



بررسی رابطه ارزیابی دانش آموزان از عملکرد مبلغان روحانی مدارس و نگرش آنان به روحانیت

(مورد مطالعه: استان چهارمحال و بختیاری)^۱

نعمت‌الله کرم‌اللهی^۲

حبیب‌الله اسداللهی^۳

چکیده

هدف از این مقاله، بررسی رابطه دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای سخن مبلغان روحانی مدارس و نحوه نگرش دانش‌آموزان به روحانیت است. این تحقیق با روش پیمایش و تکنیک پرسشنامه انجام شده است. جمعیت آماری، شامل دانش‌آموزان دبیرستانی استان چهارمحال و بختیاری، حجم نمونه آماری ۳۵۲ نفر و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه‌ای است. بر اساس یافته‌های پژوهش، ۷۹ درصد پاسخ‌گویان، دانش دینی مبلغان را بالا می‌دانند؛ ۷۴/۷ درصد وضعیت ظاهری، ۷۳/۶ درصد شیوه صحبت، و ۷۱/۳ درصد محتوای صحبت مبلغان را مناسب ارزیابی کرده‌اند. تفاوت معناداری بین ارزیابی پاسخ‌گویان از دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای سخن مبلغان برحسب جنسیت، سال تحصیلی و رشته تحصیلی وجود دارد. میانگین نگرش دانش‌آموزان به روحانیت، قبل از حضور مبلغان ۱۰/۲ و بعد از حضور مبلغان، ۱۳/۴ است. لذا حضور مبلغان توانسته ۳/۲ نمره میانگین نگرش دانش‌آموزان را تغییر مثبت دهد. همچنین دانش دینی، وضعیت ظاهری و شیوه و محتوای صحبت مبلغان، رابطه مثبت با نگرش دانش‌آموزان به آنها دارد.

واژگان کلیدی: مبلغان مدارس، نگرش، روحانیت، دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت.

۱. تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۱/۲۷؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۶/۲/۲۳

۲. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه باقر العلوم علیه السلام n.karamollahi@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی دانشگاه باقر العلوم علیه السلام



۱. بیان مسئله

تبلیغ در فرهنگ اسلامی از اصول بسیار مهم و یکی از رسالت‌های علمای دین است. تبلیغ به معنای انتقال پیام از طریق برقراری ارتباط، به منظور افزایش آگاهی و تربیت اخلاقی مخاطب، با استفاده از ابزار و شیوه‌های مشروع است. بنابراین هدف در تبلیغ دینی، علاوه بر آگاهی‌بخشی، خصلت تربیتی نیز دارد و غایت آن، ایجاد تغییر در نگرش‌ها، گرایش‌ها، عقاید و در نهایت رفتار مخاطبان است. به بیان دیگر در تبلیغ، مقصود اصلی نه صرف انتقال پیام، بلکه «اقتناع و ترغیب» مخاطب از طریق ارتباطات کلامی و غیرکلامی (انگیزه‌ها، رفتارها و ویژگی‌های فردی و اجتماعی) مبلّغ است.

پیام‌دهنده، مخاطب و پیام، سه رکن اصلی تبلیغ دینی هستند. روحانیان به عنوان مبلّغ و انتقال‌دهنده پیام دین، نقش اساسی در امر تبلیغ دارند. توجه به ویژگی‌های مخاطب و تناسب پیام با شرایط فکری و سنی و اقتضائات روانی او نیز میزان اثربخشی تبلیغ را افزایش می‌دهد. در راستای نیل به این هدف و با توجه به اهمیت مخاطبان نوجوان و نیازهای دینی دانش‌آموزان، متولیان تبلیغی، طرح اعزام مبلّغان به مدارس را با همکاری آموزش و پرورش برنامه‌ریزی و اجرا کرده‌اند. برای افزایش اثربخشی این طرح، آموزش مبلّغان جوان در زمینه شیوه‌های ارتباط با نوجوانان، نیازسنجی آنان، و شیوه پاسخ‌گویی به سؤالاتشان با جدّیت دنبال شده است. اکنون بعد از سپری شدن یک دهه از اجرای این طرح، لازم است که عملکرد مبلّغان مدارس و تأثیر آن بر نگرش دانش‌آموزان به روحانیان ارزیابی شود. بنابراین در این مقاله با اذعان به تأثیرپذیری نگرش دانش‌آموزان به روحانیان از عوامل مختلف، در کنار ارزیابی عملکرد مبلّغان و نحوه نگرش دانش‌آموزان به آنها، رابطه دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلّغان و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان نیز بررسی می‌شود.

با عنایت به این مطالب، این مقاله درصدد پاسخ‌گویی به سؤالات ذیل است:

۱. ارزیابی دانش‌آموزان از دانش دینی مبلّغان روحانی مدارس چگونه است؟
۲. ارزیابی دانش‌آموزان از وضعیت ظاهری مبلّغان روحانی مدارس چگونه است؟
۳. ارزیابی دانش‌آموزان از محتوا و شیوه صحبت مبلّغان روحانی مدارس چگونه است؟



۴. نگرش دانش آموزان به روحانیان چگونه است؟
۵. دانش دینی، وضعیت ظاهری و شیوه و محتوای صحبت مبتغان روحانی مدارس، چه رابطه‌ای با نگرش دانش آموزان به روحانیان دارد؟

۲. چارچوب نظری

حضور مبتغان در مدارس، نوعی ارتباط میان فردی است که هدف از آن، انتقال پیام‌های دینی به دانش آموزان و ترغیب آنها برای پایبندی به رفتارهای دینی و درنهایت تربیت دینی دانش‌آموزان است. بنابراین می‌توان حضور مبتغان در مدارس و ارتباط آنها با دانش آموزان را نوعی فرایند ارتباطی اقتناعی دانست. اقتناع یک فرایند ارتباطی است که با ارسال داوطلبانه یک پیام به گیرنده، در پی نفوذ در اوست (کیا و سعیدی، ۱۳۸۳: ۱۸۰). اقتناع، هدف اساسی و غایی همه رفتارهای ارتباطی است. ارتباط موفق و مؤثر، ارتباطی است که اقتناع را به دنبال داشته باشد. در این صورت می‌توانیم به آن ارتباط متعالی نیز بگوییم (متولی، ۱۳۸۴: ۷۴). به بیان دیگر «اقتناع فرایندی است که از خلال آن می‌کوشیم تا نگرش دیگران را تغییر دهیم و به تعبیر ساده‌تر به مفهوم کوششی برای تغییر نگرش است» (کیا و سعیدی، ۱۳۸۳: ۱۸۱).

مک گوایر الگوی اقتناعی را برای بررسی رابطه اقتناع و نگرش مطرح کرده است. «مک گوایر ابتدا عناصر مختلف ارتباط را معرفی می‌کند. این عناصر عبارت‌اند از: منبع، پیام، مجرا و گیرنده. او سپس فرایند اقتناع را به پنج مرحله تقسیم می‌کند: توجه به پیام، درک، تمایل، پذیرش و اقدام. به گفته مک گوایر اگر ارتباط بخواهد تأثیری بر فرد داشته باشد، گیرنده باید تمام این مراحل را به ترتیب طی کند. بنابراین مرحله اول برای گیرنده، این است که در برابر پیام باشد. پیام نمی‌تواند بر گیرنده تأثیری داشته باشد، مگر اینکه به مخاطب برسد. بعد از توجه، مرحله درک پیام است. مباحث و نتیجه‌گیری پیام باید فهمیده شود. مک گوایر به توجه و درک عوامل «قدرت پذیرش» پیام اشاره دارد. مرحله بعد، تمایل است یا پذیرش نتیجه و توصیه‌های پیام. این همان چیزی است که به آن تغییر نگرش می‌گویند» (تن، ۱۳۸۸: ۱۰۸).

«الگوی مک گوایر از ساده‌اندیشی معمول در بسیاری از مطالعات اولیه اقتناع که تغییر در نگرش‌ها یا تمایل را به عنوان اثر اصلی ارتباط اندازه می‌گرفتند، اجتناب می‌کند. به نظر او بسیاری از متغیرهایی که مورد مطالعه قرار می‌دهیم، می‌تواند آثار معکوسی



در مرحله دریافت (توجه و درک) و تمایل داشته باشد. مثلاً اعتماد به نفس اثری مثبت در مرحله دریافت و اثری منفی در مرحله تمایل دارد. مثلاً افراد باهوش پذیرای پیام هستند؛ زیرا آنها ظرفیت توجه بیشتری دارند و بهتر می‌توانند مباحث پیام را بفهمند. هم‌زمان می‌توان از آنها انتظار داشت که نسبت به تغییر مقاومت نشان دهند (عامل تمایل)؛ زیرا نسبت به نگرش‌ها و رفتارهای موجودشان مطمئن هستند» (همان، ص ۱۰۹).

علوم اجتماعی و رفتاری دچار کمبود نظریه در خصوص تغییر نگرش‌ها و سنجش آنها نیستند. در سال ۱۹۶۸، آستروم تخمین زد که ۳۴ نظریه متفاوت درباره تغییر نگرش‌ها وجود دارد. ما در این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر ارتباط اقناعی (تبلیغ چهره به چهره) مبلغان روحانی مدارس بر نحوه نگرش دانش‌آموزان به روحانیان هستیم. لذا تبلیغ چهره به چهره (اقناع) متغیر اصلی مستقل، و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان متغیر وابسته محسوب می‌شود. بنابراین برای بررسی این موضوع، از نظریه‌های رایج اقناع استفاده می‌کنیم و الگوی نهایی سنجش نگرش را بر اساس آنها مطرح می‌سازیم. نظریه‌های اقناعی به دو دسته تقسیم کلی می‌شوند: ۱. نظریه‌های یادگیری اقناع؛ ۲. نظریه کارکردی نفوذ اجتماعی کلمن.

در این پژوهش یکی از نظریه‌های یادگیری اقناع را برای دستیابی به الگوی نهایی پژوهش برگزیدیم.

«نظریه‌های یادگیری در روان‌شناسی که به آنها نظریه‌های محرک - پاسخ و رفتاری می‌گویند، نشان می‌دهد که چگونه پاسخ ارگانیسم، مرتبط با محرکی است که در محیط به او داده شده است. به فرایندی که طی آن، ارگانیسم به دفعات به محرک پاسخ می‌دهد، شرطی‌سازی یا یادگیری می‌گویند. دو الگوی یادگیری اصلی وجود دارد: شرطی‌سازی کلاسیک و شرطی‌سازی ابزاری» (همان، ص ۱۱۷).

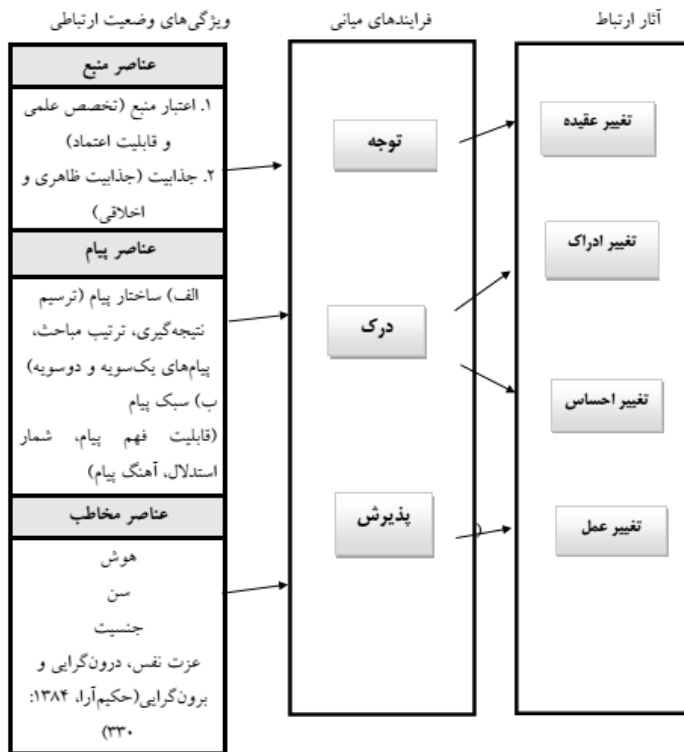
در این پژوهش نظریه اصلی برای ترسیم مدل پژوهش، نظریه شرطی‌سازی ابزاری اقناع هاولند، جانیس و کلی است که به تبیین دقیق آن می‌پردازیم و الگوی این نظریه در نهایت برای مدل این پژوهش استفاده خواهد شد.

«در سال ۱۹۵۳ هاولند، جانیس و کلی در کتاب ارتباط و اقناع ارتباط اقناعی را فرایندی تعریف کردند که "فردی (ارتباط‌گر) محرکه‌هایی (معمولاً کلامی) را ارسال می‌دارد که رفتار افراد دیگر (مخاطب) را تغییر می‌دهد." یکی از راه‌های اصلی که ارتباط اقناعی به تغییر



نگرش‌ها منتهی می‌شود، از طریق تغییر در عقاید مرتبط است. به گفته آنها نگرش‌ها را می‌توان با تغییر عقاید (با اطلاعات) با هم مرتبط یک فرد درباره موضوعی، تغییر داد. عقاید مانند «عادت‌های» دیگر است و تا زمانی که فرد تجربه یادگیری جدیدی کسب نکرده باشد، ماندگار می‌مانند. یکی از راه‌هایی که عقاید جدید را می‌توان یاد گرفت، رویارویی یا ارتباط افق‌آسی است» (همان، ص ۱۱۹).

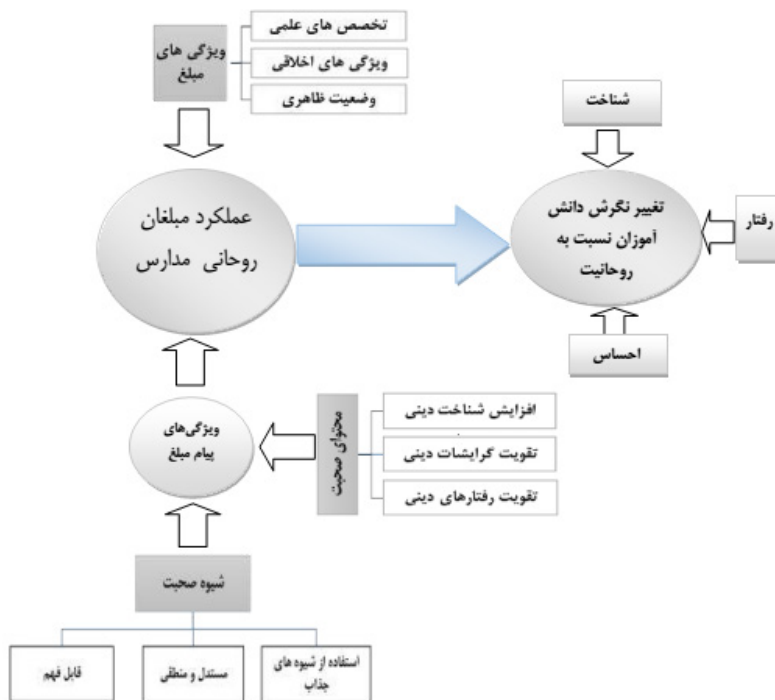
در این زمینه ایشان الگویی ارائه داده‌اند که در ادامه، اصل الگو بیان می‌گردد:



شکل شماره ۱: الگوی ابزاری افق‌آسی هاوولند، جاننيس وکلی؛ به نقل از: تن، ۱۳۸۸: ۱۱۹

همان‌گونه که اشاره شد، حضور مبلغان روحانی در مدارس و ارتباط آنها با دانش-آموزان، نوعی ارتباط میان‌فردی است؛ در واقع نوعی ارتباط اقتناعی است که به تغییر نگرش دانش‌آموزان در مورد موضوع منجر می‌گردد. برای بررسی عملکرد مبلغان روحانی و میزان تأثیر آن بر نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، مطابق نظریه مطرح‌شده، سه موضوع اصلی در این فرایند بررسی می‌شود: منبع (مبلغان روحانی مدارس)، پیام (محتوای عرضه‌شده توسط مبلغ)، مخاطب (دانش‌آموزان).

در مورد ویژگی‌های زمینه‌ای دانش‌آموزان
 که در فرایند تأثیرپذیری و تغییر نگرش آنها نقش به‌سزایی ایفا می‌کنند، موارد ذیل را بررسی می‌کنیم: ۱. جنسیت؛ ۲. معدل؛ ۳. سال تحصیلی؛ ۴. رشته تحصیلی.



شکل شماره ۲: مدل پژوهش



۳. فرضیه‌ها

فرضیه اصلی:

«به نظر می‌رسد بین ابعاد عملکرد مبلغان روحانی مدارس و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان رابطه معنادار وجود دارد»؛

«به نظر می‌رسد تفاوت معناداری بین نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، قبل و بعد از حضور مبلغان وجود دارد».

فرضیه‌های فرعی:

«تفاوت معناداری بین ارزیابی ابعاد عملکرد مبلغان مدارس بر حسب جنسیت دانش‌آموزان وجود دارد».

«تفاوت معناداری میان ارزیابی ابعاد عملکرد مبلغان مدارس بر حسب سال تحصیلی دانش‌آموزان وجود دارد».

«تفاوت معناداری میان ارزیابی ابعاد عملکرد مبلغان مدارس بر حسب رشته تحصیلی دانش‌آموزان وجود دارد».

«تفاوت معناداری میان ارزیابی ابعاد عملکرد مبلغان مدارس بر حسب معدل دانش‌آموزان وجود دارد».

۴. روش تحقیق

این تحقیق با روش پیمایش انجام شده است. جمعیت آماری شامل تمامی دانش‌آموزان دبیرستانی استان چهارمحال و بختیاری در سال تحصیلی ۹۳-۹۲ است که با مبلغان مدارس در ارتباط بوده‌اند. حجم نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران و با دقت ۰/۰۵، ۳۵۲ نفر برآورد شده است و برای انتخاب اعضای نمونه، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز با بهره‌گیری از پرسشنامه گردآوری شد. برای سنجش روایی مقیاس از «اعتبار محتوا» - استفاده از نظریات متخصصان (استادان دانشگاه، محققان حوزوی) - و برای سنجش ضریب پایایی از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شده است. «این روش، رایج‌ترین روش اندازه‌گیری ضریب پایایی است» (دواس، ۱۳۸۴: ص ۲۵۲). «با استفاده از تکنیک مزبور، گویه‌ها و سنجه‌های فاقد هم‌سازی درونی



حذف، و گویه‌های برخوردار از انسجام انتخاب خواهند شد. آلفای کرونباخ، بر اساس سازگاری درونی گویه‌های پرسش‌نامه محاسبه شده و حاصل آن، عددی بین صفر تا یک است. مقدار آلفای ۷۵ درصد بر پایایی بالا، مقدار ۴۵ - ۷۵ درصد پایایی متوسط، و کمتر از ۴۵ درصد بر پایایی کم دلالت دارد» (کرم‌لهی، ۱۳۹۰: ص ۳۱۸). پرسش‌های مربوط به ویژگی‌های اخلاقی مبلغان، با ضریب ۰/۸۴ از پایایی بالا برخوردارند.

۵. یافته‌های تحقیق

سیمای نمونه آماری

بر اساس یافته‌های تحقیق، پنجاه درصد پاسخ‌گویان دختر، و پنجاه درصد آنها پسر هستند. از کل پاسخ‌دهندگان، ۲۹/۳ درصد سال اول، ۳۰/۷ درصد سال دوم، ۲۸/۷ درصد سال سوم، و ۱۱/۴ درصد سال چهارم تحصیلی هستند. ۲۸/۷ درصد پاسخ‌گویان هنوز انتخاب رشته نکرده‌اند. ۴۲/۹ درصد در رشته علوم انسانی، ۲۵/۶ درصد در رشته علوم تجربی، و ۲/۸ درصد نیز در رشته ریاضی هستند. از کل پاسخ‌دهندگان، ۵۸/۵ درصد دارای معدل عالی (۱۸-۲۰)، ۳۱ درصد دارای معدل خوب (۱۶-۱۸)، ۸/۸ درصد دارای معدل متوسط (۱۴-۱۶)، ۱/۱ درصد دارای معدل ضعیف (۱۲-۱۴) و ۰/۶ درصد دارای معدل خیلی ضعیف (۱۰-۱۲) هستند. بر حسب شهر محل تحصیل پاسخ‌گویان، شهرکرد ۶۳/۰۳ درصد، سامان ۱۷/۰۴ درصد، و بروجن ۱۹/۹ درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

ارزیابی دانش دینی مبلغان مدارس

در این قسمت، مهم‌ترین یافته‌های مربوط به ارزیابی پاسخ‌گویان از دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلغان مدارس بیان می‌شود.



جدول شماره ۱: توزیع پاسخ‌گویان به تفکیک ارزیابی گویه‌های دانش دینی مبلغان مدارس

ردیف	گویه‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالقم	کاملاً مخالفم
۱	پاسخ‌گوی سؤالات اعتقادی ما درباره خدا، مرگ، بهشت و جهنم و مانند آن هستند.	۳۱	۵۷/۷	۳/۷	۴	۳/۷
۲	در صحبت‌هایشان از آیات قرآن، سخنان پیامبر و ائمه استفاده می‌کنند.	۴۶/۳	۴۷/۴	۱/۴	۳/۱	۱/۷
۳	اطلاعات تاریخی درباره زمان پیامبر و ائمه دارند.	۲۴/۷	۵۹/۱	۲/۶	۱۰/۵	۳/۱
۴	پاسخ‌گوی احکام مورد نیاز ما هستند.	۳۹/۵	۴۵/۲	۱/۷	۹/۱	۴/۵
		فراوانی		درصد		
		۲۷۸		۷۹		
		۶۹		۱۹/۶		
		۵		۴/۱		
طبقات		موافق				
		بینابین				
		مخالف				

مطابق یافته‌ها، بالاترین ارزیابی پاسخ‌گویان از میزان دانش دینی مبلغان، به گویه شماره ۲ اختصاص دارد. ۹۳ درصد پاسخ‌گویان اذعان کرده‌اند که مبلغان مدارس در سخنان خود از آیات قرآن و احادیث پیامبر و ائمه علیهم‌السلام استفاده می‌کنند. این یافته نشان‌دهنده توجه مبلغان مدارس، به قرآن و سخنان معصومین علیهم‌السلام در تبلیغ دین است.

حدود ۸۹ درصد پاسخ‌گویان به گویه شماره ۱، پاسخ «کاملاً موافقم» و «موافقم» داده‌اند که در رتبه دوم دانش دینی مبلغان قرار دارد. این درصد بالا نیز نشان‌دهنده اهمیت دادن مبلغان مدارس به مباحث اعتقادی، به خصوص مباحث اصول دین و مذهب و



پاسخ‌گویی به سؤالات دانش‌آموزان در این زمینه به عنوان درمان ریشه‌ای مشکلات و دغدغه‌های اعتقادی نوجوانان است.

حدود ۸۵ درصد پاسخ‌گویان موافقت خود را با گویه شماره ۴، و حدود ۸۴ درصد پاسخ‌گویان موافقت خود را با گویه شماره ۳ اعلام کرده‌اند. این درصد بالا و تقریباً مساوی نیز نشان از توان علمی مبلغان در زمینه پاسخ‌گویی به مسائل شرعی دانش‌آموزان و آشنایی آنها با حوادث تاریخ اسلام و بهره‌گیری از عبرت‌های تاریخی زمان معصومین دارد.

در مجموع، بر اساس اطلاعات داده‌شده، ۷۹ درصد پاسخ‌گویان، دانش دینی مبلغان را قابل قبول می‌دانند. فقط ۱/۴ درصد پاسخ‌گویان دانش دینی مبلغان را غیر قابل قبول می‌دانند. ۱۹/۶ درصد پاسخ‌گویان دانش دینی مبلغان را بینابین ارزیابی کرده‌اند. بنابراین ۷۹ درصد پاسخ‌گویان، دانش دینی مبلغان را بالا و قابل قبول می‌دانند که این نشان از توانایی علمی مبلغان مدارس در حیطه تخصص دینی ایشان داشته و با تلاش علمی بیشتر، باید آن را به بالاترین حد ممکن برسانند.

جدول شماره ۲: توزیع پاسخ‌گویان به تفکیک ارزیابی گویه‌های وضعیت ظاهری مبلغان مدارس

ردیف	گویه‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
۱	لباس‌هایشان مرتب و تمیز است.	۶/۴۴	۴۶	۱/۱	۷/۵	۶/۲
۲	موهای سر و صورتشان مرتب است.	۴/۳۸	۸/۳۹	۶/۲	۱/۱۳	۳/۶
۳	صدایشان آرام و دلنشین است.	۴/۳۴	۸/۴۱	۸/۴	۹/۱۱	۱/۷
		فراوانی		درصد		
طبقات		موافق	۲۶۳		۷/۷۴	
		بینابین	۶۵		۵/۱۸	
		مخالف	۲۴		۸/۶	

مطابق یافته‌ها، ۹۱ درصد پاسخ‌گویان معتقدند وضعیت لباس مبلغان مدارس، مرتب و تمیز است و این درصد بسیار بالا نشان‌دهنده توجه مبلغان مدارس، به رعایت دستورهای اسلام و پیشوایان دینی درباره نظافت ظاهری است. بنابراین مبلغان علاوه بر تزکیه درونی،



باید به نوع پوشش ظاهری خود نیز اهمیت بدهند. این امر موجب جذابیت آنها و اثرگذاری بیشتر بر مخاطبان می‌شود.

حدود ۷۸ درصد پاسخ‌گویان نیز به مرتب بودن موها و سر و صورت مبلغان اذعان کرده‌اند. این درصد نیز از اهمیت دادن مبلغان مدارس به آراستگی ظاهر خبر می‌دهد و لزوم توجه بیشتر به این امر را می‌رساند.

کمترین درصد ارزیابی پاسخ‌گویان (حدود ۷۶ درصد) از وضعیت ظاهری مبلغان، مربوط به آهنگ صدای مبلغان در هنگام سخن گفتن است. به نظر می‌رسد علت مخالفت ۲۴ درصد پاسخ‌گویان با این گویه و اظهار نظر نکردن درباره آن، بی‌دقتی مبلغان در رعایت فنون سخنوری (بالا و پایین بردن تن صدا) متناسب با مقتضای حال سخن است.

در مجموع بر اساس یافته‌های این جدول، حدود ۷۵ درصد از پاسخ‌گویان وضعیت ظاهری مبلغان را مناسب، حدود ۷ درصد نامناسب، و حدود ۱۸ درصد بینابین ارزیابی کرده‌اند.

جدول شماره ۳: توزیع پاسخ‌گویان به تفکیک ارزیابی گویه‌های شیوه صحبت مبلغان مدارس

ردیف	گویه‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالقم	کاملاً مخالفم
۱	با زبان ساده و قابل فهم صحبت می‌کنند.	۵/۴۵	۱/۴۰	۶/۱۰	۸	۶
۲	در صحبت‌ها از داستان، شعر و طنز استفاده می‌کنند.	۸/۴۱	۷/۳۴	۴/۱	۸/۱۲	۴/۹
۳	با دلیل و منطق صحبت می‌کنند.	۶/۴۰	۴۴	۳/۲	۴/۹	۷/۳
		فراوانی		درصد		
طبقات		موافق	۲۵۹	۶/۷۳		
		بینابین	۷۲	۵/۲۰		
		مخالف	۲۱	۶		

مطابق یافته‌ها، بالاترین ویژگی شیوه صحبت مبلغان از نظر پاسخ‌گویان، ساده و فهم‌پذیر بودن سخن آنان است. حدود ۸۶ درصد پاسخ‌گویان به استفاده مبلغان از زبان ساده و فهم‌پذیر اذعان کرده‌اند.



حدود ۸۵ درصد نیز بر مستدل و منطقی صحبت کردن مبلغان مدارس تأکید کرده- اند. بدیهی است سخنان مستدل و منطقی مبلغان، موجبات افزایش اعتماد و توجه دانش‌آموزان به صحبت‌های آنان را فراهم می‌آورد.

کمترین درصد ارزیابی پاسخ‌گویان از ویژگی‌های شیوه صحبت مبلغان، مربوط به گویه شماره ۲ است که ۷۶/۵ درصد به آن پاسخ موافق داده‌اند. به نظر می‌رسد علت مخالفت ۲۳/۵ درصد پاسخ‌گویان با این گویه و اظهار نظر نکردن درباره آن، ضعف مبلغان در انس با ادبیات فارسی و استفاده اندک از داستان‌های نغز و اشعار زیبای بزرگان فرهنگ و ادب فارسی است که توجه به این مقوله، بر کارآیی بیشتر تبلیغ در مدارس می‌افزاید.

در مجموع، حدود ۷۴ درصد از پاسخ‌گویان شیوه صحبت مبلغان را مناسب، و حدود ۶ درصد، آن را نامناسب ارزیابی کرده‌اند. حدود ۲۰ درصد نیز درباره شیوه صحبت مبلغان موضع بینابین دارند.

جدول شماره ۴: توزیع پاسخ‌گویان به تفکیک ارزیابی گویه‌های محتوای صحبت مبلغان مدارس

ردیف	گویه‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالقم	کاملاً مخالفم
۱	شناخت بیشتری به مسائل دینی پیدا کردم.	۵/۳۱	۳/۵۲	۸/۲	۵/۸	۸/۴
۲	انگیزه بیشتری برای انجام تکالیف دینی (مانند نماز و روزه) پیدا کردم.	۸/۲۹	۲/۴۵	۵/۴	۹/۱۳	۵/۶
۳	بعد از صحبت‌های آنها، در اخلاق و رفتارهایم بیشتر دقت می‌کنم.	۸/۲۹	۷/۴۵	۵/۶	۸/۱۲	۱/۵
		فراوانی		درصد		
		موافق	۲۵۱	۳/۷۱		
		بینابین	۷۶	۶/۲۱		
		مخالف	۲۵	۱/۷		

مطابق یافته‌ها، بیشترین نسبت پاسخ‌گویان (۸۴ درصد)، محتوای سخنان مبلغان مدارس را افزایش‌دهنده شناخت خود به مسائل دینی ارزیابی کرده‌اند. این درصد بالا نشان



از موفقیت مبلغان در ارتقای آگاهی‌های دینی دانش‌آموزان دارد. حدود ۷۵ درصد با گویه‌های شماره ۲ و ۳ موافق یا کاملاً موافق بوده‌اند، و این امر نشان‌دهنده اثربخشی سخنان مبلغان مدارس در افزایش انگیزه و تقویت پای‌بندی دانش‌آموزان به رفتارهای دینی است.

در مجموع، یافته‌های این جدول نشان می‌دهد، حدود ۷۱ درصد از پاسخ‌گویان محتوای صحبت مبلغان را مناسب، و حدود ۷ درصد، آن را نامناسب می‌دانند. حدود ۲۲ درصد نیز محتوای صحبت مبلغان را بینابین ارزیابی کرده‌اند.

تحلیل تطبیقی میانگین متغیرهای تحقیق

در این قسمت، مهم‌ترین یافته‌های تحلیلی تحقیق از دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلغان مدارس و ابعاد متغیر وابسته - نگرش دانش‌آموزان به روحانیان - به تفکیک متغیرهای زمینه‌ای پاسخ‌گویان - جنس، رشته تحصیلی، سال تحصیلی، موفقیت تحصیلی عرضه می‌شود.

۱. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان دختر از دانش دینی مبلغان ۱۶/۸، از وضعیت ظاهری مبلغان ۱۶/۹، از شیوه صحبت مبلغان ۱۷/۶ و از محتوای صحبت مبلغان ۱۶/۱ است. این میزان ارزیابی در پسران به ترتیب ۱۶، ۱۵/۱، ۱۴/۶ و ۱۴/۸ است. بنابراین پاسخ‌گویان دختر ارزیابی مثبت‌تری از این ابعاد داشته‌اند.

برای دستیابی به معناداری تفاوت ارزیابی دانش‌آموزان از ابعاد یادشده بر حسب جنسیت، از آزمون T استفاده شده است که نتایج حاصل از این آزمون بیان می‌گردد.

جدول شماره ۵: ستاده‌های آزمون T برای ارزیابی پاسخ‌گویان از دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلغان بر حسب جنس، دسترسی به اینترنت و ماهواره در منزل

ویژگی زمینه‌ای		دانش دینی		وضعیت ظاهری		شیوه صحبت		محتوای صحبت	
مقدار آزمون T	سطح معناداری	مقدار آزمون T	سطح معناداری	مقدار آزمون T	سطح معناداری	مقدار آزمون T	سطح معناداری	مقدار آزمون T	سطح معناداری
۲/۹	۰/۰۰	۴/۵	۰/۰۰	۷/۹	۰/۰۰	۳/۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰



- مطابق یافته‌های جدول شماره ۵، فرضیه‌های زیر تأیید می‌شوند:
- «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش دینی مبلغان مدارس بر حسب جنسیت دانش‌آموزان وجود دارد».
 - «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از وضعیت ظاهری مبلغان مدارس بر حسب جنسیت وجود دارد».
 - «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از شیوه صحبت مبلغان مدارس بر حسب جنسیت وجود دارد».
 - «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از محتوای صحبت مبلغان مدارس بر حسب جنسیت وجود دارد».
۲. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان سال اول تحصیلی از دانش دینی ۱۷، سال دوم تحصیلی ۱۶/۹، سال سوم تحصیلی ۱۵/۴، سال چهارم تحصیلی ۱۵/۸ است. بنابراین دانش‌آموزان سال اول ارزیابی مثبت‌تری از دانش دینی مبلغان مدارس داشته‌اند.
۳. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان سال اول تحصیلی از وضعیت ظاهری ۱۶/۷، سال دوم تحصیلی ۱۶/۸، سال سوم تحصیلی ۱۴/۵، سال چهارم تحصیلی ۱۴ است. بنابراین دانش‌آموزان سال دوم ارزیابی مثبت‌تری از وضعیت ظاهری مبلغان مدارس داشته‌اند.
۴. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان سال اول تحصیلی از شیوه صحبت ۱۷/۲، سال دوم تحصیلی ۱۷، سال سوم تحصیلی ۱۴/۲، سال چهارم تحصیلی ۱۵/۴ است. بنابراین دانش‌آموزان سال اول ارزیابی مثبت‌تری از شیوه صحبت مبلغان مدارس داشته‌اند.
۵. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان سال اول تحصیلی از محتوای صحبت ۱۶/۶، سال دوم تحصیلی ۱۵/۸، سال سوم تحصیلی ۱۴/۵، سال چهارم تحصیلی ۱۳/۶ است. بنابراین دانش‌آموزان سال اول ارزیابی مثبت‌تری از محتوای صحبت مبلغان مدارس داشته‌اند.
۶. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان رشته علوم انسانی از دانش دینی مبلغان ۱۶/۳، رشته ریاضی ۱۵/۲، علوم تجربی ۱۶ است. بنابراین دانش‌آموزان رشته انسانی ارزیابی مثبت‌تری از دانش دینی مبلغان مدارس داشته‌اند.



۷. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان رشته علوم انسانی از وضعیت ظاهری مبلغان ۱۶/۲، رشته ریاضی ۱۷/۱، علوم تجربی ۱۴/۷ است. بنابراین دانش‌آموزان رشته ریاضی ارزیابی مثبت‌تری از وضعیت ظاهری مبلغان مدارس داشته‌اند.

۸. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان رشته علوم انسانی از شیوه صحبت مبلغان ۱۵/۸، رشته ریاضی ۱۶/۸، و علوم تجربی ۱۵/۳ است. بنابراین دانش‌آموزان رشته ریاضی ارزیابی مثبت‌تری از شیوه صحبت مبلغان مدارس داشته‌اند.

۹. در مجموع میانگین نمره ارزیابی پاسخ‌گویان رشته علوم انسانی از محتوای صحبت مبلغان ۱۵/۴، رشته ریاضی ۱۵/۵، و علوم تجربی ۱۴ است. بنابراین دانش‌آموزان رشته ریاضی ارزیابی مثبت‌تری از محتوای صحبت مبلغان مدارس داشته‌اند.

برای دستیابی به تفاوت ارزیابی دانش‌دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلغان مدارس بر اساس سال تحصیلی و رشته تحصیلی پاسخ‌گویان، از آزمون F استفاده شده است که نتایج حاصل از این آزمون بیان می‌گردد.

جدول شماره ۶: ستاده‌های آزمون F برای ارزیابی پاسخ‌گویان از دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلغان بر حسب سال تحصیلی و رشته تحصیلی

ویژگی‌های زمینه‌ای		دانش دینی		وضعیت ظاهری		شیوه صحبت		محتوای صحبت	
مقدار آزمون	سطح معناداری	مقدار آزمون	سطح معناداری	مقدار آزمون	سطح معناداری	مقدار آزمون	سطح معناداری	مقدار آزمون	سطح معناداری
۸/۹	۰/۰۰	۸/۵۱	۰/۰۰	۱۵/۷	۰/۰۰	۱۵/۷	۰/۰۰	۹/۷۳	۰/۰۰
۰/۹۸	۰/۳۷	۴/۶۹	۰/۰۱	۰/۸۰	۰/۴۵	۰/۸۰	۰/۴۵	۳/۷۰	۰/۰۲

مطابق یافته‌های جدول شماره ۶، سطح معناداری ارزیابی پاسخ‌گویان از دانش دینی و شیوه صحبت مبلغان بر حسب رشته تحصیلی بالاتر از ۰/۰۵ است. لذا می‌توان گفت تفاوت معناداری بین میانگین ارزیابی پاسخ‌گویان از دانش دینی و شیوه



صحبت مبلغان، بر حسب رشته تحصیلی پاسخ‌گویان وجود ندارد؛ اما فرضیه‌های زیر تأیید می‌شوند:

- «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از دانش دینی مبلغان مدارس بر حسب سال تحصیلی وجود دارد».
- «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از وضعیت ظاهری مبلغان مدارس بر حسب سال تحصیلی وجود دارد».
- «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از شیوه صحبت مبلغان مدارس بر حسب سال تحصیلی وجود دارد».
- «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از محتوای صحبت مبلغان مدارس بر حسب سال تحصیلی وجود دارد».
- «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از وضعیت ظاهری مبلغان مدارس بر حسب رشته تحصیلی وجود دارد».
- «تفاوت معناداری بین ارزیابی دانش‌آموزان از محتوای صحبت مبلغان مدارس بر حسب رشته تحصیلی وجود دارد».

آزمون فرضیات اصلی

در یک تقسیم‌بندی، فرضیات اصلی تحقیق به دو دسته تقسیم می‌شوند:

- الف) فرضیه مربوط به بررسی نگرش دانش‌آموزان به روحانیان قبل و بعد از حضور مبلغان
- ب) فرضیه مربوط به رابطه دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلغان مدارس و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان

۴-۵-۱. آزمون فرضیه مربوط به نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، قبل و بعد از حضور مبلغان مدارس

از آنجا که فرضیات اول شامل یک متغیر مستقل دو شقی اسمی (قبل و بعد از حضور مبلغان) و یک متغیر وابسته فاصله‌ای (نگرش دانش‌آموزان به روحانیان) می‌باشد، مناسب‌ترین آمار برای آزمون فرضیات مذکور، آزمون پارامتری «تی استودنت» (T-TEST) است.



جدول شماره ۷: ستاده‌های آزمون T برای ابعاد نگرش دانش آموزان به روحانیان؛ قبل و بعد از حضور مبتغان مدارس

Sig	همبستگی	سطح معناداری	مقدار آزمون t	انحراف معیار تفاضل	میانگین	تفاضل میانگین	انحراف معیار	میانگین (از بیست)	ابعاد نگرش
۰۰۰/۰	۶۲/۰	۰۰۰/۰	۵۶/۱۴-	۲۸/۴	۳۲/۳	۹/۴	۹/۱۰	قبل حضور نگرش دانش-مبتغان	
						۵	۲/۱۴	بعد حضور نگرش-مبتغان	
۰۰۰/۰	۷۵/۰	۰۰۰/۰	۹۳/۱۵-	۲۱/۵	۴۳/۴	۶/۴	۷/۷	بعد رفتاری قبل حضور نگرش دانش-مبتغان	
						۱۱/۵	۷/۱۰	بعد حضور نگرش-مبتغان	
۰۰۰/۰	۶۴/۰	۰۰۰/۰	۹۶/۱۴-	۰۴/۵	۰۲/۴	۵	۱۲	بعد شناختی قبل حضور نگرش دانش-مبتغان	
						۵/۴	۲/۱۵	بعد حضور نگرش-مبتغان	

مطابق یافته‌های جدول شماره ۵، با توجه به میزان سطح معناداری، فرضیه ذیل تأیید می‌شود:

«تفاوت معناداری بین نگرش دانش آموزان به روحانیان، قبل و بعد از حضور مبتغان وجود دارد».

افزون بر کلان فرضیه نخست، سه فرضیه جزئی ذیل آن نیز تأیید می‌شود. این فرضیات عبارت‌اند از:



۱. بُعد احساسی نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، در قبل و بعد از حضور مبلغان مدارس، متفاوت است. بُعد احساسی نگرش، به میزان ۳/۳ نمره، بعد از حضور مبلغان، بیشتر از قبل از حضور آنهاست.
 ۲. بُعد شناختی نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، قبل و بعد از حضور مبلغان متفاوت است. بُعد شناختی نگرش به میزان ۳/۲ نمره، بعد از حضور مبلغان بیشتر از قبل از حضور آنهاست.
 ۳. بُعد رفتاری نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، قبل و بعد از حضور مبلغان متفاوت است. بُعد رفتاری نگرش به میزان ۳ نمره، بعد از حضور مبلغان بیشتر از قبل از حضور آنهاست.
- بنابراین بُعد احساسی نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، بیشترین تغییر را بعد از حضور مبلغان داشته است.
- در مجموع میانگین نگرش دانش‌آموزان به روحانیان قبل از حضور مبلغان ۱۰/۲ و بعد از حضور آنها ۱۳/۴ است. لذا حضور مبلغان توانسته ۳/۲ نمره میانگین نگرش دانش‌آموزان را تغییر مثبت دهد.
- ۴-۲. آزمون فرضیات مربوط به بررسی رابطه دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلغان و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان
- از آنجا که متغیرهای ویژگی‌های اخلاقی مبلغان و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، مقیاس‌های ترکیبی متشکل از متغیرهای گوناگون بوده و داری سطح سنجش فاصله-ای هستند، برای ارزیابی رابطه آنها، از تحلیل رگرسیون دو متغیره استفاده شده است. «تحلیل رگرسیون، روش تحلیل نیرومندی است که در مورد انواع موضوعات تحقیقی قابل استفاده است و از آن می‌توان برای تحلیل متغیرهای پیوسته و مقوله‌ای در پژوهش‌های آزمایشی و غیرآزمایشی بهره جست» (فرد کرلینجر و الازار، جی پدهازور، ۱۳۶۶، ص ۹).
- برای تحلیل رابطه دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلغان مدارس و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، ابعاد یادشده در هریک از ابعاد سه‌گانه احساسی، شناختی و رفتاری نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، جداگانه بررسی می‌شود:



جدول شماره ۸: تحلیل رگرسیون چندگانه برای متغیرهای دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبتغان مدارس و ابعاد نگرش دانش آموزان به روحانیان

متغیرهای	بُعد	احساسی	نگرش	بُعد	شناختی	نگرش	بُعد	رفتاری	نگرش
تحقیق	ضریب رگرسیون	سطح معناداری	ضریب تعیین	ضریب رگرسیون	سطح معناداری	ضریب تعیین	ضریب رگرسیون	سطح معناداری	ضریب تعیین
دانش دینی مبتغان	۰۵/۰	۳۵/۰		۲۲/۰	۰۰/۰		۰۶/۰	۳۶/۰	
شیوه صحبت مبتغان	۱۷/۰	۰۰/۰	۴۵/۰	۱۵/۰	۰۱/۰	۴۴/۰	۱۹/۰	۰۱/۰	۲۱/۰
محتوای صحبت مبتغان	۱۲/۰	۰۱/۰		۰۱/۰	۸۸/۰		۰۸/۰	۱۴/۰	
وضعیت ظاهری مبتغان	۱۳/۰	۰۲/۰		۰۸/۰	۱۸/۰		۰۰/۰	۱۰/۰	

بر اساس یافته‌های مندرج در جدول شماره ۸، با توجه به اینکه سطح معناداری متغیر دانش دینی مبتغان در بُعد شناختی نگرش، شیوه صحبت مبتغان در هر سه بُعد، محتوای صحبت در بُعد احساسی نگرش و وضعیت ظاهری مبتغان در بُعد احساسی نگرش کمتر از ۰/۰۵ است، لذا فرضیه‌های ذیل تأیید می‌شود:

- «بین دانش دینی مبتغان و بُعد شناختی نگرش دانش آموزان به روحانیان، رابطه مثبت وجود دارد».

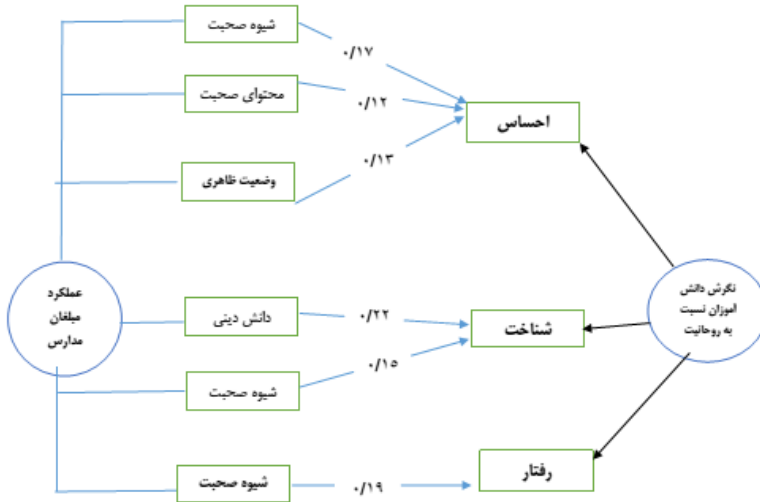
- «بین شیوه صحبت مبتغان و ابعاد سه‌گانه نگرش دانش آموزان به روحانیان رابطه مثبت وجود دارد».

- «بین محتوای صحبت مبتغان و بُعد احساسی نگرش دانش آموزان به روحانیان رابطه مثبت وجود دارد».

- «بین وضعیت ظاهری مبتغان و بُعد احساسی نگرش دانش آموزان به روحانیان رابطه مثبت وجود دارد».



در پایان، مدل پژوهش با توجه به میزان تأثیرگذاری دانش دینی، وضعیت ظاهری، شیوه و محتوای صحبت مبلّغان بر نحوه نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، بیان می‌گردد.



شکل ۳: بررسی مدل پژوهش

نتیجه‌گیری

در این پژوهش سعی شده است با توجه به ابعاد قابل ارزیابی عملکرد مبلّغان، رابطه حضور آنها در مدارس و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان بررسی شود. نتایج نشان داد بین عملکرد مبلّغان و نگرش دانش‌آموزان به روحانیان رابطه معناداری وجود دارد. توجه به این نکته لازم است که در فضایی که صدها عامل برای تخریب وجهه روحانیت تلاش می‌کنند، این میزان تأثیرگذاری حضور مبلّغان در مدارس و تغییر مثبت در نگرش دانش‌آموزان به روحانیان، در خور دقت، و زمینه‌ای برای نگاه عمیق‌تر به مسئله حضور مبلّغان در مدارس است. بنابراین نقش و جایگاه حضور مؤثر روحانیان در بین اقشار مختلف جامعه، به‌ویژه دانش‌آموزان، کاملاً واضح است.

دانش دینی مبلّغان در ارزیابی‌های دانش‌آموزان، تا حد زیادی مورد قبول پاسخ‌گویان بوده است؛ اما توجه به این نکته لازم است که شیوه پاسخ‌گویی به سؤالات دانش‌آموزان بیش از گذشته باید مورد توجه واقع شود و متناسب با فهم مخاطبان، پاسخ-



های منطقی و مستدل داده شود.

مبلغان توانسته‌اند تا حد قابل قبولی از شیوه‌های جذاب، منطقی و قابل فهم برای انتقال پیام خود به مخاطبان استفاده کنند و با توجه به تأثیر شیوه صحبت مبلغان بر نگرش دانش آموزان، افزایش مهارت‌های مبلغان بر نتیجه عملکرد آنها تأثیر مثبت خواهد گذاشت.

مبلغان مدارس با در نظر گرفتن این نکته که هدف از حضور آنها در مدارس، تنها افزایش اطلاعات دینی دانش آموزان نیست، توانسته‌اند تا حد قابل قبولی بر انگیزه‌ها و رفتارهای دینی دانش آموزان تأثیر مثبت بگذارند.

مبلغان توانسته‌اند میزان شناخت دانش آموزان از روحانیان را افزایش دهند، اما به نظر می‌رسد ارتباط مستمر روحانیان با دانش آموزان، عامل اصلی برای افزایش این شناخت است. لذا طرح استمرار حضور روحانی در مدارس باید جدی گرفته شود. تغییر رفتار از بخش‌های مهم تغییر نگرش است که به راحتی ایجاد نمی‌شود و متأثر از عوامل زیادی است. با این حال حضور مبلغان در مدارس توانسته است تا حد زیادی بر رفتار مثبت دانش آموزان با روحانیان تأثیر بگذارد.



منابع

- تن، الکسیس، ۱۳۸۸، نظریه‌ها و پژوهش‌های ارتباط جمعی، ترجمه نعیم بدیعی، چاپ اول، تهران: انتشارات همشهری.
- دواس، دی. ای، ۱۳۸۴، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، چاپ ششم، تهران: نشر نی.
- حکیم‌آرا، محمدعلی، ۱۳۸۴، ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ (از دید روان‌شناسی اجتماعی)، چاپ اول، تهران: سمت.
- کرلینجر، فرد و الازار، جی پدهاوزر، ۱۳۶۶، رگرسیون چندمتغیری در پژوهش‌های رفتاری، ترجمه حسن سرایی، چاپ دوم، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- کرم‌الهی، نعمت‌الله، ۱۳۹۰، اینترنت و دین‌داری، چاپ اول، قم: مؤسسه بوستان کتاب.
- کلینی، ۱۳۶۵، کافی، جلد دوم، چاپ سوم، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- کیا، علی اصغر و رحمان سعیدی، ۱۳۸۳، مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع، چاپ دوم، تهران: مؤسسه انتشارات روزنامه ایران.
- متولی، کاظم، ۱۳۸۴، افکار عمومی و شیوه‌های اقناع، چاپ اول، تهران: انتشارات بهجت.