

تأثیر آموزش کارآفرینی از طریق روش داستان‌سرایی بر نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع ابتدایی

زهرا آراستی^{۱*}، سمیرا قدوسی^۲، افسانه باقری^۳

۱. دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد آموزش و ترویج کارآفرینی، دانشگاه تهران

۳. استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۱/۰۳

چکیده

با توجه به ضرورت آموزش کارآفرینی در ترویج کارآفرینی و نیز مناسب بودن دوران کودکی برای ایجاد نگرش عمیق درباره کارآفرینی، باید برنامه‌های آموزشی دوره دبستان در راستای آگاهی و تقویت نگرش به سوی کارآفرینی هدف‌گذاری و اجرا شوند. یکی از روش‌های آموزش کارآفرینی به کودکان مقطع ابتدایی، داستان‌سرایی است. این تحقیق با هدف بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی از طریق روش داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی بر تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع ابتدایی با استفاده از روش تحقیق کاربردی به صورت کمی شبه‌آزمایشی در کل جامعه آماری دانش‌آموزان پایه‌های چهارم و پنجم ابتدایی دبستان دخترانه سلام منطقه ۱ تهران (۴۵ نفر آزمایشی و ۴۰ نفر کنترل) انجام گرفت. میزان نگرش کارآفرینانه و ابعاد آن قبل و پس از یک دوره آموزشی در هر دو گروه آزمایشی و کنترل سنجش شد. براساس نتایج، آموزش کارآفرینی با روش داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی موجب تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان و همچنین تقویت ابعاد آن شامل خلاقیت، میل به موفقیت، کنترل درونی و عزت نفس شده است. همچنین، داشتن خانواده فعال در کسب و کار بر رابطه آموزش کارآفرینی به روش داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی و نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مقطع ابتدایی تأثیر داشته است. این یافته‌ها به تدوین برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دبستان کمک می‌کند.

واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینی، داستان‌سرایی، شبه‌آزمایشی، مقطع ابتدایی، نگرش کارآفرینانه.

مقدمه

این باور وجود دارد که باورها و نگرش‌ها آموخته می‌شوند و حتی اگر این باورها براساس تعلیمات خانوادگی و محیط اجتماعی ایجاد شده باشند، باز هم می‌توان با آموزش و یادگیری در آن‌ها تغییراتی ایجاد کرد (محسنی و همکاران، ۱۳۹۲). آموزش کارآفرینی تأثیر بسزایی بر ابعاد گوناگون نگرش، دانش، رفتار و مهارت دارد (Kozalinska, 2012). درحقیقت، آموزش کارآفرینی سبب افزایش نگرش کارآفرینانه می‌شود (Europe Commission, 2016; Pfeiffer et al., 2008). و بهبود نگرش‌های افراد به سمت کارآفرینی موجب انتخاب کارآفرینی به‌عنوان یک مسیر شغلی می‌شود (Chigunta, 2002).

از منظر دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه قابل آموزش و یادگیری هستند و آموزش کارآفرینی نقشی ضروری در شکل‌گیری نگرش‌ها، مهارت‌ها و فرهنگ- از دوره دبستان به بالا- ایفا می‌کند (Singer et al., 2014). دوران کودکی دوره ایده‌آلی برای ایجاد نگرش عمیق درمورد کارآفرینی است (Axelsson et al., 2015). امروزه علاوه بر آموزش‌های معمول دانش‌آموزان، آموزش مبانی کارآفرینی، خلاقیت و مهارت‌های زندگی نیز از ضروریات است و آموزش کودکان برای اتکا به خود، خلاق بودن، استقلال در تصمیم‌گیری و سخت‌کوشی در سنین پایین رابطه‌ای مستقیم با پرورش نگرش و توانمندی‌های کارآفرینانه در آن‌ها دارد (اکبرپور و مهدویان، ۱۳۹۴). با توجه به اینکه شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌ها در راستای تقویت نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه از اهداف آموزش کارآفرینی است، باید برنامه‌های آموزشی در سطوح دبستان به‌منظور آگاهی و تقویت نگرش به سوی کارآفرینی تدارک دیده شود (Europe Commission, 2016). با توجه به آرزوها، احساسات و تمایلات ویژه کودکان شرایط، زمان و روش‌های آموزشی نادرست موجب تضعیف روحیه کارآفرینی آن‌ها می‌شود؛ بنابراین، آن‌ها به آموزش کارآفرینی با روش‌های مناسب نیاز دارند (Rabbior, 1990). آموزش کارآفرینی در سنین کودکی باید به صورت دوطرفه یعنی هم برای دانش‌آموز و هم برای آموزگار صورت گیرد و به‌منظور انجام‌دادن این آموزش باید از روش‌های تدریس فعال بهره برد (Europe Commission, 2016).

یکی از راهبردهای آموزشی به‌منظور افزایش شایستگی‌های دانش‌آموزان در همهٔ زمینه‌ها، روش داستان‌سرایی است (Miller & Pennycuff, 2008). در روش داستان‌سرایی با ازبین‌رفتن موانع خلاقیت، سکون فکری و کمک به حل مسائل با روندی لذت‌بخش و سرگرم‌کننده خلاقیت دانش‌آموزان افزایش می‌یابد. به همین دلیل، دانش‌آموزانی که در جلسات داستان‌سرایی حضور می‌یابند، در یافتن راه‌حل‌های اصیل و جدید برای مسائل موفق‌ترند (رادبخش، ۱۳۹۲). با وجود این، در کل پژوهش‌های اندکی در زمینهٔ روش‌های آموزش کارآفرینی و تأثیرات آن بر ارتقای نگرش و توانمندی‌های کارآفرینانهٔ دانش‌آموزان انجام گرفته است. نبود دانش کافی در این زمینه موجب چالش‌های جدی برای آموزگاران کارآفرینی در زمینهٔ انتخاب روش‌های تدریس کارآفرینی اثربخش می‌شود. به این ترتیب، تحقیق حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است: آیا آموزش کارآفرینی با روش داستان‌سرایی بر نگرش کارآفرینانهٔ دانش‌آموزان مقطع ابتدایی تأثیر دارد؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینهٔ تحقیق

نگرش تمایل به عکس‌العمل یا پاسخ به یک رفتار مناسب یا نامناسب (Noel, 2005) و حالت روانی عصبی مبتنی بر تجربه است که تأثیری پویا بر فرد می‌گذارد و او را به‌منظور واکنش نشان دادن به شیوه‌ای ویژه در برابر برخی از اشیا و وضعیت‌ها آماده می‌کند (محسنی و همکاران، ۱۳۹۲). رابینسون^۱ و همکاران (۱۹۹۱) اولین بار مفهوم نگرش را براساس مفهوم سه جزئی نگرش شامل شناخت، رفتار و احساس در مطالعهٔ کارآفرینی به کار بردند. آن‌ها با مطالعهٔ پژوهش‌های پیشین در زمینهٔ تمایزات کارآفرینان و سایر افراد، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را شناسایی کردند و چهار بعد خلاقیت و نوآوری، میل به موفقیت، کنترل درونی و عزت نفس را خرده‌مقیاس‌های مرتبط با نگرش کارآفرینانه برای مدل نگرش کارآفرینانهٔ خود در نظر گرفتند و برای اندازه‌گیری این ابعاد از ابزار (EAO) استفاده کرده‌اند (Robinson et al., 1991). خلاقیت به‌منزلهٔ توسعهٔ ایده‌ها، فرآورده‌ها و راه‌حل‌هاست (Hussery, 2013). میل به

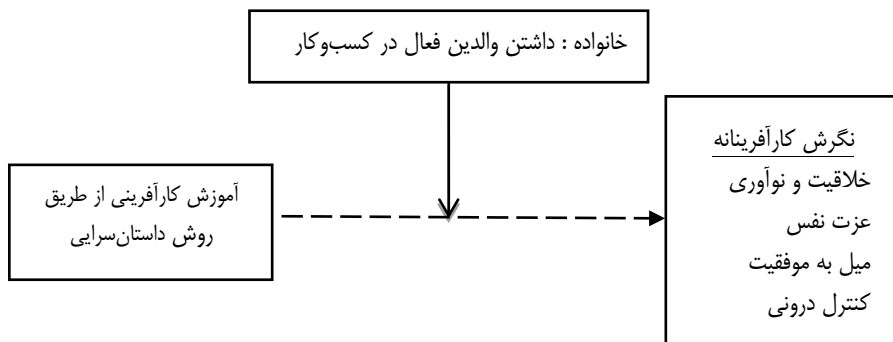
1. Robinson
2. Entrepreneurial Attitude Orientation

موفقیت مبنای رسیدن به موفقیت و همچنین حالتی از یادگیری است که فرد را وادار می‌کند برای موفقیت، خشنودی و معیارهای برتر شخصی بکوشد (باران اولادی و همکاران، ۱۳۹۱). کنترل درونی نسبت‌دادن رویدادهای زندگی به نتایج، مهارت‌ها، ویژگی‌ها و رفتارهای افراد است (Arsalan et al., 2009). عزت نفس یک نیاز اساسی است که در فرایندهای زندگی نقش مهم و بسزایی دارد (فرقانی طرقي و همکاران، ۱۳۹۱ به نقل از عباس‌زاده و صالح مجتهد، ۱۳۹۴). کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا در گزارش ۲۰۱۶ خود اعلام کرده است توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و دانش کارآفرینانه به افراد امکان می‌دهد ایده‌های خود را به عمل تبدیل کنند. از نظر این کمیسیون، یکی از نتایج آموزش کارآفرینی تأثیر بر نگرش افراد درباره کارآفرینی است. پژوهشگرانی مانند رایبر (۱۹۹۰) تأکید کرده‌اند کودکان در شرایط مختلف و با آرزوها و تمایلات متفاوت به دنیا می‌آیند، اما روحیه ماجراجویی آن‌ها در فرایند رشد تحلیل می‌رود؛ بنابراین، آموزش کارآفرینی باید از سنین پایین آغاز شود و تا سطوح بالاتر ادامه یابد (نادری و همکاران، ۱۳۹۴). آموزش کارآفرینی در مدرسه یک فرایند پویا برای تغییر سازوکار شناختی دانش‌آموزان از نظر باورها، ارزش‌ها و نگرش‌هاست و به آن‌ها اجازه می‌دهد تا مهارت‌ها و شایستگی‌های خود را بهتر درک کنند (Heilbrunn, 2010). آموزش کارآفرینی در دوره کودکی و جوانی به منظور ایجاد نگرش مثبت درباره کارآفرینی و اکتساب دانش درمورد موضوعات کارآفرینی اهمیت بسیاری دارد (Axelsson et al., 2015) و نگرش مثبت به کارآفرینی پیش از هر چیز از طریق تدوین محتوای برنامه‌های درسی و روش مؤثر تدریس محقق می‌شود (Obisanya et al., 2010). در این راستا، کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا (۲۰۱۶) نیز تأکید کرده است که به منظور توسعه آموزش کارآفرینی، کشورهای عضو باید مهارت‌های کارآفرینانه را از طریق روش‌های تدریس جدید و خلاقانه از مقطع دبستان به بعد پرورش دهند تا در مقاطع بالاتر و آموزش عالی بر ایجاد فرصت‌های شغلی به‌عنوان هدف نهایی تمرکز کنند. در زمینه انواع روش‌های آموزش کارآفرینی برای کودکان، مطالعات محدودی انجام گرفته است. محققان روش‌های پوستر، کار عملی، بازدید، بحث گروهی، مطالعه موردی، ایفای نقش، داستان‌سرایی، بازی، نمایش فیلم، معما، پازل، سخنران میهمان، حل مسئله و... را روش‌های مناسب با مقتضیات و ویژگی‌های این سنین و نیز مناسب برای

تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان می‌داند (بهمنی، ۱۳۹۲، Ruskovara, 2011; Paco et al., 2010). داستان‌سرایی یکی از روش‌های فعال تدریس در زمینه کارآفرینی است. داستان نوعی روایت خواندنی یا شنیدنی است که در آن چگونگی روند تعامل و کنش‌مندی یک شخصیت با موضوعی براساس هدف، تحلیل، دیدگاه و نتیجه موردنظر نویسنده یا داستان بیان می‌شود (همتی، ۱۳۸۹). روش‌های متعددی برای تشویق کودکان به فعالیت خلاق از طریق داستان و داستان‌سرایی وجود دارد که از آن جمله می‌توان به نقل داستان‌های بدون پایان و تشویق کودکان به تکمیل آن‌ها و یا تشویق دانش‌آموزان به ترسیم یا نقاشی داستان اشاره کرد (شعبانی، ۱۳۸۰). داستان‌سرایی براساس کلمات گوینده، شنونده و گوینده را به هم متصل می‌کند. داستان‌سرایی فهم زبانی کودکان را گسترش می‌دهد و تغییرات شگرفی در زمینه یادگیری، سوادآموزی و خلاقیت کودکان ایجاد می‌کند و آن‌ها را تشویق می‌کند تا داستان‌های خود را خلق کنند (Tsz Ki, 2005). داکومی و عبدالواحد^۱ (۲۰۱۴) در تحقیقی در زمینه تأثیر داستان‌سرایی بر قصد کارآفرینانه جوانان بیان داشتند داستان‌سرایی یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباط است که به آن‌ها اجازه می‌دهد تا آینده خود را رهبری کنند و همچنین این روش به‌عنوان ابزاری کارآمد در زمینه کارآفرینی به کار می‌رود.

بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد بیشتر تحقیقات در زمینه نقش آموزش کارآفرینی در تقویت نگرش کارآفرینانه در سطوح دانشگاه (Rodrigues et al., 2010; Fayolle & Gaily, 2015) صورت پذیرفته است و مطالعات محدودی (Paco et al, 2011, Axelsson et al., 2015) در مورد کودکان و نوجوانان انجام گرفته است، درحالی‌که براساس تحقیقات، آموزش کارآفرینی باید در تمام سطوح لحاظ شود (Gibb, 2006). همچنین، بسیاری از پژوهش‌ها از جمله پژوهش‌های صباغیان (۱۳۸۶) و رحمان‌دوست (۱۳۸۱) بیانگر تأثیر داستان‌ها بر رشد بهتر، مؤثرتر و سالم‌تر دانش‌آموزان به‌لحاظ روانی، عاطفی، اجتماعی و شناختی هستند. همچنین، بررسی پیشینه نشان می‌دهد در هیچ‌کدام از مطالعات قبلی تأثیر روش داستان‌سرایی به‌طور مستقیم بر نگرش کارآفرینانه کودکان بررسی نشده است، بلکه هریک به‌نوعی بخشی از این موضوع را بررسی کرده‌اند؛ برای نمونه، برخی از محققان مانند جعفری مقدم و فخارزاده

(۱۳۸۹)، سبحانی نژاد و همایی (۱۳۸۴) و عابدی و عریضی (۱۳۸۲) در مطالعات خود محتوای کتب درسی و برنامه‌های درسی مقطع دبستان را در زمینه نگرش کارآفرینانه و مؤلفه‌هایی همچون فرهنگ کار و توجه به سازه انگیزه پیشرفت ارزیابی کرده‌اند. در برخی مطالعات نیز مانند پژوهش پرشش و همکاران (۱۳۹۴) و شعبانی (۱۳۸۰) به داستان و داستان‌سرایی به‌عنوان جدیدترین و مهم‌ترین ابزار ارتقای خلاقیت کودکان اشاره شده است. تسزکی^۱ در سال ۲۰۰۵ در تحقیق خود تأثیر داستان‌سرایی بر افزایش خلاقیت و حل مسئله دانش‌آموزان پیش‌دبستانی را بررسی کرده است. عباس‌زاده و صالح مجتهد (۱۳۹۴) نیز در پژوهش خود تأثیر داستان‌سرایی بر عزت نفس دانش‌آموزان دوره ابتدایی را بررسی کرده‌اند. همچنین، در برخی پژوهش‌ها اهمیت داستان‌سرایی به‌عنوان یک روش ارزیابی خلاقیت کلامی دانش‌آموزان بررسی شده است (Hennessey, 1988) و به نقش اساسی داستان‌سرایی در کارآفرینی اشاره شده است (Johansson, 2004). بهمنی (۱۳۹۲) نیز در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود روش داستان‌سرایی را یکی از روش‌های آموزش کارآفرینی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه در کودکان مقطع ابتدایی معرفی کرده است. در نتیجه، با توجه به اشاره محققان به نقش داستان‌سرایی به‌عنوان یک روش تدریس فعال و خلاقانه در تقویت نگرش کارآفرینانه کودکان مقطع ابتدایی (کمیسیون آموزش کارآفرینی اروپا، ۲۰۱۶؛ بهمنی، ۱۳۹۲)، مدل مفهومی تحقیق در شکل ۱ مشاهده می‌شود.



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

ابعاد نگرش کارآفرینانه در این تحقیق، ابعاد اشاره‌شده در تحقیق رابینسون (۱۹۹۱) شامل خلاقیت و نوآوری، عزت نفس، میل به موفقیت و کنترل درونی است و رابطه آموزش کارآفرینی از طریق روش داستان‌سرایی بر نگرش کارآفرینانه و ابعاد آن بررسی شده است. همچنین، در زمینه متغیرهای تعدیلگر، بررسی ادبیات تحقیق نشان داد متغیرهای خانواده (صادق عمل نیک، ۱۳۹۲)، فضای اجرا (Axelsson et al, 2015) و مدرس (Tsz Ki, 2005) نقش بسزایی در آموزش کارآفرینی کودکان دارد. به‌منظور کنترل متغیرهای یادشده، این برنامه آموزشی در یک دبستان مشخص با فضای آموزشی یکسان و با مدرس یکسان انجام گرفت و فقط خانواده متغیر تعدیلگر در مدل مفهومی تحقیق در نظر گرفته شد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات کمی از نوع شبه آزمایشی است که در آن بررسی روابط علی و معلولی متغیر مستقل (آموزش کارآفرینی از طریق روش داستان‌سرایی) و متغیر وابسته (نگرش کارآفرینانه) با در نظر گرفتن متغیر تعدیلگر خانواده (خانواده فعال در کسب‌وکار) در دو گروه آزمایشی و کنترل انجام گرفت. نمونه مورد مطالعه شامل ۸۵ نفر از دانش‌آموزان دختر پایه‌های چهارم و پنجم دبستان دخترانه سلام (فرشتگان یاسین) واقع در منطقه ۱ تهران می‌شود که ۴۵ نفر گروه آزمایشی و ۴۰ نفر دیگر گروه کنترل را تشکیل دادند. برنامه آموزش کارآفرینی با استفاده از روش داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی و پس از انجام دادن هماهنگی‌های لازم با دبستان مورد نظر در تیر و مرداد سال ۱۳۹۵ در قالب کلاس‌های تابستانی دانش‌آموزان به‌صورت ۱۲ جلسه یک ساعته برای گروه آزمایشی برگزار شد. داستان‌های استفاده‌شده در این برنامه با کمک خبرگان شامل استادان آموزش کارآفرینی دانشگاه تهران، کارشناسان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان تهران و همچنین کارشناسان ادبیات کودک انتخاب شدند. سپس با کمک استادان درگیر در این تحقیق برای هر داستان طرح درس کلی و روزانه تهیه شد که خلاصه آن در جدول ۱ مشاهده می‌شود. اجرای برنامه نیز به عهده محقق بوده است.

جدول ۱. طرح درس کل دوره آموزش مفاهیم کارآفرینی تابستان ۱۳۹۵

استان: تهران	شهرستان: تهران	نام دبستان: سلام (فرشتگان یاسین)	نام درس: کارآفرینی
نام معلم: سمیرا قدوسی	پایه: چهارم و پنجم	تعداد جلسه: ۱۲	
جلسه و موضوع تدریس	نام داستان	هدف جزئی و رفتاری	وسایل لازم
۱. خلاقیت	دندان سفید و ساقه بامبو	تقویت نگرش کارآفرینانه	ویدئوپروژکتور، طرح مسئله مرتبط با کارآفرینی، لیوان و بشقاب
۲. حل مسئله	اشتباه بزرگ	کارآفرینانه	یک بار مصرف، نمایشنامه توسط دانش آموزان و گفتن داستان ناقص و تکمیل
۳. تفکر خلاق	چطور گلوی نهنگ تنگ شد	دانش آموزان از بعد خلاقیت	قیچی، گردو، ترازوی پرشش از دانش آموزان
۴. کار گروهی و همکاری	یک دسته چوب	تقویت نگرش کارآفرینانه	طرح مسئله مرتبط با کارآفرینی و پرسش به منظور ایجاد طوفان فکری و بیان داستان بدون عنوان، کامپیوتر، ایفای نقش دانش آموزان، بیان داستان به صورت کامل توسط معلم و پرسش
۵. مسئولیت پذیری	شب ترسناک و حمله گرگ‌ها	دانش آموزان از بعد کنترل درونی	ویدئو پروژکتور، فکری و بیان داستان بدون عنوان، کامپیوتر، نقش دانش آموزان، بیان داستان به صورت کامل توسط معلم و پرسش
۶. کار تیمی	زنبورها بچه‌ها را ادب می‌کنند.	تقویت نگرش کارآفرینانه	طرح مسئله مرتبط با کارآفرینی و ویدئوپروژکتور، پرسش به موفقیت
۷. انگیزه و میل به موفقیت	جوجه اردکی که مادرش را گم کرد	دانش آموزان از بعد میل به موفقیت	کامپیوتر، راکت و توپ پینگ پونگ
۸. پشتکار	درس پایداری	بعد میل به موفقیت	و تکمیل توسط دانش آموزان و پرسش
۹. سخت‌کوشی	بانتو	موفقیت	پونگ
۱۰. خودآگاهی	راز موجود عجیب	تقویت نگرش کارآفرینانه	طرح مسئله مرتبط با کارآفرینی، ویدئو ایجاد طوفان فکری و نقل داستان بدون عنوان و ناقص و تکمیل آن توسط دانش آموزان و نمایش انیمیشن و پرسش
۱۱. مشورت	پندهای پیرمرد	دانش آموزان از بعد عزت نفس	پروژکتور، کامپیوتر
۱۲. رعایت عدل و انصاف	دو برادر	بعد عزت نفس	نمایش انیمیشن و پرسش

داده‌های تحقیق به صورت پیش‌آزمون قبل از شروع برنامه آموزش کارآفرینی در هر دو گروه آزمایشی و کنترل انجام گرفت. همچنین، در پایان برنامه آموزش کارآفرینی دوباره از

هر دو گروه پس از آزمون گرفته شد و وضعیت نگرش کارآفرینانه هر گروه به‌طور کلی و در هر چهار بعد سنجش شد. برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به متغیر وابسته (نگرش کارآفرینانه) از پرسشنامه استاندارد نگرش کارآفرینانه^۱ رابینسون استفاده شده است که ۷۵ پرسش دارد و چهار بعد نگرش کارآفرینانه را می‌سنجد. همچنین، به‌منظور سنجش متغیر تعدیلگر خانواده، فعال بودن والدین دانش‌آموز در کسب‌وکار به‌صورت مدیر/ مالک کسب‌وکار در نظر گرفته شد. در این تحقیق، برای سنجش روایی ابزار از نظر متخصصان و استادان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران بهره گرفته شد که از این پرسشنامه به‌عنوان ابزار سنجش تحقیق خود استفاده کرده بودند (Fernandez et al., 2015; Lope Pihie & Bagheri, 2010) و همچنین چندین پژوهش معتبر نیز بررسی شد. به‌منظور بررسی پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه نگرش کارآفرینانه ۰/۹۵ به‌دست آمد که نشان‌دهنده پایایی بالای ابزار تحقیق است. همچنین، پرسش‌های پرسشنامه با تغییرات لازم در افعال به‌کار رفته در جملات و با حفظ محتوا، به زبان کودکان مقطع ابتدایی تبدیل شد و چند نفر از خبرگان آموزش کودکان آن را تأیید کردند. سپس پرسشنامه تحقیق در یک نمونه ۱۰ نفره از دانش‌آموزان دبستان دخترانه شهرزاد (غیر از نمونه مورد مطالعه) اجرا شد و نقص‌های محتوایی و مفهومی آن برطرف شد.

به‌منظور تحلیل داده‌های تحقیق از آزمون آماری تی زوجی و نرم‌افزار SPSS 22 استفاده شد تا تفاوت میانگین‌های پیش‌آزمون و پس‌آزمون و نیز گروه آزمایشی و کنترل بررسی شود.

یافته‌ها

توصیف جمعیت‌شناختی

نمونه مورد مطالعه شامل دانش‌آموزان پایه‌های چهارم و پنجم دبستان فرشتگان یاسین منطقه ۱ تهران بود که در جدول ۲ توصیفی از وضعیت نمونه مشاهده می‌شود.

جدول ۲. توصیف جمعیت شناختی دانش آموزان گروه آزمایشی و کنترل

درصد فراوانی		وضعیت	متغیر
گروه کنترل (درصد)	گروه آزمایشی (درصد)		
۲۳/۵	۲۷	چهارم	پایه تحصیلی
۲۳/۵	۲۶	پنجم	
۱۰/۵	۱۶/۵	والدین فعال در کسب و کار	شغل والدین
۳۶/۵	۳۶/۵	والدین غیرفعال در کسب و کار	
۰	۰	کاملاً مرتبط با کارآفرینی	شرکت در کلاس های غیردرسی
۳۵/۳	۴۴/۷	ورزشی	
۲۰	۱۷/۶	موسیقی	
۱۴/۱	۱۶/۵	هنری	
۰	۲/۳۵	خیر	

نتایج آزمون تی زوجی

در این پژوهش، ابتدا به منظور بررسی وجود تفاوت بین نگرش کارآفرینانه دانش آموزان در دو گروه قبل از برگزاری دوره و براساس نتایج پیش آزمون، معناداری واریانس گروه ها بررسی شد که نتیجه آن در جدول ۳ ارائه می شود.

جدول ۳. نتایج آزمون T زوجی مقایسه پیش آزمون گروه آزمایشی و کنترل

فاصله اطمینان در سطح اعتماد ۹۵ درصد		آزمون Leven		آزمون T تساوی میانگین	
د.ب.ا	د.ب.ز	پارامتر sig	درجه آزادی df	آماره t	سطح معناداری
-۰/۱۲۱	-۱/۰۴	۰/۰۱	۸۳	-۲/۵۱	۰/۲۱
					۱/۵۵
					فرض تساوی واریانس
-۰/۱۲۵	-۱/۰۴	۰/۰۱	۸۲/۹	-۲/۵۳	
					فرض عدم تساوی واریانس

نگرش کارآفرینانه

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون لون بزرگ‌تر از سطح معناداری ۵ درصد است، واریانس‌های دو گروه با هم برابرند و از طرفی چون حدود بالا و پایین در فاصله اطمینان ۹۵ درصد منفی است، تفاوت میانگین‌های دو جامعه نیز معنادار نیست و نشان می‌دهد نگرش کارآفرینانه دو گروه آزمایشی و کنترل قبل از برگزاری دوره آموزشی با هم تفاوت شایان توجهی ندارند.

همچنین، در این پژوهش داده‌های به‌دست‌آمده از سنجش متغیر نگرش کارآفرینانه به‌منظور بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی از روش داستان‌سرایی بر نگرش کارآفرینانه و نیز هریک از ابعاد آن به‌صورت جداگانه و به دو حالت مختلف تحلیل شده است که خلاصه آمار توصیفی و نتایج حالت اول در جدول ۴ و حالت دوم در جدول ۵ ارائه می‌شود.

حالت اول: بررسی تأثیر داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه و ابعاد آن با استفاده از آزمون مقایسه T زوجی براساس نتایج پیش‌آزمون و پس‌آزمون.

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، با توجه به مقدار سطح معناداری می‌توان گفت بین پیش‌آزمون و پس‌آزمون نگرش کارآفرینانه و ابعاد آن نیز همبستگی معنی‌داری وجود دارد. همچنین، سطح معناداری آزمون میانگین مقایسه زوجی، کوچک‌تر از ۵ درصد است؛ بنابراین، داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه و ابعاد آن در دانش‌آموزان تأثیرگذار بوده است. به‌علاوه، نتایج این آزمون در گروه کنترل نشان می‌دهد با توجه به مقدار سطح معناداری، همبستگی بین پیش‌آزمون و پس‌آزمون در سطح بالایی معنادار است، اما از آنجاکه سطح معناداری آزمون میانگین مقایسه زوجی بیشتر از ۵ درصد است، نتیجه پیش‌آزمون و پس‌آزمون در گروه کنترل تفاوتی نکرده است.

حالت دوم: بررسی تأثیر داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه و ابعاد آن با استفاده از مقایسه T زوجی براساس نتایج پس‌آزمون گروه آزمایشی و گروه کنترل.

در این حالت، ابتدا دو فرض تساوی میانگین دو جامعه یعنی تأثیرنداشتن روش داستان‌سرایی بر متغیرهای وابسته تحقیق و فرض نامساوی بودن میانگین‌های دو جامعه در سطح خطای ۵ درصد در نظر گرفته شد. براساس مقادیر ارائه‌شده در جدول ۵، به‌علت اینکه در همه متغیرهای وابسته سطح معناداری آزمون تساوی میانگین از ۵ درصد کوچک‌تر است، فرض H_0 یعنی تساوی میانگین دو جامعه (گروه کنترل و گروه آزمایشی) رد می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت در زمینه کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان و ابعاد آن مؤثر بوده است.

جدول ۴. خلاصه آمار توصیفی و نتایج آزمون T زوجی مقایسه پیش آزمون‌ها و پس آزمون‌ها در گروه آزمایشی و کنترل

اختلافات زوج‌ها										
همبستگی زوج‌ها		پارامتر sig(2-tailed)	آماره t	انحراف از معیار	انحراف از معیار میانگین	انحراف از معیار		میانگین		
sig	ضریب همبستگی					پس	پیش	پس	پیش	
۰/۰۰۰	۰/۵۶	۰/۰۰	-۱۰/۴	۰/۹۷	-۱/۵۱	۰/۸۹	۱/۱۴	۸/۲۰	۶/۶۹	نگرش کارآفرینانه
۰/۰۰۲	۰/۴۵	۰/۰۰	-۸/۸۰	۱/۱۷	-۱/۵۴	۰/۹۷	۱/۲۲	۸/۲۵	۶/۷۱	اخلاقیت و نوآوری
۰/۰۰۰	۰/۶۳	۰/۰۰	-۹/۳۹	۱/۰۷	-۱/۵۰	۰/۹۷	۱/۳۸	۸/۴۲	۶/۹۲	میل به موفقیت
۰/۰۰۳	۰/۴۳	۰/۰۰	-۷/۶۲	۱/۲۵	-۱/۴۲	۱/۰۰	۱/۳۰	۸/۰۶	۶/۶۴	کنترل درونی
۰/۰۰۱	۰/۴۶	۰/۰۰	-۸/۷۱	۱/۱۶	-۱/۵۱	۱/۱۱	۱/۱۴	۷/۷۹	۶/۲۸	عزت نفس
۰/۰۰۰	۰/۹۷	۰/۱۴	-۱/۴۹	۰/۲۲	-۰/۰۵	۱/۰۱	۰/۹۷	۷/۳۲	۷/۲۷	نگرش کارآفرینانه
۰/۰۰۰	۰/۹۳	۰/۲۴	-۱/۱۹	۰/۴۷	-۰/۰۸	۱/۳۱	۱/۲۹	۷/۲۲	۷/۱۳	اخلاقیت و نوآوری
۰/۰۰۰	۰/۹۹	۰/۲۶	-۱/۱۳	۰/۱۶	-۰/۰۲	۱/۱۳	۱/۱۱	۷/۵۳	۷/۵۱	میل به موفقیت
۰/۰۰۰	۰/۹۹	۰/۳۸	-۰/۸۸	۰/۰۸	-۰/۰۱	۱/۱۴	۱/۱۵	۷/۳۱	۷/۳۰	کنترل درونی
۰/۰۰۰	۰/۹۹	۰/۳۱	-۱/۰۱	۰/۰۹	-۰/۰۱	۱/۱۸	۱/۱۶	۷/۱۳	۷/۱۱	عزت نفس

گروه آزمایشی

گروه کنترل

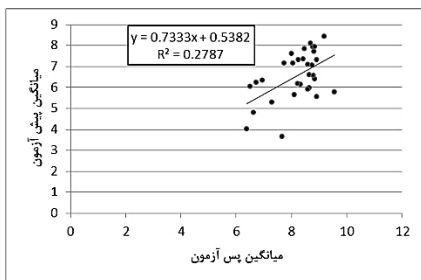
نتایج آزمون رگرسیون

با توجه به چارچوب نظری تحقیق، تأثیر خانواده فعال بر حوزه کسب و کار نیز به عنوان یک متغیر تعدیلگر بر رابطه بین داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی و نگرش کارآفرینانه با استفاده از آزمون اعتباریابی متقابل داده‌ها بررسی شد. بدین منظور، رابطه رگرسیونی در گروه آزمایشی برای دو دسته از دانش‌آموزان شامل دانش‌آموزان دارای والدین فعال در حوزه کسب و کار (۱۴ نفر) و

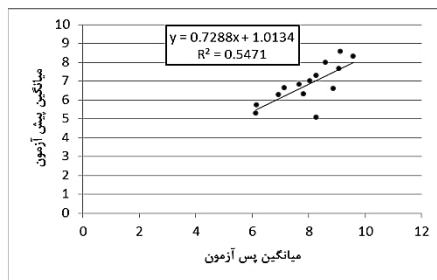
دانش‌آموزان دارای والدین غیرفعال در حوزه کسب‌وکار (۳۱ نفر) مقایسه شد. با توجه به میانگین پیش‌آزمون و پس‌آزمون این دو دسته، رابطه رگرسیونی در نمودارهای ۱ و ۲ ارائه می‌شود.

جدول ۵. نتایج آزمون T زوجی مقایسه پس‌آزمون گروه آزمایشی و کنترل

آزمون T تساوی میانگین			آزمون Leven			فرض	نتیجه
اختلاف میانگین	پارامتر sig	درجه آزادی df	آماره t	Sig	F آزمون		
۰/۸۷	۰/۰۰	۸۳	۴/۲۱	۰/۵۲	۰/۴۰	فرض تساوی واریانس	نگرش
۰/۸۷	۰/۰۰	۷۸/۷	۴/۱۸			فرض عدم تساوی واریانس	کارآفرینانه
۱/۰۳	۰/۰۰	۸۳	۴/۱۳	۰/۰۱	۶/۵۸	فرض تساوی واریانس	خلاقیت و نوآوری
۱/۰۳	۰/۰۰	۷۱/۲	۴/۰۶			فرض عدم تساوی واریانس	
۰/۸۲	۰/۰۰	۸۳	۳/۶۷	۰/۱۷	۱/۸۴	فرض تساوی واریانس	میل به موفقیت
۰/۸۲	۰/۰۰	۷۸/۶	۳/۶۵			فرض عدم تساوی واریانس	
۰/۷۴	۰/۰۰۲	۸۳	۳/۱۹	۰/۶۹	۰/۱۶	فرض تساوی واریانس	کنترل درونی
۰/۷۴	۰/۰۰۲	۷۸/۴۱	۳/۱۷			فرض عدم تساوی واریانس	
۰/۶۵	۰/۰۱	۸۳	۲/۶۴	۰/۹۰	۰/۰۱	فرض تساوی واریانس	عزت نفس



نمودار ۲. رابطه رگرسیونی دانش‌آموزان دارای والدین غیرفعال در حوزه کسب‌وکار



نمودار ۱. رابطه رگرسیونی دانش‌آموزان دارای والدین فعال در حوزه کسب‌وکار

با مقایسه نمودارهای ۱ و ۲ مشاهده می‌شود که ضریب همبستگی R^2 میانگین پیش‌آزمون و پس‌آزمون در دانش‌آموزانی که والدین آن‌ها در حوزه کسب‌وکار فعال هستند، برابر $۰/۵۵$

است و همین ضریب برای دانش‌آموزانی که والدین آن‌ها در حوزه کسب‌وکار فعال نیستند، برابر ۰/۲۸ است. در نتیجه، داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی بر تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزانی که والدین فعال در حوزه کسب‌وکار دارند، تأثیر بیشتری داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی بر تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان در مقطع دبستان صورت گرفت. براساس نتایج، داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی به‌طور چشمگیری موجب تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان شده است. همچنین، این روش تدریس کارآفرینی بر تقویت ابعاد مختلف نگرش کارآفرینانه مؤثر بوده است. همان‌طور که در پیشینه تحقیق نیز بیان شد، تاکنون پژوهشی داخلی یا خارجی با هدف کاملاً مشابه با این تحقیق صورت نگرفته است و این تأثیر به‌طور مستقیم سنجیده نشده است. در نتیجه، تحقیق حاضر تأییدی بر یافته‌های بهمنی (۱۳۹۲) در زمینه مناسب بودن روش داستان‌سرایی در آموزش کارآفرینی به کودکان مقطع ابتدایی و تقویت نگرش آن‌هاست. همچنین، با نتایج تحقیق تسزدرکی (۲۰۰۵)، شعبانی (۱۳۸۰) و پرسش و همکاران (۱۳۹۴) در زمینه تأثیر روش داستان‌سرایی بر خلاقیت کودکان هم‌خوانی دارد. در این تحقیق، برگزاری دوره آموزشی با توجه به موضوعیت داستان‌های نقل شده و نقش فعال دانش‌آموزان در اجرای نمایش برخی داستان‌ها و تکمیل داستان‌های ناتمام و...، افزایش خلاقیت و نوآوری دانش‌آموزان را به همراه داشته است. داستان‌سرایی روش تدریسی فعال برای پرورش قوه خلاقیت و تقویت سطح تفکر شناختی محسوب می‌شود، زیرا سطح دانش یک دانش‌آموز برای کامل کردن یک داستان ناتمام یا ساختن یک داستان جدید کافی نیست و وی باید آموخته‌ها و رؤیاهای خود را با هم ترکیب کند و به دنبال راه‌های نو برای آن باشد (Peter, 2010). همچنین، تأثیر مثبت داستان‌های منتخب متناسب با موضوعات میل به موفقیت، پشتکار و همچنین سخت‌کوشی در نتایج کاملاً مشهود است. از نظر مک کله لند (۱۹۶۱)، نیازهای اجتماعی از جمله نیاز به تعلق، نیاز به قدرت و نیاز به کسب موفقیت از اجتماع کسب می‌شوند؛ بنابراین، قابل آموزش‌اند. همچنین، نتایج تحقیق حاضر نشان داد داستان‌سرایی در زمینه

کارآفرینی موجب تقویت بعد عزت نفس می‌شود، ولی کمترین تأثیر را بر این بعد دارد. عزت نفس کودکان و نوجوانان شامل پنج زمینه اجتماعی، تحصیلی، خانوادگی، تصور جسمانی و عزت نفس کلی است (عباس زاده و صالح مجتهد، ۱۳۹۲)؛ بنابراین، تأثیر کمتر روش تدریس داستان‌سرایی بر عزت نفس ممکن است به دلیل چندبعدی بودن عزت نفس و لزوم صرف زمان بیشتر به منظور تأثیرگذاری بیشتر بر آن باشد. همچنین، یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد داستان‌سرایی در زمینه کارآفرینی بر تقویت کنترل درونی دانش‌آموزان مؤثر بوده است، اما میزان این تأثیر در مقایسه با سایر ابعاد نگرش کارآفرینانه کمتر بوده است. مرکز کنترل در دوران کودکی شکل می‌گیرد و الگوی ویژه‌ای از رفتارهای والدین مسئول جهت‌گیری درونی است (شولتز، ۱۳۷۸). شاید دلیل تأثیرگذاری کمتر در این بعد، تفاوت در خانواده‌های دانش‌آموزان مورد مطالعه باشد. همچنین، نتایج نشان داد وجود خانواده فعال در کسب و کار به عنوان یک متغیر تعدیلگر بر رابطه بین روش داستان‌سرایی و نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان مؤثر است که این تأثیر بیشتر به دلیل آشنایی این دانش‌آموزان با کسب و کار از طریق پدر و مادرشان است. نقش و اهمیت خانواده به عنوان ایجادکننده فضای کارآفرینانه در به وجود آوردن روحیه خلاق و نوآور در افراد، گسترش روحیه کارآفرینی و توسعه کسب و کار جدید در جامعه انکارناپذیر است؛ بنابراین، تقویت فضای کارآفرینانه در محیط خانه و خانواده ممکن است اثربخشی این روش تدریس کارآفرینانه را در مدارس افزایش دهد. تاکنون چنین رابطه‌ای در هیچ پژوهشی مطالعه نشده است.

براساس یافته‌های این تحقیق، پیشنهاد می‌شود به منظور تقویت نگرش کارآفرینانه در کودکان مقطع ابتدایی بستر لازم برای استفاده از روش داستان‌سرایی به عنوان یک روش تدریس خلاقانه در آموزش کارآفرینی ایجاد شود. بدین منظور، باید در کتب درسی دبستان داستان‌هایی با مضمون کارآفرینی گنجانده شود. در آموزش‌های ضمن خدمت نیز معلمان دبستان باید به استفاده از روش تدریس داستان‌سرایی و انتخاب داستان‌های مرتبط با مضمون کارآفرینی در راستای تقویت نگرش کارآفرینانه کودکان تشویق شوند. همچنین، لازم است دانشجویان مراکز تربیت معلم به عنوان معلمان آینده با این روش آشنا شوند و توانمندی‌های آنان در چگونگی به کارگیری اثربخش این روش ارتقا یابد. در این راستا، با توجه به نتایج پژوهش و نیز مشاهده

محقق در زمینه اشتیاق دانش آموزان در این دوره و علاقه آن‌ها به داستان و داستان‌سرایی، پیشنهاد می‌شود مسئولان مدارس و آموزشگاه‌های کارآفرینی براساس مقتضیات سنی دانش‌آموزان این روش را در تدریس مفاهیم کارآفرینی مدنظر قرار دهند. همچنین، پیشنهاد می‌شود ناشران کتاب‌های کودک اهتمام بیشتری در طراحی و تدوین داستان‌هایی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه کودکان داشته باشند و مراکز آموزشی و پرورشی مرتبط با کودکان از جمله کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در کلاس‌های داستان‌سرایی خود از کتاب‌هایی با مضمون کارآفرینی بیشتر استفاده کنند.

پژوهش حاضر برای اولین بار در ایران و سایر کشورها صورت گرفته است و با محدودیت‌هایی از جمله محدودیت در انتخاب تعداد نمونه مورد مطالعه روبه‌رو بوده است، زیرا به هماهنگی‌های زیاد با مسئولان مدارس مختلف و همچنین فضای کافی و زمان بیشتر برای برگزاری کلاس‌ها نیاز بوده است. در نتیجه، به منظور انجام دادن تحقیقات آتی در این زمینه پیشنهاد می‌شود تحقیقات در سایر گروه‌های سنی مقطع ابتدایی و همچنین سایر مقاطع تحصیلی و نیز در سطح استانی و حتی ملی به منظور در نظر گرفتن جوامع بزرگ‌تر و انتخاب نمونه‌های تصادفی و با اجرای مدت زمان طولانی‌تر انجام گیرد. همچنین، توصیه می‌شود مطالعه مشابه در گروه دانش‌آموزان پسر و مقایسه نتایج تحقیق با توجه به جنسیت دانش‌آموزان و در نظر گرفتن سایر عوامل تعدیلگر صورت گیرد. به علاوه، در پژوهش‌های آتی می‌توان سایر روش‌های تدریس و تأثیر آن را بر تقویت نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان بررسی کرد. از آنجاکه آموزش کارآفرینی از طریق داستان‌سرایی بر ابعاد عزت نفس و کنترل درونی تأثیر کمتری نسبت به دو بعد دیگر دارد، پیشنهاد می‌شود دیگر روش‌های آموزشی با تکیه بر تقویت این دو بعد مطالعه شود.

منابع

- اکبرپور، حسن و عالمه مهدویان (۱۳۹۴)، «بررسی شیوه‌های آموزش مبانی کارآفرینی و اقتصاد به دانش‌آموزان»، سومین همایش ملی مدرسه فردا.
- باران اولادی، صادق، اعتمادی، احمد و ابوالفضل کرمی (۱۳۹۱)، «اثربخشی امیددرمانی بر انگیزش پیشرفت دانش‌آموزان پسر پایه دوم کار و دانش شهرستان بهارستان»، مجله دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، شماره ۴۸: ۳-۹.
- بهمنی، ندا (۱۳۹۲)، شناسایی محتوا و روش تدریس کارآفرینی با هدف تقویت نگرش کارآفرینانه در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- پرستش، شهین، خالوعسکری، حسین و سمانه پیرمرادی (۱۳۹۴)، «اهمیت قصه و قصه‌گویی بر دانش‌آموزان»، اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی فرهنگی اجتماعی ایران.
- جعفری مقدم، سعید و فخارزاده، آرزو (۱۳۸۹)، «توسعه نگرش کارآفرینانه در کتابهای درسی (مطالعه موردی: کتابهای فارسی دوره دبستان)»، نشریه توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۱۱: ۳۱-۴۵.
- دوان شولتز و سیدنی آلن شولتز (۱۳۹۲)، نظریه‌های شخصیت، ترجمه یحیی سیدمحمدی، نشر ویرایش، ویراست دهم، تهران.
- رادبخش، ناهید، محمدی‌فر، محمدعلی و فرحناز کیان ارثی (۱۳۹۲)، «اثربخشی بازی و قصه‌گویی بر افزایش خلاقیت کودکان»، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوم، شماره ۴: ۱۷۷-۱۹۵.
- رحماندوست، مصطفی (۱۳۸۱)، قصه‌گویی، اهمیت و راه و رسم آن، انتشارات رشد، تهران.
- سبحانی‌نژاد، مهدی و رضا همایی (۱۳۸۴)، «میزان توجه به نگرش فرهنگ کار در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی کشور»، دوماهنامه علمی-پژوهشی دانشور رفتار، سال دوازدهم، شماره ۱۵: ۱-۲۰.
- شعبانی، نوشین (۱۳۸۰)، «تأثیر قصه‌گویی بر خلاقیت کودکان»، پژوهشنامه ادبیات کودک و نوجوان، دوره هفتم، شماره ۲۵: ۸۶-۹۰.
- صادق عمل نیک، مرتضی (۱۳۹۲)، «نقش خانواده در رشد و توسعه خلاقیت و کارآفرینی و حفظ محیط زیست»، اولین همایش سراسری محیط زیست، انرژی و پدافند زیستی.
- صباغیان، حمید (۱۳۸۶)، «تأثیر قصه‌گویی بر میزان پرخاشگری کودکان دختر و پسر اول و دوم ابتدایی شهرستان مهریز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی.

عابدی، احمد و سیدحمیدرضا عریضی سامانی (۱۳۸۲)، «تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی بر حسب سازه انگیزه پیشرفت»، *مجله نوآوری های آموزشی*، سال دوم، شماره ۵: ۲۹-۳۲.

عباس‌زاده، ندا و منیرالسادات صالح مجتهد (۱۳۹۴)، «اثربخشی قصه‌درمانی بر عزت نفس دانش‌آموزان پایه سوم و چهارم ابتدایی»، *دومین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در علوم انسانی*.

محسنی، عادل، موسوی، سیدحسین و محمد جمالی (۱۳۹۲)، «نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان»، *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، سال نوزدهم، شماره ۳ (شماره پیاپی ۶۹): ۶۳-۸۰.

نادری، نادر، امیری، صبا، دل‌انگیزان، سهراب و حبیب جعفری (۱۳۹۴)، «الگوسازی مفهومی تأثیر مؤلفه‌های آموزش کارآفرینی بر نگرش هنرجویان به کسب‌وکار در هنرستان های کار دانش»، *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، دوره دوم، شماره ۲: ۱۷-۳۴.

همتی، اسماعیل (۱۳۸۹)، *تمرین خلاقیت*، چاپ اول، انتشارات قطره، تهران.

Arsalan, C., Dilmac, B. and Hamarta, E. (2009). "Coping With Stress and Triat Anxiety in Terms of Locus of Control: A Study with Turkish University Students", *Journal of Social Behavior and Personality*, 37(6), 791-800.

Axelsson, K., & Hagglund, S., & Sandberg, A. (2015). "Entrepreneurial Learning in Education Preschool as a Take-Off for the Entrepreneurial Self", *Journal of Education and Training*. 2(2), 40-58.

Chigunta, F. (2002). Youth Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges. Youth Employment Summit. 1-34.

Dakoumi, A.H. & Abdelwahed, Y. (2014). "Is Entrepreneurship for You? Effects of Storytelling on Entrepreneurial Intention", *Intenational Journal of Business and Management*, 9(9), 176- 192

European Commission/EACEA/Eurydice, (2016). Entrepreneurship education at school in Europe. Eurydice report. Luxembourg: Publications office of the European Union.

Fayolle, A. and Gailly, B. (2015). "The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and Persistence", *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93

Fernandez, Todd M., Sliva Coutinho, Genisson, Wilson, Micheal D., Hoffmann, Stephen R. (2015). "Development of Entrepreneurial Attitudes Assessment Instrument for Freshman Students", School of Engineering Education Graduate Student Series. 122nd ASEE Annual Conference & Exposition.

- Gibb, A. (2006). "Entrepreneurship/enterprise education in school and colleges: Are we really building the onion or peeling it away?", National Council for Graduate Entrepreneurship. Working paper, 039/2006, 1-34
- Heilbrunn, S. (2010). "Advancing Entrepreneurship in An Elementary School: A Case Study", *International Education Studies*, 3(2), 174- 184.
- Hennessey, Beth Ann and Amabile, Teresa M. (1988). "Story-telling: A Method For Assessing Children's Creativity", *Journal of Creative Behavior*, 22(4), 235-246.
- Hussery, C. (2013). "The Importance Of Creativity In The Classroom", edublog@serif.com.
- Johansson, A. W. (2004), "Narrating the Entrepreneur", *International Small Business Journal*, 22(3), 273-293.
- Kozalinska, I. (2012). "Fundamental View of the Outcomes of Entrepreneurship Education", Social Science Research Network (SSRN), No(90), 1-29.
- Lope Pihie, Z.A., & Bagheri, A., (2010). "Entrepreneurial attitude and entrepreneurial efficacy of technical secondary school students", *Journal of Vocational Education and Training*. 62(3),. 351-366.
- McClelland, C. David. (1961). "The achieving society, D. Van nostrane 32-Messina, M. 2005. Tools for personal growth. Handling fear of success. <http://www.diratrible.com>.
- Miller, S., Pennycuff, L. (2008). "The Power of Story: Using Storytelling to Improve Literacy Learning", *Journal of Cross-Disciplinary Perspectives in Education*. 1(1), 36-43.
- Noel, J. Lindsay(2005). "Toward A Cultural Model of Indigenous Entrepreneurial Attitude". *Academy of Marketing Science Review*. 20(5), 65-78.
- Obisanya, J.F., Akinbami, C.A.O., and Fayomi, A.O. (2010). "Entrepreneurship Education and Undergraduates' Attitude to Self-Employment: a Case Study of Nigerian University", *IFE Psychologia*, 18(2), 1-10.
- Paco, A., Ferreira, J., Rodrigues, R., and Dinis, A. (2011). "Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students", *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 20-38.
- Peter, B. (2010). "A short-term longitudinal study of children's playground games in primary school: Implication's for adjustment to school and social adjustment in the USA and the UK", *Social Development*, 13(1), 107-123.
- Pfeiffer, S., Oberman-Peterka, S. and Jeger, M. (2008). "Assessing entrepreneurship education programs in Croatia higher education area", *Erenet Profile*, 3(3), 25-35.

- Rabbior, G. (1990). *Elements of a successful entrepreneurship /economic / education program*. In *Entrepreneurship Education: Current developments, future directions*, ed. CA. Kent. New York: Quorum books.
- Robinson, Peter B., Stimpson, David V., Huefner, Jonathan C., Hunt, H. Keith (1991). "An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*. 15(4), 13-31.
- Rodrigues, R., M. Rposo, J. Ferreira, and A. Paco (2010). "Entrepreneurship education and the propensity for business creation: Testing a structural model", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 58-73.
- Ruskovaara, E. Pihkala, T., Rytkola, T. and Seikkula-Leino, J. (2010). "Studying Teachers' Teaching Methods and Working Approaches in Entrepreneurship Education", Paper presented at the ESU Conference, Tartu.
- Singer, S., Amoros, J.E. and Arreola, D.M. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor, Global report*. Babson college, Wellesley, MA, Universidad del Desarrollo, Santiago, University Tun Abdul Razak, Kuala Lumpur, Tecnologico de Monterrey, Monterrey, London Business School, London.
- Szerb, L., and Imreh, S. (2007). "Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Attitudes of ungarian Students: An International Comparison", 5th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking. Budapest, Hungary.
- Tsz Ki, L. (2005). "Developing Creativity and Problem Solving Through Story Telling for Preschool Children", Dissertation presented a part fulfillment of the requirements of the degree of Master of Education, the University of Hong Kong.