

کتابخانه
مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)



مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)

پایان نامه کارشناسی ارشد

رشته: روانشناسی

عنوان پایان نامه

طراحی، ساخت و اعتباریابی

پرسشنامه اولیه سنجش مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق

از منظر قرآن و روایات

استاد راهنما

حجت الاسلام و المسلمین دکتر رحیم میردریکوندی

استاد مشاور

حجت الاسلام و المسلمین دکتر ابوالقاسم بشیری

دانش‌پژوه

عباس جوانشیر

دیماه ۱۳۹۲

چکیده

هدف پژوهش حاضر «طراحی، ساخت و اعتباریابی پرسشنامه اولیه سنجش مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق از منظر قرآن و روایات» می‌باشد. بر این اساس، محقق با استفاده از آیات و روایات اسلامی به تبیین ویژگی‌های روان‌شناختی مبلغ موفق پرداخته و با استخراج مؤلفه‌های مرتبط، آزمونی ۸۰ سؤالی تدوین نموده است که به اندازه‌گیری و سنجش مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق می‌پردازد.

روش تحقیق در این پژوهش، به دو شیوه توصیفی و پیمایشی می‌باشد. به منظور جمع‌آوری آموزه‌های دین اسلام، روش توصیفی مورد استفاده قرار گرفته است و محقق به تبیین ویژگی‌های روان‌شناختی مبلغ موفق با توجه به سه مؤلفه شناختی، عاطفی انگیزشی و رفتاری پرداخته است. برای ارزیابی و اعتبار پرسشنامه، روش پیمایشی در نمونه‌ای ۵۴ نفری از مبلغین مراکز تبلیغی شهر مقدس قم بکار رفته است. نمونه مورد پژوهش، از میان جامعه مذکور بر اساس نمونه در دسترس، گردآوری شده است.

در بررسی روایی محتوایی پرسشنامه، ضریب کندال ۸۰ گویه باقیمانده، ۰/۲۱ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ بود که نشان دهنده میزان توافق کارشناسان خبره در مورد موافقت گویه‌ها با مستندات اسلامی و نحوه دلالت آن‌هاست.

برای بررسی روایی سازه، همبستگی بین گویه‌ها با نمره کل، همبستگی بین مؤلفه‌ها با نمره کل و همبستگی بین مؤلفه‌ها با یکدیگر محاسبه شد و نتایج حاکی از این است که روایی سازه در حد بالا می‌باشد و همه آنها بر روی هم، مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق را اندازه‌گیری می‌کنند.

در بررسی اعتبار پرسشنامه، آلفای کرونباخ کل گویه‌ها (۸۰ گویه)، ۰/۹۴ بود که نشانگر اعتبار بالای پرسشنامه می‌باشد. ضریب اسپیرمن - براون برابر با ۰/۸۶ بود؛ و میزان همسانی درونی بر اساس ضریب دو نیمه‌سازی گاتمن برابر با ۰/۸۶ و همبستگی بین دو فرم برابر با ۰/۷۶ بود. بر این اساس ضریب آلفای نیمه اول برابر با ۰/۸۸ و ضریب نیمه دوم ۰/۹۲ بود؛ بنابراین، پرسشنامه اولیه سنجش مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق از سطح همسانی درونی بالایی برخوردار است. بنابراین با استفاده از منابع اسلامی، امکان ساخت ابزاری جهت سنجش مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق، وجود داشته و این ابزار از اعتبار و روایی مطلوبی برخوردار است. واژگان کلیدی:

تبلیغ، مبلغ، ویژگی‌های روان‌شناختی، پرسشنامه، آزمون، روایی، اعتبار، آموزه‌های اسلامی، موفقیت

فهرست مطالب:

.....	فهرست جداول	۴
.....	فهرست نمودارها	۵
.....	مقدمه	۱
.....	فصل اول: کلیات و مفاهیم	۳
.....	۱-۱. بیان مسأله	۳
.....	۱-۲. ضرورت و اهمیت پژوهش	۵
.....	۱-۳. اهداف پژوهش	۵
.....	۱-۴. پرسش‌های پژوهش	۵
.....	۱-۵. تعاریف مفهومی و عملیاتی	۶
.....	۱-۵-۱. تعریف اندازه‌گیری:	۶
.....	۱-۵-۲. تعریف پرسشنامه:	۷
.....	۱-۵-۳. تعریف آزمون:	۷
.....	۱-۵-۴. تعریف سنجش:	۸
.....	۱-۵-۵. تعریف آزمون روانی:	۸
.....	۱-۵-۶. تعریف روایی:	۹
.....	۱-۵-۷. تعریف اعتبار:	۱۰
.....	۱-۵-۸. تعریف تبلیغ:	۱۱
.....	۱-۵-۹. تعریف مبلغ:	۱۲
.....	۱-۵-۱۰. تعریف موفقیت:	۱۳
.....	۱-۵-۱۱. تعریف آموزه‌های اسلامی:	۱۴
.....	فصل دوم: بررسی پیشینه و مبانی نظری پژوهش	۱۵
.....	۲-۱. تبلیغ و مبلغ موفق در اسلام	۱۶
.....	۲-۱-۱. تبلیغ، اساس گسترش دین	۱۶
.....	۲-۱-۲. فضیلت مبلغ در اسلام	۱۹
.....	۲-۱-۳. توان پیام و توانمندی پیام‌رسان	۲۷
.....	۲-۱-۴. رابطه عمیق ویژگی‌های مبلغ با تبلیغ مؤثر و موفق	۲۸
.....	۲-۲. ویژگی‌های روان‌شناختی مبلغ موفق	۲۹
.....	۲-۲-۱. مبلغ نمونه و موفق	۲۹
.....	۲-۲-۲. ابعاد روان‌شناختی مبلغ موفق	۳۰
.....	۲-۲-۳. ویژگی‌های مبلغ موفق از منظر اسلام	۳۱
.....	الف. بعد شناختی	۳۲
.....	۱. خودشناسی	۳۵
.....	۲. هدف‌شناسی و هدف‌گذاری	۳۶

طراحی، ساخت و اعتباریابی پرسشنامه اولیه سنجش مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق از منظر قرآن و روایات — ب

۴۰	۳. محتوا شناسی
۶۲	۴. ابزارشناسی
۶۳	۵. روش شناسی
۶۵	۶. زمان‌شناسی و مکان‌شناسی
۶۶	۷. مخاطب‌شناسی
۷۲	ب. بعد عاطفی انگیزشی
۷۳	۱. اخلاص‌مداری
۷۸	۲. باورمندی به هدف
۷۹	۳. امیدواری به اثر
۸۰	۴. توکل محوری
۸۱	۵. جرأت‌ورزی و خداترسی
۸۲	ج. بعد رفتاری
۸۲	۱. رفتار فردی
۸۲	۱-۱. شکرگذاری
۸۳	۱-۲. عمل به علم
۹۶	۱-۳. تلاش‌گری
۹۷	۱-۴. استقامت‌ورزی
۱۰۱	۲. رفتار اجتماعی
۱۰۱	۲-۱. ادب‌ورزی
۱۰۲	۲-۲. دعوت نزدیکان قبل از دعوت دیگران
۱۰۴	۲-۳. اعتدال‌ورزی
۱۰۸	۲-۴. عدم کتمان علم
۱۰۹	۲-۵. صداقت
۱۱۱	۲-۶. عدالت
۱۱۲	۲-۷. فصاحت و بلاغت
۱۱۳	۲-۸. سخن واضح و آشکار
۱۱۴	۲-۹. اختصار در کلام
۱۱۵	۲-۱۰. سهل‌گیری
۱۱۵	۲-۱۱. ساده‌زیستی
۱۱۷	۲-۱۲. مهربانی
۱۲۱	۲-۱۳. تکریم
۱۲۲	۲-۱۴. عدم اجبار مخاطب
۱۲۳	۲-۱۵. خیرخواهی
۱۲۴	۲-۱۶. امانت‌داری
۱۲۵	۲-۱۷. تواضع و فروتنی
۱۲۸	۲-۱۸. مشورت‌خواهی

۱۲۸	۲-۱۹. مدارا.....
۱۲۹	۲-۲۰. مردمی و درد آشنا.....
۱۳۰	۲-۲۰-۴. جمع‌بندی ویژگی‌های روان‌شناختی مبلغ موفق.....
۱۳۱	۲-۳. پیشینه مطالعات پژوهش.....
۱۳۲	۲-۳-۱. تاریخچه ابداع آزمون‌های روان‌شناختی.....
۱۳۲	۲-۳-۲. تاریخچه بررسی عناصر اصلی تبلیغ.....
۱۳۳	۲-۳-۳. تاریخچه ساماندهی و سنجش مبلغین در مراکز تبلیغی.....
۱۳۳	۲-۳-۴. تاریخچه ساخت پرسشنامه سنجش مبلغ موفق.....
۱۳۵	فصل سوم: روش تحقیق و اجرای پژوهش.....
۱۳۵	۳-۱. روش تحقیق.....
۱۳۷	۳-۲. جامعه آماری و حجم نمونه.....
۱۳۷	۳-۳. روش نمونه‌گیری.....
۱۳۸	۳-۴. ابزارهای سنجش.....
۱۳۹	۳-۵. روش گردآوری داده‌ها.....
۱۳۹	الف) بررسی و مطالعه آیات و روایات.....
۱۴۰	ب) ارزیابی کارشناسان.....
۱۴۱	ج) شیوه نمره‌گذاری و اجرای آزمایشی پرسشنامه.....
۱۴۳	۳-۶. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....
۱۴۵	فصل چهارم: ارائه و تحلیل آماری داده‌های پژوهش.....
۱۴۶	۴-۱. توصیف داده‌ها.....
۱۴۷	اطلاعات جمعیت‌شناختی.....
۱۴۸	توصیف داده‌ها بر حسب سن آزمودنی‌ها.....
۱۵۰	توصیف داده‌ها بر حسب جنسیت آزمودنی‌ها.....
۱۵۰	توصیف داده‌ها بر حسب وضعیت تأهل آزمودنی‌ها.....
۱۵۱	توصیف داده‌ها بر حسب سطح تحصیلات حوزوی آزمودنی‌ها.....
۱۵۲	توصیف داده‌ها بر حسب سطح تحصیلات کلاسیک آزمودنی‌ها.....
۱۵۳	توصیف داده‌ها بر حسب سابقه تبلیغی آزمودنی‌ها.....
۱۵۴	توصیف داده‌ها بر حسب رتبه تبلیغی آزمودنی‌ها.....
۱۵۵	توصیف داده‌ها بر حسب وضعیت دوره‌های آموزشی تبلیغی آزمودنی‌ها.....
۱۵۶	توصیف داده‌ها بر حسب نمره کل در پرسشنامه.....
۱۵۹	۴-۲. تحلیل داده‌های مرتبط با سؤالات پژوهش.....
۱۵۹	بررسی روایی پرسشنامه.....
۱۶۰	الف) بررسی روایی محتوای پرسشنامه.....
۱۶۱	۱. بررسی میزان تطابق مستندات با مؤلفه و نشان‌گرها.....
۱۶۳	۲. بررسی میزان تطابق گویه‌ها با مؤلفه و نشان‌گرها.....
۱۶۷	ب) بررسی روایی سازه.....

۱۶۷	۱. همبستگی بین گویه‌ها با نمره کل؛
۱۷۱	۲. همبستگی بین مؤلفه‌ها با نمره کل
۱۷۲	۳. همبستگی بین مؤلفه‌ها با یکدیگر
۱۷۳	بررسی اعتبار پرسشنامه
۱۷۶	۳-۴. نتایج فرعی پژوهش
۱۷۶	مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های سنی
۱۸۱	مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، در متغیر تأهل
۱۸۲	مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین سطوح مختلف تحصیلات حوزوی
۱۸۵	مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین سطوح مختلف تحصیلات کلاسیک
۱۸۹	مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های سابقه تبلیغی
۱۹۲	مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های رتبه تبلیغی
۱۹۵	مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین متغیر وضعیت دوره آموزشی مهارت‌های تبلیغی
۱۹۷	فصل پنجم: بحث و تفسیر نتایج
۱۹۸	۱-۵. تفسیر نتایج مربوط به سؤالات پژوهش
۱۹۸	تفسیر نتایج مربوط به روایی پرسشنامه
۱۹۹	تفسیر نتایج مربوط به اعتبار پرسشنامه
۱۹۹	تفسیر نتایج مربوط به ویژگی‌های روان‌شناختی مبلغ موفق
۲۰۲	۲-۵. تفسیر یافته‌های جانبی
۲۰۴	۳-۵. کاربردهای پژوهش
۲۰۴	۴-۵. محدودیت‌های پژوهش
۲۰۴	۵-۵. پیشنهاد‌های پژوهش
۲۰۷	فهرست منابع
۲۰۸	کتاب فارسی
۲۱۲	کتاب عربی
۲۱۸	مقالات
۲۱۹	کتاب لاتین
۲۲۱	پیوست‌ها
۲۲۲	پیوست ۱: فرم ارزیابی اهمیت مؤلفه‌های اساسی و مؤثر در تبلیغ
۲۲۴	پیوست ۲: فرم بررسی میزان تطابق گویه‌ها با مؤلفه‌ها و تطابق مستندات با مؤلفه و نشان‌گرها؛ فرم ۱۵۰ گویه‌ای
۲۴۲	پیوست ۳: آزمون ۸۰ گویه‌ای اجرا شده بر روی ۵۴ آزمودنی
۲۴۶	پیوست ۴: آزمون ۶۰ گویه‌ای نهایی پس از حذف گویه‌های ضعیف

فهرست جداول

- جدول ۱-۳: مؤلفه‌ها، نشانگرها و شماره گویه‌های مربوطه ۱۳۸
- جدول ۲-۳: شیوه نمره‌گذاری پرسشنامه ۱۴۱
- جدول ۳-۳: نمرات به دست آمده در اجرای اولیه پرسشنامه ۱۴۱
- جدول ۴-۳: رتبه‌بندی مبلّغین دینی بر اساس این پرسشنامه ۱۴۲
- جدول ۵-۳: میزان موفقیت تبلیغی گروه آزمایشی (۵۴ نفر از مبلّغین دینی حوزه علمیه قم) ۱۴۲
- جدول ۱-۴: اطلاعات آماری مربوط به متغیر سن، جنسیت، تأهل و سابقه تبلیغی ۱۴۷
- جدول ۲-۴: اطلاعات آماری مربوط به متغیر رتبه تبلیغی، تحصیلات حوزوی، تحصیلات کلاسیک و وضعیت گذراندن دوره‌های آموزشی تبلیغی ۱۴۸
- جدول ۳-۴: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب وضعیت سن ۱۴۹
- جدول ۴-۴: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب وضعیت تأهل ۱۵۰
- جدول ۵-۴: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب سطح تحصیلات حوزوی ۱۵۱
- جدول ۶-۴: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب سطح تحصیلات کلاسیک ۱۵۲
- جدول ۷-۴: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب سابقه تبلیغی ۱۵۳
- جدول ۸-۴: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب رتبه تبلیغی ۱۵۴
- جدول ۹-۴: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب وضعیت دوره‌های آموزشی تبلیغی ۱۵۵
- جدول ۱۰-۴: توصیف نمره کل بر اساس حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف استاندارد ۱۵۶
- جدول ۱۱-۴: وضعیت نمره کل آزمودنی‌ها ۱۵۷
- جدول ۱۲-۴: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب نمره کل در پرسشنامه ۱۵۸
- جدول ۱۳-۴: نظرات کارشناسان در خصوص «میزان تطابق مستندات با مؤلفه و نشان‌گرها» ۱۶۱
- جدول ۱۴-۴: ضریب کندال و خی دو در خصوص نظرات کارشناسان درباره مستندات مؤلفه‌ها ۱۶۲
- جدول ۱۵-۴: میانگین نظر کارشناسان در خصوص «میزان تطابق گویه‌ها با مؤلفه و نشان‌گرها» ۱۶۳
- جدول ۱۶-۴: ضریب کندال و خی دو برای کل گویه‌ها (۱۵۰ گویه) ۱۶۴
- جدول ۱۷-۴: ضریب کندال و خی دو برای کل گویه‌ها (۸۰ گویه برتر) ۱۶۴
- جدول ۱۸-۴: ضریب کندال برای گویه‌های هر مؤلفه، بعد از حذف گویه‌های ضعیف از ۱۵۰ گویه ۱۶۵
- جدول ۱۹-۴: میانگین هر گویه و همبستگی هر گویه با کل ۸۰ گویه (نمره کل) ۱۶۸

- جدول ۴-۲۰: همبستگی مؤلفه‌های پرسشنامه با نمره کل ۱۷۱
- جدول ۴-۲۱: ضرایب همبستگی مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق، با یکدیگر ۱۷۲
- جدول ۴-۲۲: آلفای کرونباخ کل گویه‌ها (۸۰ گویه): ۱۷۳
- جدول ۴-۲۳: آماره‌های اعتبار پرسشنامه سنجش مؤلفه‌های روان‌شناختی مبلغ موفق ۱۷۴
- جدول ۴-۲۴: ضرایب آلفای کرونباخ مؤلفه‌های پرسشنامه سنجش ویژگی‌های روان‌شناختی مبلغ موفق ۱۷۵
- جدول ۴-۲۵: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های سنی ۱۷۶
- جدول ۴-۲۶: تحلیل واریانس یک راه جهت مقایسه میانگین گروه‌ها بر اساس سن ۱۷۹
- جدول ۴-۲۷: ضریب همبستگی پرسون جهت مقایسه میانگین گروه‌ها بر اساس سن ۱۸۰
- جدول ۴-۲۸: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، در متغیر تأهل ۱۸۲
- جدول ۴-۲۹: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین سطوح تحصیلات حوزوی ۱۸۳
- جدول ۴-۳۰: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین سطوح تحصیلات حوزوی (تحلیل واریانس یک طرفه) ۱۸۴
- جدول ۴-۳۱: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین مقاطع تحصیلات کلاسیک ۱۸۶
- جدول ۴-۳۲: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین مقاطع تحصیلات کلاسیک (تحلیل واریانس یک طرفه) ۱۸۸
- جدول ۴-۳۳: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های سابقه تبلیغی ۱۸۹
- جدول ۴-۳۴: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های سابقه تبلیغی (تحلیل واریانس یک طرفه) ۱۹۱
- جدول ۴-۳۵: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های رتبه تبلیغی ۱۹۲
- جدول ۴-۳۶: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های رتبه تبلیغی (تحلیل واریانس یک طرفه) ۱۹۴
- جدول ۴-۳۷: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های وضعیت دوره آموزشی مهارت‌های تبلیغی ۱۹۵
- جدول ۴-۳۸: مقایسه میانگین نمره کل و هریک از مؤلفه‌ها، بین گروه‌های وضعیت دوره آموزشی مهارت‌های تبلیغی ۱۹۶
- جدول ۵-۱: مؤلفه‌ها و نشان‌گرهای پرسشنامه سنجش ویژگی‌های روان‌شناختی مبلغ موفق ۲۰۰

فهرست نمودارها

- نمودار ۴-۱: وضعیت سن آزمودنی‌ها ۱۴۹
- نمودار ۴-۲: وضعیت تأهل آزمودنی‌ها ۱۵۰
- نمودار ۴-۳: وضعیت تحصیلات حوزوی آزمودنی‌ها ۱۵۱
- نمودار ۴-۴: وضعیت تحصیلات کلاسیک آزمودنی‌ها ۱۵۲
- نمودار ۴-۵: وضعیت سابقه تبلیغی آزمودنی‌ها ۱۵۴
- نمودار ۴-۶: وضعیت رتبه تبلیغی آزمودنی‌ها ۱۵۵
- نمودار ۴-۷: وضعیت گذراندن دوره‌های آموزشی تبلیغی آزمودنی‌ها ۱۵۶
- نمودار ۴-۸: وضعیت نمره کل آزمودنی‌ها ۱۵۸
- نمودار ۴-۹: وضعیت میزان موفقیت آزمودنی‌ها ۱۵۹