

اثر بخشی آموزش تصویر سازی ارتباطی در تغییر نگرش به انتخاب همسر

مهتاب گورشاهی^۱، الهه خوشنویس^۲، سعیده زمردی^۳

۱- کارشناس ارشد مشاوره و راهنمایی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب، گروه روانشناسان، تهران، ایران

۲- استاد یار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، گروه روانشناسان، تهران، ایران

۳- استاد یار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، گروه روانشناسان، تهران، ایران

چکیده

هدف این پژوهش تعیین اثربخشی آموزش تصویر سازی ارتباطی در تغییر نگرش بر انتخاب همسر دختران می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف جزء پژوهش های کاربردی و از شاخه ی توسعه ای و از لحاظ ماهیت و روش جزء پژوهش های نیمه آزمایشی است. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه دختران مجرد سرای محله منطقه ۱۸ که اختلال حاد روانی بارزی را ندارند تشکیل داده اند. نمونه آماری پژوهش عبارت است از ۵۰ نفر از دختران مجرد واجد شرایط سرای محله منطقه ۱۸ که پس از گرفتن آزمون نگرش به انتخاب همسر، از بین کسانی که بالاترین نمره رادریافت نمودند ۲۴ نفر را انتخاب، ۱۲ نفر به عنوان گروه آزمایش و ۱۲ نفر به عنوان گروه گواه، بصورت تصادفی جایگزین شدند. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شد. روش گرد آوری داده ها شامل: کتابخانه ای و میدانی بوده است. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه استاندارد نحوه نگرش به انتخاب همسر کاب و لارسون و واتسون (۲۰۰۳) که روایی آن مورد تأیید اساتید راهنما و مشاور قرار گرفته است. پایایی ابزار با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۸ محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده، به دو روش توصیفی و استنباطی از طریق نرم افزار SPSS که قبل از آزمودن فرضیه ها، مفروضه نرمال بودن توزیع داده ها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنف انجام شد. سپس مفروضه همگنی واریانس ها از طریق آزمون لوین در تمام متغیرهای دو گروه بررسی گردید. برای گزارش نتایج معناداری آزمونهای آماری مورد نظر و اندازه اثر متغیر مستقل استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده های آمار استنباطی از تحلیل کوواریانس استفاده شده است. نتایج حاکی از اثر بخش بودن آموزش تصویر سازی ارتباطی بر تغییر نگرش در انتخاب همسر دختران می باشد.

کلید واژه: تصویر سازی ارتباطی، تغییر نگرش، انتخاب همسر