

اثر بخشی آموزش تصویر سازی ارتباطی بر باورهای ارتباطی غیر منطقی

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

چکیده

هدف این پژوهش تعیین اثربخشی آموزش تصویر سازی ارتباطی بر باورهای ارتباطی نا کار آمد دختران در انتخاب همسر می باشد. این پژوهش جزء پژوهش های نیمه آزمایشی از نوع پیش آزمون-پس آزمون با گروه کنترل است. جامعه آماری مطالعه را کلیه دختران مجرد 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 باورهای ارتباطی، 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، با استفاده از روش تصادفی جایگزین شدند. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه سیاهه باورهای ارتباطی آیدلسون و اپشتاین (۱۹۸۲) که پایایی آنها به ترتیب برابر با ۰/۷۸ و ۰/۸۸ محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده، از طریق نرم افزار SPSS که قبل از آزمون فرضیه ها، مفروضه نرمال بودن توزیع داده ها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و 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 و برای تجزیه و تحلیل داده از تحلیل کوواریانس استفاده شده است. نتایج حاکی از اثر بخش بودن آموزش تصویر سازی ارتباطی بر باورهای ارتباطی نا کار آمد می باشد. و این بیانگر آن است که رویکرد تصویر سازی ارتباطی موجب افزایش میزان واقع بینی افراد و احساس امنیت آنها در انتخاب همسر می باشد.

کلید واژه: تصویر سازی ارتباطی، باورهای ارتباطی، انتخاب همسر.