

MPPSC मुख्य परीक्षा पेपर-4



Awarded for
Result Oriented Academy
For UPSC/MPPSC-2019
by **Kamal Nath** (CM M.P.)

Awarded for
Leading E-Learning
Academy of MP-2018
by **Shivraj Singh Chouhan** (CM M.P.)



स्थापना पंजीयन क्रमांक : C/177429

शर्मा एकेडमी®

an Institute for IAS/IPS, MPPSC

MPPSC Mains Paper 4

Unit 1

इकाई	विचारक	पेज नं.
	<ul style="list-style-type: none">● सुकरात (2)● प्लेटो (5)● अरस्तु (9)● महावीर जैन (16)● गौतम बुद्ध (19)● आचार्य शंकर (24)● चार्वाक (34)● गुरुनानक (39)● कबीर (42)● गोस्वामी तुलसीदास (45)● रवीन्द्रनाथ टैगोर (47)● राजा राममोहन राय (49)● सावित्रीबाई फुले (52)● दयानन्द सरस्वती (54)● स्वामी विवेकानन्द (57)● अरविन्द घोष (62)● डॉ. सर्वपल्ली राधा कृष्णन (65)	1 से 67

Unit- 2

इकाई- 2		पेज नं.
	<ul style="list-style-type: none">● मनोवृत्ति :- विषयवस्तु, तत्व प्रकार्य (2) : मनोवृत्ति का निर्माण, (4) मनोवृत्ति परिवर्तन, (6) प्रबोधक संप्रेषण, (15) पूर्वाग्रह (18) तथा विभेद, (21) भारतीय संदर्भ में रूढ़िवादिता। (23)● अभिक्षमता एवं लोक सेवा हेतु आधारभूत योग्यताएँ, (24) सत्यनिष्ठा, (26) निष्पक्षता एवं असमर्थकवादी, (28) वस्तुनिष्ठता, (28) लोक सेवा के प्रति समर्पण, (32) समानुभूति, (33) सहिष्णुता (35) एवं कमजोर वर्गों के प्रति	1 से 51

	<p>संवेदना/करुणा। (35)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● संवेगिक बुद्धि :- अवधारणा, प्रशासन/शासन में इसकी उपयोगिता एवं अनुप्रयोग। (39) ● व्यक्तिगत भिन्नताएँ। 	
--	--	--

Unit 3

इकाई- 3		पेज नं.
	<ul style="list-style-type: none"> ● मानवीय आवश्यकताएँ एवं अभिप्रेरणा :- लोक प्रशासन में नैतिक सद्गुण एवं मूल्य:- प्रशासन में नैतिक तत्व-सत्यनिष्ठा, (2) उत्तरदायित्व (3) एवं पारदर्शिता, (8) नैतिक तर्क एवं नैतिक दुविधा (9) तथा नैतिक मार्गदर्शन के रूप में अन्तरात्मा, (10) लोक सेवकों हेतु आचरण संहिता, शासन में उच्च मूल्यों का पालन। 	1 से 10

Unit- 4

इकाई- 4		पेज नं.
	<ul style="list-style-type: none"> ● भ्रष्टाचार :- भ्रष्टाचार के प्रकार एवं कारण, (2) भ्रष्टाचार का प्रभाव, भ्रष्टाचार को अल्पतम करने के उपाय, समाज, सूचनातंत्र, परिवार एवं व्हिसलब्लोअर (Whistleblower) की भूमिका, (10) भ्रष्टाचार पर राष्ट्रसंघ की घोषणा, (15) भ्रष्टाचार का मापन, (16) ट्रांसपेरेंसी इंटरनेशनल, (18) लोकपाल एवं लोकायुक्त। 	1 से 19

Unit- 5

इकाई- 5		पेज नं.
	<p>प्रश्न-पत्र से केस स्टडी के प्रश्न तथा उनके उत्तर (Case Study Questions from Paper and Answers)</p>	1 से 19

मनोवृत्ति विषयवस्तु,

तत्त्व, प्रकार्य, मनोवृत्ति का निर्माण, मनोवृत्ति परिवर्तन

• मनोवृत्ति

मनोवृत्ति का सामान्य अर्थ है— किसी मनोवैज्ञानिक विषय अर्थात् व्यक्ति, वस्तु, समूह, विचार स्थिति या अन्य के प्रति सकारात्मक या नकारात्मक भाव की उपस्थिति। उदाहरणस्वरूप वर्तमान में खेलों में क्रिकेट के प्रति अधिकांश लोगों की सकारात्मक मनोवृत्ति है, वहीं कबड्डी हॉकी आदि खेलों के प्रति नकारात्मक मनोवृत्ति है।

कहीं-कहीं इसका हिंदी अर्थ अभिवृत्ति भी लिया जाता है— मुझे वह फिल्म पसंद है, मुझे काले लोग पसंद नहीं हैं, मुझे क्रिकेट पसंद है, मुझे शेक्सपियर के नाटक अच्छे लगते हैं। उपर्युक्त सारे कथन यह प्रदर्शित करते हैं कि हम अपने माहौल के प्रति समीक्षात्मक रूप से प्रतिक्रिया करते हैं। हम सामान्यता किसी घटना या व्यक्ति के प्रति अच्छा बुरा, अनुकूल, प्रतिकूल आदि के माध्यम से प्रतिक्रिया करते हैं। यही मनोवृत्ति का क्षेत्र है।

• मनोवृत्ति का CAB मॉडल/ संघटक (CAB Model of Attitude)

1. **C – Cognitive Component (संज्ञानात्मक घटक)** – संज्ञानात्मक घटक के अंतर्गत किसी वस्तु के उपलब्ध सूचना के आधार पर ही हम उसके बारे में गलत धारणा बना लें, जैसे सांप के जहरीले होने की सूचना के आधार पर हम उसके प्रति नकारात्मक मनोवृत्ति बना लें। वहीं नीम एवं तुलसी के फायदे या लाभ की सूचना के कारण उसके प्रति सकारात्मक मनोवृत्ति बना लें।
2. **A – Affective Component (भावात्मक घटक)** – भावात्मक संघटक का तात्पर्य किसी मनोवैज्ञानिक वस्तु या व्यक्ति के प्रति व्यक्ति के भाव पसंद या नापसंद से है। भावात्मक संघटक वास्तव में मनोवृत्ति का सरभाग होता है। जैसे— चीन के प्रति नकारात्मक भावना एवं यूरोप के प्रति सकारात्मक भावना, सांप के प्रति नकारात्मक भावना आदि।
3. **B – Behavioural Component (व्यवहारात्मक घटक)** – व्यवहारात्मक संघटक का तात्पर्य है किसी वस्तु या व्यक्ति के प्रति व्यवहार या क्रिया करने की तत्परता। इसका अर्थ है कि व्यक्ति किसी मनोवैज्ञानिक वस्तु के प्रति कैसा व्यवहार करता है।— जैसे सर्प को देखते ही भाग जाना। मित्र ने अनुचित बात कहीं तो उसके ढंग से बात न करना आदि।

• मनोवृत्ति की परिभाषा का विकास (Formation of definition of Attitude)

मनोवृत्ति की परिभाषा समय के साथ बदलती रही है। शुरुआती परिभाषा में इसके केवल एक पक्ष पर बल दिया गया है, जिसे मूल्यांकनपरक पक्ष या भावानात्मक पक्ष (Affective) कहा जा सकता है। 1946 में थर्सटन ने इसकी परिभाषा देते हुए कहा कि किसी मनोवैज्ञानिक विषय के पक्ष या विपक्ष में सकारात्मक या नकारात्मक भाव की तीव्रता को मनोवृत्ति कहते हैं।

आगे चलकर कुछ मनोवैज्ञानिकों ने इस बात पर बल दिया कि मनोवृत्ति में सिर्फ भावानात्मक पक्ष नहीं होता, बल्कि संज्ञानात्मक पक्ष भी होता है अर्थात् एक जानकारी एवं विश्वास की उपस्थिति भी होती है अर्थात् कोई व्यक्ति सर्प के प्रति नकारात्मक भावना रखता है तो उसके पास यह जानकारी भी होती है कि सर्प जहरीला होता है।

1980-90 के बाद मनोवृत्ति की परिभाषा और व्यापक हो गई। इन परिभाषाओं में निहित CAB दृष्टिकोण को ABC दृष्टिकोण कहा जाता है यहां A का अर्थ Affective या भावात्मक है। B का अर्थ Behavioural अर्थात् व्यवहारात्मक है जबकि C—Cognitive अर्थात् संज्ञानात्मक है, इस दृष्टिकोण के समर्थक मानते हैं कि मनोवृत्ति किसी मनोवैज्ञानिक विषय के प्रति इन तीन संघटकों का अपेक्षाकृत स्थाई मानसिकता है। उदाहरण के लिए यदि कोई श्वेत, अश्वेतों के प्रति नकारात्मक मनोवृत्ति रखता है तो उसमें 3 पक्ष होंगे। जैसे—

1. कोई व्यक्ति अश्वेतों के साथ नकारात्मक अनुभव रखता है तो उसके पास ऐसी जानकारियाँ होंगी जिनसे सिद्ध होता है कि अश्वेत बुरे होते हैं। ये जानकारी गलत हो सकती है, किंतु उसे विश्वास होगा कि ये सही है (संज्ञानात्मक पक्ष)
2. वह अश्वेतों के प्रति नफरत या घृणा जैसी भावनाएँ महसूस करेगा (भावनात्मक पक्ष)
3. वह किसी अश्वेत को देखकर कुछ नकारात्मक हरकतें करेगा— जैसे— इससे दूर बैठना, हाथ न मिलाना या गालियाँ देना इत्यादि (व्यवहारात्मक पक्ष)

दुविधा की स्थिति होती है, या मनोवृत्तिक उभयनिष्ठता होती है जिससे किसी के प्रति सकारात्मक एवं नकारात्मक दोनों मनोवृत्ति है।

नकारात्मक मनोवृत्ति

चॉकलेट का उदाहरण

सकारात्मक मनोवृत्ति

● मनोवृत्ति की विशेषताएँ (Features of Attitude)

1. **मनोवृत्ति का संबंध हमेशा किसी विषय घटना या विचार से होता है** – अर्थात् मनोवृत्ति होने के लिए कोई न कोई विषय घटना या विचार का होना अनिवार्य है। यदि घटना या विषय विवादग्रस्त होते हैं तो व्यक्ति बहुत जल्दी ही अनुकूल या प्रतिकूल अभिवृत्ति विकसित कर लेता है; जैसे समान सिविल संहिता को लेकर विभिन्न व्यक्तियों की इसके प्रति मनोवृत्ति।
2. **मनोवृत्ति सीखी जाती है** – सामान्यतः मनोवृत्ति जन्मजात नहीं, बल्कि व्यक्ति उसे अपने जीवन काल में सीखता है। प्रत्येक व्यक्ति अपने जीवन में तरह – तरह की अभिवृत्तियाँ सीखता है।
3. **मनोवृत्ति विशेषीकृत व्यवहार करने के प्रेरित करती है** – मनोवृत्ति व्यक्ति के व्यवहार को एक निश्चित दिशा में निर्देश करती है। जब व्यक्ति की मनोवृत्ति किसी विषय के प्रति सकारात्मक होती है तो एक विशेषीकृत ढंग से व्यवहार करता है। वही प्रतिकूल मनोवृत्ति होने पर दूसरे ढंग से व्यवहार करता है, जैसे यदि किसी व्यक्ति को विधवा विवाह के प्रति प्रतिकूल मनोवृत्ति होगी, तो वह ऐसी विधवाओं से घृणा का व्यवहार करेगा जो विवाह कर लेती है।
4. **मनोवृत्ति अपेक्षाकृत स्थायी या टिकाऊ होती है**— एक बार मनोवृत्ति विकसित हो जाने पर सामान्यतः वह स्थायी हो जाती है। यद्यपि परिस्थितियों में परिवर्तन होने पर मनोवृत्ति में परिवर्तन संभव है, जैसे अपने कर्मचारी का अपने अधिकारी के प्रति अनुकूल मनोवृत्ति एवं मनमुटाव होने पर कर्मचारी का अधिकारी के प्रति प्रतिकूल मनोवृत्ति।
5. **मनोवृत्ति में प्रेरणास्पद गुण होता है**। व्यक्ति अपनी मनोवृत्ति से प्रेरित होकर कुछ विशेष प्रकार का व्यवहार अधिक तत्परता से करता है, जैसे माता पिता के प्रति अनुकूल मनोवृत्ति होने के कारण उनके प्रति अधिक सौहार्दपूर्ण व्यवहार करता है।
6. **मनोवृत्ति में तीव्रता का गुण होता है**। जब एक व्यक्ति की मनोवृत्ति दूसरे व्यक्ति के प्रति प्रतिकूल होती है तो संभव है कि प्रतिकूल मनोवृत्ति रखने वाला व्यक्ति उस दूसरे व्यक्ति के साथ खाना-पीना, उठना बैठना, बोलना-चालना बंद कर दे।

मनोवृत्ति निर्माण (Formation of Attitude)

मनोवृत्ति मानव की एक सीखी जाने वाली विशेषता है। प्रारंभ के समय व्यक्ति को मनोवृत्ति न तो सकारात्मक होती है न नकारात्मक, लेकिन जैसे-जैसे आयु बढ़ती है तथा समाज से संपर्क होता है तो सामाजिक अंतः क्रिया और अनुभव के कारण विभिन्न मनोवैज्ञानिक विषयों के प्रति सकारात्मक एवं नकारात्मक मनोवृत्ति का निर्माण होता है। अर्थात् मनोवृत्ति एक अर्जित गुण है। हालांकि कुछ ऐसे प्रमाण भी मिले हैं जिसके आधार पर यह कहा जाने लगा कि मनोवृत्तियों के निर्माण में आनुवांशिक कारकों की भी सूक्ष्म भूमिका होती है।

● मनोवृत्ति के निर्माण में अनुवांशिक कारक की भूमिका (Role of Genetic Factor in Attitude Formation)

प्रायः ऐसा माना जाता है कि हमारी सारी मनोवृत्तियाँ समाजीकरण की प्रक्रिया में सीखी जाती हैं उनमें से कोई भी जन्मजात नहीं होती, किंतु 1990 के आस-पास सामाजिक मनोविज्ञान में कुछ ऐसे अनुसंधान हुए जो संकेत करते हैं कि सीमित मात्रा में अनुवांशिक कारक भी मनोवृत्ति निर्माण में भूमिका निभा सकते हैं।

इस तरह के अधिकांश अनुसंधान समरूपी जुड़वा बच्चों (Identical Twins) तथा गैर समरूपी जुड़वा (Non Identical Twins) पर किये हैं। उल्लेखनीय है कि समरूपी जुड़वा बच्चे समान आनुवांशिक ढाँचा रखते हैं। कुछ अनुसंधानों में पाया गया है कि जुड़वा बच्चों की मनोवृत्ति में अन्य बच्चों की तुलना में अधिक सहसंबंध था। इतना ही नहीं जिन समरूपी जुड़वा बच्चों को लगभग विरोधी परिस्थितियों में पाला गया था, उनकी मनोवृत्ति में भी अत्यधिक सहसंबंध देखा गया जिसका अर्थ है कि इसे समान परिस्थितियों का प्रभाव मानकर नहीं टाला जा सकता।

अभी तक के अनुसंधानों से यह तो स्पष्ट नहीं हो सका कि आनुवांशिक कारक मनोवृत्ति के निर्माण में किसी प्रकार भूमिका निभाते हैं, किंतु कुछ निष्कर्ष निकाले गये हैं, जो निम्न हैं—

1. अनुवांशिक कारकों का प्रभाव उन्हीं मनोवृत्ति पर पड़ता है जिनका संबंध आंतरिक प्रेरणाओं के साथ होता है, जैसे— किसी विशेष योजना के प्रति सकारात्मक या नकारात्मक मनोवृत्ति। अनुवांशिक कारकों का संबंध उन विषयों से नहीं होता, जिनके लिए विशेष ज्ञान या चेतना की आवश्यकता होती है। उदाहरण के लिए धर्म के प्रति मनोवृत्ति सकारात्मक होगी या नकारात्मक यह अनुवांशिक कारणों से तय नहीं होगी।
2. जो मनोवृत्ति अनुवांशिक कारकों से प्रभावित है उनमें परिवर्तन करना सीखी गई मनोवृत्ति की तुलना में कठिन होता है।
3. अनुवांशिक मनोवृत्ति का व्यवहार पर सीखी गई मनोवृत्ति की तुलना में ज्यादा गहरा एवं तीव्र प्रभाव होता है। कुछ मनोवैज्ञानिकों ने इस और संकेत किया है कि अनुवांशिक कारक मनोवृत्ति को कैसे प्रभावित करते हैं। उनका दावा है कि अनुवांशिक कारकों से प्रायः सिर्फ इतना होता है कि कुछ बच्चे आम तौर पर सकारात्मक मनोस्थिति में रहते हैं; जबकि कुछ आम तौर पर नकारात्मक मनोस्थिति में रहते हैं। ये मनोस्थिति आगे चलकर उनकी विशेष मनोवृत्ति को निर्मित करती है। प्रायः सकारात्मक मनोवृत्ति में रहने वाले बच्चे उन अधिकांश विषय के प्रति सकारात्मक मनोवृत्ति विकसित कर लेते हैं, जो उनके संपर्क में आते हैं जबकि नकारात्मक मनोस्थिति वाले बच्चे नकारात्मक मनोस्थिति विकसित करते हैं।
कुछ मनोवैज्ञानिक लड़कों की मनोवृत्तियों के अंतर पर ध्यान देते हैं। उनका विचार यह है कि अगर यह मान लिया जाए कि लड़कों की मनोवृत्ति का सामान्यतः दिखने वाला अंतर 100 प्रतिशत सामाजिक कारकों से निर्मित नहीं है और उसका कुछ भी हिस्सा जैविक कारकों पर आधारित है तो यह मानना होगा कि मनोवृत्ति के निर्माण में जैविक तथा अनुवांशिक कारक भूमिका निभाते हैं।
वर्तमान अवस्था में कुछ भी निश्चित दावा करना गलत होगा, किंतु इस संभावना से इंकार नहीं किया जा सकता कि थोड़ी बहुत मात्रा में हमारी मनोवृत्ति जैविक एवं अनुवांशिक कारकों से प्रभावित है।
इसके उदाहरणस्वरूप किसी व्यंजन या संगीत के प्रति मनोवृत्ति परिवेश का परिणाम नहीं भी हो सकता है। संभव है कि इसमें अनुवांशिकता का योगदान भी हो।

● मनोवृत्ति निर्माण में सामाजिक एवं व्यक्तिगत कारकों की भूमिका

(Role of Social and Individual Factor in Attitude formation)

1. **आवश्यकता पूर्ति (Want Satisfaction)** – ऐसा देखा गया है कि जिस व्यक्ति, वस्तु तथा घटना से हमारे लक्ष्य की प्राप्ति होती है एवं आवश्यकताओं की पूर्ति होती है उसके प्रति हमारी मनोवृत्ति अनुकूल होती है और जिस वस्तु, घटना एवं व्यक्ति से हमारे लक्ष्य की प्राप्ति में बाधा उत्पन्न होती है एवं आवश्यकता की पूर्ति नहीं होती, उसके प्रति हमारी मनोवृत्ति प्रतिकूल होती है। छात्रों की पाठ्य पुस्तकों की तुलना में सामान्यतः गाइड पुस्तकों की ओर अधिक अनुकूल होती हो क्योंकि उससे सारी आवश्यकताओं की पूर्ति हो जाती है।
2. **प्रदत्त सूचनाएँ (Given Information)** – विश्वसनीय स्रोतों जैसे माता-पिता, अध्यापकों आदि द्वारा दी गई सूचनाओं या निर्देश से मनोवृत्ति का निर्माण होता है, जैसे— माता पिता तथा अध्यापक, बच्चों को बताते हैं कि धूम्रपान स्वास्थ्य के लिए हानिकारक है तो संभव हो कि बच्चा धूम्रपान के प्रति नकारात्मक मनोवृत्ति का निर्माण कर ले।
3. **सांस्कृतिक कारण (Cultural Factor)**— प्रायः हम अपनी संस्कृति के मानकों के माध्यम से मनोवृत्ति का निर्माण करते हैं। प्रारंभ में सभी व्यक्तियों से उस संस्कृति का पालन करने की अपेक्षा की जाती है, बाद में संस्कृति के ये मानक मनोवृत्ति के रूप में हमारे सामाजिक संज्ञान के अंग बन जाते हैं। जैसे— पूजा या आराधनास्थल पर रूपया-पैसा,

मिठाई—फल एवं फूल भेंट करना कुछ धर्मों में यह आदर्श व्यवहार है, अतः व्यक्ति धीरे-धीरे इसके प्रति सकारात्मक मनोवृत्ति का निर्माण कर लेता है।

4. **वैयक्तिक भिन्नता (Individual Difference)**— कुछ अनुसंधानों से यह पता लगा है कि स्तर तथा सामाजिक राजनीतिक मनोवृत्ति में गहरा संबंध होता है। इंग्लैण्ड में एक अध्ययन में पाया गया कि जिन व्यक्तियों का बौद्धिक स्तर निम्न था वह अधिक आक्रामक थे। सांस्कृतिक स्तर पर रूढ़िवादी तथा स्वजाति केंद्रवाद तथा कंजर्वेटिव पार्टी के पक्ष में मनोवृत्ति रखते थे।
5. **समूह संबंधन (Group Affiliation)**— जिसके साथ व्यक्ति अपने आप का संबंध स्थापित करता है, उसी के अनुसार मनोवृत्ति का निर्माण करता है। यह संबंध दो प्रकार से होता है।
 - (i) **प्राथमिक समूह (Primary Group)**— किशोर अवस्था के पहले के समूह लगभग परिवार से होता है, अतः वह परिवार के मूल्यों मानकों एवं विश्वास के प्रति सकारात्मक मनोवृत्ति का निर्माण कर लेता है।
 - (ii) **संदर्भ समूह (Secondary Group)**— किशोरावस्था के बाद वह व्यक्ति जिस समूह के साथ अपनी पहचान जोड़ लेता है, चाहे वह उसका सदस्य न हो, जिसमें सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक समूह के सदस्य उसके प्रति सकारात्मक मनोवृत्ति रखते हैं।

जैसे भारतीय जनता पार्टी का कोई विधायक यदि कांग्रेस में शामिल हो जाये तो कांग्रेस पार्टी के मूल्यों के प्रति वह सकारात्मक मनोवृत्ति का निर्माण कर लेता है।
6. **सामाजिक सीख (Social Learning)** — मनोवृत्ति निर्माण सामाजिक अधिगम या सामाजिक सीखना सिद्धांत का विकास क्लासिकल अनुकूलन तथा साधनात्मक अनुकूलन नियमों पर आधारित है।

➤ **क्लासिकल अनुकूलन (Classical Conditional) -**

क्लासिकल अनुकूलन मनोविज्ञान का प्रसिद्ध सिद्धांत है। इसका मूल सिद्धांत यह है कि (यह नियम पैवलव के द्वारा दिया गया) जब दो उद्दीपक एक निश्चित क्रम में लगभग साथ-साथ किसी क्रम में आते हैं तो कुछ समय के बाद पहला उद्दीपक दूसरे उद्दीपक का संकेत बन जाता है और उसके प्रति व्यक्ति वही प्रतिक्रिया करने लगता है जो उसे दूसरे उद्दीपक के प्रति करनी थी। उदाहरण के लिए यदि किसी बच्चे को एक चुटकी बजाने के दो सेकेण्ड बाद उसका प्रिय भोजन दिया जाता है। बार-बार इस क्रम को दोहराया जाए तो वह चुटकी के बजते ही लार टपकाने या खुश होने जैसी वे सारी हरकतें करने लगेगा जिसका वास्तविक संबंध उसके प्रिय भोजन से है। सामाजिक मनोविज्ञान की मान्यता है कि व्यक्ति की अधिकांश मनोवृत्ति क्लासिकल अनुकूलन की प्रक्रिया से निर्मित होती हैं। उदाहरण स्वरूप यदि कोई स्त्री किसी मंदिर को देखकर श्रद्धा से हाथ जोड़ लेती है और बच्चा उसकी क्रिया का अनुकरण करता है तो यह प्रक्रिया बार-बार दोहराने का परिणाम यह होगा कि बच्चा दूसरे उद्दीपक (अर्थात् माँ द्वारा हाथ जोड़ना) की आवश्यकता महसूस करना बंद कर देगा और पहले उद्दीपक के आधार पर ही हाथ जोड़ने की क्रिया करने लगेगा जो वस्तुतः वह दूसरे उद्दीपक के अनुकरण में करता था। साधारणतः क्लासिकल अनुकूलन एक सचेतन प्रक्रिया है अर्थात् ऐसा अनुकूलन करने वाले व्यक्ति को इस बात का मान होता है कि वह एक मनोवृत्ति को सीख रहा है। कुछ समकालीन अनुसंधानों से सिद्ध हुआ है कि क्लासिकल अनुकूलन की प्रक्रिया अचेतन स्तर पर भी संपन्न हो सकती है। इस प्रक्रिया को अवचेतन अनुकूलन कहते हैं।

➤ **साधनात्मक अनुकूलन (Instrumental Conditioning)**

इसका अर्थ है कि व्यक्ति को जैसा व्यवहार करने पर प्रशंसा या पुरस्कार मिलता है, वह धीरे-धीरे उसी के पक्ष में अनुकूल मनोवृत्ति विकसित कर लेता है। इसके विपरीत जिस व्यवहार के कारण उसकी आलोचना होती है। वह उसे करने से बचता है और उसके प्रति नकारात्मक मनोवृत्ति विकसित कर लेता है, यह प्रक्रिया यूँ तो जीवन भर चलती है, किंतु इसका सबसे स्पष्ट और प्रभावी रूप छोटे बच्चों के व्यवहार में देखा जाता है। प्रशंसा व आलोचना के माध्यम से वे धीरे-धीरे वही मनोवृत्ति विकसित कर लेते हैं, जैसे उनके बच्चे की लगभग सारी मनोवृत्ति (विशेषतः सामाजिक, राजनीतिक मामलों पर जिन्हें बच्चा समझ नहीं सकता) वैसी ही होती है। जैसे उसके माता-पिता को है। जैसे 5 वर्ष का बच्चा यह कहे कि मैं कांग्रेस का समर्थक हूँ।

➤ **अवलोकन या प्रेक्षण द्वारा मनोवृत्ति निर्माण (Fortification of Attitude by Observational Learning)**

यह सिद्धांत मुख्यतः “Bandura” द्वारा दिया गया है। मनोवृत्तियाँ दूसरों द्वारा किये जा रहे कार्य देखकर भी सीखी जाती हैं। साथ ही साथ शिक्षा प्रणाली, मीडिया, विशेषकर टी.वी., फिल्में, मैगजीन और अखबार यह सब मनोवृत्ति निर्माण को प्रभावित करते हैं। छोटी उम्र के बच्चे जो टी.वी. पर देखते हैं, उसी पर विश्वास करते हैं। विज्ञापनदाता इसका लाभ उठाते हैं और बच्चों की मनोवृत्ति अपने द्वारा बेचे जाने वाली वस्तु के अनुकूल हो बना देते हैं। आपने ध्यान दिया होगा कि अधिकतर कंपनियाँ, संस्थाएँ विज्ञापनों पर लाखों रुपये खर्च कर देती हैं ताकि वह लोगों की अभिवृत्ति अपने अनुकूल बदल सकें।

- **मनोवृत्ति परिवर्तन (Attitude Change)**

मनोवृत्ति निर्माण के दौरान और इस प्रक्रिया के बाद भी विभिन्न प्रकार के प्रभावों के द्वारा अभिवृत्तियों में परिवर्तन एवं परिमार्जन किया जा सकता है। कुछ मनोवृत्तियाँ अन्य की तुलना में अधिक परिवर्तित होती हैं, उन अभिवृत्तियों की तुलना में जो मजबूरी से स्थापित हो चुकी है, और व्यक्तियों के मूल्यों का अंग बन चुकी है, ऐसी मनोवृत्तियों में परिवर्तन की संभावना अधिक रहती है जो अभी भी निर्णय के क्रम में है और बहुत हद तक मत के रूप में है। व्यावहारिक दृष्टि से लोगों की मनोवृत्तियों में परिवर्तन लाना सामुदायिक नेताओं, राजनीति उपभोक्ता वस्तु के उत्पादकों, विज्ञापनकर्ताओं एवं अन्य लोगों के लिए रुचि का विषय होता है। जब तक हम यह नहीं जान लेते हैं कि मनोवृत्तियों का परिवर्तन कैसे होता है और इन परिवर्तनों के लिए कौन-सी दशाएँ उत्तरदायी है तब तक मनोवृत्तियों में परिवर्तन लाने संबंधी उपाय करना संभव नहीं होगा।