

شکل‌گیری، تغییر و تثبیت نگرش در تعلیمات دینی

محمد ظاهر فهیمی^۱

چکیده

یکی از دغدغه‌های اصلی جریان تعلیم و تربیت در کشور ما، همواره موضوع ایجاد و شکل‌دهی باورها و رفتارهای دینی بوده است. به همین دلیل از آغاز تأسیس نظام معارف کشور، همواره بخش وسیعی از بودجه و تلاش متصدیان این نظام، مسئله تربیت دینی بوده است. این در حالی است که مرور جریان تاریخی و مشاهده وضعیت امروز کشور، نشان می‌دهد که هرچه تلاش‌ها در این زمینه بیشتر بوده، کمتر نتیجه مثبت داشته است. لذا به طور طبیعی سؤال مهمی قابل طرح است که علت ناکامی این همه تلاش چیست یا چرا نظام معارف و تحصیلات عالی ما موفقیت چندانی در این زمینه نداشته است؟ هدف این مقاله ک با روش تحلیلی توصیفی تدوین شده، این است که با مرور آثار و نتایج تحقیقات انجام شده در مورد تربیت دینی، به سؤال مزبور در حد ظرفیت یک مقاله پاسخ داده شود. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که یکی از عوامل این ناکامی، عدم توجه به بنیادهای تعیین کننده رفتار و خصوصیات روان‌شناختی انسان است. رفتار و خصوصیات روان‌شناختی انسان معمولاً تحت تأثیر نگرش‌هایی است که به صورت خصوصیات ذهنی حاصل از تجربیات زندگی، شکل می‌گیرد و در تعاملات روزمره تبارز می‌یابد. این شکل‌گیری غالباً خارج از اختیار افراد به وجود می‌آید و از عوامل اثرگذاری که غالباً خارج از اختیار انسان است، اثرپذیری دارد. لذا بعد از بحث در مورد مسائل اساسی رفتار و نگرش‌های انسان، توصیه شده است که برای موفقیت جریان تعلیم و تربیت دینی، باید به بنیادهای مؤثر شکل‌گیری، تغییر و تثبیت نگرش‌های دینی توجه شود و به جای مقصر دانستن متعلمان و محصلان، مشکلات در خود نظام تعلیم و تربیت جستجو شود.

کلیدواژه‌ها: تعلیمات دینی، نظام آموزشی، نگرش، شکل‌گیری نگرش، تغییر نگرش، تثبیت نگرش

۱. دانشیار دانشگاه تعلیم و تربیت کابل.

ایمیل: mfahimi310@gmail.com

مقدمه

یکی از مسائل عمده که همواره در نظام آموزشی ما و به طور کلی جهان اسلام مطرح بوده، شکل دهی و تثبیت نگرش‌های دینی در متعلمان و محصلان است. برای اهمیت این موضوع کافی است بدانیم که از آغاز تأسیس نظام معارف عمومی در افغانستان تقریباً یک چهارم هزینه‌ها و ظرفیت مادی و معنوی این نظام به تعلیم و تربیت دینی اختصاص داشته و سهم عمده‌ای از بودجه کل کشور به این عرصه سوق داده شده است؛ اما برخلاف انتظار آنچه از این همه هزینه به دست آمده، غالباً برعکس نیات و مقاصد متصدیان و افکار عامه بوده یا دست کم فایده عمده‌ای بر آن مترتب نبوده است.

افرادی در این وضعیت، دیدگاه‌های متفاوت و گاه متضادی را ابراز می‌دارند. برخی متعلمان را ملامت می‌کنند، برخی معلمان و مربیان را، برخی خانواده‌ها را، برخی نظام آموزشی را، برخی جامعه و رسانه‌ها را و برخی نیز عوامل دیگری را در این ناکامی دخیل می‌دانند؛ اما وضعیت تغییر نمی‌یابد و شرایط همچنان باقی است. بدین جهت این سؤال بر اذهان کارشناسان امور اجتماعی، فرهنگی و آموزشی سنگینی می‌کند که چرا هزینه‌های بسیار و تلاش‌های گسترده‌ای که در عرصه آموزش‌های دینی می‌شود، نتیجه‌بخش نیست و باورهای دینی متعلمان و محصلان استحکام لازم ندارد؟ به نظر می‌رسد در نظام آموزشی ما رویکرد کارشناسانه به موضوع وجود ندارد. مسئولین نظام و حتی افکار عمومی با ساده‌انگاری موضوع به رویکردهای سنتی وفاداری نشان داده، مشکلات تعلیم و تربیت دینی را عمدتاً به متعلمان و محصلان و خانواده‌های آنان ارجاع می‌دهند.

تحقیق حاضر بر این فرض استوار است که مشکلات تعلیم و تربیت دینی متعلمان و محصلان، ناشی از بی‌توجهی به بنیادهای تربیتی است که یکی از آن‌ها مفهوم و سازوکار شکل‌گیری، تغییر و تثبیت نگرش^۱ است. لذا در اینجا تلاش شده تا این مفهوم و سازوکار آن به عنوان یکی از موضوعات مؤثر در فرایند و برآیند تربیت دینی توضیح داده شود.



۱. معنای نگرش

نگرش ازجمله مفاهیم و واژه‌های آشنایی است که همه افراد به‌گونه‌ای با آن آشنایی دارند؛ اما این واژه در ادبیات روان‌شناختی عبارت است از ترکیبی از باورها و هیجان‌هایی که شخص را پیشاپیش آماده می‌کند تا به دیگران، اشیا و گروه‌های مختلف به شیوه مثبت یا منفی نگاه کند. نگرش‌ها ارزیابی از اشیا را خلاصه می‌کنند و در نتیجه پیش‌بینی یا هدایت اعمال یا رفتارهای آینده را بر عهده می‌گیرند. (هیلگارد و اتکینسون، ۱۳۷۱)

۲. عوامل نگرش

این ترکیب، به نظر پاتریسیا نیلز،^۱ یکی از روان‌شناسان معاصر، تحت تأثیر سه عامل تجربه‌های فردی، محیط اجتماعی و تعامل احساسات انسان با محیط شکل می‌گیرد. (نیلز، ۱۹۸۲) از دید وی عامل دوم اگرچه نسبت به دو عامل دیگر مؤثرتر است، ولی با این حال نقش دو عامل دیگر نیز قابل توجه بوده و به‌اندازه‌ای است که می‌توان آن‌ها را در کنار عامل دوم قرار داد.

نگرش از نظر دیوید کرچ^۲ و ریچارد کراچفیلد، دو روان‌شناس آمریکایی که تحقیقات نسبتاً کامل‌تری در این زمینه انجام داده و به نتایج جامع‌تری دست یافته‌اند، تحت تأثیر چهار عامل ذیل است. (کرچ، ۱۹۴۸)

الف. نیازها: نیازها یا چگونگی تأمین آن‌ها عاملی است که می‌تواند نگرش انسان را نسبت به تمام آن چیزهایی که در ارتباط با آن واقع می‌شود، تحت تأثیر قرار دهد. انسان در زندگی روزمره خود در هر مرحله که قرار داشته باشد، نیازهایی برای زنده ماندن و زندگی کردن دارد که سعی می‌کند با وسایل و امکاناتی که در اختیارش قرار دارد، به تأمین آن‌ها بپردازد. طبعاً در جریان این کار معمولاً یک سلسله موانع و مشکلات بر سر راه او قرار می‌گیرد و هم یک سلسله امور زمینه‌ساز و کمک‌کننده برای او پیدا می‌شود. اشیا و اموری که به رفع نیازمندی‌های انسان کمک می‌کند و

1. Nilz

2. Kirch



احتیاجات او را برطرف می‌کند، نگرش مثبت انسان را به سوی خود برمی‌انگیزاند و اشیا و اموری که راه رسیدن او را به هدف سد می‌کند، نگرش منفی او را برمی‌انگیزاند. بنابراین نیازها و چگونگی رفع آن‌ها عاملی است که می‌تواند نگرشی را در انسان نسبت به چیزی، موضوعی یا فرد و افرادی به وجود آورد. این نیازها می‌تواند نیازهای مادی مانند نیاز به خوراک، پوشاک، مسکن و امثال آن باشد و می‌تواند نیازهای روحی و روانی باشد مانند نیاز به تأیید اجتماعی، نیاز به مورد توجه واقع شدن از سوی دیگران، نیاز به مورد احترام قرار گرفتن یا حتی آرامش خاطر یافتن و امثال آن باشد.

ب. تراکم تجربه: تراکم تجربه یا تجربه‌های شناختی تمام اطلاعاتی است که فرد درباره چیزی، موضوع یا فرد خاصی، در طول زندگی به دست می‌آورد. این اطلاعات و شناخت‌ها، چگونگی و محتوای آن‌ها که در طول دوران زندگی برای فرد نسبت به چیزی متراکم می‌شود و شکل می‌گیرد، عاملی دیگری است که می‌تواند نگرش انسان را نسبت به آن چیز شکل دهد. (نیلز، ۱۹۸۰) از این رو منابع اطلاعاتی و شناختی افراد نقش مهم و مؤثری در شکل‌گیری نگرش افراد دارد؛ زیرا این منابع هرگونه که به انسان اطلاعات دهد، نگرش انسان را نیز نسبت به متعلق آن اطلاعات متأثر خواهد ساخت. بدین جهت رسانه‌های جمعی و گروهی که امروزه نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی تجربه‌های شناختی جامعه دارد و اطلاعات و معلومات ایشان از طریق آن‌ها حاصل می‌شود، از اهمیت و حساسیت ویژه برخوردار است.

علاوه بر رسانه‌ها، خانواده‌ها، مدارس، آموزشگاه‌ها، کتاب‌ها، باشگاه‌ها و تمام محیطی که انسان با آن‌ها در ارتباط است نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری نگرش انسان دارد؛ زیرا این مراکز و محیط‌ها منابع عمده معلومات و اطلاعات انسان نسبت به امور و موضوعات دیگر است. انسان از طریق اعضای خانواده و بخ خصوص پدران و مادران، مدیران مدارس، اساتید دانشگاه‌ها، کتاب‌ها، همشاگردی‌ها و همبازی‌ها و امثال آن اشیا و موضوعات و اشخاص را می‌شناسد.

ج. تعلق گروهی: گروه را در جامعه‌شناسی یعنی «مجموعه افرادی که نیازمندی‌ها



و وابستگی‌های متقابل خود را به نحوی از انحا برطرف می‌کنند». (برکووتز، ۱۳۷۲) در تعریف دیگر گفته شده: «گروه واحدی از اجتماع است که بین اعضای آن رابطه متقابل و روح اتحاد، منافع و ارزش‌های مشترک وجود دارد که با شرایط خاصی سازمان‌یافته و مدت‌زمانی نیز دوام می‌یابد». (فرسار، ۱۳۷۷ آریانپور، ۱۳۵۷)

تعریف و ویژگی‌های گروه هرچه باشد، برای بحث ما اهمیت چندانی ندارد. آنچه مهم است این است که به اتفاق نظر تمام صاحب‌نظران جامعه‌شناسی و روان‌شناسی گروه نقش مهم و مؤثری در شکل‌گیری نگرش‌های فرد دارد. معمولاً نگرش‌های شخص، از اعتقادات و سنت‌های گروه‌های که فرد به آن‌ها تعلق دارد متأثر می‌شود. «فرد به علت این‌که عضو جامعه است از فرهنگ اجتماعی بهره می‌گیرد و چون عضو طبقه خاصی از جامعه است، از آداب و سنت‌های خاص آن طبقه نیز متأثر است. سرانجام چون وابسته به خانواده نیز است، خانواده نیز او را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این همانندی‌ها به علت باورهای همانند افراد گروه‌های اجتماعی به وجود می‌آید و تا جایی که ممکن است افراد عضو این گروه‌ها دارای ارزش واحدی باشند. (مهرآرا، ۱۳۷۳) گروه‌ها در شکل‌گیری نگرش‌های افراد مؤثر است. گاهی این تأثیر در شکل‌گیری نگرش‌های افراد چنان قوی و نیرومند است که می‌توان گفت همان نگرش‌های شخص نماینده اعتقادات و سنت‌های گروه‌های است که شخص عضو آن‌ها است. (کوهن، ۱۹۵۵)

نکته را که باید در این زمینه یادآوری کرد این است که در فرایند شکل‌گیری نگرش همیشه، این‌گونه نیست که افراد عضو گروه تنها پذیرنده‌های منفعل و غیرفعال باشند، بلکه در این فرایند مسئله نیازها و تأمین آن‌ها عاملی مؤثری است که در این فرایند نقش دارد.

د. شخصیت: در روان‌شناسی بین ویژگی‌های شخصیتی و نگرش تفاوت گذاشته می‌شود. (آیزن، ۱۳۷۴: ۲۳) بنابراین آن‌ها از همدیگر متفاوت است؛ اما نکته قابل توجه اینکه ویژگی‌های شخصیتی افراد، یکی از عواملی است که در چگونگی شکل‌گیری نگرش تأثیر فراوان دارد. از این رو بین افراد و اعضای یک گروه، علی‌رغم

داشتن یک نوع هماهنگی کلی در نگرش‌ها تفاوت‌های نیز در همین امر وجود دارد. این تفاوت‌ها ناشی از ویژگی‌های شخصیتی است که در بین افراد این گروه وجود دارد؛ زیرا هر فردی دارای نگرش‌های است که با ویژگی‌ها و الگوی شخصیتی خاص او هماهنگ و سازگار است.^۱ به عنوان مثال «شخصیت اقتدارطلب^۲ که با ویژگی‌های چون جمود فکری، تعصب افراطی، عدم گذشت نسبت به خطای دیگران، نژادپرستی و امثال آن همراه است و در افراد و گروه‌های نئونازی‌ها تجسم می‌یابد، نگرش‌های مشخصی را نیز به ظهور می‌رساند که از آن جمله است: نفرت نسبت به نژادهای غیرسفید، مخالفت با حضور خارجی‌ان یا مهاجران و پناهندگان در کشور خویش، طرفداری از سیستم‌های دیکتاتوری و خشن، اعمال خشونت نسبت به مخالفان».

(کریمی، ۱۳۷۸)

بر اساس آنچه کرچ و همکارش گفته‌اند، عواملی هست که بر اساس تحقیقات ایشان در فرایند شکل‌گیری و تکوین نگرش‌های افراد مؤثر است. به نظر می‌رسد این چهار عنصر اگرچه به عنوان عوامل مستقیم شکل دهنده نگرش عمل می‌کند؛ اما اگر عوامل غیرمستقیم و در عین حال ریشه نگرش را در نظر بگیریم در آن صورت می‌توان گفت فرایند شکل‌گیری نگرش به طور کلی تابع فرایند تربیتی و یادگیری است؛ یعنی عوامل و زمینه‌های ارثی و محیطی که در شخصیت و یادگیری افراد مؤثر است، می‌تواند در شکل‌گیری نگرش‌های افراد نیز مؤثر باشد؛ زیرا همین عوامل باعث می‌شود که شخصیت افراد چگونه شکل بگیرد و آنان به چه گروه‌هایی رو بیاورند و چگونه با گروه خود تأثیر و تأثر داشته باشند، نیازهای خود را چگونه برآورده کنند یا نیازهایشان چگونه برآورده شود. هم‌چنین چه شناخت‌های نسبت به پدیده‌ها و محیط اطراف داشته باشند.

اگر قرار باشد که عوامل مستقیم شکل‌گیری نگرش را در نظر بگیریم و بر اساس همان حرکت کنیم، در رابطه با نگرش دینی باید گفت که در صورتی نگرش یک فرد

1 Schneider

2. Authoritarian personality



نسبت به دین مثبت خواهد شد که:

اولاً نیازهای جسمی و روحی افراد یا نیازهای مادی و معنوی افراد شناسایی و پیروی از دین و دستورات آن در راستای تأمین آن نیازها تلقی شود؛ یعنی افراد دریابند که نیازهای آنان در زندگی چیست. این نیازها از چه اولویت و اهمیتی برخوردار است و چه چیزهای می‌تواند آن‌ها را برآورده کند و این که دین در این زمینه چه نقشی دارد. بنابراین اگر دین به گونه‌ای عرضه شود که افراد کارکرد آن را مانعی در جهت تحقق نیازهای مادی و معنوی‌شان احساس نکنند، نگرش منفی نسبت به آن پیدا خواهند کرد. البته این که این نیازها به چه شکلی تبیین شود و افراد چگونه به آن توجه کنند و این که آیا این نیازها در افراد تعادل داشته باشد یا در اثر عوامل مختلف و به خصوص تبلیغات و محرک‌های بیرونی، تعادل آن‌ها به هم خورده باشد (در غالب افراد چنین است)، چیزی دیگری است، ولی فرض ما آنجایی است که افراد از نظر احساس نیازمندی‌ها در حالت متعادل قرار دارد و افراط و تفریطی در این زمینه وجود ندارد. در این صورت در قدم اول باید نیازهای افراد را معرفی کرد و در قدم دوم باید دین به گونه معرفی شود که افراد تأمین نیازهایشان را در آن ببینند. اگر نیازهای افراد به مرحله رسید که آنان در صدد تأمین آن برآمدند، در آن صورت هر چیزی که مانع و صد راه تأمین آن بشود، متعلق نگرش منفی واقع خواهد شد. به همین جهت به نظر می‌رسد یکی از کارهای که لازم است برای فراهم کردن زمینه شکل گرفتن نگرش مثبت نسبت به دین انجام شود، این است که شرایطی به وجود آید که در آن شرایط نیازهای معنوی و حقیقی انسان بیشتر تبارز پیدا کرده و افراد نیازهای معنوی خود را احساس کنند و در صدد رفع آن برآیند.

ثانیا اطلاعات و معلومات مطلوب و مثبتی در مورد دین ارائه شود؛ به گونه که افراد در نتیجه این اطلاعات دین را امر مقبول، پذیرفتنی و خوش آیند تشخیص دهند. از این رو منابع اطلاعاتی و شناختی افراد؛ یعنی اعضای خانواده، معلم، رسانه‌ها و به خصوص رادیو و تلویزیون نقش و اهمیت خطیری دارند. شناخت‌ها و معلوماتی که در نتیجه آن دین یک امر غیر منطقی، نامعقول و غیر قابل قبول جلوه کند، چه آن



اطلاعات و معلومات در ظاهر به طرفداری از دین ارائه شود و چه حتی در ظاهر هم بر ضد دین ارائه شود، می‌تواند نگرش افراد را نسبت به دین و معارف و احکام آن منفی شکل دهد. لذا دفاع غیر منطقی و نامعقول از دین، برای نگرش مثبت نسبت به دین بسیار مضر است.

ثالثاً سعی شود گروه‌هایی با ارزش‌ها، معیارها و هنجارهای دینی و مذهبی تشکیل شود و معیارها و هنجارهای مذهبی و دینی در میان گروه‌های موجود گسترش یابد.

رابعاً آنچه از همه مهم‌تر است این است که افراد را باید به گونه‌ای بار آورد که دارای شخصیت دین‌ستیز نشوند؛ یعنی افراد از نظر شخصیتی باید به گونه‌ای بار بیایند که به راحتی بتوانند با تعلیمات و معارف دینی سازگاری داشته باشند.

البته این سؤال می‌تواند مطرح باشد که آیا شخصیت دین‌ستیز هم داریم یا نه؟ یعنی این که شخصیت افراد به گونه‌ای شکل گرفته باشد که اصلاً نتواند با دین کنار بیایند و به طور شخصیتی دین‌گریز و دین‌ستیز باشند؛ اما آنچه در این زمینه مسلم است این است که بعضی از عوامل بدون شک از عوامل مهم و مؤثر شکل‌گیری شخصیت افراد است مورد توجه و دغدغه خاطر بزرگان دین اسلام بوده است. لذا در مورد آن‌ها دستورات و سفارش‌های خاصی در اسلام ارائه شده و بر پابندی بر آن‌ها تأکید گردیده است.

۳. تغییر نگرش

آنچه به عنوان عوامل مؤثر در شکل‌گیری نگرش ذکر شد، مربوط به آن صورتی بود که نگرش فردی برای اولین بار نسبت به چیزی، موضوعی یا شخصی شکل می‌گیرد؛ اما در صورتی که نگرش فرد با یک سابقه نسبت به موضوعی یا شخصی شکل بگیرد؛ یعنی فرد قبلاً نسبت به آن نگرشی داشته و بعداً نگرشی دیگری نسبت به آن پیدا کرده است، اصطلاحاً تغییر نگرش نامیده می‌شود. در این مورد بحث‌ها و دیدگاه‌های مختلفی مطرح شده که لازم است در اینجا تنها اشاره کوتاهی به آن‌ها داشته باشیم:



۱-۳. الگوهای تغییر نگرش

به‌طورکلی چند الگو برای تغییر نگرش مطرح شده است که عبارت‌اند از: الگوی یادگیری، الگوی شناختی و الگوی کارکردی. اگرچه این الگوها به‌طور شفاف و مستقیم باهم قابل مقایسه نیست؛ زیرا هر یک از زاویه متفاوت مورد مطالعه قرار گرفته است. بااین حال ویژگی‌هایی برای آن‌ها قابل شناسایی است که در حوزه مطالعات روان‌شناسی اجتماعی و مباحث نگرش‌ها، بسیار جالب می‌نماید.

۱-۱-۳. الگوی یادگیری یا شرطی‌سازی

این الگو از سوی روان‌شناسان رفتارگرا مطرح شده و در آن اصول یادگیری که از سوی ایشان تبیین گردیده مبنا قرار گرفته است. بر اساس این الگو تمام نگرش‌های همه افراد به یک شرط قابل تغییر است و آن این‌که عامل تقویت‌کننده برای تغییر نگرش قوی‌تر از تقویت‌کننده باشد که نگرش موجود را حفظ می‌کند. بنابراین در تمام موارد اگر عاملی که نگرش مخالف را تقویت می‌کند، قوی‌تر از عاملی باشد که نگرش موجود افراد تقویت می‌کند، در این صورت نگرش افراد تغییر یافته و نگرش مخالف جایگزین نگرش موجود خواهد شد؛ اما اگر عامل تقویت‌کننده نگرش مخالف ضعیف باشد، در این صورت نگرش موجود به قوت خود باقی خواهد ماند. بر این اساس اگر بخواهیم نگرش ضد دینی افراد را تغییر داده و به نگرش موافق دینی تبدیل کنیم، باید اولاً عواملی را که این نگرش ضد دینی را در فرد تقویت کرده است، شناسایی کنیم و سپس عاملی قوی‌تر از آن را برای تقویت نگرش دینی عرضه نماییم. یک نمونه از نظریات یا الگوی یادگیری برای تغییر نگرش، الگوی هاولند^۱ و همکاران وی است. الگوی هاولند که مشهورترین الگوی یادگیری در تغییر نگرش است، چند مرحله دارد که از محرک شروع و بعد به مرحله توجه، ادراک و پذیرش رسیده و به تغییر نگرش می‌انجامد.

در الگوی هاولند یک پیام که در پی تغییر نگرش باشد به سه چیز بستگی دارد: یکی ویژگی‌های پیام‌رسان، دوم ویژگی‌های خود پیام و سوم زمینه که پیام در آن ارائه

1. Carl Hovland



می‌شود، البته خصوصیات و ویژگی‌های شخصیتی که در پیام گیرنده یا مخاطب وجود دارد، نیز در امر تغییر نگرش بسیار مؤثر است.

الف. پیام‌رسان: در مورد پیام‌رسان مهم‌ترین عاملی که می‌تواند در کار تغییر نگرش بسیار مؤثر واقع شود، موضوع قابل قبول بودن پیام رسان است؛ یعنی این که پیام دهنده چقدر برای مخاطبین قابل قبول باشد. در این زمینه نیز عوامل متعددی در کار است تا این که یک پیام‌رسان را برای مخاطبین قابل قبول کند. این عوامل عبارت‌اند از:

۱. وضع ظاهری پیام‌رسان: این که وی از نظر ظاهری برای مخاطبین مطلوب باشد یا نه، چه لباسی بر تن داشته باشد و این که حتی نامش چه باشد، راه رفتن و حرکات دست و صورتش چگونه باشد و... تمام این عوامل در مطلوب و مقبول کردن یک پیام‌رسان مؤثر است.

۲. تخصص و توانایی پیام‌رسان: تخصص و شایستگی که پیام‌رسان برای ارائه پیام دارد؛ یعنی این که آیا پیام‌رسان برای ارائه پیام، صلاحیت علمی لازم را دارد یا نه برای تأثیر گذاشتن و در فرایند تغییر نگرش مؤثر است. شاید مسئله تخصص مؤثرترین عامل برای مقبولیت پیام‌رسان باشد.

۳. اهمیت پیام‌رسان: مهم بودن یا مهم نبودن پیام‌رسان برای مخاطبین یکی دیگر از عواملی است که در تغییر نگرش بر آن تأکید شده است.

۴. قابل اعتماد بودن پیام‌رسان: آنچه در امر تغییر نگرش خیلی اهمیت دارد این است که آن‌ها بدانند آیا پیام‌دهنده در صدد فریب دادن آن‌ها است یا این که واقعاً در آنچه می‌گوید، صداقت دارد. قابل اعتماد بودن یا قابل اعتماد نبودن پیام‌رسان در فرایند تغییر نگرش از اهمیت زیادی برخوردار است.

ب. خود پیام: در این که خود پیام چه ویژگی‌های را باید داشته باشد تا بیشتر مورد قبول واقع شود و کار تغییر نگرش به سهولت انجام گیرد، نیز عوامل متعددی در کار است تا یک پیام را برای مخاطبین قابل قبول کند. از جمله عواملی که در این زمینه مؤثر است، این است که آیا پیام به صورت یک جانبه ارائه شده یا به صورت



دوجانبه. مطالعاتی که انجام شده نشان داده است که پیام‌های که به صورت دوجانبه ارائه شده؛ یعنی در آن هم جنبه موافق قضیه ملاحظه و ذکر شده و استدلال‌های آن آورده شده و هم جنبه موافق قضیه ذکر شده و استدلال‌های آن بیان شده باشد، پیام قابل قبول خواهد بود.

گذشته از این، پیامی مؤثر خواهد بود که در مخاطب هیجان ایجاد کند. روان‌شناسان اجتماعی در مطالعاتی که انجام داده‌اند، به خصوص بر روی تأثیرگذاری هیجان ترس در امر تغییر نگرش بیشتر تأکید کرده‌اند. در تحقیقی که فیشباخ و جنیس، دو تن از روان‌شناسان انجام دادند، معلوم شد در جایی که پیام همراه با اندکی ترس باشد، بیشتر می‌تواند مؤثر واقع شود. دو روان‌شناس مذکور پیام مربوط به صحت دهان و دندان را با عامل ترس همراه کرده و بر روی تعدادی از متعلمان یک لیسه به تجربه گذاشتند. در این تجربه عامل ترس در سه درجه ملایم، متوسط و شدید درجه‌بندی شده بود و نتیجه هر یک نیز به طور جداگانه ثبت شد. در آخر معلوم شد پیامی که با ترس ملایم همراه بوده، اثرات بیشتری به همراه داشته است و بیشتر توانسته است که در نگرش متعلمان تأثیر بگذارد. بعضی گفته‌اند که هیجان ترس و تغییر نگرش همبستگی معکوس دارند و اگر ترس زیاد شود، مسئله تغییر نگرش نیز زیادتر خواهد شد، ولی بعضی مطالعات دیگر نشان داده است که این طور نیست و ترس و تغییر نگرش همبستگی مثبت دارند.

ج. زمینه و فضای پیام‌رسانی: پیام باید در شرایطی ارائه شود که پیام‌گیر به راحتی بتواند آن را دریافت کند.

البته این که مخاطبین پیام چه کسانی‌اند و از چه ویژگی‌های شخصیتی برخوردارند، در امر تغییر نگرش بسیار مهم است. از جمله ویژگی‌های مخاطب که بیش از دیگر ویژگی‌های در این امر مؤثر است، میزان باهوش بودن یا کم‌هوش بودن آن‌ها و نیز میزان عزت نفس آنان است.

۲-۱-۳. الگوهای شناختی

برخلاف الگوی شرطی‌سازی که در آن بیشتر بر تغییر نگرش به صورت ناآگاهانه



تأکید می‌شود، در الگوی شناختی بر فرایند شناختی و تجزیه و تحلیل‌های فکری انسان، تمرکز شده است. الگوهای شناختی که مجموعه است از چند الگو برای تغییر نگرش، همگی بر این مبنا استوار است که نگرش‌های افراد در طی یک فرایند تغییر می‌کند و در این فرایند، اندیشه و فکر خود افراد بسیار اهمیت دارد. البته در این که این فرایند به چه صورت و با طی کدام مراحل انجام می‌شود، طرفداران این مبنا نیز اختلاف کرده‌اند. به همین دلیل علی‌رغم داشتن یک مبنا، دیدگاه‌ها و نظرات متعدد و متفاوتی از سوی ایشان مطرح شده است. در اینجا به برخی از آن‌ها به‌طور مختصر اشاره می‌کنیم:

الف. نظریه ناهماهنگی شناختی: یکی از این دیدگاه‌ها که بیشتر معروف است، نظریه ناهماهنگی شناختی است. مطابق این نظریه که مشهورترین نظریه در بحث تغییر نگرش‌ها است و اولین بار توسط لئون فیستنگر مطرح گردید، اگر انسان به‌طور هم‌زمان دو شناخت (شامل افکار، اندیشه‌ها، نگرش‌ها، باورها و اعتقادات و رفتارهایی که از آن‌ها آگاه است) داشته باشد و این دو شناخت باهم متعارض باشد، در این صورت انسان دچار ناهماهنگی شناختی شده است و باید به‌گونه‌ای آن را حل نماید؛ زیرا تنش و ناراحتی که از این ناهمسازی در روح و روان انسان به وجود می‌آید، برای انسان غیرقابل تحمل است. البته شدت و ضعف این ناراحتی در تمام موارد یکسان نیست و بستگی به عواملی دیگری چون نسبت این نوع شناخت‌های متناقض با شناخت‌های غیر متناقض و همچنین میزان اهمیتی که این نوع شناخت‌ها در نزد فرد دارد، ولی در هر صورت وقتی این ناهمسازی و ناهماهنگی در شناخت‌های انسان پدید می‌آید، این مسئله برای فرد یک نوع ناراحتی ایجاد می‌کند. (ارینسون، ۱۳۹۸)

اینجا است که برای انسان بیش از سه راه وجود ندارد: یا از تعداد و اهمیت عناصر ناهم‌ساز می‌کاهد، یا این که تعداد یا اهمیت شناخت‌های هم‌ساز را افزایش می‌دهد یا این که به راه سوم می‌رود که همان راه تغییر نگرش است. در راه سوم انسان یکی



از عناصر ناهمساز را به گونه تغییر می‌دهد که با شناخت‌های دیگر او همساز شود. معروف‌ترین مثالی که برای این نوع هماهنگ‌سازی بین شناخت‌ها، ذکر شده است، فردی است که از یک سو می‌داند که سیگار کشیدن باعث سرطان ریه می‌شود و بسیار کار نادرست است و از یک سو سیگار می‌کشد. در این مورد میان دو شناخت این فرد (اعتقاد به بد بودن سیگار کشیدن و سرطان‌زایی آن و رفتار سیگار کشیدنش) تعارض به وجود آمده است. این فرد قطعاً از این تعارض ناراحت خواهد شد و روحش آزار خواهد دید. لذا کاری که او می‌کند این است که می‌گوید سرطان‌زایی و مضر بودن سیگار، خیلی هم ثابت نشده و بنابراین معلوم نیست که چندان ضرری داشته باشد. درواقع او باورش را به این که سیگار ضرر دارد، به نحوی تغییر می‌دهد و آن را با رفتارش که همان سیگار کشیدن باشد، هماهنگ می‌کند. (کوهن، ۱۳۷۷)

قابل‌یادآوری است که ناهماهنگی شناختی معمولاً در موقعیت‌های غیرقابل بازگشت به وجود می‌آید. موقعیت‌هایی که در آن فرد تصمیمی را گرفته و انجام داده است و راهی جز توجیه ندارد. بعضی افراد در چنین موقعیتی به مواد مخدر و امثال آن که تنش به وجود آمده را کاهش می‌دهد و برای موقت هم که شده فرد را از ناراحتی خلاص می‌کند، پناه می‌برند.

ب. نظریه قضاوت اجتماعی: یکی از این نظریه‌ها که در مجموعه نظریه‌های شناختی قرار دارد و توسط مظفر شریف، یکی از روان‌شناسان مطرح‌شده است، نظریه قضاوت اجتماعی است. مطابق این نظریه که البته بیشتر در امور و موضوعات سیاسی کاربرد دارد (کریمی). وقتی فردی با ضرورت انجام قضاوتی در مورد یک محرک خاص روبرو می‌شود مثلاً این که باید یک موضوع نگرشی را یا قبول کند یا رد کند، در این حالت این فرد می‌تواند این کار را با مقایسه کردن آن محرک با چیزی دیگر انجام دهد. این نظریه مبنا را بر آگاهی فرد از نگرش‌های او گذاشته است و معتقد است که پذیرش یک دیدگاه تازه بستگی به این دارد که پیام موردنظر در گستره پذیرش؛ (یعنی دامنه موضوعی که یک فرد مایل به پذیرش یا دست‌کم مایل به تحمل آن است)، گستره طرد (یعنی همه موضوعی که برای فرد غیرقابل پذیرش

یا دست‌کم قابل‌اعتراض است) یا گستره‌عدم‌التزام؛ یعنی تمام مواضعی که نه قابل‌پذیرش و قابل‌اعتراض است؛ یعنی نه در گستره پذیرش او قرار دارد و نه در گستره طرد او قرار دارد.

ج. نظریه همسازی شناختی: نظریه همسازی شناختی^۱ بر این مبنا استوار است که انسان پذیرنده اطلاعاتی است که با نگرش‌های او هماهنگی داشته باشد. بنابراین اطلاعات ناهماهنگ از نظر روانی برای شخص ناخوش آیند است و او سعی می‌کند که آن‌ها را به نحوی تغییر دهد که با نگرش‌های وی هماهنگ باشد.

نظریه‌های دیگری نیز در مجموعه الگوهای شناختی مطرح است که شاید پرداختن به آن‌ها در اینجا لازم نباشد.

۳-۱-۳. الگوی کارکردی

الگوی کارکردی که بر اساس دیدگاه‌های روان‌کاوی استوار است، به‌وسیله دو تن از روان‌شناسان به نام‌های کاتز و اسمیت مطرح شده است. بر اساس این الگو، نگرش‌های افراد برای آن شکل می‌گیرد و پایدار می‌ماند که در ارتباط با نیازهای افراد کارکردهای مشخص و مثبتی داشته باشد. این کارکردها می‌تواند سازگاران، ابزاری، دفاعی یا ارزشی باشد. بنابراین اگر قرار باشد که نگرش یک فرد تغییر کند، باید در ابتدا نیازها و کارکرد نگرش‌ها در ارتباط با آن‌ها شناسایی شود، سپس این کارکردها تغییر یابد، در این صورت نگرش‌های افراد خودبه‌خود تغییر خواهد کرد.

۴. تثبیت نگرش

آنچه ذکر شد الگوهایی بود که چرای و چگونگی تغییر نگرش افراد را تبیین می‌کرد؛ اما جای این سؤال است که چگونه می‌توان نگرش‌ها را در برابر تغییر مقاومت کرد تا تغییر نکنند؟ آیا نگرش‌ها اصلاً می‌تواند در برابر تغییر مقاومت کند یا نه؟ آنچه مسلم است اینکه اگرچه نگرش‌ها در برابر عوامل تغییردهنده، تغییر می‌کند، ولی با این وجود مواردی هست که نگرش‌ها در برابر هرگونه تغییری مقاومت می‌کند.

1. Congruity



در این قسمت بخشی از عواملی را که در تثبیت نگرش مؤثر است، به اختصار ذکر می‌کنیم. بخشی از این عوامل فردی است؛ یعنی مربوط به شخص و زندگی فردی او می‌شود و بخشی از آن‌ها مربوط به زندگی اجتماعی و ارتباط فرد با دیگران می‌شود. آن‌های که مربوط به افراد می‌شود بخشی از آن‌ها مربوط به ویژگی‌های خود نگرش و بخشی از آن‌ها مربوط به ویژگی‌های شخصیتی و خصوصی فرد دارای نگرش می‌شود. نگرش‌های که مربوط به خصوصیات خود نگرش می‌شود متعددند که از آن جمله چند امر ذیل است:

۱-۴. شدت

شدت به این معنا است که یک نگرش هر چه محکم‌تر و افراطی‌تر باشد، میزان مقاومت آن در برابر تغییر بیشتر خواهد بود و به سادگی نمی‌توان آن را تغییر داد.

۲-۴. پیچیدگی

پیچیدگی یعنی این که نگرش فرد هر چه دارای عناصر پیچیده باشد، در برابر تغییر مقاوم‌تر خواهد بود.

۳-۴. درجهٔ تجانس

درجهٔ تجانس یعنی این که نظام نگرشی افراد تا چه میزانی هماهنگ و متجانس است. به همان میزانی که این نگرش‌ها از درجهٔ تجانس بالاتری برخوردار باشند، مقاومت نگرش در برابر تغییر بیشتر خواهد بود.

۴-۴. مرتبط بودن با نیازهای اساسی افراد

نگرش‌ها بسته به این که در امر تأمین نیازهای ما چه نقشی دارد و چند و چه نیازهای را از ما تأمین می‌کنند و این که این نیازها دارای چه نقش و چه جایگاهی در زندگی ما است، در برابر تغییر مقاوم یا متزلزل خواهد بود.

۵-۴. متعلق نگرش

متعلق نگرش می‌تواند نقشی مهمی را در فرایند تغییر نگرش بازی کند. این که آیا نگرش ما مربوط است به امر یا موضوع یا چیزی که در زندگی ما اهمیتی چندانی



ندارد یا این که مربوط است به امر یا موضوع یا شخصی که در زندگی و برای ما اهمیتی چندانی ندارد. نگرش‌های که به امور غیر مهم تعلق گرفته باشد، به راحتی و خیلی زود تغییرپذیر است؛ اما نگرش‌هایی که به چیزی تعلق گرفته که برای افراد دارای اهمیت است، در آنجا مقاومت نگرش در برابر تغییر بیشتر خواهد بود. (مهرآرا، ۱۳۷۳)

۴-۶. کارکرد نگرش

همان‌گونه که گفته شد کارکرد نگرش در امر ثبات یا تزلزل داشتن یک نگرش خیلی مهم است. اگر نگرش کارکردی داشته باشد که برای افراد مهم است و مربوط به چیزی می‌شود که برای فرد مؤثر است در آن صورت این نگرش به سادگی تغییر نخواهد کرد. به عنوان مثال اگر نگرش کارکرد دفاعی داشته باشد و شخص نگرشی را که اتخاذ کرده برای دفاع از حرمت ذاتش است در آن صورت این نگرش بسیار مقام‌تر خواهد بود.

۴-۷. ویژگی‌های فردی

گذشته از ویژگی‌های نگرش، خصوصیتی که در فرد وجود دارد، از جمله میزان هوش افراد نیز در ثبات نگرش مؤثر است. البته در این که تأثیر هوش به چه صورت است و آیا پرهوش بودن باعث می‌شود که نگرش‌ها بیشتر تغییرپذیر یا بیشتر مقاوم باشد، نتایج بحث خیلی روشن نیست؛ اما در این که به هر صورت هوش یکی از عواملی است که می‌تواند فرایند تغییرپذیری نگرش را تحت تأثیر قرار دهد، امر مسلم و ثابت است. برخی گفته‌اند که پرهوشی باعث می‌شود که نگرش افراد به سادگی تغییر کند؛ زیرا افراد پرهوش سریع‌تر می‌توانند مسائل اجتماعی را که همواره در حال دگرگونی و تغییر است درک و هماهنگ با آن موضع‌گیری کنند و جمود فکری نداشته باشند. بنابراین نگرش‌های افراد پرهوش خود به خود در معرض تغییر است و اگر عوامل تغییر فراهم شود، خیلی راحت‌تر تغییر می‌کنند. از سوی دیگر این نکته نیز قابل توجه است که افراد کم‌هوش بیشتر تأثیرپذیر و تابع دیگران هستند و زودتر تحت



تأثیر تبلیغات قرارگرفته، هم‌رنگ جماعت می‌شوند تا افراد پرهوش که معمولاً افکار و اندیشه‌هایشان بر اساس درک و نتایج فکری است. بنابراین پرهوشی باعث ثبات نگرش و کم‌هوشی باعث تزلزل نگرش می‌شود.

آنچه در این مورد به نظر می‌رسد این است که در این میان وضعیت متعلق نگرش نیز اهمیت دارد. اگر متعلق نگرش از اموری باشد که همواره در حال تغییر است، در این صورت ممکن است که هوش بیشتر باعث تزلزل بیشتر نگرش شود. این فرض هم البته در صورتی در ست است که قبول کنیم که افراد باهوش همان‌گونه که به سرعت مسائل اجتماعی را درک می‌کنند، به همان سرعت هم تابع آن‌ها شده نظرشان را مطابق آن‌ها تغییر می‌دهند و در مقام مخالفت بر نمی‌آیند؛ اما اگر متعلق نگرش از اموری باشد که خودبه‌خود ثبات و دوام دارد؛ مانند بسیاری از مسائل غیراجتماعی، در آن صورت دلیلی وجود ندارد که بگوییم افراد پرهوش خیلی زود نگرش خودشان را تغییر می‌دهند.

یکی دیگر از ویژگی‌های فرد که در ثبات نگرش مؤثر است شجاعت فرد است؛ زیرا از نظر علمی ثابت شده که ترس یکی از عواملی است که می‌تواند در تغییر نگرش یا حداقل تسهیل تغییر آن کمک کند.

ویژگی دیگری که در این زمینه مؤثر است، میزان برخورداری افراد از عزت نفس یا احساس حقارت است. بر اساس مطالعات که انجام شده، معلوم می‌شود که احساس حقارت در افراد به‌خصوص در مردان، باعث تزلزل در نگرش بوده و افراد را در برابر نظرات دیگران انعطاف‌پذیرتر می‌کند. (مهرآرا، ۱۳۷۳)

۸-۴. عوامل اجتماعی

در رابطه با آنچه مربوط به حضور فرد در جامعه و زندگی او در ارتباط با دیگران می‌شود، نیز دو چیز در تزلزل یا نگرش یک فرد مهم است؛ یکی این که بسته به میزان تعلق گروهی فرد و شدت ارتباط و علاقه او با گروه، میزان تزلزل یا ثبات نگرش فرد در برابر تغییر معین می‌شود. نگرش‌های که منعکس‌کننده ارزش‌ها و آداب و سنن گروهی هستند پایدارتر است، در حالی که نگرش‌های که از چنین ویژگی

برخوردار نیست، بیشتر ناپایدار است. (همان)

علاوه بر همه آنچه به عنوان عوامل مؤثر در ثبات نگرش ذکر شد، عوامل دیگری نیز است که در تزلزل یا میزان مقاومت نگرش‌ها تأثیر داشته باشد. از جمله این عوامل می‌توان شرایط اجتماعی فوق‌العاده را ذکر کرد. نگرش‌ها در شرایط عادی و وضعیت عادی در برابر تغییر مقاوم‌تر است تا در شرایط فوق‌العاده اجتماعی. مثلاً در شرایط جنگی در جامعه که گرفتار جنگ شده، نگرش‌ها در برابر تبلیغات منعطف‌تر است تا در یک وضعیت عادی. به همین دلیل همیشه موجودیت یک بحران روانی اجتماعی، بیشتر می‌تواند زمینه را برای تأثیرگذاری تبلیغات دشمنان یک جامعه فراهم کند (همان).

همچنین عامل دیگری که بر اساس تحقیقات روان‌شناسان اجتماعی می‌تواند در مقاوم کردن نگرش مؤثر باشد، پیش‌آگاهی یا پیش‌آمادگی است. پیش‌آگاهی این است که فرد نسبت به وجود پیام مخالف، پیش از آن که خود آن پیام ابلاغ بشود، آگاه شود. در تحقیقاتی انجام شده، معلوم شده است که اگر مخاطبان یک پیام قبل از عرضه خود آن تا اندازه‌ای نسبت به وجود مخالفت با آن توجیه شده باشند، بعد از عرضه، نگرش‌های ایجادشده، در برابر استدلال‌های مخالف از مقاومت بیشتری برخوردار خواهد شد.

نتیجه‌گیری

به نظر می‌رسد، توقع دست یافتن به نتایج تربیتی مطلوب بدون در نظر داشتن عوامل مؤثر در شکل‌گیری، تغییر و تثبیت نگرش، چندان منطقی نیست. آنچه از مرور آثار و نتایج تحقیقات انجام شده به دست می‌آید این است که اولاً برای ایجاد هرگونه تغییر مطلوب دینی یا غیردینی در افراد، به اصول و قواعد حاکم بر نگرش افراد توجه کرد؛ زیرا رفتار افراد اعم از متلعم، محصل یا حتی افراد دیگر تحت تأثیر نگرش‌های شکل گرفته در آن‌ها بروز و ظهور پیدا می‌کند. گاهی رفتار و چگونگی عملکرد افراد عملاً و واقعاً خارج از اختیار ایشان انجام می‌شود. ثانیاً عوامل اثرگذار



بر شکل‌گیری، تغییر و تثبیت نگرش‌ها اهمیت دارد. نگرش افراد معمولاً خارج از اختیارشان شکل می‌گیرد، تغییر می‌یابد و تثبیت می‌شود. بدین جهت اگر در جریان تعلیم و تربیت صرفاً با ارائه یک مجموعه معلومات و اطلاعات شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتار مطلوب را انتظار داشته باشیم، به نظر می‌رسد که این انتظار غیرواقع‌بینانه و غیرقابل تحقق است. از این رو اگر کودکان، نوجوانان و جوانان بعد از صرف هزینه‌ها و طی یک دوره زمانی نسبتاً طولانی به گونه مطلوب دینی رفتار نمی‌کنند و روحیات و نگرش‌های دینی ضعیفی دارند، نباید مورد ملامت قرار گیرند. به جای این ملامت کردن‌ها باید به روند و چگونگی اقدامات تربیتی که در آن‌ها عوامل مؤثر بر نگرش و رفتار کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند، دوباره نظر کنیم و در موارد ضرورت تجدید نظر نماییم.

فهرست منابع

۱. اتکینسون، ریتال، اتکینسون، ریچارد س، هیلگارد، ارنست ر، (۱۳۷۱)، زمینه روان شناسی، (ترجمه: نقی براهنی و همکاران)، تهران: انتشارات رشد.
۲. آریانپور، (۱۳۵۷)، زمینه جامعه‌شناسی، تهران: شرکت سهامی کتاب‌های جیبی.
۳. آیزن، آیساک، (۱۳۷۴)، نگرش‌ها، شخصیت و رفتار، (ترجمه: جعفر نجفی زند)، تهران: نشر دانا.
۴. برکووتز، لئونارد، (۱۳۷۲)، روان‌شناسی اجتماعی، (ترجمه: محمدحسین فرجاد و عباس محمدی اصیل)، تهران: انتشارات اساطیر.
۵. فرسار، احمد، (۱۳۷۷)، جامعه‌شناسی، اصول، مبانی، تهران: نشر اوحدی.
۶. کریمی، یوسف، (۱۳۷۸)، روان‌شناسی اجتماعی (نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها)، تهران: نشر ارسباران.
۷. کوهن، آرتور، (۱۳۷۷)، تغییر نگرش و تأثیر اجتماعی، (ترجمه: علی‌رضا کلدی)، تهران: دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی.
۸. مهرآرا، علی‌اکبر، (۱۳۷۳)، زمینه روان‌شناسی اجتماعی، تهران: نشر مهرداد.

