

اعتبار یابی پرسشنامه شخصیت فرهنگی بر اساس مدل شخصیت ونظریه نه گانه ایرانی در راستای پیش بینی بیماری های قلبی عروقی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۶ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۷

خلاصه

مقدمه: در این پژوهش به اعتبار یابی پرسشنامه شخصیت فرهنگی بر اساس مدل شخصیت ونظریه نه گانه ایرانی پرداخته شده است. مدل شخصیت انیاگرام (نه گانه) به معرفی نه سنخ اصلی شخصیتی می پردازد. ریشه در کهن الگویی شرقی دارد و در دوره معاصر نیز به صورت نظریه ای روانشناختی درباره شخصیت توسعه یافته و حوزه های علوم انسانی همچون حقوق، سیاست، هنر، مدیریت، بازاریابی و تجارت و اخلاق و معرف انسان شناسی را در بر گرفته است، همچنین به عنوان الگویی موثر در پیش بینی خطرات بیماری های قلبی- عروقی در مطالعه موردی- کنترلی به کار رفته است.

روش کار: این مقاله برگرفته از بخش کمی مطالعه ای است که ابزار شخصیت انیاگرام به دست آمده از یک روش کیفی مبتنی بر نظریه برپایه (GT) در آن اعتباریابی شده است. جامعه آماری شامل کلیه مردم ساکن شهر تهران در سال ۱۴۰۰ می باشد. حجم نمونه مورد مطالعه شامل ۴۰۰ نفر (۲۰۰ نفر زن و ۲۰۰ نفر مرد) بین سنین ۲۵ تا ۶۶ سال می باشند که به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب گردیدند. بعد از تحلیل یافته های پژوهش نتایج به دست آمده نشان داد که آلفای کرونباخ برای کل سوالات برابر با ۰/۸۰۶، مولفه نقطه مکانی ۱ (تیپ یک) برابر با ۰/۷۶۴، نقطه مکانی ۲ (تیپ دو) برابر با ۰/۸۰۰، نقطه مکانی ۳ (تیپ سه) برابر با ۰/۷۲۶، نقطه مکانی ۴ (تیپ چهار) برابر با ۰/۷۶۰، نقطه مکانی ۵ (تیپ پنج) برابر با ۰/۸۴۵، نقطه مکانی ۶ (تیپ شش) برابر با ۰/۷۱۵، نقطه مکانی ۷ (تیپ هفت) برابر با ۰/۸۰۵، نقطه مکانی ۸ (تیپ هشت) برابر با ۰/۷۲۹ و نقطه مکانی ۹ (تیپ نه) برابر با ۰/۹۱۲ بدست آمد. و روایی پرسشنامه از روش تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی قرار گرفت که بارهای عاملی سوالات و نمودار اسکری مربوط به ۹ عامل بعد از چرخش واریماکس بیش از ۰/۳ بدست آمد که در جمع بندی نهایی با توجه به مقایسه بارعاملی سوالات، کلیه سوالات در ۹ عاملی اصلی قرار گرفتند. برپایه ملاک کایزر و کتل می توان گفت که پرسشنامه شخصیت شناسی نه گانه ایرانی مبتنی بر شاخص های بومی از ۹ عامل اشباع شده است.

نتایج: نتایج بدست آمده حاکی از آن است که این پرسشنامه در مورد نمونه به کار گرفته شده از اعتبار و روایی رضایت بخش و قابل قبولی در جمعیت زنان و مردان شهر تهران برخوردار است.

واژگان کلیدی: شخصیت فرهنگی، تیپ های شخصیت، انیاگرام، نه گانه ایرانی، روان سنجی، اعتبار یابی، روایی

پی نوشت: این مطالعه فاقد تضاد منافع می باشد.

مهشید رضوی رضوانی^۱
مقصود فراساتخواه^{۲*}
سیدعلی حسینی المدنی^۳

^۱ گروه فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
^۲ گروه برنامه ریزی توسعه آموزش عالی، موسسه پژوهشی و برنامه ریزی آموزش عالی، تهران، ایران.
^۳ گروه روانشناسی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email:
dr.maghsood.ferasatkah@gmail.com

مقدمه

شخصیت ملی با منش بیش از اینکه خصوصیت نژادی و ذاتی باشد. ویژگی های شکل گرفته موقعیتی است و عبارت است از خصیصه ها و الگوهای شخصیتی نسبتاً پایدار که در بین اعضای بزرگسال یک جامعه، طی دوره تا حدی بزرگ زمانی، بیشترین تکرار دارند و به تغییر ریاضی و آماری به نوعی مد (نما) محسوب می شوند (مارتید دیل، ۱۹۶۷، به نقل از فراستخواه، ۱۳۹۶). البته ممکن است تغییراتی در گذر زمان و بر اثر شرایط و موقعیت ها داشته باشند. برای توصیف منش ملی همانطور که مارتیندیل در مقاله جامعه شناسی منش ملی خود توضیح داده است، نیازمند فاصله معرفتی مناسبی هستیم تا از مشاهدات پراکنده و عکس العمل های عامیانه بگذریم و با داده ها و شواهد کافی بتوانیم تصدیق دقیق تر معتبری درباره منش ملی یک جامعه بکنیم دوره معاصر جریان فکری جدید بر شناخت انسان در قالب مطالعات فرهنگی بوجود آمده که جهت گیری های مختلفی در حوزه ای میان رشته ای با جامعه شناسی فرهنگ، مردم نگاری، انسان شناسی و مطالعه رسانه در ارتباط است (آزاد ارمکی، ۱۳۹۳). مطالعات فرهنگی، مطالعه معانی و رویه های زندگی روزمره است. آن چه امروز در علوم اجتماعی به طور گسترده ای انسان شناسی تلقی می شود و در گذشته با عنوان مردم شناسی و در مفهوم قدیمی اش با عنوان الهیات بر شناخت انسان و وظیفه او درک می شد. در ایران واژه انسان شناسی نیز اطلاق به مطالعه زندگی مردم در شهر و روستا دارد که از همه ابعاد زیستی و جسمانی گرفته تا تاریخ و زبان و فرهنگش را پوشش می دهد (فکوهی، ۱۳۹۷). و در یک جمله موضوع و محوریت اندیشه انسان شناسی، به همان دو مفهوم «خود» و «دیگری» در اندیشه و فرهنگ انسان می پردازد. این مفهوم «خود» و «دیگری» در حقیقت برگیرنده دو مفهوم «هویت» و «دیگر بودگی» است (فکوهی، ۱۳۹۷). در شاخه ای دیگر از انسان شناسی با عنوان فرهنگ و شخصیت، فرهنگ مجموعه ای مشترک از رفتارهای افراد جامعه است که انسان ها نقش اصلی فرهنگ اند. در نتیجه فرهنگ همواره

در ارتباط با انسان و درک درست از معنای انسانی روبرو است و لزوم مشاهده و شناخت دقیق بر افراد انسانی در آن ضروری است. اینکه شخصیت انسان چگونه شکل می گیرد و چگونه رفتار می کند و میان رفتار فرد در شکل ذهنی آن با رفتار فرد در محیط چه رابطه ای وجود دارد که منجر به رفتار او خواهد شد، موضوع شکل گیری شخصیت و هویت انسانی است. بر این اساس داده ها بر پایه های علوم روانشناختی مطرح می شود و مفهوم شخصیت به «هویت» یعنی خودآگاهی فرد از وجود «خویشتن» و تفاوت گذاری او میان «خود» و «دیگری» است. در این نگاه این مکتب به سوی مطالعه ی چگونگی شکل گرفتن «هویت» می پردازد (فکوهی، ۱۳۹۷). به نحوی که بتوان به الگویی برای شناخت انسان دست یافته تا رفتار او قابل پیش بینی گردد. با این نگاه، انسان ایرانی چگونه می اندیشد، برخوردار از چه خلیقاتی و ارزش هایی در رفتارش است تا بتوان آن را به صورت یک الگوی شخصیتی با همه ابعادش او را شناخت، موضوع مطالعه رفتار انسان و چگونگی شکل گرفتن رفتار انسان، محور دانش انسان شناسی است. در مکتب فرهنگ و شخصیت، فرهنگ بیش از هر چیز به مجموعه رفتارهای افراد آن جامعه اطلاق می شود که مفروض بین اعضای آن جامعه است. از این رو شناخت هر فرهنگ و برنامه ریزی فرهنگی مستلزم شناخت الگوهای رفتاری افراد درون آن جامعه یعنی شناخت عامل فرهنگی آن است. این که چه عناصری در فرهنگ برای جامعه شناسان فرهنگ یا حوزه مطالعات فرهنگی برای برنامه ریزان فرهنگی مورد نظر باشد تا آثار مطلوبش در زندگی روزمره افراد به خوبی مؤثر واقع شود. به طوری که ارزش ها و معیارهایی قابل سنجش و ارزشمندی مورد بررسی قرار گیرد تا بتواند در یک نظام ارزشی یک جامعه اثر بخش باشد. این نظام ارزشها و باورها لایه های زیرین فرهنگ را می سازد و همگی در شناخت عامل فرهنگی جامعه حائز اهمیت است. چنین الگویی قابل پیش بینی می تواند برای شناخت شخصیت ایرانی مطرح باشد که

در آمریکا با عنوان «انیاگرام صوفی» شناخته می شود. اما با توجه به نقش جایگاه ویژه حکمای ایرانی و مفاهیم آن، عنوان «نه گانه ایرانی» جایگزین مناسب تری از انیاگرام صوفی است که طراحی متناسب و مبتنی بر شخصیت فرهنگی ایرانی می باشد.

شخصیت فرهنگی ایرانیان دست کم در دوره معاصر از دهه ۴۰ شمسی بحث انگیز و محل مناقشه شده است. متون و منابع و تحقیقات وسیعی درباره خلیات فرهنگی ایرانیان منتشر شده است (فراستخواه، ۱۴۰۰). الگویی که بتواند با رویکرد انسان شناسی فرهنگ شخصیت، در شناخت انسان و هر ایرانی در برخورد از «خود» و «دیگری» عمل می کند تا به تعریفی از هویت خود برآمده و به روشنی بتواند به تبیین شناخت شخصیت ایرانیان متناسب با فرهنگش خود را باز گوید (بختیار، ۱۳۹۶). در فهم جامعه قدمت دار ایرانی، ساحت فرهنگی آن منشاء جهت گیرهای متعددی به لحاظ فرهنگی شده است. گاهی این ویژگی در تصویری از سفرنامه نویسان و سیاحان نسبت به بدفهمی فرهنگ، ادب و اخلاق ایرانی دیده می شود. در این گزارش ها اغلب به بیان تصاویری غیرواقعی بلکه ضد فرهنگی از ایران و ایرانی هستند. این نوع بیان در درستی و نادرستی از رفتار و خصوصیات شخصیت ایرانیان از هر دوت تا امروز در منابع داخلی و خارجی دیده می شود. به عنوان مثال گفته شده ایرانیان مردمی مهماندوست و ریاکارند. ایرانیان تابع قدرت و زورند و اینکه دین دار اما به ظاهر اهل اخلاق و احساسی (آزاد ارمکی، ۱۳۹۱). بسیاری از این نوع گزارش ها به گونه ای است که جلوه هایی سطحی از رفتار و الگوی شخصیت ایرانیان است و اغلب با سوءگیری های فردی و محیطی است (رحمانی و میرزایی، ۱۳۸۷). موضوع شناخت بر مفهوم شخصیت در مطالعات فرهنگی جوامع، به اواخر قرن نوزدهم برمی گردد. در قرن نوزدهم با انتشار کتاب توت و تابو، زیگموند فروید مفهوم «انسان ابتدایی» را مطرح نمود. او که این فرایند شکل گیری شخصیت را که در جامعه شناسی با به کارگیری واژه عام

همیشه موضوع مطالعه ابژه ایرانی در طول تاریخ ایران و جهان مطرح بوده است. شروع این تحقیقات به اولین یادداشت های هرودت، و توصیف شخصیت ایرانیان، برخی دیگر در یادداشت ها و گزارش های پژوهشگران داخلی و اغلب به گونه سطحی است. همچنین بسیاری از سفرنامه های گذشته که جزئی از سنت مردم شناسی و مردم نگاری پیشامدرن است (میرزایی و رحمانی، ۱۳۸۷). رویکرهای مختلفی در روانشناسی شخصیت و مکتب انسان شناختی وجود دارد که به تحلیل بر چگونگی شکل دهی شخصیت می پردازد که اغلب با ارزش های جامعه ی نظریه پرداز همراه است. اما چه شاخص هایی می تواند مورد توجه در مطالعه شخصیت و هویت انسان ایرانی بوده و به چگونگی شکل گیری آن پردازد، موضوع و مسئله این تحقیق بوده، طراحی چنین الگویی در فرهنگ ایران ضروری است تا مبتنی بر الگوهای بومی و فرهنگی جامعه خویش باشد. نگارنده سطور در این تحقیق به معرفی چنین الگویی در شناخت شخصیت ایرانیان می پردازد که همواره در سطوح مختلف جامعه ایرانیان از گذشته دور تا امروز وجود داشته و تغییر و تحولاتی بر این دانش اجتماعی رخ داده است. این الگو در تغییراتش با عنوان انیاگرام ۱ و مصطلح به انیاگرام در آمریکا و غرب شناخته می شود. صحنه های متنوع و جدیدی در جنبش های امروزی زندگی بشر است که در صدد بیان و معرفی الگویی در بهبود زندگی بشر است و هر کدام با خطراتی پیش رو هستند. اما یکی از این شیوه ها، تفکر و مطالعه در باب انیاگرام است که در حاضر به طور گسترده ای توسط مریبان آن گسترش یافته و میلیون ها نفر از آن بهره می برند، ولی شمار اندکی از آنان به خاستگاه سنتی این نماد(نه گانه) می پردازند (بختیار، ۱۳۹۹). این الگوی کاربردی در فرهنگ، مبتنی بر فضایل اصلی اخلاقی است. خلق به معنی نوعی تغییر درونی که با تمرکز بر عمل بیرونی توأم با شناخت است و فضایل اصلی در همه جوامع، مبنایی برای تقارب فرهنگی هم هست (شریف، ۱۳۹۷). در شناخت بر خلیات انسان، این الگو

فرایندی در همان اوان کودکی و محیط پیرامون کودک و در تعارض های اجتناب ناپذیر دوران کودکی در محیط او می شناسد و یونگ رشد شخصیت را به طور گسترده ای از کودکی به بلوغ و بزرگسالی طی فرایندی بنام «تفرد» محقق می بیند که در جهت تحقق کهن الگوی یکپارچگی و کامل «خویش» است (شولتز و شولتز، ۱۳۹۱). زاک لاکان فرانسوی به عنوان پسا فروید و پسا یونگی است که موضوع فرهنگی شدن را در «هویت»، شکلی از «همذات پنداری» یا جستجویی بر هویتی می شناسد که «من» شخص در ابژه های خودش منعکس می گردد و این ابژه ها چیزی جز جامعه، قانون و مردمان دیگر نیست (ایستوپ، ۲۰۱۷). با ظهور مفهوم شخصیت در مطالعات فرهنگی، علاقه طبیعی ما به رفتار انسان به نظر می رسد همواره بین دو جنبه در نوسان می باشد: بین آنچه که به آن نسبت فرهنگ گروه، به عنوان یک کل را می دهیم و آنچه که مربوط به سازمان ذهنی روانی خود فرد به تنهایی است. تحت شرایط آشنا و با افراد آشنا، مورد و مکان ارجاع مورد توجه ما احتمالاً فرد خواهد بود. در انواع رفتارهای ناآشنا، توجه ما مصروف قاعده سازی هایی است که بیش از آنکه شخصیتی و فردی باشد، فرهنگی است. معمولاً توجه ما به این دو جنبه را نمی توان به دقت تعریف و خط کشی کرد و هم دلالت های فردی را شامل می شود و هم معانی فرهنگی را (سایپر، ۱۹۳۴). در طول چند دهه اخیر حوزه های علمی گسترده ای به بررسی از روابط متقابل بین «طبیعت انسان» یعنی ویژگی ها و فرایندهای روانشناختی فردی و زندگی در گروه های اجتماعی می پردازد، به عنوان مثال می توان به حوزه پژوهشی «شخصیت و نظم اجتماعی فرهنگی» اشاره کرد. پژوهشگران «فرهنگ شخصیت» به واقع به مطالعه بر روی روابط متقابل شخصیت و وجوه مشخصی از زندگی گروهی، به طور مشخص اخلاق گروهی و راه و روش های الگومند زندگی که با مضامین فرهنگ شناخته می شوند، تمرکز دارند (اینکلس، ۲۰۱۶). این نوع مطالعات در حوزه

«اجتماعی شدن» مطرح شده بود، در حقیقت پی یافتن اشتراکات موجود در «انسان» میان همه جوامع با رویکردی روانکاوی بود. اما هرچه مطالعه بر شخصیت بسوی پژوهش در فرایند شکل گیری شخصیت می رفت، مفهوم اجتماعی شدن متداول تر می شد. در این راستا رویکرد فرهنگ و شخصیت یا با عنوان فرهنگ گرایی که با دیدگاه فرانسیس بوآس آغاز شد، با ادوارد سایپر^۱ روث بندیکت^۲ مارگارت مید^۳ و رالف لینتون^۴ پیش رفت. در رویکرد انسان شناختی مکتب فرهنگ شخصیت، فرهنگ به مجموعه ای از رفتارها اطلاق می شود که در یک جامعه مفروض بین اعضای آن جامعه مشترک است و نتیجه ای که از این رفتارها به طور مادی محقق می شود. در این رویکرد، فرهنگ نه به صورت مفهومی انتزاعی یا حتا مادی، بیش از هر چیز به صورت «شخصیت» انسانی مورد توجه است. انسان ها حاملان اصلی فرهنگ هستند و هر پدیده فرهنگی به واقع در معنای انسانی آن درک می شود. درک مفهوم شخصیت در این فرایند در میان داده های روانشناختی به این شکل بر «هویت» یعنی خودآگاهی فرد از وجود «خویش» و تفاوت گذاری او میان «خود» و «دیگری» انطباق یافت. در نتیجه موضوع رویکرد فرهنگ شخصیت به مطالعه و چگونگی شکل گرفتن «هویت» در جامعه شد (فکوهی، ۱۳۹۷). از منظر روانشناسان واژه شخصیت به مثابه پرسونا، ماسکی در اجتماع است. بین نظریه پردازان در تعریف از مفهوم شخصیت نقطه نظرهای متفاوتی وجود دارد که معطوف به تجارب و مطالعات آنها بوده، اما همگی شخصیت را الگوی نسبتاً پایداری از صفات، گرایش ها و ویژگی های در افراد می شناسند که در طول زمان دوام و ثبات یافته است و در عین اشتراکاتی که با دیگران دارد در خود فرد منحصر به فرد هم هست (فیست و فیست، ۱۳۹۳). در میان نظریه پردازان شخصیت، روانکاوانی چون فروید و یونگ در مطالعه رسمی بر مفهوم شخصیت پیشگام و تاثیر گذار بوده اند. فروید رشد شخصیت را طی

4- Margaret Mead

5- Ralph Linton

1- Franz Boas

2- Edward Spira

3- Ruth Fulton Benedict

فرهنگ هر جامعه ای با شناخت عناصر فرهنگی و هویت افراد آن جامعه فراهم خواهد شد. آشنایی و شناخت هویت ایرانی و وجوه متعدد آن، در رفتارهای آشکار و پنهان او، بسترهایی مناسبی را فراهم می آورد تا در برنامه های پژوهش مورد توجه قرار بگیرد. این شناخت بستر مناسبی را برای امنیت ملی و فرهنگی او فراهم می آورد. موضوعی که در طول چند دهه اخیر با مفهوم «حساسیت فرهنگی» برای جامعه علمی همراه است و این مفهوم اشاره به پویایی مفهوم فرهنگ دارد و در این حال امنیت نظر به آینده داشته و ضرورت توجه بر راهبردهای لازم در نقش هویت پذیری جامع عاملین جامعه دارد (براتلو، ۱۳۹۱). برخی دیگر از این الگوها در مدل های سازمانی آن تنها به بیان ارزیابی برخی از ویژگی های مورد نظر یک سازمان توجه دارد و برخی صرفاً به بیان ویژگی های شخصیتی افراد می پردازد. برای مثال الگوی شخصیت شناسی MBTI (تست شخصیت شناسی مایرز-بریگر) در شناخت متناسب افراد، برای قبول نقش های آنها در نهاد و سازمان ها، هر چند راهگشا است، اما نمی تواند راهگشای روابط بین فردی در افراد اجتماع بوده و همچنین مبنایی اخلاقی مشترکی را پیش رویشان قرار دهد. در این نوع مدل های شخصیت شناسی محورهای اخلاقی مورد غفلت است. همچنین در سایر مدل تست های مبنی بر الگوهای اخلاقی، سایر ویژگی ها و ابعاد دیگر انسان مورد غفلت واقع می شود (عسگری و گنجی و اسدی، ۱۳۹۳). و یکی دیگر از آزمون های شخصیت، شاخص تیپ های نه گانه شخصیتی انیاگرام ریسو - هادسون (RHETI) است (ریسو و هادسون، ۱۳۹۶). در نتیجه پیوسته ناگزیر به رجوع به حوزه انسان شناسی و مطالعه الگوی فرهنگی شخصیت ایرانی و هویت او خواهیم بود. دانش کهن انیاگرام به مثابه رویکردی شخصیت شناسی، در مطالعات علوم انسانی امروز در غرب است که به معرفی نه تیپ یا گونه اصلی شخصیتی می پردازد. انیاگرام، کهن الگویی است که بر خوردار از پیشینه ای کهن

فرهنگ شخصیت در جامعه ایران و شناخت منش ایرانی نیز ضروری است و بی تردید الگویی که بتواند با ساختارهای فرهنگی جامعه هماهنگ بوده و به طریقی بومی جامعه خویش باشد مناسب تر خواهد بود. انسان ایرانی با برخورداری از ویژگی های شخصیتی متمایزش، و برخورداری از فرهنگ و پیشینه اش، دارای نگرش و بینش خاص و متمایز خودش است. نگرشی که او را نه تنها در عصر و دوره باستان خویش با جلال و شکوه، دوران خود را معرفی می کند؛ بلکه امروز نیز او را به نحوی جلو می آورد که با وجود پیچیدگی های نظام های موجود دست انداز بر جامعه اش، همچنان به انتخاب گری خویش بر پایه همان نگرش و بینش، آگاهانه یا ناآگاه که بر وجود خودش و جامعه اش سایه می اندازد، دست می زند. شخصیت ایرانی در گذر تاریخی خودش همواره از این نگاه پر از ابهام و ایهام در شناخت نسبت به خود را داشته است و امروز به جایی رسیده که باید چگونه بودنش را بدرستی باز گوید، تا چگونه رفتنش را بجوید. لازمه هر گونه سیاستگزاری و برنامه ریزی فرهنگی در انتقال ارزش های فرهنگی هر جامعه و جامعه ایرانی معطوف به شناخت شخصیت ملی آن می باشد و هر تحول و دگرگونی جامعه در شناخت مفهوم شخصیت ملی و نسبت آن با نهادها و سازمان های آن جامعه خواهد بود. این شناخت چگونه امکان پذیر است و آیا ابزاری برای ارزیابی و شناخت شخصیت ایرانیان وجود دارد؟ برای شناخت این شخصیت ملی به مثابه یک نمونه فرهنگی از منظر بندیکت یا معرف یک شخصیتی که بتواند بازگو کننده شخصیت پایه در نگاه کاردینر باشد به چه نحوی می توان عمل کرد؟ آیا امکان دسترسی به الگویی نظامند که بتواند در شناخت و فهمی از منش ملی ایرانیان رسید وجود دارد؟ همواره در برنامه های توسعه و پژوهش های مختلف در علوم انسانی، دال مفروض هر یک از این علوم، انسان و نقش عاملیت او در عرصه اجتماع است. از سوی دیگر سرعت روز افزون تکنولوژی نیز بیش از پیش فاصله بین افراد و جوامع را از بین برده و بر تشدید این ضرورت شناخت می افزاید. همچنین امنیت

ملتی خاص مشخص شود. با این وجود به نظر می رسد در هر کشوری دارای یک تا چند سبک شخصیتی خاص خودش می باشد که معمولاً سه گونه مسلط مولفه های اصلی «شخصیت ملی» است (ایچازو و ۲۰۱۱). این مدرسین انیاگرام اظهار می کنند که در یک آزمون میدانی همراه با یک آزمون معتبر تعیین شاخص های گونه های ریسو- هادسون (RHETI) می توان به بررسی پرداخت و به درصد بالایی از سبک یا سبک های شخصیتی در جوامع مختلف رسید (ایچازو، ۲۰۱۱). با گسترش رویکرد انیاگرام در جامعه آمریکا، دکتر لاله بختیار محقق و دانش آموخته ی رشته روانشناسی تربیتی که همچنین دارای تحصیلات دانشگاهی در معارف اسلامی و دانش آموخته ی دکتر سید حسین نصر می باشد، اظهار می کند که در حین گذران دوره رساله دکتری اش به راهنمایی استادش به این رویکرد آشنا می شود که منابع اصلی آن در فرهنگ اخلاق و عرفان اسلامی بوده است. تحقیقات او بر روی این منابع، جامعه آمریکا را با رویکردی دیگر در انیاگرام با عنوان «انیاگرام صوفی» آشنا می کند. «انیاگرام صوفی» که با توصیه نگارنده و پذیرش دکتر بختیار با عنوان «نه گانه ایرانی» در ایران معرفی شده است (بختیار، ۱۳۹۶). الگوی نه گانه ایرانی، برخوردار از شاخص هایی مشترکی با الگوی شخصیت شناسی انیاگرام ریسو- هادسون است. انیاگرام «نه گانه ایرانی» گذشته از برجستگی های قابل توجهی که از انیاگرام در غرب دارد، برخوردار از ریشه های فرهنگی و اخلاقی در جامعه ایرانی است. الگویی مناسب بومی که می تواند برای شناخت از شخصیت ایرانی باشد. کوشش این تحقیق بر این است تا بتواند به تبیین و معرفی الگوی نه گانه ایرانی در شناخت از ویژگی های شخصیت ایرانیان و معرفی منش ایرانی یا شخصیت ایرانی بپردازد. گرچه شخصیت ایرانی در طول دوره های مختلف زیست اجتماعی اش به طور سیال عمل کرده است ولی به طوری که اینکسلس به آن اشاره دارد، با وجود ابزاری

و به ویژه در جامعه شرقی است (چستنات ۲۰۱۳). الگوی انیاگرام که به عنوان رویکردی روانشناختی در شخصیت معرفی می شود، در جامعه غرب که با طرح عمومی آن توسط گورجیف آغاز شد، به ویژه منطقه آمریکای شمالی به طور چشمگیری بسیاری از حوزه های علوم انسانی همچون حقوق، سیاست، هنر، مدیریت، بازاریابی و تجارت و اخلاق و معرف انسان شناسی را در بر گرفته است (ردز ۲۰۱۳). برای نمونه دیوید دانیلز^۱ همکارانش در پژوهشی نشان داده که بسیاری از کاربران دانش انیاگرام در عرصه های حرفه ای در شغل خود، انجمن آکادمیک و علمی، و تجارت های مختلف که سیستم دوره شخصیتی نه تپ شخصیتی را در ۱۸ ماه به کار برده اند، رشد روانشناختی و حرفه ای را در کار خود نشان داده اند (دانیلز و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین کاربرد موثر انیاگرام امروزی در مطالعات و پژوهش های مختلف محققین ایرانی مورد توجه قرار گرفته است. بررسی ویژگی های روان سنجی آزمون تپ های شخصیتی نه گانه انیاگرام در جامعه آماری مردان و زنان تهران (حسینیان و دیگران، ۱۳۹۱)، بررسی ارتباط انواع شخصیت های انیاگرام با نظریه های شخصیت در جامعه آماری کارکنان استانداری تهران (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۵) و تا بهره مندی از این دانش به عنوان الگویی موثر در پیش بینی خطرات بیماری های قلبی- عروقی در مطالعه موردی- کنترلی (کماسی و همکاران، ۲۰۱۶) نمونه هایی از اهمیت کاربرد انیاگرام در داخل کشور است. دانش انیاگرام به مثابه الگویی نظاممند توسط تحصیلکرده های مطالعات فرهنگی و مدرسین انیاگرام، راس هادسون^۲ دان ریچارد ریسو^۳ در مطالعات بر روی سبک شخصیتی کشورها استفاده شده است. آنها در پاسخ بر این که آیا کشورها گونه یا سبک خاصی از شخصیت را دارند؟ پاسخ داده اند، بله. اگرچه هنوز مدرک علمی کافی برای این ادعا وجود ندارد اما باید نمونه گیری جمعیتی صورت بگیرد تا ترکیب دقیق تپ ها در هر گروه یا

4- Russ Hudson
5- Don Richard Riso
6- Oscar Ichazo

1- Morris Chestnut
2- Susan Rhodes
3- David Daniels

توجه به منبع فوق و شیوع بیماری کرونا در ایران، به روش نمونه گیری در دسترس از طریق شبکه مجازی در سطح شهر تهران نمونه ها انتخاب و با رعایت موازین اخلاقی از آنها درخواست گردید تا پرسشنامه را تکمیل نمایند. پرسشنامه شخصیت شناسی تدوین شده محققین این پژوهش بر اساس مدل شخصیت فرهنگی ایرانیان با تاکید بر نه گانه ایرانی یک ابزار خود گزارشی است که ۱۶۲ سوال دارد و آزمودنی باید در مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای (کاملاً موافقم = پنج، موافقم = چهار، نظری ندارم = سه، مخالفم = دو و کاملاً مخالفم = یک) میزان موافقت یا مخالف خود با هر یک از عبارات را مشخص سازد. هرچه نمره فرد در شخصیت شناسی (تیپ) نه گانه بالاتر باشد، حاکی از داشتن ویژگی های مربوط به هر تیپ خواهد بود. حداقل نمره ۱۶۲ و حداکثر نمره ۸۱۰ در این پرسشنامه می باشد. این پرسشنامه دارای ۹ خرده مقیاس که از نقطه مکانی (تیپ) یک الی نه است که هر خرده مقیاس دارای ۱۸ سوال می باشد. بررسی ویژگی های روان سنجی پرسشنامه شخصیت شناسی نه گانه ایرانی مبتنی بر شاخص های بومی برآورد اعتبار (پایایی) از روش آلفای کرونباخ و روایی آن از تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۶ مورد تحلیل قرار گرفته است.

مناسب امکان دستیابی به این گرایش بنیادی در منش ملی امکان پذیر است. بنابراین ضرورت اعتبار بخشی پرسشنامه شخصیت شناسی تدوین شده محققین این پژوهش بر اساس مدل شخصیت فرهنگی ایرانیان با تاکید بر نه گانه ایرانی در جامعه ایرانی احساس می شد تا در صورت تایید آن بتوان در پژوهش های بعدی یا برای استفاده های تشخیصی، مشاوره و یا سایر موقیعت ها از آن استفاده کرد.

فرضیه پژوهش اعتبار یابی پرسشنامه شخصیت فرهنگی بر اساس مدل شخصیت و نظریه نه گانه ایرانی از اعتبار و روایی رضایت بخش برخوردار است.

روش

در این پژوهش به اعتبار یابی پرسشنامه شخصیت فرهنگی بر اساس مدل شخصیت و نظریه نه گانه ایرانی پرداخته شده است. جامعه آماری شامل کلیه مردان و زنان ساکن شهر تهران در سال ۱۴۰۰ می باشد. حجم نمونه مورد مطالعه شامل ۴۰۰ نفر (۲۰۰ نفر زن و ۲۰۰ نفر مرد) بین سنین ۲۵ تا ۶۶ سال می باشند که به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب گردیدند. لازم به ذکر است در کتاب روانسنجی کاربردی (ثرندایک، ۱۳۷۴)، عنوان شده است نمونه مورد مطالعه برای هنجاریابی پرسشنامه ها زیر ۳۰۰ نفر نامناسب، بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ نفر خوب و بیش از ۵۰۰ نفر بسیار خوب می باشد لذا با

نتایج

جدول ۱. آمار توصیفی مربوط به ۹ نقطه مکانی (تیپ ها) در کل گروه (n=400)

متغیرها	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
نقطه مکانی ۱ (تیپ یک)	۳۶۴۰۰	۸۱	۵۷/۴۱	۶/۱۹	
نقطه مکانی ۲ (تیپ دو)	۴۰۰	۷۸	۵۶/۹۸	۶/۳۹	
نقطه مکانی ۳ (تیپ سوم)	۴۰۰	۳۸	۵۶/۳۹	۶/۱۰	
نقطه مکانی ۴ (تیپ چهار)	۴۰۰	۳۵	۵۷/۳۴	۶/۱۷	
نقطه مکانی ۵ (تیپ پنج)	۴۰۰	۳۷	۵۷/۱۳	۶/۶۱	
نقطه مکانی ۶ (تیپ شش)	۴۰۰	۳۹	۵۶/۶۵	۶	
نقطه مکانی ۷ (تیپ هفت)	۴۰۰	۳۹	۵۶/۹۰	۶/۳۰	
نقطه مکانی ۸ (تیپ هشت)	۴۰۰	۳۵	۵۷/۳۵	۶/۱۱	
نقطه مکانی ۹ (تیپ نه)	۴۰۰	۳۱	۵۷/۴۴	۶/۹۱	
نمره کل پرسشنامه	۴۰۰	۳۸۲	۵۱۲/۴۳	۶۸۵	۳۳/۹۷

همبستگی بین سؤال های یک عامل با سؤالات عامل های دیگر هیچ گونه همبستگی مشاهده نمی شود. لذا ماتریس همبستگی از کفایت لازم برای تحلیل عاملی برخوردار است.

جدول ۲. برآورد اندازه کفایت نمونه برداری ضریب

KMO			
مقدار ضریب	آزمون	درجه	معناداری
KMO	بارتلت	آزادی	
۰/۸۶۶	۱۹۸۲۶/۱۵۴	۱۳۰۴۱	۰/۰۰۰

میزان اشتراک هر یک از سوال ها در تبیین واریانس مولفه ها مورد مطالعه قرار گرفت. در کلیه ۱۶۲ سوال میزان اشتراک استخراج شده بالاتر ۰/۵۰ و بار عاملی سؤالات بیش از ۰/۳ می باشد که نشان دهنده توانایی در ۹ عامل (نقطه مکانی ۱ تا ۹ یا به عبارت دیگر تیپ های یک تا نه) عامل های تعیین شده در تحلیل عاملی پرسشنامه شخصیت شناسی نه گانه ایرانی مبتنی بر شاخص های بومی بدست آمد.

با توجه به جدول شماره (۱) اطلاعات توصیفی حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار متغیر های نقطه مکانی ۱ (تیپ یکم) الی نقطه مکانی ۹ (تیپ نهم) و نمره کل پرسشنامه برای کل گروه نمونه نشان داده شده است.

بررسی ویژگی های روان سنجی پرسشنامه اعتبار یابی پرسشنامه شخصیت فرهنگی بر اساس مدل شخصیت و نظریه نه گانه ایرانی

جهت بررسی اعتبار پرسشنامه از روش پایایی آلفای کرونباخ و برای بررسی روایی از روش سازه ای که، نخست از روش تحلیل عاملی اکتشافی با مولفه های اصلی و سپس چرخش واریماکس مورد بررسی قرار گرفت. همچنین برای انجام تحلیل عاملی ابتدا تناسب و کفایت ماتریس همبستگی بررسی شد. با توجه جدول (۲) اندازه کفایت نمونه برداری (KMO) برابر ۰/۸۶۶ شد که از ۰/۷۰ بسیار بیشتر است که نشان دهنده تایید کفایت نمونه برداری است. آزمون بارتلت با شاخص بدست آمده ۱۹۸۲۶/۱۵۴ در سطح ۰/۰۰۰ معنادار می باشد که نشان دهنده رد فرض کرویت می باشد بنابراین ماتریس

جدول (۳) تحلیل مولفه های پرسشنامه در پایایی و چرخش واریماکس و وزن های عاملی هر مولفه مربوط به ۹ عامل

مولفه ها (عامل ها)	تعداد سوالات	سؤالات استخراج شده	آلفای کرونباخ
نقطه مکانی ۱ (تیپ یک)	۱۸	۱ الی ۱۸	۰/۷۶۴
نقطه مکانی ۲ (تیپ دو)	۱۸	۱۹ الی ۳۶	۰/۸۰۰
نقطه مکانی ۳ (تیپ سه)	۱۸	۳۷ الی ۵۴	۰/۷۲۶
نقطه مکانی ۴ (تیپ چهار)	۱۸	۵۵ الی ۷۲	۰/۷۶۰
نقطه مکانی ۵ (تیپ پنج)	۱۸	۷۳ الی ۹۰	۰/۸۴۵
نقطه مکانی ۶ (تیپ شش)	۱۸	۹۱ الی ۱۰۸	۰/۷۱۵
نقطه مکانی ۷ (تیپ هفت)	۱۸	۱۰۹ الی ۱۲۶	۰/۸۰۵
نقطه مکانی ۸ (تیپ هشت)	۱۸	۱۲۷ الی ۱۴۴	۰/۷۲۹
نقطه مکانی ۹ (تیپ نه)	۱۸	۱۴۵ الی ۱۶۲	۰/۹۱۲
کل پرسشنامه	۱۶۲	۱ الی ۱۶۲	۰/۸۰۶

است لذا بسیار قابل قبول است و نشان دهنده آن است که بین کل سؤالات پرسشنامه شخصیت شناسی نه گانه ایرانی مبتنی

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول (۲) آلفای کرونباخ برای کل سؤالات برابر ۰/۸۰۶ است. این مقدار از ۰/۷۰ بیستر

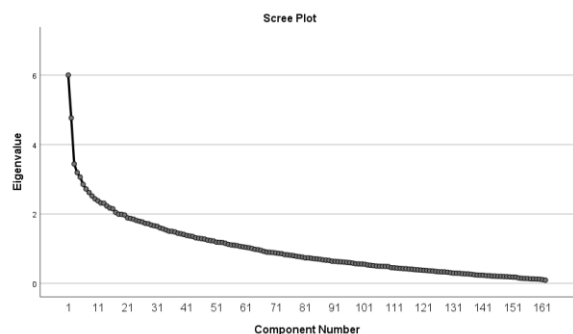
تبیین می نمایند همچنین با توجه به شیب نمودار اسکری می توان استنباط کرد که سهم واریانس عامل ها به ترتیب از عامل یکم تا عامل ۶۳ با یک شیب به ترتیب کمتر شده که بیش از یک می باشند. و در جمع بندی نهایی با توجه به مقایسه بارعاملی سوالات، کلیه سوالات در ۹ عاملی اصلی قرار گرفتند. برپایه ملاک کایزر و کتل می توان گفت که پرسشنامه شخصیت شناسی نه گانه ایرانی مبتنی بر شاخص های بومی از ۹ عامل اشباع شده است. به عبارت دیگر؛ روایی مستلزم آن است که ابزار پژوهش همان متغیری را اندازه گیری کند که پژوهشگر قصد اندازه گیری آن را دارد. تحلیل عاملی اکتشافی فوق حاکی از آن است که این ابزار در مجموع از روایی سازه خوبی در جمعیت زنان و مردان شهر تهران برخوردار است. بنابراین بر اساس نتایج آلفای کرونباخ مولفه ها و کل سوالات و ۹ عامل اشباع شده فرضیه پژوهش یعنی بررسی از مصاحبه های اکتشافی عمیق و تهیه و تنظیم پرسشنامه شخصیت شناسی نه گانه ایرانی مبتنی بر شاخص های بومی و اجرای آن دارای اعتبار و روایی بر معرفی شخصیت ملی و منش ایرانی مورد تایید قرار می گیرد.

نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر، بررسی اعتبار یابی پرسشنامه شخصیت فرهنگی بر اساس مدل شخصیت و نظریه نه گانه ایرانی در جمعیت عمومی (زنان و مردان) شهر تهران بوده که توسط محقق پژوهش و تدوین شده است. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که این پرسشنامه در مورد نمونه به کار گرفته شده از اعتبار و روایی رضایت بخش و قابل قبولی برخوردار است. با توجه به جستجوی محققین پژوهشی در داخل و خارج کشور هم راستای این پژوهش انجام نگرفته بود ولی یافته های این پژوهش با یافته های عبدالله دمیر و همکاران (۲۰۲۰)، ماتیس (۲۰۱۹)، دانلیز (۲۰۱۸) نوایی فر و همکاران (۱۳۹۹)، قابل تبیین می باشد. این مهم لزوم توجه به نه گانه شخصیت را با ارزش های بومی جامعه ایرانی می رساند. در تبیین و مقایسه یافته های بدست آمده کمی، از فرضیه اصلی پژوهش حاضر با نتایج پژوهش نوایی فر و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی تحت عنوان «ساخت و بررسی اثربخشی بسته آموزشی مبتنی

بر شاخص های بومی، همبستگی درونی وجود دارد بنابراین این پرسشنامه از اعتبار (پایایی) قوی برخوردار است. آلفای کرونباخ برای کل سوالات برابر با ۰/۸۰۶، مولفه نقطه مکانی ۱ (تیپ یک) برابر با ۰/۷۶۴، نقطه مکانی ۲ (تیپ دو) برابر با ۰/۸۰۰، نقطه مکانی ۳ (تیپ سه) برابر با ۰/۷۲۶، نقطه مکانی ۴ (تیپ چهار) برابر با ۰/۷۶۰، نقطه مکانی ۵ (تیپ پنج) برابر با ۰/۸۴۵، نقطه مکانی ۶ (تیپ شش) برابر با ۰/۷۱۵، نقطه مکانی ۷ (تیپ هفت) برابر با ۰/۸۰۵، نقطه مکانی ۸ (تیپ هشت) برابر با ۰/۷۲۹ و نقطه مکانی ۹ (تیپ نه) برابر با ۰/۹۱۲ بدست آمده است. با توجه به اینکه آلفای کرونباخ برای کل سوالات ۰/۸۰۶ بدست آمد که این مقدار از ۰/۷۰ بیشتر است لذا بسیار قابل قبول است و نشان دهنده آن است که بین کل سوالات پرسشنامه شخصیت شناسی نه گانه ایرانی مبتنی بر شاخص های بومی همبستگی درونی وجود دارد. بنابراین می توان عنوان نمود پرسشنامه شخصیت شناسی نه گانه ایرانی مبتنی بر شاخص های بومی از اعتبار لازم برخوردار است. مجموع مجذورات بارهای عاملی مربوط به عواملی که از مقدار قابل قبولی بودند قبل و بعد از چرخش واریماکس واریانس های تبیین شده عوامل که می باید بالاتر از ۰/۵۰ باشد و این میزان در ستون درصد تجمعی ۷۱/۲۰۸ بدست آمد و بارعاملی سوالات مربوط به هر عامل نیز بیش از ۰/۳ بدست آمد.

نمودار اسکری



نمودار اسکری عواملی که از مقادیر قابل قبول برخوردارند ۶۳ عامل می باشند که این ۶۳ عامل میزان فراوانی تراکمی ۷۱/۲۰۸ از واریانس متغیرها و بارعاملی آنها بیش از ۰/۳ را

بر تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه (انیاگرام) بر ابرازگری هیجان متقاضیان ازدواج» پژوهش حاضر به این موضوع می‌پردازد که این طرح با هدف تدوین بسته آموزش شخصیت‌محور مبتنی بر تیپ‌شناسی انیاگرام و اثربخشی آن بر ابرازگری هیجانی افراد متقاضی ازدواج انجام شده است تا روان‌شناسان و مشاوران خانواده بتوانند آن را در مشاوره‌های پیش از ازدواج برای ارتقای ازدواج‌های سالم به زوجین آموزش دهند. به طور کلی این پژوهش نشان داد بسته آموزشی ازدواج جهت کمک به زوجین متقاضی ازدواج برای شناسایی و ابراز صحیح هیجان‌ات از طریق آشنایی با ویژگی‌های شخصیتی خود و طرف مقابل، درمقایسه با گروه کنترل، اثربخش بوده است؛ این نتایج برای متخصصان و دست‌اندرکاران امور مشاوره پیش از ازدواج جهت ارائه خدمات بهتر کاربردی است و با نتایج این پژوهش همسو و همخوانی دارد. همچنین کرمی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی ویژگی‌های روانسنجی آزمون تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه» پژوهش حاضر با هدف بررسی ویژگی‌های روانسنجی آزمون تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه (انیاگرام) انجام گردید. با نتایج این پژوهش همسو و همخوانی دارد. در نتیجه گیری کلی می‌توان عنوان نمود روایی و پایایی سنجش‌ها، معیارهای ضروری در تعیین دقت و صحت سنجش می‌باشند. پایایی با خطای تصادفی در ارتباط است و روایی با خطای منظم و بنابراین هرچقدر که تعداد حجم نمونه بالا رود می‌تواند بر کاهش خطای تصادفی تأثیر گذارد و بنابراین پایایی ابراز افزایش می‌یابد و بنابراین بر دقت اندازه‌گیری مؤثر است. اما باید توجه نمود که افزایش روایی مستلزم استفاده از ابزارهای استاندارد و مؤثر خواهد بود. به بیان دیگر روایی نشان دهنده صحت اندازه‌گیری است. ذکر این نکته لازم است. که پایایی شرط لازم برای روایی است. به عبارتی چنانچه سنجش‌ای دارای پایایی نباشد نمی‌تواند مقدار درست و واقعی یک پدیده را نشان دهد. بنابراین در اعتبارسنجی ابزارها، سنجش روایی باید پس از تأیید پایایی صورت گیرد. پایایی با خطای تصادفی و روایی

با خطای منظم اندازه‌گیری، مرتبط است بنابراین افزایش دقت با کاهش خطای تصادفی، پایایی را بالا می‌برد و افزایش صحت ناشی از کاهش خطای منظم بوده که روایی را بالا می‌برد. شرط لازم برای روایی یک آزمون پایایی آن است ولی شرط کافی نیست و برای اینکه یک آزمون معتبر (روا) باشد باید پایا باشد اما به طور کلی اعتبار و پایایی از هم جدا نبوده و با افزایش پایایی، روایی آن هم افزوده می‌شود، و البته پایین بودن پایایی نیز سبب کاهش روایی می‌گردد و نشان‌دهنده مجموعه‌ای از خطاهایی است که در اندازه‌گیری رخ می‌دهد. گرچه برخی محققین رابطه معکوسی بین پایایی و روایی را در ابزارها نشان داده‌اند، به عنوان مثال مصاحبه با سؤالات باز، پایایی کمی دارد حال آنکه روایی بالایی دارد اما یک مصاحبه استاندارد شده نتیجه عکس خواهد داشت. قواعدی که به منظور کمی‌سازی ویژگی‌های چیزها یا افراد به کار می‌رود، در قلب اندازه‌گیری قرار دارد و اعتبار و روایی آنها باید بر پایه تجربه به ثبوت رسیده باشد. در پژوهش‌های تجربی یک امر مسلم وجود دارد که ما نمی‌توانیم بدون داشتن داده‌های خوب نتایج خوبی به دست آوریم. و شرط به دست آوردن داده‌های خوب به گونه کلی آن است که شیوه اندازه‌گیری دارای اعتبار و روایی کافی باشد، پژوهشگر بعد از اختصاص اعداد به چیزها، افراد، یا رویدادها (بر پایه قواعدی معین) باید با این مساله (اعتبار و روایی) رو به رو شود. اگر پژوهشگر، اعتبار و روایی داده‌هایش را نداند، نمیتواند به یافته‌های پژوهش و نتایجی که از آن یافته به دست می‌آورد، اطمینان داشته باشد. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد چگونه متخصصین حوزه سلامت روان می‌توانند از سیستم رشد شخصیتی انیاگرام به عنوان منبعی برای بینش و ابزاری برای دگرگونی شخصیت استفاده کنند قابل تبیین می‌باشد. تأثیر رویدادها و موقعیت‌ها در تیپ‌های شخصیتی نه‌گانه موجب می‌شود که در رفتار آن‌ها شدت یا کاستی‌هایی در پاسخ‌های آن‌ها مشاهده بشود. به طوری که اگر در یک موقعیت یکسان در فشار، نقطه مکانی یک می‌تواند به سرسختی و ایستادگی و نقطه مکانی نه‌به‌بی تفاوتی تن دهد.

با سه قوای اصلی، سه مؤلفه اصلی را در بر گرفته که شامل رفتاری، عاطفی و شناختی و از سه مرکز قلب، غریزه و مغز می شود و همه ما ترکیبی از این سه قوا هستیم. ترکیبات این سه قوا در سه وضعیت، نه گانه شخصیتی را ایجاد می کند. هر یک از این ۹ الگوی اصلی شخصیت برخوردار از ظرفیت هایی و موهبت هایی در خود می باشد که در همین حال در شرایط محیطی می تواند تغییرات بسیاری در چگونه زیستن خود داشته باشند. ما باید خود و دیگری را همان طور که هستیم، بپذیریم و بعد شروع به گفت و گو با دیگری داشته باشیم. این دیگری می تواند یک فرد یا جامعه باشد که با سازه ای مانند تست ریسو- هادسون یا نئو و یا نه گانه قابل ارزیابی باشد. در مدل شخصیت نه گانه ایرانی برآمده از نظریه برپایه، توصیف یافته های راهبردهای نه گانه شخصیت با توجه به یافته های فراستخواه (۱۴۰۰)، برخی از برجسته ترین ویژگی های ایرانیان همچون غلبه روحیه احساساتی و انفعال، تلون و تملق، رعیت صفتی، ضعف در مسئولیت پذیری، خودمداری، اقتدارطلبی، تک مرکزگرایی، آبروداری، رودربایستی و کمال گرایی و سایر موارد دیگر قابل تبیین می باشد که با ابزار اعتباریابی شده این تحقیق قابل بررسی کمی در سطح ملی خواهد بود در نهایت نویسندگان مقاله سپاس ویژه از همه عزیزانی دارند که به نحوی در فراهم آوردن این پژوهش همکاری نموده اند.

در همین حال که رفتار در دو فرد دیگری با همین نقاط مکانی اما در موقعیتی دیگر تفاوت بکند ولی با این الگو قابل پیش بینی می تواند باشد. تحلیل ها و دیدگاه های مشارکت کنندگان در پژوهش نشان می دهد، مشارکت کنندگان در شخصیت های نه گانه راهبردهای مختلفی را اتخاذ می کنند. افراد در سه قوه شناختی، رفتاری و احساسی که به سه حالت زیادی، کاستی و مخدوش بودن عمل می کنند، در زیادی در شناخت، یکی از راهبردهای شخصیت نه گانه به نحوی است که در این زمینه مشارکت کنندگان به مواردی چون؛ صریح عمل کردن و اجتناب از بی پروایی و ایستادگی و در کاستی در شناخت، موارد پاسخگویی به مسائل صریح و محکم و ترس از عقب نشینی و در مخدوش در شناخت، به منفعل بودن اشاره داشتند. در زمینه زیادی در شجاعت، مشارکت کنندگان در پژوهش به تغییرات خلقی و بی پروایی و در کاستی در جرأت و شجاعت، به ترس توأم با ملاحظه گری نسبت به دیگران و در مخدوش بودن در جرأت و شجاعت، به غلبه بر ترس و پیشبرد امور اشاره داشتند و همچنین در زمینه زیادی در عزت نفس، مشارکت کنندگان به مورد پاسخگویی توأم با علاقه مندی نظر داشته و در کاستی در عزت نفس، به اجتناب از رویارویی با مسائل و در زمینه مخدوش به عزت نفس، به شک و تردید اشاره کردند. نه گانه ایرانی سازه ای برای توضیح شخصیت با ارزش های فرهنگی ایرانی است. این سازه

منابع :

- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۹۳). **جامعه شناسی فرهنگ**. تهران: نشر علم.
- ایچازو، اسکار. (۲۰۱۱). **نه گانه شخصیت**. چاپ دوم. ترجمه مجید آصفی. تهران: نشر فرهنگ نور.
- ایستوپ، آنتونی. (۲۰۱۳). **ناخودآگاه**. چاپ چهارم. ترجمه شیوا رویگریان. تهران: نشر مرکز.
- اینکلس، الکس (۲۰۱۶) **منش ملی، منظری روانی- اجتماعی**، ترجمه علی پاپلی یزدی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- براتلو، فاطمه. (۱۳۹۱). «امنیت فرهنگ و راهبردهای کلان آن در حوزه مدیریت فرهنگی». **نشریه جامعه پژوهی فرهنگی**، دوره سوم شماره دوم
- پیرس، هرب. (۲۰۱۷). **نگاهی نو به اناگرام**. ترجمه نازلی پارسا. تهران: مهر آوه عصر
- ثرندایک، رابرت، ال (۱۹۸۲)، روان سنجی کاربردی، ترجمه حیدرعلی هومن، (۱۳۷۴)، تهران: انتشارات سمت
- رحمانی، جبار و میرزایی، حسین (۱۳۹۶) **ایرانی از نگاه دیگری**، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.

- رستم نوچه فلاح، هویت؛ واقعیتی ثابت یا سیال، **نشریه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، ص ۲۰ مقاله براتلو
- شولتز، دوان پی و شولتز، سیدنی آلن. (۱۳۸۵). **نظریه های شخصیت**. چاپ نهم. ترجمه سید یحیی محمدی. تهران: نشر ویرایش تهران.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۶) روش تحقیق در علوم اجتماعی با تاکید بر نظریه ی برپایه، تهران: انتشارات آگاه، چاپ چهارم
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۶). جامعه ایرانی، فرهنگ آکادمیک و مسأله علم، ۱۸ آذر ماه ۹۶، دانشگاه مازندران، کارگاه توسعه هیأت علمی.
- فراستخواه، مقصود (۱۴۰۰). ما ایرانیان. تهران: نی، چاپ ۲۵
- فکوهی، ناصر (۱۳۹۷). **تاریخ اندیشه و نظریه های انسان شناسی**. چاپ یازدهم. تهران: نشر نی.
- فکوهی، ناصر (۱۳۹۷)، **مبانی انسان شناسی**، تهران: نشر نی.
- فیست، جس و فیست، گریگوری جی. (۱۳۹۳). **نظریه های شخصیت**. چاپ یازدهم. ترجمه یحیی سید محمدی. تهران: نشر روان.
- A.K.M. Aminol Islam **Indian Anthropologist** Vol. 24, No. 1 (June 1994), pp. 1-16
- Chestnut, Beatrice. 2013. **The Complete Enneagram**. She Writes Press
- Edward Sapir "The Emergence of the Concept of Personality in a Study of Cultures." **Journal of Social Psychology**, 5 (1934): 408-415
- Martindale, D.(1967). **The Sociology of National Character**. Vol 370, Issue 1, 1967. Sage Journals :
- Karen Tapp & Ken Engebretson (2010) **Using the Enneagram for Client insight and Transformation: A Type Eight Illustration**, **Journal of Creativity in Mental Health** 5: 1, 65-72, Dol: 10.1080/15401381003627277
- <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/000271626737000106>
- Paul B.Harris, Kristina Howansky, Sara M.Houston "Personality and Individual Differences" 76(2015) 49-51
- David Daniels(2018). Terry Sarcino. Meghan Fraley. Jennifer Christian. Seth Pardo "Advancing Ego Development in Adulthood through Study of the Enneagram System of Personality. **Journal of Adult Development** 25:229-241.
- Carole M.Cusack, University of Sydney "The Enneagram: An Esoteric Model Of Psychological Health .
- Komasi. Saeid, Soroush. Ali, Saeidi. Mozghan, Zakiei, Ali, " **Enneagram of Personality as an Effective Model in the Prediction of the Risk of Cardiovascular Diseases :A Case-Control study**". Article. September 2016. P1-7.
- ANDREW M.BLAND(1997) "The Enneagram: A review of the Empirical and Transformational Literature" (p.12) .
- Miles Matise (2018)"The Enneagram: An Enhancement to Family Therapy" (2018). P1-11.
- Carole M. Cusack (1949) "The Enneagram: An Esoteric Model of Psychological Health". p(9, 3 and 6).

Original Article

Validation of cultural personality questionnaire based on personality model and nine Iranian theories in order to predict cardiovascular diseases

Received: 17/12/2021 - Accepted: 27/04/2022

Mahshid Razavi Rezvani¹
Maghsoud farsatkah^{2*}
Seyyed Ali Hoseini Almadani³

¹ Department of Culture, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

² Higher Education Development Planning Department, Higher Education Research and Planning Institute, Tehran, Iran.

³ Department of Psychology, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email:
dr.maghsoud.fersatkah@gmail.com

Abstract

Introduction: In this study, the validity of the cultural personality questionnaire based on nine personality models and theories of Iran has been done. Eniagram (nine) character model introduces nine main personality types. It has its roots in the Eastern archetype and in the contemporary period has developed as a psychological theory about personality and has included the fields of humanities such as law, politics, art, management, marketing and trade, and ethics and the anthropological representative. The title of an effective model in predicting the risks of cardiovascular disease has been used in a case-control study. This article is taken from the quantitative part of a study in which the Eniagram personality tool obtained from a qualitative method based on theory-based theory (GT) is validated. The statistical population includes all people living in Tehran in 1400. The sample size includes 400 people (200 females and 200 males) between the ages of 25 to 66 years who were selected by convenience sampling method. After analyzing the research findings, the results showed that Cronbach's alpha for all questions was equal to 0.806, location point 1 component (type one) was equal to 0.764, location point 2 (type two) was equal to 0.800, location point 3 (type Three) was equal to 0.726, location point 4 (type four) was equal to 0.760, location point 5 (type five) was equal to 0.845, location point 6 (type six) was equal to 0.715.

Key words: Cultural personality, personality types, eniagrams, nine Iranian ones, psychometrics

Acknowledgement: There is no conflict of interest