شده می‌دانند، از خود احساس خوبی دارند و دیگران را غیر خوب قلمداد می‌کنند که البته این چهره ظاهری آنهاست. اینان در پشت صحنه احساس بد برای خود و احساس خوب برای دیگران قائل هستند. اینگونه افراد دارای اعتماد به نفس کاذب بالایی هستند. افرادی که دارای خودپذیری پایینی هستند یا کسانی که خودشیفتگی پایینی دارند و یا کسانی که هیچ دوست داشته نشده‌اند مساوی هستند. اینها دارای احساس و اعتماد به نفس واقعی می‌باشند. افرادی که خودپذیری طبیعی دارند دارای اعتماد به نفس طبیعی هستند (اسلامی‌نسب، ۱۳۷۳).

۸- باور منفی درباره‌ی خویش

فقدان اعتماد به نفس موجب می‌شود درباره‌ی خود نظری منفی داشته باشیم و احساس نارضایتی و بی‌قراری کنیم. در چنین وضعی احتمال زیادی وجود دارد که تصویری منفی از دیگران در ذهنمان نقش بندد یا دیگران برداشتی منفی از ما داشته باشند که به هر حال موجب می‌شود افکار و احساسات منفی نسبت به خود و دیگران در ما افزایش یابد. ویژگی افراد منفی آن است که ارزش‌های مثبت خود را نادیده می‌گیرند. ما عملاً و حتی از راه‌های غیر کلامی ممکن است افکار و احساسات منفیمان را به دیگران منتقل کنیم. وقتی بر ابعاد منفی تمرکز داریم، بدیهی است که نکته‌های منفی بیشتر و بیشتری در خود و دیگران می‌جوئیم و می‌بینیم (تاوان‌اند، ۱۳۸۰).

نگرش منفی نسبت به خود به طور چشمگیری باعث احتمال بروز عکس‌العمل‌های انحرافی در آینده می‌شود که بر تطابق و هم‌رنگی فرد با الگوهای گروهی که متعلق به آن است تأثیر می‌گذارد. بعضی از این عکس‌العمل‌های منفی عبارتند از: فریب دادن، خلافکاری، بزهکاری، بدرفتاری، آدم‌کشی، تمایل به خودکشی و اختلالات روانی (Kaplan, 1974).

۹- باورهای مثبت درباره‌ی خویش

وقتی اعتماد به نفس داریم، افکار ما راجع به خود و دیگران مثبت است. احساس راحتی می‌کنیم و رفتارمان قاطعانه است. این ویژگی‌ها سبب می‌شود شناخت و قضاوت

متقابلی که بین ما و دیگران وجود دارد روند مثبتی پیدا کنند و در نهایت احساس ارزشمند بودن در وجودمان شکوفا گردد. خود بازیابی مثبت، افکار و احساسات مثبتی بر ارزشمند بودن را افزایش می‌دهد (تاوان‌اند، ۱۳۸۰).

به طور کلی می‌توان ویژگی‌های کلیدی نگرش منفی را اینگونه بیان کرد: نداشتن اعتماد به نفس و عزت‌نفس پایین داشتن، احترام نگذاشتن به خویش، داشتن احساسات و افکار منفی در مورد خود، خود را خوار شمردن، احساس گناه کردن در مقابل سایرین، بی‌انگیزه بودن و احساس حقارت کردن هنگام مقایسه‌ی خود با دیگران. ویژگی‌های کلیدی نگرش مثبت عبارتند از:

اعتماد به نفس و عزت‌نفس بالا داشتن، احترام گذاشتن به خود و دیگران، پذیرفتن مسئولیت در قبال رفتار خود، توجه کردن به احساس و عقاید دیگران، مسئولیت‌پذیر بودن در قبال وظیفه، صادق و صریح بودن و تمایل به باز خورگرفتن از دیگران داشتن (تاوان‌اند، ۱۳۸۰).

۱۰- روش تحقیق

روش انجام این تحقیق از نوع پیمایشی است که براساس آن به بررسی رابطه بین نگرش فرد نسبت به خود و نگرش فرد نسبت به دیگران پرداخته می‌شود. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دانشگاه‌های دولتی است. براساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای ابتدا هفت دانشگاه از بین دانشگاه‌های دولتی انتخاب گردید و از بین دانشجویان هر دانشگاه شصت دانشجو به صورت تصادفی انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه بوده‌است. پس از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی ادبیات موضوع پرسشنامه‌ای طراحی گردید. این پرسشنامه براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم گردید که در آن سی و پنج سوال نگرش فرد نسبت به خود و سی و پنج سوال دیگر نگرش فرد نسبت به دیگران را اندازه‌گیری می‌کند. با استفاده از روش آلفای کرونباخ پایایی کلیه گروه‌های مطرح شده در پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت و پرسشنامه تعدیل شده با ترکیب زیر توزیع و جمع‌آوری گردید.

نام دانشگاه	اصفهان	فردوسی مشهد	ارومیه	شهید باهنر کرمز	صنعتی شریف	ولیعصر رامسنبان	شهید بهشتی
پرسشنامه	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰
توزیع شده	۳۴	۵۲	۲۸	۲۹	۲۳	۲۸	۲۰
جمع آوری شده	۳۴	۵۲	۲۸	۲۹	۲۳	۲۸	۲۰

فرضیه این تحقیق عبارت است از بین نگرش فرد نسبت به خود و نگرش فرد نسبت به دیگران رابطه معنی داری وجود دارد.

۱۱- تجزیه و تحلیل داده‌ها

اگر چه سؤالات پرسشنامه دارای مقیاس رتبه‌ای است لیکن به دلیل اینکه نمره کل هر فرد از طریق محاسبه میانگین نمرات فرد به سی و پنج سؤال اول و سی و پنج سؤال دوم به دست می‌آید، داده‌هایی که ضریب همبستگی بین آنها محاسبه می‌شود عبارت خواهد بود از میانگین نمره نگرش فرد نسبت به خود و میانگین نمره نگرش فرد نسبت به دیگران. از آنجا که در این تحقیق میانگین نمرات هر فرد مورد نظر است، با توجه به قضیه حد مرکزی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کردیم که حاصل آن به صورت زیر می‌باشد.

Correlations

	other	Self
OTHER person correlations sig (1tailed)	8/000	0/260
N	0/000	0/000
tion	319	319
Self pearson correlation sig, (8+tailed)	0/260	8/000
N	0/000	0
	319	319

Correlation is significant at the 0.05 level.

منظور از other نگرش فرد نسبت به دیگران و منظور از self نگرش فرد نسبت به خود می‌باشد.

۱۲- نتیجه‌گیری

براساس این تحقیق و نتایج بدست آمده از آن فرضیه این تحقیق که عبارت از بین نگرش فرد نسبت به خود و نگرش فرد نسبت به دیگران رابطه معنی‌داری وجود دارد می‌باشد، در سطح معنی‌دار ۰/۰۱ مورد تایید قرار گرفت. اگرچه ضریب بدست آمده چندان بزرگ نیست لیکن به دلیل حجم نسبتاً زیاد نمونه همبستگی به دست آمده معنادار است [۹]. بنابراین می‌توان این نتیجه را به جامعه آماری تعمیم داد. کسب چنین نتیجه‌ای ما را در شناخت افراد و نگرش آنها کمک خواهد کرد. بنابراین می‌توان در اداره افراد و سازمان‌ها می‌توان توفیق بیشتری حاصل نمود. همچنین درک صحیح از این رابطه می‌تواند در زمینه‌های مختلفی از جمله مدیریت و ارتباطات، مفید و کارساز واقع گردد و به ما کمک کند تا در ارتباط با دیگران، موقعیت خود را بهتر ارزیابی کنیم. پیامد آن ایجاد ارتباط مثبت خواهد بود.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و مأخذ

منابع فارسی

- ۱- محمد الماسی، آذر. (۱۳۷۵). رابطه‌ی بین اعتماد به نفس و انتخاب رشته‌ی تحصیلی در دانش‌آموزان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۲- جعفری، مصطفی. (۱۳۷۷). بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی در موفقیت مدیران ارشد سازمان دولتی استان زنجان، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده‌ی علوم‌اداری، تابستان.
- ۳- فرهنگی، علی‌اکبر. (۱۳۸۰). ارتباطات انسانی (چاپ پنجم). انتشارات رسا.
- ۴- کریمی، یوسف. (۱۳۷۹). نگرش و تغییر نگرش (چاپ اول). انتشارات نشر ویرایش.
- ۵- اسلامی نسب، علی. (۱۳۷۳). روان‌شناسی اعتماد به نفس (چاپ اول). انتشارات مهرداد.
- ۶- جیمز، موریل و ساوری، لوییس. (۱۳۷۱). خویشتن جدید (چاپ اول). (بهمن دادگستر). انتشارات چکامه.
- ۷- آنجلیس، باریارا. (۱۳۷۹). اعتماد به نفس و دستیابی به آن (چاپ اول). (شهرزاد لولاچی). انتشارات اوحدی.
- ۸- تاون اند، انی. (۱۳۸۰). پرورش توانایی اظهار وجود و قاطعیت (چاپ دوم). (پرویز نظیری و آرش مولا) انتشارات گل نشر.
- ۹- ایزاک، استفان. (۱۳۷۶). راهنمای تحقیق و ارزشیابی در روانشناسی و علوم تربیتی (چاپ اول). (دکتر علی دلاور)، انتشارات ارسباران.

منابع لاتین

- 1- Kaplan, Howard. (1974). Self-Attitudes and Deviant Response, Eighth world congress of socionlogy, pp. 788-799.