

## تأثیر خوش بینی بر سوگیری توجه در تعامل با هدفداری

### The interactive effect of optimism with goal orientation on attention bias

Marzieh Hamzezade

Psychology

Fatemeh Bagherian

Univrsity of Shahid Beheshti

Ruhollah Mansouri Sapehr

General Psychology

مرضیه حمزه زاده

روانشناسی

فاطمه باقریان

دانشگاه شهید بهشتی

روح الله منصورى سپهر\*

روانشناسی عمومی

#### Abstract

There has been an increasing interest in optimism and its underlying characteristics after the development of positive psychology. Many studies suggest that there is a significant difference between the optimists and pessimists in attention to positive and negative information and stimuli. Because of the cognitive nature of attention, however, people's expectancies and goals also may play a role. The aim of this study was to investigate the interactional effect of optimism and having a goal on attention bias. 60 participants were divided into two groups (optimists and pessimists) using the Life Orientation Test (LOT) (Scheier and Carver, 1985). They looked at positive and negative stimuli each of which was either associated with their goals or not. Subject's gaze was measured using an eye-tracking device (SMI Model). Analysis showed that goal oriented optimists looked significantly more than their non goal oriented counterparts at positive stimuli. However, pessimists with and without goal orientation did not differ in this respect. There were no significant differences between the groups as far attention to negative stimuli was concerned. Results support the interactional effect of optimism and goal orientation on attention bias and suggest that they moderate each other as cognitive and affective constructs.

**Keywords:** positive psychology, positive & negative stimulus, Eye-tracking

#### چکیده

با گسترش رویکرد روان‌شناسی مثبت‌نگر، توجه فزاینده‌ای به خوش‌بینی و ویژگی‌های شخصیتی مبتنی بر آن جلب شده است. پژوهش‌ها حاکی از تفاوت بین افراد خوش‌بین و افراد بدبین در میزان توجه به اطلاعات و محرک‌های محیطی مثبت و منفی است. اما به علت ماهیت شناختی توجه، انتظارات و اهداف افراد نیز در توجه به محرک‌ها نقش دارند. هدف پژوهش حاضر بررسی اثر تعاملی خوش‌بینی و هدفداری بر سوگیری توجه بود. به این منظور ۶۰ شرکت‌کننده با استفاده از آزمون جهت‌گیری زندگی (LOT) به دو گروه خوش‌بین و بدبین تقسیم شدند. شرکت‌کنندگان محرک‌های منفی و مثبتی را تماشا کردند که برای نیمی از آنها تداعی‌کننده هدف بود و برای نیم دیگر این ویژگی را نداشت. الگوی حرکات چشم آنها با استفاده از دستگاه Eye-tracking مدل SMI مورد سنجش قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که افراد خوش‌بین هدفدار به طور معنادار بیشتر از خوش‌بین‌های بی‌هدف به محرک مثبت نگاه کردند ولی بدبین‌های هدفدار تفاوتی با افراد بی‌هدف نداشتند. در مورد محرک منفی نیز تفاوتی بین گروه‌ها مشاهده نشد. نتایج به‌دست آمده حاکی از اثرگذاری تعاملی خوش‌بینی و هدفمندی در سوگیری توجه افراد است و همچنین این دو به عنوان سازه‌های عاطفی و شناختی، اثر یکدیگر را تعدیل می‌کنند.

**واژه‌های کلیدی:** روانشناسی مثبت‌نگر، محرک مثبت و منفی، ردیابی چشم

\*نشانی پستی نویسنده: تهران، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده روانشناسی، آزمایشگاه روانشناسی، پست الکترونیکی: r\_mansouri1985@yahoo.com

## مقدمه

نسبت به اطلاعات منفی که در رابطه با خودشان است توجه نشان می‌دهند تا در مواقع لزوم واکنش مناسبی داشته باشند. سگرس‌تروم (۲۰۰۱) در پژوهشی مشاهده کرد کسانی که در بدبینی نمره بالایی می‌گیرند به احتمال بیشتری به محرک‌های منفی توجه می‌کنند، و افراد خوش‌بین به هر دو محرک مثبت و منفی توجه می‌کنند (سگرس‌تروم، ۲۰۰۱). اما این نتیجه در پژوهش‌های بعدی (ایساکوویچ، ۲۰۰۵) تکرار نشد. ایساکوویچ در دو مرحله پیاپی مشاهده کرد هنگامی که تصاویر منفی به همراه تصاویر خنثی به افراد ارائه می‌شود خوش‌بین‌ها به صورت انتخابی به محرک‌های منفی توجه نمی‌کنند.

چنین تناقضی در یافته‌ها نشان دهنده این است که توجه به محرک‌های مثبت و منفی از عامل دیگری غیر از خوش‌بینی هم تاثیر می‌پذیرد. در رویکرد پردازش اطلاعات، توجه، ماهیت شناختی دارد و به معنای تمرکز انتخابی روی بخشی از اطلاعات است که به حافظه حسی وارد می‌شود و نخستین عامل پردازش محرک‌های محیطی است (هرگنهان و اولسون، ۱۳۸۶). به علت محدودیت ظرفیت شناختی، انسان‌ها همواره با توجه انتخابی به محرک‌های محیطی، برخی از آنها را برای پردازش انتخاب می‌کنند و ناگزیر برخی دیگر را نادیده می‌گیرند. توجه، مانند یک گذرگاه شناختی، مطابق با ملاک‌های مختلف شخصی، انتخاب محرک‌هایی را که باید پردازش شوند، بر عهده دارد (نورمن، ۱۹۸۲).

از جمله این ملاک‌ها، انتظارات و اهدافی هستند که انسان‌ها در مورد رویدادهای آینده دارند. انسان‌ها فعالیت‌ها و رفتارهای خود را به سمت اهدافی که دارند متمرکز کرده و از این رو به محرک‌هایی که با آن اهداف مرتبط باشند بیشتر توجه می‌کنند. مطالعاتی انجام شده که نشان داده‌اند افراد در مراحل انگیزشی متفاوت، در این‌که چه چیز را به‌خاطر بسپارند متفاوت هستند و افرادی که تلاش می‌کنند به هدفی برسند اطلاعات مربوط به آن هدف را بیشتر به یاد می‌آورند (کالویتزر، هک‌هاوسن و استلر، ۱۹۹۰). همچنین لایت و ایساکوویچ (۲۰۰۶) در پژوهشی با زنان یائسه و در شرف یائسگی که فرزندی نداشتند، مشاهده کردند که زنان در شرف یائسگی که هنوز توان بچه‌دار شدن داشتند و قبلاً در بین اهداف خود بچه دار شدن را حایز اهمیت دانسته بودند، بیشتر از زنان یائسه به تصاویر کودکان نگاه کردند و تثبیت چشم اولیه آنها روی این تصاویر بیشتر از زنان یائسه بود.

در دهه‌های پایانی قرن بیستم، همزمان با گسترش رویکرد روانشناسی مثبت‌نگر<sup>۱</sup>، توجه به ساختارهای شخصیتی مبتنی بر شناخت‌های مثبت روندی فزاینده داشته است (پترسون و سلیگمن، ۱۹۸۴؛ شیبور و کارور، ۱۹۹۲). یکی از مهم‌ترین این ساختارها خوش‌بینی<sup>۲</sup> است. خوش‌بین‌ها، افرادی هستند که انتظار دارند اتفاقات خوب برای آنها رخ دهد. خوش‌بین بودن به صورت کلی به این معنا است که فرد در رابطه با موقعیت پیش آمده انتظار بهترین نتیجه ممکن را داشته باشد که معمولاً با عنوان خوش‌بینی موقعیتی<sup>۳</sup> از آن یاد می‌شود. عموم مردم، خوش‌بینی را با تمثیل‌هایی مانند در نظر گرفتن نیمه پر لیوان یا عادت به انتظار پایانی خوش برای هر موقعیت فشارزا می‌شناسند (سلیگمن، رایویچ، کاکس و گیلهم، ۱۳۸۳). تیگر (۱۹۷۹) خوش‌بینی را خلق یا نگرشی می‌داند که با انتظار درباره آینده‌ای همراه است که فرد ارزیابی‌کننده آن را موافق خواست خود ارزیابی می‌کند. از نظر تیگر، خوش‌بینی جز ذاتی نوع انسان و یک ویژگی متمایزکننده و سازگارانه است. در نقطه مقابل خوش‌بینی، بدبینی قرار دارد که به معنای تاکید بر فاجعه‌آمیزترین علت هر شکست است و به‌طور کلی یعنی داشتن انتظارات منفی برای نتایج و پیامدها (شیبور و کارور، ۱۹۸۵).

تفاوت‌های شخصیتی و رفتاری فراوانی بین افراد خوش‌بین و بدبین در مطالعات مختلف گزارش شده است. خوش‌بین‌ها حالت اطمینان پایدار دارند و معتقدند که ناملایمات را می‌توان به شیوه موفقیت‌آمیزی اداره کرد، اما بدبین‌ها مردد و ناپایدار هستند و انتظار بدبختی دارند (اشنایدر و لویز، ۲۰۰۲). خوش‌بینی با افسردگی کمتر، ناراحتی کمتر و حتی زایمان بهتر و سالم‌تر در زنان باردار همراه بوده است (کارور و گاینز، ۱۹۸۷؛ لوبل، دوینسنت، کامینر و مه‌یر، ۲۰۰۰؛ یالی و لوبل، ۲۰۰۲). علاوه بر این خوش‌بینی با عملکرد تحصیلی و شغلی هم رابطه مثبت دارد (بگلی، لی و زاجکا، ۲۰۰۰؛ نانیس و رایت، ۲۰۰۳).

آسپینوال و برونهارت (۱۹۹۶) به این نتیجه رسیدند که هر چه انسان‌ها خوش‌بین‌تر باشند به اطلاعات منفی که در رابطه با سلامتی خودشان است بیشتر توجه می‌کنند. آنها

1. positive psychology
2. optimism
3. dispositional optimism

افراد دارای نمرات بالاتر از ۱۵ به عنوان خوش‌بین در نظر گرفته شده و برای شرکت در آزمایش انتخاب شدند و بقیه افراد که نمرات میانه کسب کرده بودند کنار گذاشته شدند. در نهایت تعداد ۱۵ نفر دانشجوی کارشناسی خوش‌بین، ۱۵ نفر دانشجوی کارشناسی بدبین، ۱۵ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد خوش‌بین و ۱۵ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد بدبین برای شرکت در آزمایش انتخاب شدند.

شرکت‌کنندگان به صورت انفرادی مقابل دستگاه ردیابی چشم قرار گرفتند و پس از انجام مراحل کالیبراسیون<sup>۳</sup> و اعتباریابی، محرک‌های مثبت، منفی و خنثی به آنها ارائه شد. محرک مثبت، مطلبی حاکی از موفقیت در آزمون کارشناسی ارشد و کسب رتبه‌ای خوب؛ محرک منفی، نشان دهنده عدم موفقیت و کسب رتبه‌ای نامطلوب و محرک خنثی نیز حاوی مطلبی کاملاً غیر مرتبط با آزمون کارشناسی ارشد و بدون هیچ‌گونه بار هیجانی بودند. این محرک‌ها در دو تصویر و به مدت ۲۰ ثانیه به شرکت‌کنندگان ارائه می‌شد. به این ترتیب که در تصویر اول، محرک مثبت در کنار محرک خنثی و در تصویر دوم محرک منفی در کنار محرک خنثی قرار داشت (شکل ۱ و ۲). ترتیب ارائه این دو تصویر نیز به‌طور تصادفی تعیین می‌شد. هدف از ارائه تصاویر به صورت تصادفی این بود که اثر مکان ارائه تصویر را که ممکن بود منجر به جلب توجه بیشتر آزمودنی به محرکی خاص شود، خنثی کند. به دلیل نوشتاری بودن تصاویر، ممکن بود تصاویری که در سمت راست قرار دارند و زودتر خوانده می‌شوند توجه بیشتری جلب کنند.

علاوه بر این، محرک‌ها به گونه‌ای تنظیم شدند که از نظر تعداد کلمات (۱۸) و شکل و اندازه (1041 × 316 pixels) یکسان باشند. محرک‌ها در یک مانیتور ۲۲ اینچی و در پروتکل (fit to screen) ارائه شدند به طوری که در اولین لحظه ارائه، نگاه شرکت‌کنندگان روی مرز بین دو محرک متمرکز باشد.

به این ترتیب به نظر می‌رسد در سوگیری توجه و نگاه کردن به محرک‌های محیطی، علاوه بر خوش بینی و بدبینی، داشتن هدف مرتبط با محرک‌ها نیز اثرگذار است. هدف پژوهش حاضر پاسخ دادن به این سوال بود که آیا تعاملی بین خوش‌بینی و هدفداری در تعیین سوگیری توجه به محرک‌های مثبت و منفی وجود دارد؟ برای پاسخ دادن به این سوال آزمودنی‌ها به دو گروه خوش‌بین و بدبین تقسیم شدند و در معرض یک محرک مثبت و یک محرک منفی قرار گرفتند که با یک محرک خنثی همراه بودند. محرک‌ها به گونه‌ای ارائه شدند که فقط برای نیمی از آزمودنی‌ها تداعی‌کننده هدفشان باشد.

## روش

جامعه آماری، نمونه و روش اجرای پژوهش: این پژوهش از نوع شبه آزمایشی بوده و در قالب یک طرح ترکیبی ۲ × ۲ (خوش‌بین- بدبین × هدفدار- بدون هدف × محرک مثبت- محرک منفی) انجام شده است. جامعه این پژوهش همه دانشجویان سال آخر کارشناسی و سال اول کارشناسی ارشد دانشکده روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی در سال تحصیلی ۹۰-۱۳۸۹ بودند که بالغ بر ۳۰۰ نفر بودند. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند<sup>۱</sup>، در نهایت تعداد ۶۰ نفر از میان این جامعه برای اجرای پژوهش انتخاب شدند. به این ترتیب که در ابتدا ۵۰ نفر از دانشجویان کارشناسی سال آخر که در آزمون کارشناسی ارشد سال ۱۳۹۰ شرکت کرده بودند و منتظر اعلام نتایج آن بودند (به عنوان شرکت‌کنندگان هدفدار) و ۵۰ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد سال اول که منتظر نتایج آزمون کارشناسی ارشد نبودند (به عنوان افراد بدون هدف) به صورت در دسترس انتخاب شدند<sup>۲</sup>. سپس همه این افراد به سوالات آزمون جهت‌گیری زندگی، که میزان خوش‌بینی و بدبینی را ارزیابی می‌کند، پاسخ دادند. میانگین، انحراف معیار و میانه نمرات نمونه مذکور در این آزمون به ترتیب ۱۵، ۲/۳ و ۱۴ بود. افرادی که نمرات پایین‌تر از ۱۳ داشتند به عنوان بدبین و

### 1. purposefull sampling

۲. برای به حداکثر رساندن اثر انتظار نتیجه آزمون کارشناسی ارشد و درگیری ذهنی با هدف قبول شدن در آن، پژوهش حاضر ۲ هفته قبل از اعلام نتایج آزمون مذکور انجام شد.

<p>نتایج آزمون کارشناسی ارشد سال ۱۳۹۰ رشته امتحانی: روانشناسی مجاز به انتخاب رشته: می‌باشید رتبه کل: ۳</p>	<p>تعداد ایستگاه‌ها در منطقه در سال ۱۳۹۰ ناحیه اول: ۴ ایستگاه ناحیه دوم: ۶ ایستگاه ناحیه سوم: ۵ ایستگاه</p>
--	---

شکل ۱

محرك مثبت که برای نیمی از آزمودنی‌ها تداعی‌کننده هدف بود، در کنار محرك خنثی

<p>تعداد ایستگاه‌ها در منطقه در سال ۱۳۹۰ ناحیه اول: ۴ ایستگاه ناحیه دوم: ۶ ایستگاه ناحیه سوم: ۵ ایستگاه</p>	<p>نتایج آزمون کارشناسی ارشد سال ۱۳۹۰ رشته امتحانی: روانشناسی مجاز به انتخاب رشته: نیستید رتبه کل: ۱۴۶۸</p>
---	---

شکل ۲

محرك منفی که برای نیمی از آزمودنی‌ها تداعی‌کننده هدف بود، در کنار محرك خنثی

دستوری که در ابتدا به شرکت‌کنندگان داده می‌شد این بود: "لطفاً آزادانه و به هر صورت که مایلید به مانیتور نگاه کنید. انگار که دارید تلویزیون تماشا می‌کنید. سعی نکنید چیزی را به خاطر بسپارید چون قرار نیست بعد از انجام آزمایش سوالی از شما پرسیده شود." طرح پژوهش به طور خلاصه در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱

طرح کلی پژوهش

بدون هدف	هدفدار
<p>۱. تعداد تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرك مثبت ۲. تعداد تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرك منفی</p>	<p>۱. تعداد تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرك مثبت* ۲. تعداد تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرك منفی*</p>
<p>۱. تعداد تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرك مثبت ۲. تعداد تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرك منفی</p>	<p>۱. تعداد تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرك مثبت ۲. تعداد تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرك منفی</p>

\* نوع محرك، متغیر درون آزمودنی است.

آزمون در سال ۱۹۸۵ توسط شییر و کارور ساخته شده و از اعتبار و روایی بالایی برخوردار است. شییر و کارور (۱۹۸۵) اعتبار آن را ۰/۷۴ و همبستگی آن را با چند آزمون مرتبط مانند حرمت خود، ناامیدی و نورزگرایی، بالا گزارش کرده است. این آزمون در سال ۱۳۸۳ توسط خدابخشی به فارسی ترجمه شده و در ایران اعتباریابی مقدماتی شده است. اعتبار و روایی آن در پژوهش خدابخشی (۱۳۸۳) به ترتیب ۰/۷۴ و ۰/۷۲ گزارش شده است.

ابزار سنجش

آزمون جهت‌گیری زندگی (LOT): برای سنجش میزان خوش‌بینی افراد و تقسیم آنها به دو گروه خوش‌بین و بدبین، از آزمون جهت‌گیری زندگی<sup>۱</sup> استفاده شد. این آزمون ۱۰ گویه دارد که ۴ مورد از آنها گویه‌های انحرافی هستند. این گویه‌ها بر مبنای مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای از صفر (کاملاً مخالف) تا ۴ (کاملاً موافق) پاسخ داده می‌شوند. به این ترتیب حداقل نمره قابل کسب صفر و حداکثر نمره ۲۴ است. این

1. Life Orientation Test (LOT)

کوشش‌های آزمایشی دارای خطای زیاد قابل تشخیص بوده و می‌توان آنها را از تحلیل کنار گذاشت.

### یافته‌ها

داده‌های به دست آمده از دستگاه ردیابی چشمی با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحلیل‌های توصیفی و استنباطی به طور مجزا برای محرک مثبت و منفی و به تفکیک تعداد تثبیت و طول مدت نگاه کردن به محرک‌ها در جدول ۲ و ۳ ارائه خواهد شد. متوسط خطای اندازه‌گیری شرکت‌کنندگان در دستگاه ردیابی چشمی برابر با  $x = 0.35^\circ$ ،  $y = 0.4^\circ$  بود و بنابر تحلیل‌های همبستگی، رابطه‌ای با الگوی حرکات چشم افراد نداشت ( $r = -0.05$ ).

دستگاه ردیابی چشمی (*eye-tracking*): برای اندازه‌گیری مدت نگاه کردن به محرک‌های مثبت، منفی و خنثی از دستگاه ردیابی چشمی مدل SMI-RED-120Hz استفاده شد که متشکل است از: یک مانیتور ۲۲ اینچی برای ارائه محرک، دستگاه دریافت کننده امواج مادون قرمز برای ثبت حرکات چشم با سرعت نمونه برداری ۱۲۰ هرتز در ثانیه، نرم‌افزار iView X برای ثبت حرکات و تغییرات چشم، نرم افزار Experiment Center برای طراحی آزمایش و نحوه ارائه محرک‌ها و نرم‌افزار Begaze برای تحلیل داده‌های ثبت شده. این دستگاه مقادیر خطای اندازه‌گیری محل تثبیت‌های چشم را نیز محاسبه و گزارش می‌کند و به این ترتیب

جدول ۲

میانگین و انحراف معیار تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرک مثبت

	کل				بدون هدف				هدفدار			
	مدت نگاه کردن		تعداد تثبیت		مدت نگاه کردن		تعداد تثبیت		مدت نگاه کردن*		تعداد تثبیت	
	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M
خوش‌بین	۱۰۸۴	۱۰۹۹۸	۳/۸	۴۵/۸	۹۱۳	۱۰۲۵۶	۱/۸	۴۳/۱	۶۴۹	۱۱۷۳۹	۳/۴	۴۸/۵
بدبین	۵۲۱	۱۰۰۷۸	۳/۸	۴۲/۵	۴۶۴	۱۰۲۱۴	۳	۴۳/۱	۵۵۴	۹۹۴۱	۴/۴	۴۱/۸
کل	۹۶۲	۱۰۵۳۸	۴/۲	۴۴/۱	۷۱۲	۱۰۲۳۵	۲/۵	۴۳/۱	۱۰۸۹	۱۰۸۴۰	۵/۲	۴۵/۱

\* اعداد بر حسب میلی ثانیه هستند.

جدول ۳

میانگین و انحراف معیار تثبیت چشم و مدت نگاه کردن به محرک منفی

	کل				بدون هدف				هدفدار			
	مدت نگاه کردن		تعداد تثبیت		مدت نگاه کردن		تعداد تثبیت		مدت نگاه کردن		تعداد تثبیت	
	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M
خوش‌بین	۸۰۳	۹۳۴۵	۹/۳	۳۳/۸	۶۳۷	۹۲۷۳	۷/۶	۳۳/۴	۹۵۹	۹۴۱۶	۱۱	۳۴/۳
بدبین	۲۲۱۳	۱۰۰۶۹	۱۲/۱	۳۸/۹	۲۳۱۴	۹۶۷۷	۷/۹	۳۶/۴	۲۱۱۳	۱۰۴۶۰	۱۵/۱	۴۱/۵
کل	۱۶۹۱	۹۷۰۷	۱۱	۳۶/۴	۱۶۸۰	۹۴۷۵	۷/۸	۳۴/۹	۱۶۹۷	۹۹۳۸	۱۳/۵	۳۷/۹

از آنجا که برخی از متغیرهای پژوهش از نوع بین آزمودنی بوده (خوش‌بینی و هدفداری) و برخی دیگر درون آزمودنی بودند (نوع محرک)، از تحلیل واریانس ترکیبی<sup>۱</sup> استفاده شد.

همانطور که در جداول مشخص است تفاوت‌هایی در الگوی نگاه کردن افراد گروه‌های مختلف به محرک‌های مثبت و منفی مشاهده می‌شود. برای بررسی معناداری این تفاوت‌ها،

به این ترتیب یک تحلیل واریانس ۲ (دارای هدف- بدون هدف) × ۲ (خوش بین- بد بین) × ۲ (محرک مثبت- محرک منفی) انجام شد که نتایج تحلیل‌های بین گروهی و سپس تحلیل‌های درون گروهی و تعاملی به ترتیب در جداول ۴ و ۵ ارائه شده است.

جدول ۴

نتایج تحلیل واریانس بین گروهی اثر خوش بینی و هدفداری بر الگوی نگاه کردن

<u>P</u>	<u>F</u>	<u>میانگین مجذورات</u>	<u>df</u>	<u>اندازه وابسته</u>	<u>منبع</u>
۰/۰۲	۵	۸۵۵۰۴۰۸	۱	طول مدت نگاه کردن	هدفداری
۰/۱	۲/۷	۱۸۷/۵	۱	تعداد تثبیت چشم	
۰/۱۶	۰/۱۷	۲۸۷۹۲۴	۱	طول مدت نگاه کردن	خوش بینی
۰/۱۵	۰/۳۳	۲۲/۵	۱	تعداد تثبیت چشم	
۰/۱۲	۱/۴	۲۳۳۴۱۱۴	۱	طول مدت نگاه کردن	هدفداری × خوش بینی
۰/۱۶	۰/۲	۱۲	۱	تعداد تثبیت چشم	
		۱۶۷۶۸۳۸	۵۶	طول مدت نگاه کردن	خطا
		۶۷	۵۶	تعداد تثبیت چشم	

در جدول ۴ مشاهده می‌شود که فقط اثر اصلی هدفداری بر طول مدت نگاه کردن در سطح قابل قبول معنادار است. به این ترتیب که افراد هدفدار بیشتر از افراد بی‌هدف به محرک‌های غیر خنثی (اعم از مثبت و منفی) نگاه کرده‌اند. اما هدفداری اثر معناداری روی تعداد تثبیت افراد نداشته است. همچنین اثر خوش‌بینی و اثر تعاملی آن دو نیز بر هیچ یک از اندازه‌های وابسته معنادار نیست.

جدول ۵

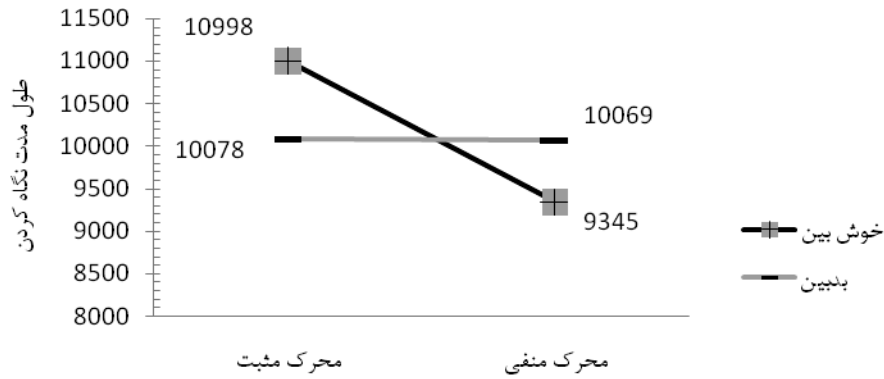
نتایج تحلیل واریانس درون گروهی اثر نوع محرک و تعامل آن با خوش بینی و هدفداری بر الگوی نگاه کردن

<u>P</u>	<u>F</u>	<u>میانگین مجذورات</u>	<u>df</u>	<u>اندازه وابسته</u>	<u>منبع</u>
۰/۰۰۱	۱۳	۲۰۷۱۸۴۹۲	۱	طول مدت نگاه کردن	نوع محرک
۰/۰۰۰۵	۲۹	۱۸۰۹	۱	تعداد تثبیت چشم	
۰/۷	۰/۰۹	۱۵۲۹۳۸	۱	طول مدت نگاه کردن	نوع محرک × هدفداری
۰/۷	۰/۱	۶	۱	تعداد تثبیت چشم	
۰/۰۰۱	۱۳	۲۰۲۶۸۸۷۶	۱	طول مدت نگاه کردن	نوع محرک خوش‌بینی
۰/۰۰۵	۸	۵۳۷	۱	تعداد تثبیت چشم	
۰/۰۱	۶	۱۰۷۵۹۲۳۸	۱	طول مدت نگاه کردن	نوع محرک × هدفداری × خوش‌بینی
۰/۰۶	۳	۲۲۴	۱	تعداد تثبیت چشم	
		۱۵۵۵۸۰۲	۵۶	طول مدت نگاه کردن	خطا (نوع محرک)
		۶۱	۵۶	تعداد تثبیت چشم	

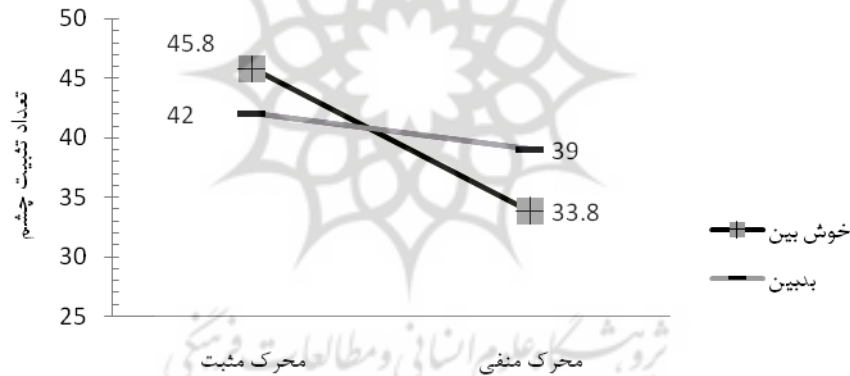
با توجه به این نتایج، مشخص می‌شود که نوع محرک به تنهایی هم بر طول مدت نگاه کردن و هم بر تعداد تثبیت چشم اثر دارد. شرکت‌کنندگان به طور کلی و به طور معناداری بیشتر به محرک مثبت نگاه کرده‌اند تا محرک منفی (۱۰۵۳۸ در برابر ۹۷۰۷) و بیشتر روی محرک مثبت تثبیت چشم داشته‌اند تا محرک منفی (۴۴/۱ در برابر ۳۶/۴). اثر تعاملی

نوع محرک و هدفداری بر هیچ یک از اندازه‌های وابسته اثر معنادار نداشته است و از این رو افراد هدفدار و بی‌هدف از لحاظ تثبیت چشم و نگاه کردن به محرک‌های مثبت و منفی تفاوتی با یکدیگر ندارند. با این حال تعامل نوع محرک و خوش‌بینی بر هر دو اندازه وابسته معنادار است. به این ترتیب که افراد خوش‌بین بیشتر به محرک مثبت نگاه کردند تا

محرك منفی (۱۰۹۹۸ در برابر ۹۳۴۵) و بیشتر روی محرك مثبت تثبيت چشم داشتند تا محرك منفی (۴۵/۸ در برابر ۳۳/۸) و در مقابل، افراد بدبین تفاوتی در مدت نگاه کردن به



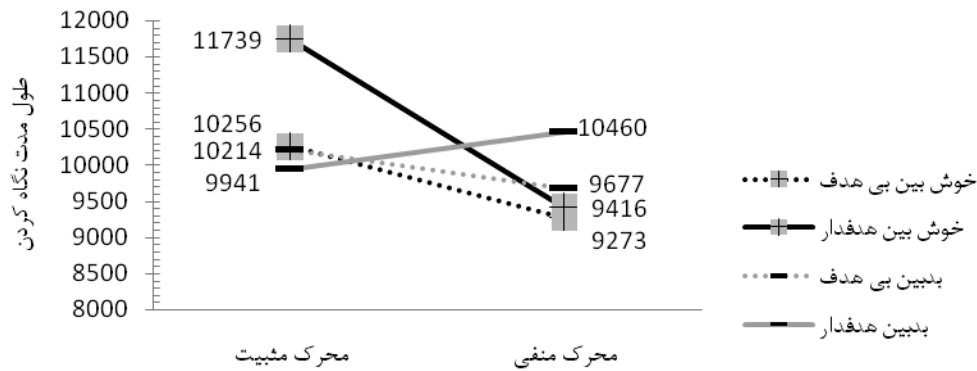
نمودار ۱  
اثر تعاملی خوش بینی و نوع محرك بر طول مدت نگاه کردن



نمودار ۲  
اثر تعاملی خوش بینی و نوع محرك بر تعداد تثبيت چشم

هدفدار به آن نگاه کردند (۱۱۷۳۹ در برابر ۹۹۴۱) و در مورد محرك منفی تفاوتی نداشتند. خوش بین های بی هدف با بدبین های بی هدف و خوش بین های هدفدار با بدبین های هدفدار تفاوتی نداشتند (میانگین ها به صورت تفکیکی در جداول ۲ و ۳ ذکر شده است). نمودار ۳ اثر تعاملی این سه متغیر را بر طول مدت نگاه کردن نشان می دهد.

مهم تر از همه و در نهایت اینکه اثر تعاملی نوع محرك، هدفداری و خوش بینی بر طول مدت نگاه کردن معنادار بود ولی بر تعداد تثبيت چشم اثر معنادار نداشت. یعنی افراد خوش بین بی هدف در مدت نگاه کردن به محرك مثبت تفاوتی با افراد بدبین بی هدف نداشتند (۱۰۲۵۶ در برابر ۱۰۲۱۴) ولی خوش بین های هدفدار بیشتر از بدبین های



نمودار ۳

اثر تعاملی خوش بینی، هدف‌داری و نوع محرک بر طول مدت نگاه کردن

دیدگاه استراتژیک شاید معقول‌تر از این باشد که فرد به یکی از محرک‌ها بیشتر نگاه کند. در پژوهش سگرس‌تروم (۲۰۰۱) بدبین‌ها دارای سوگیری توجه به سمت محرک‌های منفی بوده و خوش‌بین‌ها به هر دو محرک منفی و مثبت توجه کردند (یعنی نتیجه‌ای متضاد با پژوهش حاضر). برای تبیین این نتیجه، سگرس‌تروم با توسل به اینکه توجه به محرک‌های منفی توسط خوش‌بین‌ها ارزشی انطباقی دارد، بحث می‌کند که این توجه به محرک‌های منفی و تهدیدهای موجود در محیط، فرد را قادر می‌سازد قبل از اینکه تهدیدها شدیدتر شوند با آنها بجنگد، از آنها فرار کند یا این‌که راهبردهای مقابله‌ای دیگری را به کار گیرد.

به نظر می‌رسد در اینجا باید دو موضوع مد نظر قرار گیرد. یکی اینکه اگر این تبیین پذیرفته شود و ارزش انطباقی توجه به محرک‌های منفی برای بقا و پردازش شناختی نقاط قوت و ضعف محرک‌ها در خوش‌بینی دخیل شود، آیا باز هم خوش‌بینی در چارچوب تعاریفی که بر آمادگی قبلی افراد برای ادراک مطلوب‌ترین اتفاق از بین ردیفی از اتفاقات (برونر، ۱۹۵۷) مبتنی هستند، می‌گنجد؟ موضوع این است که اگر این تبیین در مورد خوش‌بین‌هایی که به هر دو محرک منفی و مثبت توجه می‌کنند (پژوهش سگرس‌تروم) پذیرفته شود، چه دلیلی وجود دارد که نتوان آن را در مورد بدبین‌هایی که همان الگوی توجه را دارند (پژوهش حاضر) به کار برد و به این ترتیب به جای صحبت از میزان خوش‌بینی و بدبینی، از میزان پردازش اطلاعات محیطی سخن گفت؟ در مجموع به نظر می‌رسد در بحث از خوش‌بینی، در کنار پرداختن به

### بحث

هدف این پژوهش بررسی نقش هدف‌داری و خوش‌بینی و تعامل آنها بر الگوی حرکات چشم روی محرک‌های مثبت و منفی بود. به طور کلی و بدون در نظر گرفتن دیگر متغیرها، شرکت‌کنندگان به طور معناداری به محرک مثبت بیشتر از محرک منفی نگاه کردند. این امر می‌تواند نشان‌دهنده عدم تعادل نمونه مورد بررسی در میزان خوش‌بینی باشد. در واقع با توجه به میانگین شرکت‌کنندگان در میزان خوش‌بینی (۱۵) می‌توان نگاه بیشتر به محرک مثبت را ناشی از خوش‌بین بودن نسبی شرکت‌کنندگان دانست. در مورد هدف‌داری، نتایج نشان داد که هدف‌دارها به طور کلی به محرک‌های غیر خنثی (مثبت و منفی) بیشتر از محرک‌های خنثی نگاه کردند. از آنجا که هر دو محرک مثبت و منفی حاوی اطلاعاتی راجع به رخدادی بود که در آینده برای آنها اتفاق می‌افتاد، این نتیجه قابل انتظار بوده و با پژوهش‌های قبلی (لایت و ایساکویچ، ۲۰۰۶) نیز همسو است. اما این موضوع که تعامل هدف‌داری با نوع محرک معنادار نبود نشان می‌دهد هدف‌دارها، البته بدون در نظر گرفتن میزان خوش‌بینی، به یک اندازه به محرک‌های مثبت و منفی نگاه کرده و هیچ یک را بر دیگری ترجیح نداده‌اند.

از طرف دیگر تعامل خوش‌بینی و نوع محرک معنادار بود و خوش‌بین‌ها، مطابق با انتظار، بیشتر به محرک مثبت نگاه کردند اما نکته مهم‌تر که با تحقیقات قبلی ناهمسو بود، این است که بدبین‌ها به محرک منفی بیشتر نگاه نکردند، بلکه به طور مساوی به محرک‌های مثبت و منفی نگاه کردند، که از



اطلاعاتی که محرک‌های محیطی می‌توانند برای افراد به همراه داشته باشند در این امر دخیل باشد، که بررسی آن مستلزم پژوهش‌های بیشتر است.

به‌طور کلی از لحاظ نظری، این پژوهش می‌تواند در درک دقیق‌تر ماهیت خوش‌بینی و مولفه‌های شناختی درگیر در آن موثر باشد، زیرا نتایج پژوهش نشان می‌دهد خوش‌بینی و بدبینی دارای تأثیرات متقارن و متناظر با هم نیستند. این یافته می‌تواند حاوی نکاتی راجع به ماهیت پیوستاری خوش‌بینی-بدبینی باشد و وجود یا شدت چنین پیوستاری را با چالش مواجه کند. علاوه بر این از لحاظ عملی، نتایج این پژوهش می‌تواند در برخی از روش‌های مداخله بالینی کاربرد داشته باشد. به عنوان مثال، در روش‌های مبتنی بر آموزش توجه، یکی از اهداف درمانی اصلاح سوگیری توجه بیمار به محرک‌های اضطراب‌زا است. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، ترکیب کردن محرک‌های خنثی و یا مثبت با اهداف خاص و مطلوب بیمار، می‌تواند احتمال موفقیت آموزش توجه به این محرک‌ها را افزایش دهد.

از محدودیت‌هایی که در بررسی نتایج این پژوهش باید در نظر گرفته شود آرایه محرک‌های نوشتاری بود. در اکثر پژوهش‌های مرتبط قبلی از محرک‌های تصویری و عمدتاً عکس‌های خوشایند و ناخوشایند استفاده شده است، اما در این پژوهش تعداد محدودی مواد نوشتاری به افراد ارائه شد که در تعمیم نتایج به محرک‌های واقعی محیطی و مقایسه با پژوهش‌های دیگر باید در نظر گرفته شود، زیرا ارزش مثبت یا منفی محرک‌ها تا زمانی که افراد آنها را نخوانده باشند مشخص نمی‌شود؛ که این خود مستلزم اختصاص بخشی از زمان نگاه کردن به محرک‌ها است. اما در محرک‌های تصویری چنین زمانی مورد نیاز نیست. به علاوه تعداد محدود محرک‌های ارائه شده در این پژوهش و نیز محدود بودن موضوع این محرک‌ها، ایجاب می‌کند که نتیجه‌گیری‌های انجام شده با احتیاط بیشتری تفسیر شده و تعمیم آن به موضوعات مختلف زندگی روزمره با دشواری مواجه شود. تکرار پژوهش با موضوعات متفاوت زندگی با درجه اهمیت‌های متفاوت، ممکن است به کاربرد مطمئن‌تر و گسترده‌تر نتایج در زمینه‌های بالینی و بهداشت روانی بیانجامد.

داشتن عینک خوش‌بینی باید نقش بیشتری را برای پردازش شناختی ارادی و استراتژیک موقعیت‌ها قایل بود.

نتایج پژوهش نشان داد که تعامل نوع محرک، هدفداری و خوش‌بینی بر مدت نگاه کردن شرکت‌کنندگان معنادار است. خوش‌بین‌های بی‌هدف تفاوتی با بدبین‌های بی‌هدف در نگاه کردن به محرک مثبت نداشتند، اما در مقابل، خوش‌بین‌های هدفدار بیشتر از بدبین‌های هدفدار به آن نگاه کردند و در مورد محرک منفی، هیچ یک از ۴ گروه تفاوت معناداری با یکدیگر نداشتند. این نتیجه با وضوح بیشتری تأثیر عوامل شناختی را در کنار خوش‌بینی و بدبینی در تعیین رفتار نشان می‌دهد. همسو با نتایج پژوهش لایت و ایساکوویچ (۲۰۰۶) که در آن مشاهده کردند داشتن هدف مرتبط با محرک‌های محیطی و درگیری ذهنی با آن، الگوی نگاه کردن افراد به محرک‌های مرتبط با آن هدف و نامرتب با آن را تحت تأثیر قرار داد، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که هدفداری به خوبی اثر خوش‌بینی بر نگاه کردن را تعدیل می‌کند.

نوع محرک نیز به عنوان تعدیل‌کننده دوم در این بین نقش ایفا می‌کند. به این ترتیب که افراد وقتی که در محیط به دنبال عنصر خاصی نیستند و محرک‌های محیطی برایشان ارزش اطلاعاتی ندارد، فارغ از سطح خوش‌بینی که دارند، همه محرک‌ها (چه مثبت و چه منفی) را به یک اندازه بررسی می‌کنند، اما وقتی محرک مثبتی از محرک‌های محیطی (و نه محرک منفی) با اهدافی که دارند رابطه داشته باشد، خوش‌بین‌ها بیشتر به آن توجه می‌کنند ولی بدبین‌ها باز هم به همان اندازه‌ای آن را در نظر می‌گیرند که به محرک‌های منفی می‌پردازند. به این ترتیب به نظر می‌رسد افراد خوش‌بین هنگامی که مساله مهمی در ارتباط با خود یا آینده خود در کار باشد، گرایش دارند که محرک‌های خوشایند و مطلوب را ببینند، ولی وقتی هدف یا مساله مهمی در کار نیست، اولویتی برای آن قایل نمی‌شوند. با توجه به این امر، می‌توان سوال کرد که چرا خوش‌بینی و بدبینی اثرات متقارنی ندارند؟ به عبارت دیگر وقتی خوش‌بینی باعث توجه بیشتر یک خوش‌بین هدفدار به اطلاعات مثبت می‌شود، چرا بدبینی باعث نمی‌شود یک بدبین هدفدار به اطلاعات منفی بیشتر توجه کند و میزان توجه آنها به همه اطلاعات به یک اندازه است؟ به نظر می‌رسد نوع هدف و میزان اهمیت آن برای افراد، و نیز نوع و میزان

## مراجع

هرگنهان، بی. آر، و السون، ام. اچ. (۱۹۹۷) مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری. ترجمه علی اکبر سیف، ۱۳۸۶. تهران: نشر دوران.

خدابخشی، م. (۱۳۸۳). هنجار یابی، پایایی و روایی مقیاس خوش‌بینی در شهر اصفهان. پایان نامه کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی، دانشگاه اصفهان.  
سلیگمن، ام. ای. پی، رایویچ، کی، کاکس، ال، و گیلهام، جی. (۱۹۹۶). کودک خوش‌بین. ترجمه فروزنده داورپناه، ۱۳۸۳. تهران: انتشارات رشد.

## References

- Aspinwall, L. G., & Brunhart, S. M. (1996). Distinguishing optimism from denial: Optimistic beliefs predict attention to health threats. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 993-1003.
- Bruner, J. S. (1957). On perceptual readiness. *Psychological Bulletin*, 64, 123-152.
- Begley, T. M., Lee, C., & Czajka, J. M. (2000). The relationships of type A behavior and optimism with job performance and blood pressure. *Journal of Business and Psychology*, 15, 215-227.
- Carver, C. S., & Gaines, J. G. (1987). Optimism, pessimism, and postpartum depression. *Cognitive Therapy and Research*, 4, 449-462.
- Gollwitzer, P. M., Heckhausen, H., & Steller, B. (1990). Deliberative vs. implemental mindsets: Cognitive tuning toward congruous thoughts and information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1119-1127.
- Isaacowitz, D. M. (2005). The gaze of the optimist. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 407-415.
- Light, J., & Isaacowitz, D.M. (2006). The effect of developmental regulation on visual attention: The example of the "Biological Clock." *Cognition and Emotion*, 20, 623-645.
- Lobel, M., Devincent, C. J., Kaminer, A., & Meyer, B. A. (2000). The impact of personal maternal stress and optimistic disposition on birth outcomes in medically high risk woman. *Health Psychology*, 19, 544-553.
- Nonis, S. A., & Wright, D. (2003). Moderating effects of achievement striving & situational optimism on the relationship between ability and performance outcomes of college students. *Research in high Education*, 44, 327-346.
- Norman, D. A. (1982). *Learning and memory*. New York: Freeman.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (1984). Causal explanations as a risk factor for depression: Theory and evidence. *Psychological Review*, 3, 347-374.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 3, 219-247.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1992). Effects of optimism on psychological and physical well-being: Theoretical overview and empirical update. *Cognitive Therapy and Research*, 2, 201-228.
- Seegerstrom, S. C. (2001). Optimism and attentional bias for negative and positive information. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2, 1334-1343.
- Snyder, C. R., & Lopez, J. (2002). *Handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press.
- Tiger, L. (1979). *Optimism: The biology of hope*. New York: Simon and Schuster.
- Yali, A. M., & Lobel, M. (2002). Stress-resistance resources and coping in pregnancy. *Anxiety, stress and coping*, 15, 289-309.