

بررسی رابطه راهبردهای تنظیم هیجان با پنج عامل بزرگ شخصیت

بتول مهرداد صدرا^۱، راضیه خسروآد^{۲*}

۱. کارشناسی ارشد روانشناسی - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نیشابور، نیشابور، ایران
۲. * نویسنده مسئول، استادیار گروه آموزش بهداشت، مرکز مطالعات و توسعه علوم پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی سبزوار، سبزوار، ایران

ahrarish941@mums.ac.ir

(تاریخ دریافت: ۹۶/۰۳/۳۱ تاریخ پذیرش نهایی: ۹۶/۰۴/۱۲)

زمینه و هدف: ایجاد زمینه مناسب برای رشد و شکوفایی دانشجویان باتوانمندی های مختلف یکی از دستاوردهای بسته آموزش پاسخگو از طرح تحول آموزش است با توجه به این که مدیریت هیجان از نیازهای اصلی دانشجویان، و توانمندسازی آنها در این زمینه لازم است لذا در مطالعه ی حاضر، به بررسی رابطه راهبردهای تنظیم هیجانی با عوامل شخصیت بر اساس مدل پنج عامل بزرگ شخصیت پرداخته شد.

مواد و روش ها: در این پژوهش غیر آزمایشی از طرح همبستگی استفاده شده است. تعداد ۳۷۰ آزمودنی از دانشگاه حکیم سبزواری که بر اساس روش نمونه گیری چند مرحله ای انتخاب شدند پرسشنامه های تنظیم هیجانی و فرم کوتاه نئو را تکمیل کردند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون t و آزمون تحلیل واریانس یک راهه استفاده شد.

یافته ها: نتایج حاصل از تجزیه تحلیل آماری نشان داد سرکوب با روان رنجورخویی رابطه ی مثبت معنادار و با برون گرایی رابطه ی منفی معنادار دارد. همچنین بازاریابی با برون گرایی و وجدان رابطه ی مثبت معنادار و با روان رنجورخویی رابطه ی منفی معنادار دارد. رابطه ی معناداری میان دو راهبرد بازاریابی و سرکوب وجود نداشت که نشان می دهد این دو راهبرد به طور مستقل از هم مورد استفاده قرار می گیرند. نتایج حاصل از آزمون t نیز میان زنان و مردان تفاوت معناداری در استفاده از راهبردهای تنظیم هیجانی نشان داد. نتیجه آزمون تحلیل واریانس نیز بیانگر تفاوت در استفاده از راهبردهای تنظیم هیجانی در گروههای مختلف تحصیلی بود.

نتیجه گیری: افراد با ویژگی های متفاوت شخصیتی، از راهبردهای متفاوتی در تنظیم هیجان استفاده می کنند.

کلید واژه ها: راهبردهای تنظیم هیجانی، بازاریابی، سرکوب، عوامل شخصیت

مقدمه

هیجان ها در افراد متفاوت به صورت متفاوتی برانگیخته می شوند که این مساله به نحوه ی تنظیم هیجان ها توسط آن ها بر می گردد. تنظیم هیجانی اشاره دارد به تلاش های شخص برای تاثیرگذاری بر احساساتی که دارد، اینکه چه زمانی آن ها را دارد و این هیجان ها چگونه تجربه و ابراز می شوند. راهبردهای تنظیم هیجانی باید بر اساس اینکه چه زمانی تاثیر اصلی شان را در فرایند تولید هیجان

می گذارند متمایز شوند (۱). در مدلی که گراس برای تنظیم هیجانی ارائه می دهد بین راهبردهای تنظیم هیجانی پیشایند-متمركز و پاسخ-متمركز تفاوت می گذارد. راهبردهای پیشایند-متمركز به راهبردهایی اشاره دارد که پیش از آنکه گرایشات هیجانی به طور کامل فعال شوند و رفتار فرد و یا پاسخ فیزیولوژیکی جانبی او را تغییر دهند، اجرا می شوند. هدف چنین راهبردهایی تغییر پاسخ های آینده است. در عوض

هستند و بیشتر مایلند که در احساساتشان بمانند و آن‌ها را از دیگران پنهان کنند. با این حال در رابطه با تجربه‌ی هیجان، آن‌ها با درون‌گراها تنها در رابطه با تجربه هیجانی مثبت تفاوت داشتند (۱۳، ۱۴). همچنین نتایج مطالعه‌ی دیگری نشان می‌دهد که روان‌رنجورخویی با سرکوب بیشتر رابطه مثبت دارد (۱۵).

میان ابعاد برون‌گرایی، گشودگی به تجربه و وجدان مندی و مردم‌آمیزی با بازاریابی رابطه‌ی مثبت معنی‌دار وجود دارد (۳، ۱۶، ۱۷). در مطالعات دیگری نشان داده شده است که بعد مردم‌آمیزی پنج عامل بزرگ ممکن است یک شاخص از بازاریابی فراهم کند، که اشخاص بالا (در مقابل پایین) در مردم‌آمیزی به نظر می‌رسد که به صورت خودکار افکار منفی را خنثی می‌کنند زیرا در غیراینصورت هماهنگی بین فردی کاهش می‌یابد (۱۸، ۱۹).

مطالعه‌ی حاضر قصد دارد به مطالعه‌ی رابطه‌ی بین تفاوت‌های فردی و شخصیتی در قالب ۵ عامل بزرگ شخصیت و تفاوت‌های فردی در استفاده از راهبردهای تنظیم هیجانی بازاریابی و سرکوب در دانشجویان ایران بپردازد. انتظار می‌رود میان راهبرد سازگارانه‌ی بازاریابی و بعد مثبت علائم شخصیت رابطه وجود داشته باشد در حالی که میان راهبرد ناسازگارانه‌ی سرکوب و بعد منفی شخصیت رابطه وجود داشته باشد به طور خاص بین بازاریابی و سرکوب با برون‌گرایی و روان‌رنجورخویی، همانطور که در مطالعات قبلی در نمونه‌ی خارجی نیز این امر نشان داده شده است.

مواد و روش‌ها

روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است که به مطالعه‌ی رابطه بین تفاوت‌های شخصیتی و راهبردهای تنظیم هیجانی مورد استفاده می‌پردازد.

نمونه و روش نمونه‌گیری:

جامعه مورد مطالعه کلیه دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری بودند که از بین آنها تعداد ۲۵۳ دانشجو به شیوه‌ی نمونه‌گیری چند مرحله‌ای انتخاب شدند. نمونه پژوهش حاضر شامل ۱۲۹ نفر مرد (۵۱٪) و ۱۲۴ نفر زن (۴۹٪) با میانگین سنی ۲۴.۷۲ سال بودند. ۲۰۰ نفر (۷۹٪) مجرد و ۵۳ نفر متأهل (۲۰٪) بودند، ۱۱۵

راهبردهای پاسخ-متمرکز به کارهایی گفته می‌شود که فرد برای تغییر هیجانی که در حال حاضر در جریان است انجام می‌دهد، این راهبردها بعد از اینکه هیجان تولید شد مد نظر قرار می‌گیرند. تمرکز چنین راهبردهایی مدیریت هیجان موجود است (۲). تمرکز مطالعه‌ی حاضر بروی دو راهبرد اصلی در هر دو وضعیت پیشایند-متمرکز و پاسخ-متمرکز است. این دو راهبرد بازاریابی و سرکوب هستند. بازاریابی شکلی از تغییر شناختی است، شامل تغییر دادن نوع نگاه به یک موقعیت فراخواننده‌ی هیجان طوری که موجب تغییر تاثیرات هیجانی آن شود. سرکوب به تلاش‌هایی برای کاهش بروز رفتاری هیجان جاری اشاره دارد (۳). تا امروز مطالعات بازاریابی بر کاهش هیجان منفی تمرکز داشته است. این مطالعات نشان داده‌اند که بازاریابی منجر به کاهش در تجربه و ابراز هیجان منفی می‌شود (۴، ۵). همانطور که انتظار می‌رود سرکوب، رفتار قابل مشاهده را کاهش می‌دهد اما به طور جالب توجهی سرکوب نه تنها تجربه‌ی هیجان منفی را تغییر نمی‌دهد بلکه فعالیت سیستم قلبی-عروقی را هم افزایش می‌دهد (۵، ۶، ۷، ۸).

از دیدگاه مدل فرآیند تنظیم هیجانی، بسیاری از ویژگی‌های آسیب‌شناسی روانی ممکن است به صورت درگیری در مشکلات راهبردهای تنظیم هیجانی تفسیر شود. اگرچه هرکدام از این راهبردها می‌توانند در موقعیت‌های مطمئن سازگارانه باشند، اشخاص با اختلالات ذهنی اغلب دچار یک انعطاف ناپذیری هستند که موجب بقاء نشانه‌ها و مختل کردن کارکرد می‌شود (۹). تفاوت‌های فردی با ثبات در استفاده از راهبردهای تنظیم هیجانی خاص مانند بازاریابی و سرکوب ما را به سمت تفاوت‌های شخصیتی و ارتباط آن با تفاوت در استفاده از راهبردها رهنمون می‌کند.

الگوی پنج‌عاملی شخصیت توجه‌فزاینده‌ای را به عنوان یک مدل جامع شخصیتی در زمینه‌های پژوهشی مختلف به خود جلب کرده است (۱۰). این مدل شامل ابعاد روان‌رنجورخویی (N)، برون‌گرایی (E)، گشودگی به تجربه (O)، مردم‌آمیزی (A) و وجدان (C) است که هر کدام شامل ۶ رویه است (۱۱). از دیدگاه پنج‌عاملی، برون‌گراها تمایل دارند که هر دو هیجان مثبت و منفی را آزادانه ابراز کنند (۱۲، ۱۳) در عوض، درون‌گراها خیلی بیشتر منزوی

عبارت از ۰/۷۶، ۰/۶۳، ۰/۳۱، ۰/۴۸، ۰/۸۱ بودند. فرم بلند این پرسشنامه نیز توسط گروسی (۲۴) بر روی نمونه‌ی ایرانی هنجاریابی شده است. در پژوهش حاضر پایایی مولفه‌های نامبرده و کل آزمون با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب عبارتند از: ۰/۷۹، ۰/۷۳، ۰/۶۵، ۰/۵۹، ۰/۸۳ و ۰/۷۸

۲- پرسشنامه تنظیم هیجانی (ERQ):

این پرسشنامه ی ۱۰ آیتمی توسط گراس و جان (۳) برای اندازه‌گیری تفاوت‌های فردی در دو استراتژی تنظیم هیجانی شامل بازآرزیابی شناختی و سرکوب، ساخته شده است. آیتم‌ها روی یک مقیاس لیکرت ۷ درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالف) تا ۷ (کاملاً موافق) اندازه‌گیری می‌شوند. این پرسشنامه پایایی بسیار خوبی را نشان می‌دهد، آلفای کرونباخی که توسط گراس و جان (۳) برای آن اندازه‌گیری شد برای هر کدام از عوامل بازآرزیابی و سرکوب به ترتیب عبارت از ۰/۷۹ و ۰/۷۴ بودند.

نسخه‌ی فارسی پرسشنامه تنظیم هیجانی توسط قاسم پور، ایل بیگی و حسن زاده (۲۵) هنجاریابی شد که نتایج در مطالعه‌ی آن‌ها بیانگر اعتبار مطلوب و همگنی پرسشنامه و خرده‌مقیاس‌های آن بود. ضرایب آلفای کرونباخ برای دو عامل بازآرزیابی و سرکوب به ترتیب عبارت از ۰/۷۸ و ۰/۶۰ بودند. در مطالعه‌ی حاضر نیز آلفای کرونباخ برای بازآرزیابی ۰/۷۵ و برای سرکوب ۰/۶۴ بدست آمد.

شیوه تحلیل داده‌ها

برای بررسی رابطه‌ی بین عوامل شخصیت و راهبردهای تنظیم هیجانی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. جهت تعیین وجود یا عدم وجود تفاوت معنادار در استفاده از راهبردهای تنظیم هیجانی با توجه به جنسیت از آزمون t و با توجه به گروه‌های مختلف تحصیلی از تحلیل واریانس یک راه (ANOVA) استفاده گردید.

یافته‌ها

در جدول شماره ۱ معیارهای پراکندگی سنی ارائه شده است.

نفر دانشجوی کارشناسی (۴۵/۵٪)، ۱۱۲ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد (۴۴/۳٪) و ۲۶ نفر دانشجوی دکتری (۱۰/۳٪) بودند. در کل نمونه ۸۲ نفر دانشجویان رشته‌های علوم انسانی (۳۲٪)، ۱۱۵ نفر دانشجویان علوم مهندسی و ریاضی (۴۵٪)، و ۵۶ نفر دانشجویان گروه علوم تجربی (۲۲٪) بودند.

ابزار پژوهش:

۱- پرسشنامه شخصیتی نئو (NEO-FFI):

تعدادی ابزار برای سنجش پنج عامل بزرگ شخصیت (روان رنجورخویی، برونگرایی، گشودگی به تجربه، وجدان، مردم‌آمیزی) وجود دارند که استانداردترین آن‌ها پرسشنامه تجدید نظر شده شخصیتی نئو (NEO PI-R) است (۲۰)، این پرسشنامه شامل ۲۴۰ گزاره است اما در بسیاری از موارد بالینی و تحقیقی استفاده از این فرم بلند مشکل می‌باشد و اطلاعات کلی در مورد شخصیت کافی است به همین دلیل فرم کوتاه NEO PI-R با نام پرسشنامه‌ی پنج عاملی نئو (NEO Five Factor Inventory) ساخته شد. NEO-FFI شامل ۶۰ آیتم است که هر ۱۲ آیتم یکی از ۵ عامل اشاره شده در بالا را می‌سنجد و هر آیتم روی یک مقیاس لیکرت ۱ تا ۵ اندازه‌گیری می‌شود. فرم کوتاه با فرم بلند همبستگی ۰/۶۸ دارد و پایایی درونی خوبی نشان داده است (۲۱). در تحقیقی که توسط اگان، دیری و آستین (۲۲) بروی ۱۰۲۵ آزمودنی انگلیسی انجام شد نیز آلفای کرونباخ برای هر کدام از عوامل روان رنجورخویی، برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، وجدان، مردم‌آمیزی به ترتیب عبارت بودند از ۰/۸۷، ۰/۷۴، ۰/۷۲، ۰/۷۴، ۰/۸۴ که مقادیر خوبی برای پایایی می‌باشند.

در مورد اعتبار این پرسشنامه در ایران مطالعات زیادی نشان از پایایی درونی خوبی برای خرده‌مقیاس‌های آن دارند از جمله در مطالعه‌ی که توسط نیلفروشان و همکاران (۲۳) بروی زوج‌های اصفهانی انجام شد نشان داد که NEO-FFI از پایایی و روایی قابل قبولی برخوردار است و آلفای کرونباخ عوامل روان رنجورخویی، برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، وجدان، مردم‌آمیزی به ترتیب

جدول ۱: معیارهای پراکندگی سنی

متغیر	تعداد	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
سن	۲۵۳	۱۸	۴۲	۲۴/۷۵۲	۴/۰۲

برون گرایی در سطح ۰/۰۱ همبستگی مثبت معناداری با ضریب همبستگی ۰/۱۹۶ دارد که نشان می‌دهد افراد برون گرا بیشتر از راهبرد تنظیم هیجانی بازاریابی شناختی در تنظیم هیجان‌هایشان سود می‌جویند، همچنین بازاریابی شناختی با روان رنجورخویی رابطه‌ی منفی معنادار با ضریب ۰-۰.۱۳۹ در سطح ۰.۰۵ دارد که نشان می‌دهد افرادی که نمرات بالاتری در روان رنجورخویی می‌گیرند کمتر از بازاریابی برای تنظیم هیجان‌هایشان استفاده می‌کنند. بازاریابی همچنین با وجدان در سطح ۰/۰۵ همبستگی معناداری با ضریب همبستگی ۰/۱۲۷ دارد که نشان می‌دهد افراد با وجدانمندی بالا و نظم و برنامه‌ریزی بالا بیشتر در تنظیم هیجان‌هایشان از بازاریابی استفاده می‌کنند. هیچ کدام از بازاریابی و سرکوب با بعد مردم آمیزی و گشودگی به تجربه همبستگی معناداری ندارند.

برای بدست آوردن رابطه‌ی همبستگی بین متغیرهای مطالعه از ضریب همبستگی پیرسون در نرم افزار SPSS به صورت دو دامنه و در آلفای سطح ۰/۰۵ استفاده شد. نتایج در جدول شماره ۲ نشان داده شده است. در جدول شماره ۲ ضرایب همبستگی بین راهبردهای تنظیم هیجانی و عوامل شخصیت نشان داده شده است. همانطور که مشخص است سرکوب با روان رنجورخویی همبستگی مثبت معناداری با ضریب همبستگی ۰/۱۴۶ در سطح ۰/۰۵ دارد به عبارتی افراد با نمره بالا در روان رنجور خویی بیشتر از راهبرد سرکوب در تنظیم هیجان‌هایشان استفاده می‌کنند، همچنین سرکوب با برون گرایی همبستگی منفی معنادار با ضریب همبستگی ۰-۰.۱۸۱ و در سطح ۰.۰۱ دارد که نشان دهنده‌ی این است که هرچه افراد برون گراتر باشند کمتر از سرکوب برای تنظیم هیجان‌هایشان استفاده می‌کنند. بازاریابی با

جدول ۲: ماتریس ضرایب همبستگی پیرسون میان راهبردهای تنظیم هیجانی و عوامل شخصیت

متغیرها	بازاریابی شناختی	سرکوب	روان رنجورخویی	برون گرایی	گشودگی به تجربه	مردم آمیزی	وجدانمندی
بازاریابی شناختی	۱						
سرکوب	۰.۳۳	۱					
روان رنجورخویی	*-۰.۱۳۹	*۰.۱۴۶	۱				
برون گرایی	*-۰.۱۹۶	*-۰.۱۸۱	*-۰.۵۶۱	۱			
گشودگی به تجربه	۰.۰۸۸	-۰.۰۴۵	*-۰.۱۷۵	۰.۱۰۴	۱		
مردم آمیزی	۰.۰۸۴	-۰.۰۵۸	*-۰.۳۵۲	*-۰.۳۹۷	*۰.۱۳۲	۱	
وجدانمندی	*۰.۱۲۷	-۰.۰۵۵	*-۰.۴۲۲	*-۰.۴۳۴	-۰.۰۰۹	*-۰.۲۷۷	۱

** همبستگی معنادار در سطح ۰/۰۱

* همبستگی معنادار در سطح ۰/۰۵

(۱۹،۱۸). در مطالعه‌ی حاضر اما رابطه‌ی معناداری میان بازاریابی و مردم‌آمیزی پیدا نشد. نتایج مطالعه نشان داد که هماهنگی با مطالعات دیگری در این زمینه (۱۷،۱۶،۳) اندازه‌های برون‌گرایی به صورت منفی با گرایش به سرکوب احساسات همبستگی معنادار دارد و با این نکته هماهنگ است که خصوصیات برون‌گرایی که شامل ابراز وجود، هیجان‌خواهی و هیجان مثبت است با ابراز هیجان بیشتر مشخص می‌شود (۱۰). با توجه به ضریب همبستگی بزرگتر بدست آمده میان برون‌گرایی با بازاریابی نسبت به برون‌گرایی با سرکوب می‌توان احتمال داد که تجربه‌ی بیشتر هیجان مثبت توسط برون‌گرایان به نسبت درون‌گرایان (۱۴،۱۳) ناشی از استفاده بیشتر از بازاریابی باشد که با احساسات و هیجانات مثبت و بهزیستی روانی مرتبط است (۳) تا استفاده‌ی کمتر از سرکوب به نسبت درون‌گرایان.

نتایج همچنین نشان داد که روان‌رنجورخویی با گرایش به بازاریابی هیجان همبستگی منفی دارد که این نتایج با نتایج مطالعات مشابه هماهنگ است (۱۷،۱۶،۳). افراد با نمرات بالا در روان‌رنجورخویی احساس ناتوانی در سازش با استرس‌های روزمره می‌کنند و در موقعیتهای فوق‌العاده‌ و استرس‌زا به طور اجباری به دیگران متوسل شده و یا ناامید و پریشان می‌شوند و قادر به کنترل خود در موقعیتهای مشکل‌نمی‌باشند (۱۰) در حالی که بازاریابان از بازترجمه‌ی موقعیت در شرایط استرس برای مقابله با آن استفاده می‌کنند و ظرفیت توسعه‌ی یافته‌ی خوبی برای بهبود خلق منفی دارند (۳) که این رابطه منفی میان این دو متغیر را تایید می‌کند.

در پژوهش حاضر علاوه بر وجود رابطه‌ی منفی میان روان‌رنجورخویی و بازاریابی، یک رابطه‌ی مثبت معنادار میان روان‌رنجورخویی و سرکوب بدست آمد که این هماهنگی با این مسئله است که افراد بالا در روان‌رنجورخویی بیشتر تلاش می‌کنند که از بروز احساساتشان جلوگیری کنند و آنها را از دیگران پنهان کنند و آن‌ها را سرکوب کنند (۱۵،۱۳) و بیانگر این است که سرکوب با ویژگی‌های کمتر مثبت شخصیت رابطه دارد (۲۶،۱۶). با توجه به نتایج ویژگی‌های شخصیتی افراد باعث می‌شود که به صورت ثابتی از راهبردهای مشخصی بیشتر از راهبردهای دیگر استفاده کنند که بروی زندگی آن‌ها

جهت مشخص کردن تفاوت جنسیتی در استفاده از بازاریابی و سرکوب از آزمون t استفاده شد. نتیجه‌ی آزمون t نشان دهنده‌ی تفاوت معنادار زنان و مردان در مقدار سرکوب بیانی است (میانگین زنان=۳/۳۱ و میانگین مردان=۳/۶۶، Sig=0/041) به این معنی که مردان بیشتر از زنان از راهبرد سرکوب برای تنظیم هیجان‌هایشان استفاده می‌کنند. نتیجه‌ی آزمون تحلیل واریانس یک راه (ANOVA) میان رشته‌های مختلف در استفاده از راهبرد سرکوب بیانی تفاوت معنادار نشان داد (F(3,243)=3.88, Sig=0/015, p<0/05) بدین گونه که دانشجویانی که در رشته‌های زیر مجموعه‌ی علوم تجربی (مانند زیست مولکولی و میکروبیولوژی و...) تحصیل می‌کردند به طور معناداری بیشتر از دانشجویان رشته‌های علوم مهندسی و ریاضی (مانند ریاضی و فیزیک و...) و دانشجویان رشته‌های علوم انسانی (مانند روانشناسی و فلسفه و...) از سرکوب برای تنظیم هیجان‌هایشان استفاده می‌کردند. آزمون توکی نشان از تفاوت معنادار میان میانگین علوم تجربی با علوم مهندسی و ریاضی و انسانی داشت در حالی که علوم مهندسی و ریاضی و علوم انسانی تفاوت معناداری در استفاده از این راهبرد نداشتند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر مطالعه‌ی رابطه‌ی بین راهبردهای تنظیم هیجانی و عوامل شخصیت بود. همانطور که پیش‌بینی می‌شد و بر اساس فرض مطرح شده در ابتدا میان عوامل شخصیت و راهبردهای تنظیم هیجانی همبستگی معنادار وجود دارد. هماهنگی با یافته‌های دیگر در این زمینه (۱۷،۱۶،۳) میان ابعاد برون‌گرایی و وجدانمندی با بازاریابی رابطه‌ی مثبت معنی‌دار وجود دارد که این مساله همچنین با مطالعه‌ی دیگری که نشان می‌دهد سطوح بالاتر برون‌گرایی و وجدان با بازاریابی رابطه دارد (۱۵) هماهنگ است. این نتایج نشان می‌دهد که بازاریابی با ویژگی‌های سالم و سازگار شخصیتی همبستگی دارد (۱۶،۳). مطالعات حاکی از رابطه‌ی مثبت عامل مردم‌آمیزی با بازاریابی به دلیل عدم تمایل این افراد به کاهش هماهنگی بین فردی با دیگران است

تأثیرات ملموسی دارد. برای مثال افراد روان رنجور با استفاده ی با ثبات از یک راهبرد تنظیم هیجانی کژکار مانند سرکوب و عدم انعطاف پذیری موجب تجربه ی بیشتر عاطفه ی منفی (۳) و مشکل در انطباق با شرایط می شوند و از آن جا که تنظیم هیجان نقش پر رنگی در اکثر اختلالات روانشناختی دارد فرد به احتمال بیشتری به این اختلالات دچار خواهد شد. در حالی که افراد برون گرا که بیشتر از بازاریابی استفاده می کنند خیلی بیش تر احتمال دارد که با رخدادهای استرس زا با داشتن یک نگاه خوب به آن یا یک نگرش خوش بینانه و بازترجمه ی چیزی که آن را استرس زا یافته اند، کنار بیایند. به علاوه بازاریابی با تجربه ی بیشتر عاطفه ی مثبت و تجربه ی کمتر عاطفه ی منفی همراه است که نشان می دهد افرادی که از بازاریابی بیشتر استفاده می کنند در مقایسه با اشخاصی که به این راهبرد تنظیم هیجانی وابسته نیستند، خیلی بیشتر احتمال دارد که هیجان مثبت را تجربه کنند تا هیجان منفی را (۱۷)، در نتیجه بهتر هیجانانگشان را تنظیم می کنند و به احتمال کمتری به اختلالات روانشناختی دچار می شوند.

تفاوت جنسیتی نیز هماهنگ با یافته های مطالعات قبلی میان زنان و مردان در سرکوب وجود داشت که در آن مردان بیشتر از زنان از سرکوب استفاده می کردند اما در استفاده از بازاریابی تفاوتی نداشتند (۳، ۱۶، ۱۷، ۲۶). در همین راستا در مطالعه ای که توسط آندروود، کویی، هرسمن (۳) انجام شد مادران گزارش کردند به پسرانشان کنترل هیجان بیشتری به نسبت دخترانشان آموزش داده اند و پسران گزارش کردند که از آن ها انتظار می رود به میزان بیشتری از دختران از ابراز هیجانانگشان جلوگیری کنند.

نتایج بدست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک راهه (ANOVA) میان گروه های مختلف تحصیلی در استفاده از راهبرد سرکوب بیانی تفاوت معنادار نشان داد ($F(3,243)=3.88, \text{Sig}=0/015, p<0/05$) بدین گونه که دانشجویانی که در رشته های زیر مجموعه ی علوم تجربی (مانند زیست مولکولی و میکروبیولوژی و...) تحصیل می کردند به طور معناداری بیشتر از دانشجویان رشته های علوم مهندسی و ریاضی (مانند ریاضی و فیزیک و...) و دانشجویان رشته های علوم انسانی (مانند روانشناسی و

فلسفه و...) از سرکوب برای تنظیم هیجان هایشان استفاده می کردند. با توجه به مطالعه ی لاوچ (۲۷) که جانبی سازی مغز دانشجویان با رشته های مختلف را بررسی کرد و گزارش کرد که در دانشجویان علوم انسانی ترجیح برای غلبه ی نیم کره راست وجود دارد در حالی که در دانشجویان علوم طبیعی ترجیح برای غلبه ی نیم کره چپ وجود دارد و همچنین محققانی که رابطه ی میان جانبی سازی با هیجان ها را بررسی کردند، گزارش کردند که جانبی سازی راست با تمایل به ابراز هیجان و جانبی سازی چپ با تمایل به بازداری هیجان رابطه دارند (۲۸) در نتیجه دانشجویان علوم طبیعی تمایل به بازداری هیجان و دانشجویان علوم انسانی تمایل به ابراز هیجان خواهند داشت که این با نتایج مطالعه ی حاضر مبنی بر سرکوب بیشتر هیجان در دانشجویان علوم تجربی به نسبت دانشجویان علوم انسانی هماهنگ است. شاید بتوان برای تبیین این مساله به این نکته اشاره کرد که ماهیت رشته های مختلف تحصیلی به لحاظ محتوی با هم تفاوت است بنابراین تحصیل در هر گروه خاص که رشته های مختلفی را شامل می شود می تواند بر نحوه پردازش اطلاعات تأثیر داشته باشد. از طرفی شرایط اجتماعی و حتی اقتصادی حاکم بر شغل بعدی که افراد از طریق تحصیل در هر رشته بعدا کسب خواهند کرد می تواند بر حالات شناختی و هیجانی فرد موثر باشد.

در مورد محدودیت های تحقیق باید اشاره شود که نمونه ی تحقیق شامل دانشجویان بود و با توجه به اینکه توزیع صفات احتمالا در گروه های بیمار متفاوت است باید در تعمیم نتایج به نمونه های بالینی محتاط بود. محدودیت دیگر این بود که همه ی ابزارهای اندازه گیری از نوع خودگزارشی بودند که ممکن است سوگیری معرفی خود توسط آزمودنی تعمیم نتایج را دشوار نماید، همچنین تحقیق از نوع همبستگی می باشد در نتیجه استنباط روابط علت و معلولی ممکن نیست. در نتیجه پیشنهاد می شود که نتایج نه تنها در جمعیت عمومی بلکه به دلیل تلویحات سبب شناسانه و درمانی که نتایج دارد در نمونه های شامل گروه های بستری و سرپایی نیز تکرار شود. جهت تایید ویژگی های اندازه گیری شده پیشنهاد می شود از افراد آشنای آزمودنی مانند همسران، والدین یا فرزندان بزرگسال جهت تکمیل خود توصیفی های

تعارض منافع

تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

آزمودنی‌ها خواسته شود تا پرسشنامه‌های مکملی را کامل نمایند همچنین جهت فهم بهتر روابط علت و معلولی پیشنهاد می‌شود از طرح‌های آزمایشی استفاده شود.

References

1. Gross JJ, John OP, Richards JM. Emotion Regulation in Everyday Life. In: Snyder DK, Simpson JA, Hughes JN. Emotion regulation in couples and families: pathways to dysfunction and health. Washington, DC, US: American Psychological Association; 2006. p. 13-35.
2. Gross JJ. Emotion and Emotion Regulation: Personality Processes and Individual Differences. In: John OP, Robins RW, Pervin LA. Handbook of Personality. New York London: The Guilford Press; 2008. P. 701-724.
3. Gross JJ, John OP. Individual differences in two emotion regulation processes: implications for affect, relationships, and well-being. *J Pers Soc Psychol.* 2003; 85(2): 348.
4. Dandoy AC, Goldstein AG. The use of cognitive appraisal to reduce stress reactions: A replication. *J Soc Behav Pers.* 1990; 5: 275-285.
5. Gross JJ. Antecedent- and response focused emotion regulation: Divergent consequences for experience, expression, and physiology. *J Pers Soc Psychol.* 1998; 74: 224-237.
6. Demaree HA, Schmeichel BJ, Robinson JL, Pu J, Everhart DE, Berntson GG. Up- and down- regulating facial disgust: Affective, vagal, sympathetic, and respiratory consequences. *Biol Psychol.* 2006; 71: 90-99.
7. Gross JJ, Levenson RW. Emotional suppression: Physiology, self-report, and expressive behavior. *J Pers Soc Psychol.* 1993; 64: 970-986.
8. Harris CR. Cardiovascular responses of embarrassment and effects of emotional suppression in a social setting. *J Pers Soc Psychol.* 2001; 81: 886-897.
9. Werner K, Gross JJ. Emotion Regulation and Psychopathology. In: Kring AM, Sloan DM. Emotion Regulation and Psychopathology: A TRANSDIAGNOSTIC APPROACH TO ETIOLOGY AND TREATMENT. New York London: THE GUILFORD PRESS; 2010. p. 13-37.
10. McCrae RR, Costa JrPT. A five-factor theory of personality. In: Pervin LA, John OP. Handbook of personality: Theory and research. New York, NY, US: Guilford Press; 1999. P. 139-153.
11. McCrae RR, Costa PT. Personality in adulthood: A five-factor theory perspective. New York, NY, US: Guilford Press; 2003.
12. Anderson C, John OP, Keltner D, Kring A. Who attains social status? Effects of personality and physical attractiveness in social groups. *J Pers Soc Psychol.* 2001; 81: 116-132.
13. Gross JJ, John OP. Mapping the domain of emotional expressivity: Multi method evidence for a hierarchical model. *J Pers Soc Psychol.* 1998; 74: 170-191.



14. Watson D, Clark LA. Extraversion and its positive emotional core. In: Hogan R, Johnson J, Briggs S. Handbook of personality psychology. New York: Academic Press; 1997. p. 767–793.
15. Gresham, D., & Gullone, E. (2012). Emotion regulation strategy use in children and adolescents: The explanatory roles of personality and attachment. *Personality and Individual Differences*, 52(5), 616-621.
16. Cabello R, Salguero JM, Fernández-Berrocal, P, Gross, JJ. A Spanish adaptation of the Emotion Regulation Questionnaire. *Eur J Psychol Assess.* 2013; 29(4): 234.
17. Balzarotti S, John OP, Gross JJ. An italian adaptation of the emotion regulation questionnaire. *Eur J Psychol Assess.* 2010; 26(1): 61-67.
18. Meier BP, Robinson MD, Wilkowski BM. Turning the other cheek: Agreeableness and the regulation of aggression-related primes. *Psychol Sci.* 2006; 17: 136–42.
19. Tobin RM, Graziano WG, Vanman EJ, Tassinary LG. Personality, emotional experience, and efforts to control emotions. *J Pers Soc Psychol.* 2000; 79: 656–669.
20. Costa JrPT, McCrae RR. Neo personality inventory–revised (neo-pi-r) and neo five-factor inventory (neo-ffi): professional manual. Odessa FL. Assessment. 1992.
21. McCrae RR, Costa JrPT. Rotation to maximize the construct validity of factors in the NEO Personality Inventory. *Multivariate Behav Res.* 1989; 24(1): 107-124.
22. Egan V, Deary I, Austin E. The NEO-FFI: Emerging British norms and an item-level analysis suggest N, A and C are more reliable than O and E. *Pers Individ Dif.* 2000; 29(5): 907-920.
23. Garusi MT, Ghazi-Tabatabayi M, Mehryar AH. [Karborde azmoone jadide shakhsiatie neo (NEO) va barresi tahlili vizhegiha va sakhtare ameli an dar beyne daneshjuyane daneshgahhaye Iran]. *J Humanit AL-ZAHRA UNIVERSITY.* 1380; 11(39): 173-198.
24. Nilforushan P, Ahmadi SA, Fatehizade M, Abedi MR, Ghasemi V. Studying the hierarchical structure of personality using the NEO-Five Factor Inventory. *Q J Psychol Stud.* 2012; 7 (4) :107-130.
25. Ghasempur A, El-Beigi R, Hasanzade Sh. [Khosusiate ravansanjie porseshnameye tanzime hayejanie Gross va John dar yek nemuneye irani]. [Majmue maghalate sheshomin seminare sarasari behdashte ravani daneshjuyan]. p. 722-724
26. John OP, Gross JJ. Healthy and unhealthy emotion regulation: Personality processes, individual differences, and life span development. *J Pers.* 2004; 72(6): 1301-1334.
27. Lavach JF. Cerebral hemisphericity, college major and occupational choices. *J Creat Behav.* 1991;25: 218–22.
28. Nestor PG, Safer MA. A multi-method investigation of individual differences in hemisphericity. *Cortex.* 1990; 26:409–21.

Investigating the Relationship between Emotion Regulation Strategies and Big Five Factors of Personality

*Batool Mehrad Sadr1, Razieh Khosrorad2**

1. MA in Psychology, Islamic Azad University (Neyshabur Branch), Neyshabur, Iran
2. Assistant Professor Department of Education Health, , Education Development Center (EDC), Sabzevar University Of Medical Sciences, Sabzevar, Iran

Corresponding Author: Razieh Khosrorad, 2. Assistant Professor Department of Education Health, , Education Development Center (EDC), Sabzevar University Of Medical Sciences, Sabzevar, Iran. (E-mail: KhosroradR1@medsab.ac.ir)

(Received: June 21, 2017 Accepted: July 3, 2017)

Background and Aims: Creating an appropriate setting for development and actualization of students with different Scientific, social and cultural abilities is one of the responsive education package's achievements in health reform plan. Whereas emotion regulation and management is one of the important needs of students and empowering them in this field is a necessity, this study investigates the relationship between emotion regulation strategies and personality factors in Big Five theory toward this goal.

Materials and Methods: 370 participants from Hakim Sabzevari University of Iran filled out the emotion regulation questionnaire (ERQ) and the NEO-FFI. This study is of a descriptive and correlational type. T-test and Pearson correlation coefficient and one way analyze Variance were employed to analyze the data.

Results: Statistical analysis of the results indicated a significant positive relationship between neuroticism and suppression and a negative significant relationship between neuroticism and extraversion. There was a positive significant relationship between reappraisal and extraversion, conscientious and a negative significant relationship between reappraisal and neuroticism. There was no significant relationship between reappraisal and suppression, which indicated that they were used independently. The result of T-test demonstrated a significant difference between men and women in use of suppression (mean = 3.31 for women and mean = 3.66 for men, Sig = 0.041). The results of one-way ANOVA revealed that there were significant differences between different majors in using suppression.

Conclusion: Individuals with different personality traits use different strategies to regulate their emotions.

Keywords: Emotion Regulation Strategies, Reappraisal, Suppression, Personality Factors