

المحاضرة: مفهوم الاتجاه في علم النفس الاجتماعي

أولاً: مقدمة عامة

يُعد مفهوم الاتجاه (Attitude) أحد المفاهيم الجوهرية في علم النفس الاجتماعي، نظرًا لدوره البارز في تفسير السلوك الإنساني. فالإنسان لا يتصرف بمعزل عن ميوله وتوجهاته النفسية، بل تحكمه توجهات داخلية تجاه الأشخاص، والأشياء، والمواقف، والمفاهيم المجردة.

? هل نحن نتصرف وفق ما نعرف، أم وفق ما نشعر، أم وفقًا لما نميل إليه؟

ثانيًا: تعريف الاتجاه

يعرف الاتجاه بأنه:

"استعداد نفسي مكتسب، يؤثر على استجابات الفرد بطريقة ثابتة نسبيًا تجاه موضوع معين"
(Allport, 1935)

- الاتجاه هو حالة داخلية تنعكس في الأفكار والمشاعر والسلوك.
- لا يُلاحظ الاتجاه مباشرة، بل يُستدل عليه من خلال السلوك.

ثالثًا: مكونات الاتجاه

يتكون الاتجاه من ثلاثة عناصر مترابطة تعرف بـ نموذج الثلاثية: (ABC Model)

1. المكون المعرفي (Cognitive)
← معتقدات الفرد حول الموضوع (مثلاً: التدخين يضر بالصحة).
2. المكون الوجداني (Affective)
← مشاعر الفرد تجاه الموضوع (مثلاً: أكره التدخين).
3. المكون السلوكي (Behavioral)
← الاستعداد للتصرف بطريقة معينة (مثلاً: أتجنب المدخنين).

رابعاً: خصائص الاتجاهات

- مكتسبة وليست فطرية.
- قابلة للتغير ولكن ليست بسهولة.
- موجهة نحو موضوع معين (فرد – جماعة – فكرة...).
- تؤثر في السلوك ولكن ليس بشكل ميكانيكي.
- تُكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي (الأسرة، الإعلام، الأقران...).

خامساً: وظائف الاتجاهات

وفقاً لـ (Katz, 1960) ، للاتجاهات وظائف عديدة:

1. الوظيفة المعرفية: تساعد على فهم وتفسير العالم.
2. الوظيفة التعبيرية: تعكس القيم والمعتقدات الشخصية.
3. الوظيفة الدفاعية: تحمي الذات من التهديدات النفسية.
4. الوظيفة النفعية: توجه السلوك لتحقيق مكاسب أو تجنب أضرار.

سادساً: نشأة الاتجاهات

الاتجاهات تُكتسب عبر:

- التنشئة الاجتماعية: الأسرة، التعليم، الدين.
- الخبرة المباشرة: التجارب الشخصية.
- الاحتكاك بالجماعات المرجعية.
- الإعلام والدعاية.
- التقليد والمحاكاة.

سابعاً: قياس الاتجاهات

نظراً لأنها غير مرئية، تُقاس الاتجاهات بوسائل غير مباشرة، مثل:

1. المقاييس اللفظية: استبيانات، مثل مقياس ليكرت (Likert Scale).
2. المقاييس الإسقاطية: تعتمد على تحليل ردود الفرد على مواقف غامضة.
3. الملاحظة السلوكية: تحليل السلوك المعلن في مواقف واقعية.

ثامنًا: العلاقة بين الاتجاه والسلوك

- لا تؤدي الاتجاهات دائمًا إلى سلوك مطابق.
- تتأثر العلاقة بـ:
 - قوة الاتجاه.
 - التماسك بين المكونات الثلاثية.
 - الضغوط الاجتماعية.
 - القدرة على التعبير السلوكي.

مثال: قد يرفض شخص ما التدخين (اتجاه سلبي)، لكنه لا يمنع زميله من التدخين في مكتبه (سلوك غير متطابق)

تاسعًا: تغيير الاتجاهات

يمكن تغيير الاتجاهات من خلال:

1. الإقناع العقلي: تقديم معلومات جديدة (نظرية إيل الترويحي).
2. الإقناع العاطفي: التأثير الوجداني (الصور، القصص...).
3. الضغط الاجتماعي: التوافق مع الجماعة.
4. تجربة واقعية مناقضة للاتجاه القديم.

النظريات المهمة:

- نظرية التنافر المعرفي. (Festinger)
- نموذج المعالجة الاحتمالية. (Petty & Cacioppo)

عاشرًا: تطبيقات الاتجاهات في الحياة الاجتماعية

- في الإعلام: صياغة الرسائل الإعلامية للتأثير على الاتجاهات السياسية والاجتماعية.
- في التعليم: تغيير اتجاهات التلاميذ نحو المادة الدراسية أو المعلم.
- في الصحة: حملات توعية لتعديل الاتجاهات نحو التدخين أو التطعيم.
- في التسويق: توجيه الإعلانات لاستمالة اتجاهات المستهلكين.

الاتجاهات هي البنية الذهنية العميقة التي تسبق السلوك. فهمها يمكننا من التأثير في الأفراد والجماعات، وتعديل السلوكيات غير المرغوبة، وتعزيز القيم الإيجابية في المجتمع.