

هنجاریابی و اعتبار سنجی پرسشنامه همدلی کودکان در جامعه ی ایرانی

پریسا کاظمی^۱

^۱ کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد بهارستان، دانشگاه پیام نور، اصفهان، ایران

چکیده

زمینه: همدلی عاملی است که باعث ارتقای انسانیت، تمدن و اخلاقیات می شود. همدلی احساسی است که کودک را با تعهدات خود در مقابل دیگران هوشیار می سازد و وجدانش را تحریک می کند. **هدف:** هدف از انجام این پژوهش بررسی بررسی هنجاریابی و اعتبار سنجی پرسشنامه همدلی کودکان بین ۴ تا ۶ سال در جامعه ی ایرانی است. **روش:** روش پژوهش در تحقیق به لحاظ هدف در حوزه تحقیقات کاربردی قرار می گیرد و با توجه به اینکه برای آزمون فرضیات تحقیق از اطلاعات میدانی استفاده می شود، در گروه تحقیقات پیمایشی قرار می گیرد. تحقیق حاضر از نوع توصیفی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کودکان ۲ الی ۵ سال شهر اصفهان تشکیل می دهد و بر اساس نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای تعداد ۴۲۰ نفر از کودکان مراجعه کننده به مراکز بهداشت در مناطق ۱۶ گانه اصفهان انتخاب و مادران و یا مراقبان اصلی آنها پرسشنامه را پر می کنند ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه همدلی کودکان ریف، کتالار و ویفرنیک (۲۰۱۰) بر اساس گزارش والدین می باشد. این ابزار مشتمل بر ۲۰ سوال و در قالب ابعاد تنظیم احساسات، توجه به احساسات دیگران و اقدامات اجتماعی می باشد که با استفاده از نرم افزار spss و smart pls مورد آنالیز قرار گرفت. **نتایج:** نتایج تحقیق حاکی از آن بود که ۱- پرسش نامه همدلی کودکان دارای پایایی و روایی مناسب بر روی جامعه ی ایرانی است، مقدار آلفا برای تمامی گویه ها بالاست و همچنین با توجه به اینکه مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر با ۰/۹۲ به دست آمده، بنابراین ابزار اندازه گیری مورد نظر و ۲۰ سوال آن برای سنجش شاخص همدلی مناسب بوده و نیازی به حذف، اصلاح و یا تغییر ندارد. ۲- عوامل تشکیل دهنده پرسشنامه همدلی از روایی و پایایی لازم برخوردار هستند. ۳- بین دختران و پسران در میزان همدلی تفاوت معناداری وجود ندارد. ۴- بین گروه های سنی مختلف، تفاوت معنی داری از نظر همدلی مشاهده نشد. بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه ($F=1/381$) و سطح معنی داری ($P=0/253$) مندرج در جدول ۴-۱۰ می توان گفت که بین گروه های سنی مختلف، تفاوت معنی داری از نظر همدلی مشاهده نشد. از این رو می توان گفت که با افزایش سن، ماهیت همدلی تغییر نمی کند.

واژه های کلیدی: کودکان، همدلی، هنجاریابی، انتقال احساسات، توجه به احساسات دیگران، اقدامات اجتماعی والدین.

مقدمه

همدلی^۱ یکی از معیارهای مهم در زندگی روزمره اجتماعی انسان است (اسپاینراد گال^۲، ۲۰۱۸). اصطلاح همدلی برای اولین بار توسط تئودور لیپی در اوایل قرن بیستم به منظور تبیین تجربیات زیبایی شناختی به کار برده شد (ایکس، ۲۰۰۳). از آن تاریخ تاکنون تلاش های گسترده ای به منظور ارائه یک تعریف عملی از سازه همدلی صورت گرفته است. حاصل این تلاش ها تعاریف متنوعی را به دست داده است که همدلی را به عنوان بینش اجتماعی (مونک و لینگ^۳، ۲۰۰۶)، توانایی درک موقعیتهای عاطفی و شناختی دیگران (هولت^۴، ۲۰۱۹). احساسات همخوانی^۵ با موقعیت شخص دیگری (هافمن^۶، ۲۰۰۰)، تجربه هیجانات مشابه با دیگران و سهیم شدن در حالت های هیجانی دیگران (تامسون^۷ و همکاران، ۲۰۱۹). و هیجان مشاهده ای دیگر محور^۸ (لابلی، کارلو و روسچ، ۲۰۰۴) مفهوم سازی کرده اند. نتایج حاصل از تحقیقات دهه های اخیر در زمینه رفتار همدلی نقش این ارتباط عاطفی را در سلامت روانی و سازگاری اجتماعی انسان تأیید می کنند. انسان در جریان یک ارتباط عاطفی و همدلانه می تواند عواطف و احساسات خود را کنترل و رفتار خود را با انتظارات افراد جامعه هماهنگی و سازگار سازد (یاسایی، ۱۳۸۴). نتایج پژوهش گوردن (۲۰۰۳) نیز نشان داد کودکانی که در برنامه های آموزش همدلی شرکت کرده اند، در آنها کاهش پرخاشگری، افزایش رفتار اجتماعی و افزایش درک اجتماعی و عاطفی دیده شد. بنابراین کودکان از طریق آموزش همدلی، می آموزند که تفاوت های بین یکدیگر را ارج گذارند. می توان به طور کلی گفت همدلی هسته ای تمام رفتارهای اجتماعی و فقدان همدلی هسته ای تمام رفتارهای ضد اجتماعی است که به عقیده بوربا (۲۰۰۱)، کودکان همدل نسبت به دیگران مهربانی و رفتارهای مراقبتی انجام می دهند؛ آنها برای دیگران حساسند و در مواقع آسیب دیدن نگران آن ها می شوند؛ هیجانات مثبتی نسبت به دیگران دارند (خنده، لبخند، هیجان زدگی)؛ با دیگران تعاملات فیزیکی دارند (همکاری، مشارکت، عاطفه)؛ تعاملات کلامی مثبت برقرار می کنند (گوش دادن، تحسین و تشویق و نسبت به تعاملات غیر کلامی (زبان بدن، حالات چهره، تن صدا و اشارات) نیز حساسند (به نقل رحیمی و یوسفی، ۱۳۸۹). بر اساس پژوهش های مختلفی که صورت گرفته، همدلی عنصر ضروری برای عملکردهای موفقیت آمیز بین شخصی (سوسا و همکاران، ۲۰۱۰)، پاسخ دهی هیجانی به احساسات فرد دیگر (دی و اید، ون بو کستل، زالبرگ، گودینا و ماسیس، ۲۰۰۶؛ شامای - شوری، هارون - پر ترز و پری، ۲۰۰۸؛ نیومن - ما، هیراونن، پارکولا و هینانن، ۲۰۰۸ و هافمن، ۲۰۰۰) است که از طریق توانایی سهیم شدن در حالت هیجانی دیگری، دریافت پسخوراند منظم از روابط بین شخصی (پرانیس، ۲۰۰۰؛ به نقل بشارت و همکاران، ۱۳۹۰) و آگاهی از احساسات فرد دیگر (چلویا، مک کین، کار بونل، هاگن، ۱۹۸۵) مشکلات بین شخصی را کاهش می دهد و زمینه بهبود روابط اجتماعی را فراهم می سازد. همدلی به فرد اجازه ی برقراری تماس مؤثر با محیط اجتماعی پیرامون خود را می دهد؛ و او را با محیط اجتماعی پیوند می زند؛ کمک به دیگران را برای فرد تسهیل و از وارد کردن آسیب به افراد دیگر جلوگیری می کند (بارون، کوهن و ویل وایت، ۲۰۰۴). این ویژگی ها به فرد کمک می کند تا کیفیت روابط بین شخصی خود را بهتر سازد و مشکلات مربوط به آن را کاهش دهد. اصطلاح همدلی در اوایل قرن بیستم، در پژوهش های روانشناسی، مورد استفاده قرار گرفته است (ایکلز و استرن^۹، ۲۰۰۳). از آن زمان تاکنون تلاش هایی برای تعریف مناسب از همدلی انجام شده است که دامنه ای از بینش اجتماعی تا توانایی برای

^۱ Empathy^۲ Spinrad, Gal^۳ Moong & ling^۴ Holte^۵ Consistency^۶ Hoffman^۷ Thompson^۸ Another thrill of observation^۹ - Escalas & Stern

فهم حالات عاطفی و شناختی و تجربه ی هیجانات مشابه با دیگران را شامل می شود (آیزنبرگ و میلر، ۱۹۸۷). همدلی راه توانایی انسان برای شناسایی و پاسخ دهی به حالات ذهنی دیگران تعریف شده است که از هنگام تولد حضور داشته و به طور افزایشی از نوزادی و کودکی تا نوجوانی متحول می شود (جونز^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). بر اساس نظر هافمن، همدلی از یک سیر طبیعی برخوردار است و پس از یک سالگی، کودکان از تمایز خود با دیگران بیشتر آگاه می شوند و در صدد این بر می آیند تا کودک دیگری را که گریه می کند، آرام کنند. در حدود سن ۲ سالگی کودکان تشخیص می دهند که احساسات فرد دیگر با احساس آنها متفاوت است و در نتیجه، نسبت به سرنخ هایی برای کشف چگونگی احساس کودک دیگر، حساس تر می شوند. در اواخر کودکی، رشد همدلی سرعت بیشتری پیدا می کند و کودکان به راحتی می توانند احساس نگرانی و ناراحتی را در دیگران درک کنند (باولک^۲، ۲۰۰۳). همچنین همدلی یکی از فرایندهای رشدی مهمی است که می تواند رشد اجتماعی کودک را به شدت تحت تاثیر قرار دهد، سنجش دقیق آن می تواند برای ارزیابی این مقوله در کودکان و هدف قرار دادن آن در مداخله ها یکی از اهداف مهم پژوهش ها و کارهای کلینیکی باشد. از آنجا که ابزار استاندارد شده ای برای سنجش این مفهوم در ایران وجود ندارد، هدف از پژوهش حاضر هنجار یابی پرسشنامه همدلی کودکان ریف ساخته ریف، کتالار و ویفرنیک^۳ (۲۰۱۰) است که این پرسشنامه دارای سه بعد انتقال احساسات، توجه به احساسات دیگران، اقدامات اجتماعی والدین می باشد و شامل ۲۰ گویه هست که براساس طیف لیکرت امتیاز دهی می شود.

روش

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی از لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی می باشد. نوع پژوهش حاضر مقطعی است. در پژوهش حاضر از روش روان سنجی برای بررسی فرضیه ها استفاده خواهد شد. جهت جمع آوری اطلاعات مورد نیاز برای تدوین پیشینه تحقیق و مبانی نظری آن از روش کتابخانه ای و ابزار مراجعه به اسناد و مدارک استفاده شده است و همچنین جهت بررسی وضعیت موجود سازمان از روش میدانی و ابزار پرسشنامه استفاده گردیده است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کودکان ۲ الی ۵ سال شهر اصفهان تشکیل می دهد. بر اساس نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای تعداد ۴۲۰ نفر از کودکان مراجعه کننده به مراکز بهداشت در مناطق ۱۶ گانه اصفهان انتخاب و مادران و یا مراقبان اصلی آنها پرسشنامه را پر می کنند. برای جمع آوری اطلاعات پیرامون تاریخچه تحقیق و ادبیات موضوعی پژوهش، از روش کتابخانه ای استفاده گردیده است. برای جمع آوری اطلاعات فرضیه ها، از روش میدانی استفاده گردیده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه همدلی کودکان ریف، کتالار و ویفرنیک (۲۰۱۰) بر اساس گزارش والدین می باشد. این ابزار از دو بخش تشکیل شده است. بخش اول سوالات جمعیت شناختی را شامل می شود و بخش دوم سوالات مربوط به همدلی کودکان است. این ابزار مشتمل بر ۲۰ سوال و در قالب ابعاد تنظیم احساسات، توجه به احساسات دیگران و اقدامات اجتماعی می باشد. در این پرسشنامه تنظیم احساسات شامل سوالات ۱ الی ۷، توجه به احساسات دیگران ۸ الی ۱۴ و اقدامات اجتماعی والدین ۱۵ الی ۲۰ می باشد.

^۱ Jones

^۲ Bavelle

^۳ Rieffe , Ketelaar , Wiefferink

جدول ۱: تناظر سؤالات پرسشنامه متغیرها

متغیر	شماره سؤالات	منبع
انتقال احساسات	۷-۱	ریف، کتالار و ویفرنیک (۲۰۱۰)
توجه به احساسات دیگران	۱۴-۸	
اقدامات اجتماعی والدین	۲۰-۱۵	

پرسشنامه ای که در مقاله بیس این پژوهش به کار گرفته شده است از نظر روایی محتوایی می باشد و از نظر پایایی با آلفای کرونباخ بررسی شده است که آلفای کرونباخ از دو مقیاس EmQue (توجه به احساسات دیگران و اقدامات اجتماعی) به ترتیب حداقل انتظار ۰/۷۰ را برآورده می کند. مقیاس Emagion Contagion دارای روان سنجی پایین تر می باشد اما قابل قبول است. روایی پرسشنامه ارائه شده در این تحقیق، براساس روایی محتوایی و سازه ای می باشد که برای ارزیابی روایی محتوایی از نظر متخصصان در مورد میزان هماهنگی محتوای ابزار اندازه گیری و هدف پژوهش، استفاده می شود. برای این منظور دو روش کیفی و کمی در نظر گرفته می شود. در بررسی کیفی محتوا پژوهشگر از متخصصان درخواست می کند تا پس از بررسی کیفی ابزار، بازخورد لازم را ارائه دهند که براساس آن موارد اصلاح خواهند شد و همچنین روایی محتوایی صوری به شکل ظاهر پرسشنامه می پردازد. در بررسی روایی محتوایی، فرمت کل پرسشنامه، فونت و اندازه متن پرسشنامه، چیدمان سؤالات، فاصله خطوط، حجم پرسشنامه و ... بررسی می شود و توسط استاد مربوطه و چند تن از صاحب نظران تأیید می شود. روایی محتوایی این مطلب را مد نظر دارد که سؤال های آزمون تا چه حد در ظاهر شبیه به موضوعی هستند که برای اندازه گیری آن تهیه شده اند و روایی سازه ای این موضوع را بررسی می کند که آیا اجزای مقیاس مورد نظر توانایی تشکیل مقیاس را دارند یا برخی از آن ها نامرتبط اند. این نوع روایی اغلب روایی عاملی نیز نامیده می شود و دلیل آن نیز نحوه ی ارزیابی این نوع روایی با روش های تحلیل عاملی است. سازه ی نامناسب سازه ای است که توافق نظری در محتوای آن وجود ندارد. برای تعیین پایایی پرسشنامه های تحقیق حاضر از روش «آلفای کرونباخ» استفاده گردیده است. ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش میزان تک بعدی بودن نگرشها، قضاوت ها، عقاید و سایر مقولاتی که اندازه گیری آنها آسان نیست به کار می رود. در واقع بررسی می شود تا چه حد برداشت پاسخگویان از سؤالات یکسان بوده است. اساس ضریب آلفای کرونباخ نیز پایه طیف ها یا مقیاس هاست. مقیاس عبارت است از دسته ای از اعداد که بر روی یک پیوستار به افراد، اشیاء یا رفتار در جهت به کمیت کشاندن کیفیتها اختصاص داده می شود. وانگهی مقیاسها جهت اندازه گیری گرایش و نگرشها به کار می رود. این روش تعیین پایایی آزمون بر همسانی درونی تاکید دارد. اجزا یا قسمتهای آزمون برای سنجش ضریب پایایی آزمون بکار می روند. با توجه به اطلاعات بدست آمده از مطالعه مقدماتی بر روی جامعه آماری تحقیق، ضریب پایایی بدست آمده از طریق روش فوق و به وسیله نرم افزار آماری (spss) در مورد احساسات برابر ۰/۸۱۶ و توجه به احساسات دیگران ۰/۷۱۸ و اقدامات اجتماعی ۰/۷۹۲ می باشد و چون این مقدار از ۰/۷ بزرگتر می باشد حاکی از پایایی بالای پرسشنامه ها بکار گرفته شده می باشد و قابلیت اعتبار پرسشنامه ها به تایید رسیده است.

جدول ۲: جدول ضریب آلفای کرونباخ

نام پرسشنامه	ضریب آلفای کرونباخ
احساسات	۰/۸۱۶
توجه به احساسات دیگران	۰/۷۱۸
اقدامات اجتماعی	۰/۷۹۲

در این پژوهش برای بررسی فرضیه های تحقیق از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. روشهایی که در آمار توصیفی به کار برده شده به دو گروه عمده زیر تقسیم می شوند. ۱. تهیه و تنظیم جدول توزیع فراوانی و ترسیم نمودار. ۲. شاخصهای مرکزی. در بخش آمار استنباطی از آزمون آماری T برای نمونه های مستقل استفاده خواهد شد. نرم افزارهای مورد استفاده در این پژوهش SPSS و آموس می باشد.

یافته ها

در جدول ۳ آمار توصیفی متغیرهای پژوهش ارائه شده است.

جدول ۳: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	انحراف معیار	مقدار میانگین	حداکثر	حداقل
احساسات	۴/۹۷	۱۸/۴۳	۳۰	۶
توجه به احساسات دیگران	۴/۷۴	۲۰/۱۵	۲۹	۸
اقدامات اجتماعی	۵/۵۷	۲۶/۲۹	۴۰	۱۳

همان گونه که در جدول ۳ قابل ملاحظه است، برای متغیر احساسات مینیمم نظرات مقدار ۶ و ماکزیمم نظرات مقدار ۳۰ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۱۸/۴۳ و ۴/۹۷ است. برای متغیر توجه به احساسات دیگران مینیمم نظرات مقدار ۸ و ماکزیمم نظرات مقدار ۲۹ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۲۰/۱۵ و ۴/۷۴ می باشد. برای متغیر اقدامات اجتماعی مینیمم نظرات مقدار ۱۳ و ماکزیمم نظرات مقدار ۴۰ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۲۶/۲۹ و ۵/۵۷ می باشد. یکی از روش های بررسی اعتبار استفاده از ضرابی است که همسانی درونی آزمون را محاسبه می کند به منظور بررسی پایایی پرسشنامه همدلی از آلفای کرونباخ استفاده شد نتایج به دست آمد به شرح جدول زیر است.

جدول ۴: نتایج آلفای کرونباخ سوالات پرسشنامه

آلفای کرونباخ بعد از حذف همبستگی تصحیح شده واریانس مقیاس پس از حذف مقیاس	سوال	سوال	سوال	سوال
۰.۹۲۷	۰.۶۱۶	۴۶.۸۱۵	۳۴.۵۲۸۰	Q۱
۰.۹۳۱	۰.۲۷۴	۴۹.۳۲۴	۳۴.۹۴۸۰	Q۲
۰.۹۲۷	۰.۶۰۹	۴۶.۹۰۳	۳۴.۸۲۴۰	Q۳
۰.۹۲۳	۰.۸۴۹	۴۵.۵۵۷	۳۴.۴۸۲۰	Q۴
۰.۹۲۴	۰.۷۹۵	۴۵.۴۷۷	۳۴.۶۵۶۰	Q۵
۰.۹۳۰	۰.۴۱۱	۴۸.۰۳۹	۳۴.۵۸۲۰	Q۶
۰.۹۲۴	۰.۷۸۳	۴۵.۵۷۷	۳۴.۵۹۰۰	Q۷

Q۸	۳۴.۸۵۲۰	۴۸.۲۹۹	۳.۸۶	۹۳۰
Q۹	۳۴.۷۲۴۰	۴۶.۰۶۸	۷۰.۸	۹۲۵
Q۱۰	۳۴.۶۲۰۰	۴۵.۴۴۲	۷۹۱	۹۲۴
Q۱۱	۳۴.۸۰۲۰	۴۶.۱۴۷	۷۲۰	۹۲۵
Q۱۲	۳۴.۸۰۲۰	۴۶.۱۹۵	۷۱۲	۹۲۵
Q۱۳	۳۵.۰۳۶۰	۵۰.۰۲۳	۲۰۰	۹۳۲
Q۱۴	۳۴.۴۳۴۰	۴۶.۵۳۵	۷۲۳	۹۲۵
Q۱۵	۳۴.۸۸۰۰	۴۷.۹۲۵	۴۶۲	۹۲۹
Q۱۶	۳۴.۵۶۸۰	۴۴.۷۶۷	۹۲۸	۹۲۲
Q۱۷	۳۴.۶۷۶۰	۴۵.۳۸۶	۸۰۹	۹۲۳
Q۱۸	۳۴.۷۷۰۰	۴۹.۱۵۹	۲۴۴	۹۳۲
Q۱۹	۳۴.۸۹۶۰	۴۸.۴۵۴	۳۹۴	۹۳۰
Q۲۰	۳۴.۵۱۶۰	۵۵.۲۲۴	-۰.۶۱۵	۹۴۴

با عنایت به نتایج مندرج در جدول فوق در ستون آخر که مقدار آلفا برای تمامی گویه ها بالاست و همچنین با توجه به اینکه مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر با ۰/۹۲ به دست آمده، بنابراین ابزار اندازه گیری مورد نظر و ۲۰ سوال آن برای سنجش شاخص همدلی مناسب بوده و نیازی به حذف، اصلاح و یا تغییر ندارد.

تحلیل عامل تاییدی

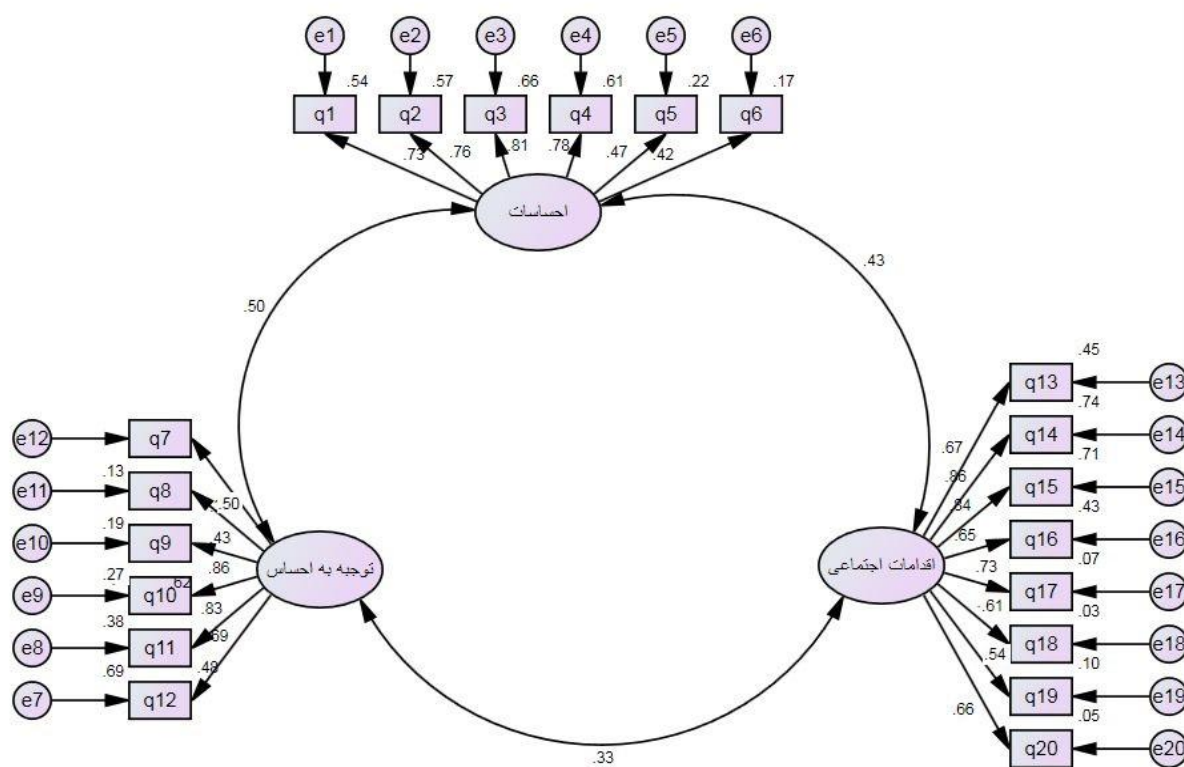
روایی سازه (تحلیل عاملی مرتبه اول)

برای دستیابی به روایی سازه مورد نظر در نمونه این پژوهش، از تحلیل عامل تاییدی مرتبه اول بهره برده شد. این تحلیل در پژوهش حاضر با استفاده از نرم افزار آموس انجام شده است. در ادامه مدل اجرا شده به همراه شاخص های برازش ارائه شده است.

مدل اندازه گیری متغیر همدلی با استفاده از ۲۰ گویه اندازه گیری می شود (شکل ۱). برآوردهای پارامتر استاندارد شده نشان می دهد که هم بارهای عاملی بیش از ۰/۴ می باشند (شکل ۱) و هم شاخص های برازش مدل در سطح قابل قبولی قرار گرفتند (جدول ۵). از این رو می توان عنوان نمود که مدل اندازه گیری متغیر همدلی بدون تغییری مورد تایید قرار می گیرد.

جدول ۵: شاخص های برازش مدل متغیر همدلی

شاخص	X ^۲	df	p	GFI	AGFI	TLI	NFI	CFI	RMSEA	X ^۲ /df
مدل اصلی	۱۰/۴۶۵	۶	۰/۰۰۲	۰/۹۸۷	۰/۹۷۰	۰/۹۶۰	۰/۹۵۱	۰/۹۶۰	۰/۰۵۶	۱/۷۴

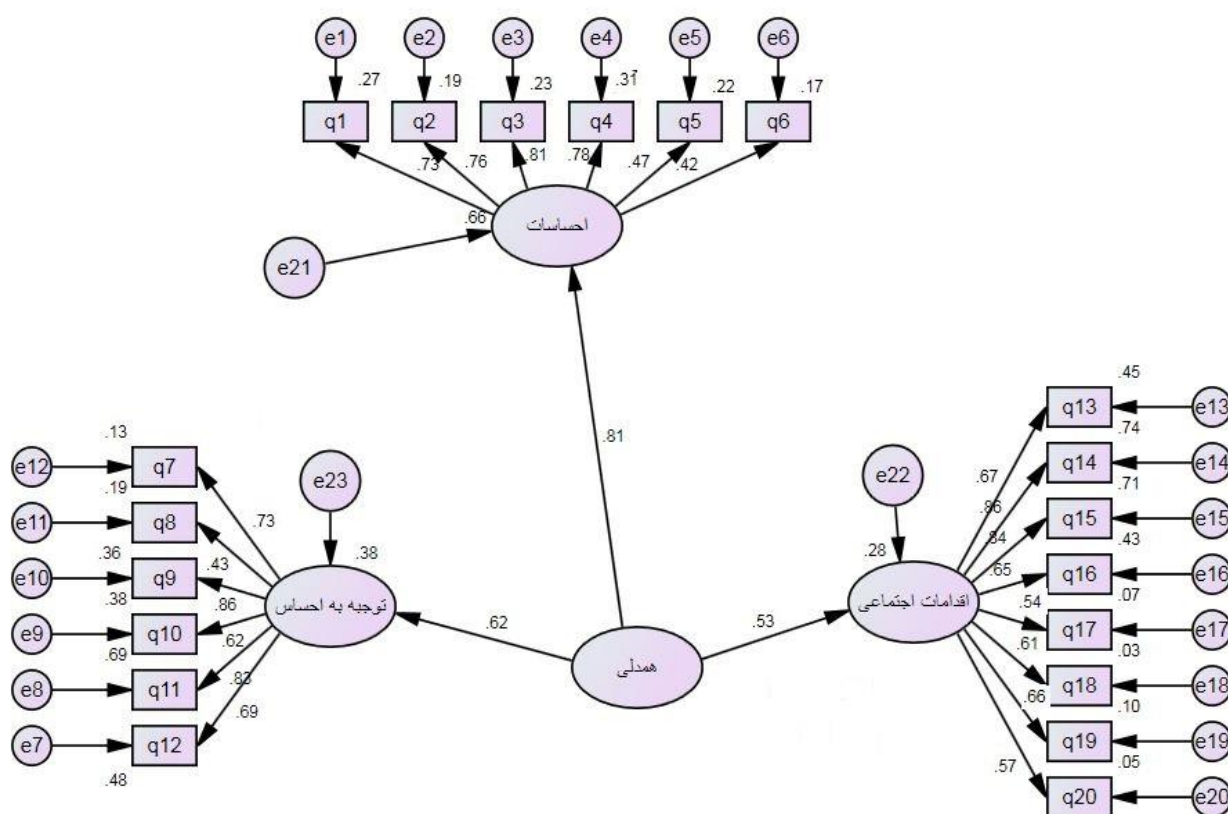


شکل ۱: مدل اندازه گیری متغیر همدلی

آیا عوامل تشکیل دهنده پرسشنامه همدلی از روایی و پایایی لازم برخوردار هستند؟ به منظور پاسخگویی به این سوال از تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده شد. برآوردهای پارامتر استاندارد شده نشان می‌دهد که هم‌بادهای عاملی بیش از ۰/۴ می‌باشند (شکل ۱) و بارعاملی مربوط به مولفه‌های همدلی نیز بالاتر از ۰/۴ است. و هم شاخص‌های برازش مدل در سطح قابل قبولی قرار گرفتند (جدول ۶). از این رو می‌توان عنوان نمود که مدل تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر همدلی بدون تغییری مورد تایید قرار می‌گیرد.

جدول ۶: شاخص‌های برازش مدل متغیر همدلی

شاخص	X^2	df	p	GFI	AGFI	TLI	NFI	CFI	RMSEA	X^2/df
مدل اصلی	۱۴/۵۵۶	۸	۰/۰۰۲	۰/۹۰۷	۰/۹۵۵	۰/۹۴۴	۰/۹۶۷	۰/۹۳۴	۰/۰۶۷	۱/۸۱



شکل ۲: مدل اندازه گیری متغیر همدلی

با عنایت به نتایج ذکر شده می توان عنوان نمود که عوامل تشکیل دهنده پرسشنامه همدلی از روایی و پایایی لازم برخوردار هستند.

نتیجه گیری

یکی از روش های بررسی اعتبار استفاده از ضرایبی است که همسانی درونی آزمون را محاسبه می کند به منظور بررسی پایایی پرسشنامه همدلی از آلفای کرونباخ استفاده شد نتایج به دست آمد در جدول ۴-۶ فصل چهارم مقدار آلفا برای تمامی گویه ها بالاست و همچنین با توجه به اینکه مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر با ۰/۹۲ به دست آمده، بنابراین ابزار اندازه گیری مورد نظر و ۲۰ سوال آن برای سنجش شاخص همدلی مناسب بوده و نیازی به حذف، اصلاح و یا تغییر ندارد. برای دستیابی به روایی سازه مورد نظر در نمونه این پژوهش، از تحلیل عامل تاییدی مرتبه اول بهره برده شد. این تحلیل در پژوهش حاضر با استفاده از نرم افزار آموس انجام شده است. در ادامه مدل اجرا شده به همراه شاخص های برازش ارائه شده است. مدل اندازه گیری متغیر همدلی با استفاده از ۲۰ گویه اندازه گیری می شود (شکل ۱). برآوردهای پارامتر استاندارد شده نشان می دهد که هم بارهای عاملی بیش از ۰/۴ می باشند (شکل ۱) و هم شاخص های برازش مدل در سطح قابل قبولی قرار گرفتند. از این رو می توان عنوان نمود که مدل اندازه گیری متغیر همدلی بدون تغییری مورد تایید قرار می گیرد به منظور پاسخگویی به این سوال از تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده شد. برآوردهای پارامتر استاندارد شده نشان می دهد که هم بارهای عاملی بیش از ۰/۴ می باشند و بار عاملی مربوط به مولفه های همدلی نیز بالاتر از ۰/۴ است. و هم شاخص های برازش مدل در سطح قابل قبولی قرار گرفتند. از این رو می توان عنوان نمود که مدل تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر همدلی بدون تغییری مورد تایید قرار می گیرد.

محققان همواره در تحقیقات خود با موانع و محدودیتهای مختلفی مواجه می شوند. در تحقیق حاضر نیز محقق با محدودیتهای مختلفی روبرو بوده که اهم آنها عبارتند از: ۱. عدم همکاری برخی از پاسخگویان برای پرسشنامه. ۲. ناتوانی در استفاده از منابع دست اول در زمینه موضوع مورد پژوهش. ۳. وقت گیر بودن جلب نظر مساعد مسئولان جهت انجام تحقیق. ۴. اظهار خستگی، بی توجهی و کم دقتی برخی از پاسخگویان در پاسخ دادن به سؤالات پرسشنامه نیز یکی دیگر از محدودیتهای تحقیق بود. در این مورد نیز محقق با ارائه توضیحات لازم تلاش نموده تا دقت نظر پاسخگویان را بالا ببرد به نحوی که تحقیق در مسیر طبیعی خود قرار بگیرد در موارد اندکی که این کار مقدور نبود محقق پس از جمع آوری پرسشنامه ها، موارد مخدوش را حذف و به جای آنها نمونه های جدید را مورد بررسی قرار داده اند. باتوجه به موضوع و یافته های پژوهش، پیشنهاداتی به سازمان و محققان آتی به شرح زیر ارائه می شود. پیشنهاد می شود در پژوهش های بعدی به جای یک پس آزمون، از پس آزمونهای متعدد در فاصله های زمانی متفاوت بهره گیرند تا پایداری اثر آموزش بیشتر آشکار شود. تاثیر آموزش همدلی بر دیگر متغیرهای مهارتهای اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به اینکه نتایج پژوهش قابل تعمیم به مقاطع تحصیلی و گروه های سنی دیگر نیست توصیه می شود تاثیر این آموزش بر دانش آموزان مقاطع تحصیلی و سنین مختلف نیز مورد بررسی قرار گیرد. تاثیر برنامه های آموزش همدلی بر مهارتهای اجتماعی کودکان و دانش آموزان با نیازهای ویژه، ناشنوا، تیزهوش و کم توان ذهنی مورد بررسی قرار بگیرد.

منابع

- رحیمی، م و یوسفی، ف. (۱۳۸۹). نقش الگوهای ارتباطی خانواده در همدلی و خویشتنداری فرزندان. فصلنامه‌ی خانواده‌پژوهی، (۲۴) ۶، ص: ۴۴۷ - ۴۳۴.
- بشارت، م. ع؛ خدابخش، م. ر و فراهانی، ح. (۱۳۹۰). نقش واسطه‌ای خودشیفتگی در رابطه‌ی بین همدلی و کیفیت روابط بین شخصی. فصلنامه‌ی روان‌شناسی کاربردی، (۱) ۵، ص: ۲۳ - ۷.
- Moong, S. J., & Ling, J. ۲۰۰۶. Psychometric analysis of the empathy quotient(EQ) scale. *Journal of Personality and Individual Differences*, ۴۰, ۱۱۱۱-۱۱۱۹.
- Hoffman, M. L. (۲۰۰۰). *Empathy and moral development: Implications For caring and Justice*. New York: Cambridge University Press.
- Gordon , M.(۲۰۰۳). *Roots of empathy: responsive, parenting, caring societies*. *Roots of Empathy Program*, ۵۲(۴) , ۲۳۶-۲۴۳.
- Baron-cohen, S., & Wheelwright, S. ۲۰۰۴. The empathy quotient an investigation of adults with Asperger syndrome or high functioning autism and normal sex differences. *Journal of Autism Developmental Disorder*, ۳۴, ۱۶۳-۱۷۵.
- Escalas, J., & Stern, B. ۲۰۰۳. Sympathy and Empathy: Emotional Responses to Advertising Dramas, *Journal of Consumer Research*, ۲۹, ۵۷۶-۵۸۹.