

Prediction of Interpersonal Cognitive Distortions based on the Worship of Celebrities and Parasocial Interaction with them

Reza Shabahang^{*1}, Farzin Bagheri Sheykhangafshe², Adeleh Yousefi Siakoucheh²

1. M.A. Student in General Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

2. M.A. Student in General Psychology, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran

Received: November 15, 2018

Accepted: March 8, 2019

Abstract

Background and Purpose: The fascination with celebrities and the parasocial interaction with them can be effective in interpersonal cognitive distortions. In this regard, the present study aimed to predict interpersonal cognitive distortions based on the worship of celebrities and parasocial interaction with them.

Method: The present research is descriptive and correlational. The statistical population of the study consisted of high school students in the first district of Rasht city in the academic year 2018-2019. The sample consisted of 200 male and female students of the eighth and ninth grades who were selected by convenience sampling method. The scales of *interpersonal cognitive distortions* (Hamamci & Büyüköztürk, 2004), *celebrity attitude* (McCutcheon, Lange & Houran, 2002), and *celebrity parasocial interaction* (Bocarnea & Brown, 2007) were used to gather the data. Multiple stepwise regression analysis was used to analyze the data.

Results: The results showed that the parasocial interaction ($\beta = 0.27$) at the significance level of 0.05 and celebrity worship ($\beta = -0.30$) and its subscales including entertainment-social ($\beta = 0.13$), intense-personal ($\beta = -0.14$), and borderline-pathological ($\beta = 0.65$) at the significant level of 0.01, were able to predict interpersonal cognitive distortions in adolescents

Conclusion: The results showed the possibility of predicting interpersonal cognitive distortions based on the worship of celebrities and parasocial interaction with them. The implications of the results are discussed in the paper.

Keywords: Interpersonal cognitive distortions, celebrity worship, parasocial interaction

Citation: Shabahang R, Bagheri Sheykhangafshe F, Yousefi Siakoucheh A. Prediction of interpersonal cognitive distortions based on the worship of celebrities and parasocial interaction with them. Quarterly Journal of Child Mental Health. 2019; 6(1): 163-175.

***Corresponding author:** Reza Shabahang, M.A. Student in General Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

Email: Reza.shabahang@ut.ac.ir

Tel: (+98) 9022225857

پیش بینی تحریفات شناختی بین فردی بر اساس پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنان

رضا شباهنگ*^۱، فرزین باقری شیخانگفته^۲، عادلہ یوسفی سیاکوجه^۲

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، ایران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۱۷

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۸/۲۴

چکیده

زمینه و هدف: شیفتگی به افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها از جمله پدیده‌هایی هستند که می‌توانند در تحریفات شناختی بین فردی، مؤثر واقع شوند. به همین دلیل، پژوهش حاضر با هدف پیش‌بینی تحریف شناختی بین فردی از طریق بررسی پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها است.

روش: پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل دانش‌آموزان مدارس متوسطه دوره اول ناحیه دو شهر رشت در سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۸ بود. نمونه شامل ۲۰۰ نفر از دانش‌آموزان پسر و دختر مقاطع هشتم و نهم بودند که با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. مقیاس تحریفات شناختی بین فردی (حمامچی و بویوکوزترک، ۲۰۰۴)، مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور (مک کاتچون، لانگ و هوران، ۲۰۰۲)، و مقیاس تعامل فرا اجتماعی با فرد مشهور (بوکارنی و براون، ۲۰۰۷) برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از روش رگرسیون چندگانه گام به گام استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد تعامل فرا اجتماعی ($\beta=0/27$) در سطح معنی‌داری $0/05$ و پرستش افراد مشهور ($\beta=0/30$) و زیرمقیاس‌های آن متشکل از سرگرمی-اجتماعی ($\beta=0/13$)، اشتیاق-شخصی ($\beta=0/14$) و مرزی-بیمارگونه ($\beta=0/65$) در سطح معنی‌داری $0/01$ قادر به پیش‌بینی تحریفات شناختی بین فردی هستند.

نتیجه‌گیری: نتایج به دست آمده، امکان پیش‌بینی تحریفات شناختی بین فردی از طریق بررسی پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها را نشان داده است. استلزام‌های نتیجه به دست آمده در مقاله مورد بحث قرار گرفته است.

کلیدواژه‌ها: تحریفات شناختی بین فردی، پرستش افراد مشهور، تعامل فرا اجتماعی

*نویسنده مسئول: رضا شباهنگ، دانشجوی کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، ایران.

تلفن: ۰۹۰۲۲۲۵۸۵۷

ایمیل: Reza.shabahang@ut.ac.ir

مقدمه

بر طبق روی‌آورد شناختی رفتاری، باورهای غیرمنطقی و تحریفات شناختی می‌توانند نقشی مهم در ایجاد و ادامه رفتارهای ناکارآمد و مشکلات روان‌شناختی ایفا کنند که در این بین، ارتباطات بین‌فردی نیز می‌توانند از شناخت‌های غیرمنطقی تأثیر بپذیرند. در واقع تحریفات شناختی بین‌فردی^۱ به عنوان تحریف‌های شناختی در ارتباطات و تعاملات افراد با یکدیگر تلقی می‌شوند که می‌توانند پیامدهای منفی بسیاری را در سطوح مختلف به همراه داشته باشند (۱). نوجوانان با توجه به مشخصه‌هایی که دارند از جمله گروه‌هایی هستند که تحریفات شناختی بین‌فردی می‌توانند در آنها برجسته باشند. نوجوانی دوره انتقالی^۲ است که در آن مجموعه‌ای از تغییرات مختلف رخ می‌دهد (۲). در این دوره، ایجاد و حفظ ارتباطات بین‌فردی از اهمیت بسیاری برخوردار است و افراد در این سن با مسئله مهمی به نام تشکیل روابط بین‌فردی نزدیک مواجه می‌شوند (۳) که این تعاملات بین‌فردی می‌توانند تنش‌های بسیاری را به همراه داشته باشند (۲).

با توجه به گسترش فرهنگ افراد مشهور و اهمیت آن در جوامع امروزی، شیفتگی نسبت به افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها از جمله موضوعاتی هستند که می‌توانند در ایجاد تحریفات شناختی بین‌فردی در نوجوانان موثر واقع شوند. در دنیای امروز، فرهنگ افراد مشهور به سرعت در حال گسترش است و موضوعات مرتبط با افراد مشهور به مباحثی بسیار مهم در رسانه‌های خبری قرن ۲۱ تبدیل شده‌اند (۴) و ستارگان فیلم‌ها، ستارگان ورزشی، دانشمندان، مدل‌های قهرمانانه، و رهبران سیاسی به افرادی قابل پرستش تبدیل شده‌اند (۵). این پدیده توجه بسیاری از دانشمندان علوم اجتماعی را به خود جلب کرده است (۶) و نگرانی بسیاری از پژوهشگران را درباره نقش شیفتگی به افراد مشهور در زندگی

طرفداران‌شان، به همراه داشته است (۷). شیفتگی افراطی نسبت به اشخاص مشهور مورد علاقه به عنوان پرستش افراد مشهور^۳ شناخته می‌شود بدین صورت که پرستشگران برای افراد مشهور مورد علاقه‌شان احترام بسیاری قائل هستند و کمبودها و ضعف‌های آنها را انکار می‌کنند و یا برای آنها دلیل تراشی می‌کنند (۸). به بیانی دیگر، بعضی افراد روابط یک‌طرفه هذیانی^۴ را با افراد مشهور مورد علاقه‌شان تشکیل می‌دهند و به تفکر افراطی در رابطه با آنها می‌پردازند که این تفکر افراطی، پرستش افراد مشهور نامیده می‌شود (۹). در همین رابطه، مک‌کاتچون، لانگ و هوران، مدل جذب-اعتیاد^۵ را برای توصیف، شناسایی، ارزیابی، و تبیین پرستش افراد مشهور عنوان می‌کنند. بر اساس این مدل، شخصیت ناکامل، رشدنا یافته و معیوب در بعضی از افراد موجب جذب شدن آنها به اشخاص مشهور به منظور تشکیل و تکمیل هویت می‌شود که پویایی نیروی انگیزشی این تعلق می‌تواند مشخصه‌های اعتیاد به خود بگیرد و به رفتارهای افراطی و هذیانی برای ایجاد و حفظ روابط با افراد مشهور منجر شود (۷).

بر اساس مطالعات صورت گرفته، پرستش افراد مشهور می‌تواند در سه سطح قرار گیرد. سطح سرگرمی-اجتماعی^۶، سطح ابتدایی و منعکس‌کننده جنبه‌های اجتماعی و تعامل با افراد مشهور است؛ سطح اشتیاق-شخصی^۷ بیانگر اشتیاق‌ها و احساسات و سواس‌گونه است؛ و در نهایت سطح مرزی-بیمارگونه^۸ که به معنای واقعی، پرستش افراد مشهور را در بر می‌گیرد (۱۰). هر یک از این سطوح می‌توانند با مجموعه‌ای از پیامدهای منفی در ارتباط باشند که البته از این بین، سطح مرزی-بیمارگونه می‌تواند بیشترین نتایج منفی را به همراه داشته باشد. مطالعات مختلف صورت گرفته ارتباط پرستش افراد مشهور را با طیف گسترده‌ای از متغیرهای روان‌شناختی همچون سلامت روان (۱۱)، بهزیستی روان‌شناختی (۱۲) و

5. Absorption-addiction
6. Entertainment-social
7. Intense-personal
8. Borderline-pathological

1. Interpersonal cognitive distortions
2. Transitional period
3. Celebrity worship
4. Delusional one-sided relationships

مشکلات بین‌فردی (۲۰)، تنهایی و خجالت (۲۱) نشان می‌دهند. در همین رابطه مک‌کاتچئون و همکاران مطرح می‌کنند، افرادی که نمرات بالایی در مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور به دست می‌آورند، از کیفیت پایین ارتباطات بین‌فردی برخوردار هستند و تعاملات مشکل‌دار و اضطرابی دارند. به بیانی دیگر، پرستش افراد مشهور مورد علاقه با ترکیبی از کیفیت پایین ارتباطات صمیمی گذشته، تعاملات حاضر و انتظار از پیوستگی‌های صمیمی در آینده، مرتبط است (۲۰). بر همین اساس، تحریف شناختی بین‌فردی به عنوان پدیده‌ای شناختی و اجتماعی می‌تواند از شیفتگی نوجوانان نسبت به افراد مشهور مورد علاقه‌شان تأثیر بپذیرد و ارتباط پرستش افراد مشهور را با تحریفات شناختی بین‌فردی متصور بود.

تعامل فرا اجتماعی با افراد مشهور مورد علاقه به عنوان یکی دیگر از پدیده‌های مربوط به پیوستگی با افراد مشهور، متغیر دیگری است که در رابطه با تحریفات شناختی بین‌فردی می‌توان در نظر داشت. پدیده فرا اجتماعی به منظور توصیف و تبیین پیوستگی بین مخاطبین رسانه و شخصیت‌های رسانه‌ای عنوان شده است (۲۲) و مفهومی پرتفردار برای پژوهشگران حوزه رسانه است (۲۳). در واقع، ایجاد توهم ارتباط چهره به چهره با اجراکننده^۵ یکی از برجسته‌ترین ویژگی‌های وسایل ارتباط جمعی است. این ارتباط چهره به چهره ظاهری^۶ بین مخاطب و مجری، پیوستگی فرا اجتماعی خوانده می‌شود. به بیانی دیگر، بعضی اوقات بازیگران با مخاطبین روبه‌رو می‌شوند و با استفاده از خطاب قرار دادن مستقیم^۷ با آنها همچون گفتگویی شخصی و خصوصی، ارتباط برقرار می‌کنند که موجب پاسخ‌دهی از سوی مخاطبین می‌شود. در این صورت با افزایش تنظیم رفتارهای اجراکننده، تمایل مخاطب برای پاسخ‌دهی افزایش می‌یابد. این صورت تخیلی^۸ از تعامل دادن و گرفتن، به عنوان تعامل و ارتباط فرا اجتماعی شناخته می‌شود

شخصیت (۱۳) نشان می‌دهند که بیانگر گستردگی و پیچیدگی پدیده پرستش افراد مشهور و اهمیت بررسی و تثبیت آن هستند. پژوهش‌های انجام شده درباره پرستش افراد مشهور نشان می‌دهند که ابعاد و مؤلفه‌های شناختی، نقشی مهم در شیفتگی به افراد مشهور مورد علاقه دارند (۱۴). پژوهش لوی بیانگر همبستگی منفی تحصیلات با پرستش افراد مشهور است (۱۵). فوجی، احمد و تاکشیتا با بررسی دو بیمار با مشخصه‌های اروتمانیا^۱ به عنوان اختلالی بسیار شبیه به پرستش افراد مشهور، عنوان می‌کنند که در نیمرخ عصب روان‌شناختی^۲ آنها نارسایی‌هایی وجود دارد و نقص‌هایی را در آزمون‌های دسته‌بندی کارت‌های ویسکانسین، هوش و کسلر، و دیگر آزمون‌های عصب‌روانشناختی نشان می‌دهند که بیانگر وجود نقصان‌هایی در حافظه فعال، انعطاف‌پذیری شناختی، و توانایی ایجاد ارتباطات کلامی آنها است (۱۶). مک‌کاتچئون، اش، هوران و مالتبی بیان می‌کنند پرستش‌گران افراد مشهور از توانایی‌های شناختی کمتری برخوردار هستند و نمرات کمتری در آزمون‌های شناختی کسب می‌کنند (۱۷). همچنین مالتبی^۳ و همکاران اذعان می‌کنند، انعطاف‌پذیری شناختی به عنوان یک توانایی شناختی برجسته با پرستش افراد مشهور همبستگی منفی دارد و نقص در انعطاف‌پذیری شناختی، پیش‌بینی‌کننده حیطه مرزی-بیمارگونه پرستش افراد مشهور است (به نقل از ۱۴). مارتین، کایانوس، مک‌کاتچئون و مالتبی نیز همبستگی منفی انعطاف‌پذیری شناختی را با دو بعد اشتیاق-شخصی و مرزی-بیمارگونه پرستش افراد مشهور، گزارش کردند (۱۸). در واقع می‌توان در نظر داشت که نگرش افراطی نسبت به افراد مشهور و شیفتگی به آنها با ابعاد شناختی رابطه تنگاتنگی دارند. همچنین نتایج مطالعات صورت گرفته، ارتباط ستایش افراد مشهور را با مؤلفه‌های اجتماعی همچون پیچیدگی اجتماعی^۴ (۱۴)، خودشیفتگی و استعمار دیگران (۱۹)،

5. Performer
6. Seeming face to face relationship
7. Direct address
8. Simulacrum

1. Erotomania
2. Neuropsychological profile
3. Maltby et al
4. Social complexity

آنها در تبیین تحریفات شناختی بین‌فردی، بسیار حائز اهمیت است. بر همین اساس هدف از پژوهش حاضر پاسخ‌دهی به این مسئله اساسی است که پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها تا چه حد می‌تواند تحریفات شناختی بین‌فردی را پیش‌بینی کند.

روش

الف) طرح پژوهش و شرکت‌کنندگان: طرح پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل دانش‌آموزان مدارس متوسطه دوره اول ناحیه دو شهر رشت در سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۸ بود که از بین آنها، ۱۰۰ دانش‌آموز دختر و ۱۰۰ دانش‌آموز پسر مقاطع هشتم و نهم با روش نمونه‌گیری در دسترس به عنوان نمونه مورد مطالعه انتخاب شدند. مقطع تحصیلی (هشتم و نهم)، سن (۱۴ تا ۱۶ سال) و رضایت دانش‌آموزان، والدین و مسئولین مدرسه به عنوان ملاک‌های ورود شرکت‌کنندگان در نظر گرفته شدند. همچنین ملاک‌های خروج از پژوهش شامل وجود اختلالات جسمانی و روانی ناتوان‌کننده قابل مشاهده، عدم رضایت دانش‌آموزان، والدین، و مسئولین بود.

ب) ابزار

۱. مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی^۷: حمامچی و بویوکوزترک^۸ مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی را برای ارزیابی تفکرات نامعقول و تحریف‌های شناختی افرادی که در ارتباط با دیگران هستند، طراحی کرده‌اند. این مقیاس از ۱۹ گویه و سه زیرمقیاس طرد بین‌فردی^۹، انتظارات غیرواقعی از روابط^{۱۰} و ادراک نادرست بین‌فردی^{۱۱} تشکیل شده است که صورت لیکرت ۵ گزینه‌ای از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم پاسخ‌دهی و نمره‌دهی می‌شود. نمرات بالاتر در مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی بیانگر وجود تحریف‌های شناختی

که مشخصه اصلی آن نبود رابطه متقابل مؤثر^۱ است و تعامل به صورت یک‌طرفه، غیرجدلی^۲، و قابل مهار توسط اجراکننده است (۲۴). پژوهش‌های انجام‌شده در مورد تعامل فرا اجتماعی نشان می‌دهند که این نوع درآمیختگی با ابعاد روانی-اجتماعی بسیاری مانند هویت آرزویی^۳ (۲۵)، صورت‌دهی هویت^۴، رشد استقلال^۵ (۲۶) و تنهایی (۲۷) مرتبط است که حاکی از نقش و اهمیت تعامل فرا اجتماعی با شخصیت‌های رسانه‌ای است. در واقع، تعاملات فرا اجتماعی می‌توانند به طور مشخصی با پیوستگی‌های اجتماعی زندگی واقعی^۶ و موانع آن مرتبط باشند. مطالعه باندا مطابق با پژوهش‌های پیشین بیانگر این موضوع است که ارتباطات فرا اجتماعی، مکمل ارتباطات اجتماعی زندگی واقعی هستند و نقش پرکننده خلاءهای اجتماعی را ایفا می‌کنند (۲۸). بر همین اساس، می‌توان نقش و تأثیر تعامل فرا اجتماعی با افراد مشهور را بر ارتباطات و تحریفات شناختی بین‌فردی نوجوانان در نظر داشت.

در واقع می‌توان متصور بود، پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها از طریق تأثیراتی که بر شناخت‌های نوجوانان می‌گذارند، به ایجاد تحریفات شناختی بین‌فردی در آنها منجر می‌شوند که در نهایت می‌توانند به پیامدهای منفی در سطوح مختلف درآمیختگی‌های اجتماعی منجر شوند. با توجه به گسترش روزافزون دسترسی به وسایل ارتباط جمعی و علاقمندی نوجوانان به افراد مشهور، بررسی تأثیراتی که این شیفتگی‌های افراطی می‌توانند بر ارتباطات بین‌فردی و شناخت‌های بین‌فردی نوجوانان بگذارند، قابل توجه است. همچنین عدم وجود مطالعاتی مشخص در مورد ارتباط درآمیختگی افراطی با افراد مشهور و تحریفات شناختی بین‌فردی، اهمیت پژوهش حاضر را دو چندان می‌کند. در همین راستا نقش پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با

7. Interpersonal cognitive distortions scale
8. Hamamci & Büyüköztürk
9. Interpersonal rejection
2. Unrealistic relationship expectation
11. Interpersonal misperception

1. Lack of effective reciprocity
2. Nondialectical
3. Wishful identification
4. Identity formation
5. Autonomy development
6. Real-life social bonds

مرزی و پرسشنامه سبک‌های دفاعی) و روایی سازه (همبستگی بین زیرمقیاس‌ها با نمره کل) مناسب مقیاس بود. نتایج آلفا کرونباخ برای کل مقیاس ($\alpha=0/85$) و زیرمقیاس‌های طرد بین‌فردی ($\alpha=0/79$)، انتظارات غیرواقعی از روابط ($\alpha=0/82$) و ادراک نادرست بین‌فردی با یکدیگر ($\alpha=0/81$) نیز حاکی از همسانی درونی مطلوب مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی بود (۲۹). در مطالعه حاضر، آلفا کرونباخ برای کل مقیاس $0/755$ و برای زیرمقیاس‌های طرد بین‌فردی، انتظارات غیرواقعی از روابط، و ادراک نادرست بین‌فردی با یکدیگر به ترتیب $0/642$ ، $0/650$ و $0/615$ بدست آمد.

۲. مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور- ۲۳ گویه‌ای؛ مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور برای شناسایی افراد بیش از حد جذب شده^۶ یا معتاد^۷ به افراد مشهور تهیه و طراحی شده است. نسخه اصلی مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور متشکل از ۳۲ گویه، توسط مک کاتچئون، لانگ و هوران طراحی شده است. مک کاتچئون، لانگ و هوران همسانی درونی و روایی همگرا مناسبی را برای نسخه ۳۲ گویه‌ای این مقیاس گزارش کردند (۷). این مقیاس علاوه بر نسخه ۳۲ گویه‌ای، در نسخه‌های ۲۳ گویه‌ای و ۲۲ گویه‌ای نیز موجود است که هر یک از آنها، نگرش افراد را نسبت به اشخاص مشهور مورد علاقه‌شان ارزیابی می‌کنند (۳۰). نتایج به دست آمده، اعتبار و روایی نسخه‌های ۲۳ گویه‌ای و ۲۲ گویه‌ای مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور را نشان می‌دهند (۱۳). مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور به صورت لیکرت پنج گزینه‌ای (۱= کاملاً مخالف تا ۵= کاملاً موافق) پاسخ‌دهی و نمره‌گذاری می‌شود (۷). مالتبی و همکاران طی مطالعاتشان، سه زیرمقیاس سرگرمی-اجتماعی^۸ (مثل: من و دوستانم علاقه داریم که در رابطه با کارهای فرد مشهور مورد علاقه‌مان بحث و گفت‌وگو کنیم)، زیرمقیاس اشتیاق-شخصی^۹ (مثل: من چنان ارتباطی با

بیشتر در پیوستگی‌های بین‌فردی است. نتایج مطالعه حمامچی و بویوکوزترک نشان می‌دهند که همبستگی گویه‌های این تست با نمره کل بین $0/20$ تا $0/49$ است و همبستگی سه عامل با یکدیگر بین $0/07$ و $0/15$ است که حاکی از ارتباط پایین سه عامل طرد بین‌فردی، انتظارات غیرواقعی از روابط، و ادراک نادرست بین‌فردی با یکدیگر و استقلال و تمایز عامل‌ها است. در پژوهش حمامچی و بویوکوزترک پایایی مقیاس با روش آلفا کرونباخ برای کل مقیاس $0/67$ ، زیرمقیاس بین‌فردی $0/73$ ، انتظارات غیرواقعی از روابط $0/66$ ، و ادراک نادرست بین‌فردی با یکدیگر $0/43$ ؛ و همچنین با روش بازآزمایی برای کل مقیاس و زیرمقیاس‌های طرد بین‌فردی، انتظارات غیرواقعی از روابط، و ادراک نادرست بین‌فردی با یکدیگر به ترتیب $0/74$ ، $0/70$ ، $0/76$ و $0/74$ به دست آمد. به منظور بررسی روایی مقیاس، حمامچی و بویوکوزترک به بررسی ارتباط مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی با ابزارهای عقاید غیرمنطقی^۱، افکار خودکار^۲ و تمایل تعارض^۳ پرداختند. نتایج بیانگر همبستگی مناسب مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی با مقیاس تفکرات غیرمنطقی ($r=0/54$)، افکار خودکار ($r=0/53$) و تمایل تعارض ($r=0/53$) بودند. به منظور تهیه شواهد بیشتر برای روایی مناسب مقیاس، از پرسشنامه زندگی متاهلی استفاده شد. بر طبق نتایج، زوجین با اختلافات بیشتر، نمرات بالاتری در مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی کسب می‌کردند (۱). در ایران نیز اسماعیل‌پور، بخشی‌پور رودسری و محمدزادگان به بررسی مشخصه‌های روان‌سنجی مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی پرداختند. تحلیل عاملی مقیاس به روش تحلیل اکتشافی چرخش واریماکس^۴، سه عامل طرد بین‌فردی، انتظارات غیرواقعی از روابط، و ادراک نادرست بین‌فردی را استخراج کرد. همچنین نتایج بیانگر روایی همزمان (همبستگی مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی با مقیاس صفات شخصیت

6. Absorbed
7. Addicted
8. Entertainment-social
9. Intense-personal

1. Irrational beliefs
2. Automatic thoughts
3. Conflict tendency
4. Varimax-rotated exploratory factor analysis
5. Celebrity worship attitude-23 items

فرا اجتماعی از طریق تلویزیون طراحی شده‌اند، این مقیاس تعاملات فرا اجتماعی فراتر از تلویزیون را هم در بر دارد. مقیاس تعامل فرا اجتماعی با فرد مشهور، ابزاری خود گزارشی و تک‌عاملی است که متشکل از ۲۰ سوال در مورد میزان توافق با جملات مربوط به تعامل فرا اجتماعی با اشخاص مشهور است و به صورت لیکرت از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) پاسخ‌دهی و نمره‌گذاری می‌شود. مطالعات انجام شده، پایایی مناسب مقیاس را با آلفای کرونباخ در دامنه بین ۰/۸۰ تا ۰/۹۰ گزارش می‌دهند. همچنین روایی مرتبط با ملاک^۵ مقیاس تعامل فرا اجتماعی با فرد مشهور با توجه به کارآمدی اش در پیش‌بینی پیامدهای فرضی، مناسب است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند، گویه‌های مقیاس تعامل فرا اجتماعی با فرد مشهور به خوبی هویت‌یابی با افراد مشهور پرطرفدار، قرار گرفتن در معرض شخصیت‌ها، و اشخاص در رسانه‌های جمعی را پیش‌بینی می‌کنند. روایی سازه مقیاس نیز با توجه به استخراج از متغیرهای غیرقابل مشاهده^۶، رضایت‌بخش است. در مجموع تحلیل عاملی گویه‌های مقیاس نشان می‌دهند که مقیاس ارتباط فرا اجتماعی با فرد مشهور می‌تواند به صورت روا، ارتباط فرا اجتماعی را اندازه‌گیری کند (۳۲). آلفا کرونباخ مقیاس تعامل فرا اجتماعی با فرد مشهور در مطالعه حاضر، ۰/۹۴۱ به دست آمد که اعتبار مناسب مقیاس را نشان می‌دهد.

ج) روش اجرا: پس از هماهنگی‌ها و اخذ مجوز از سازمان آموزش و پرورش ناحیه دو شهر رشت، افراد مورد مطالعه با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. سپس ابزارهای مطالعه حاضر متشکل از مقیاس تحریفات شناختی بین‌فردی (۱)، مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور (۷)، و مقیاس تعامل فرا اجتماعی با فرد مشهور (۳۲) به آنها ارائه شد. به منظور رعایت نکات اخلاقی پژوهش، ابتدا رضایت دانش‌آموزان، والدینشان، و مسئولین مدرسه جلب شد. همچنین به

فرد مورد مشهور مورد علاقه‌ام دارم که در کلمات نمی‌گنجد) و زیرمقیاس مرزی-بیمارگونه^۱ (مثل: اگر من آنقدر خوش‌شانس باشم که فرد مشهور مورد علاقه‌ام را ملاقات کنم و او از من چیزی غیرقانونی بخواهد، احتمالاً آن را انجام خواهم داد) را برای مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور عنوان می‌کنند (۱۱). در مطالعه حاضر از نسخه ۲۳ گویه‌ای مقیاس استفاده شد. پژوهش‌های مختلف صورت گرفته، اعتبار و روایی مناسب نسخه ۲۳ سوالی مقیاس را نشان می‌دهند. مک کاتچئون و همکاران برای کل مقیاس و زیرمقیاس‌های سرگرمی-اجتماعی، اشتیاق-شخصی، و مرزی-بیمارگونه به ترتیب آلفا کرونباخ ۰/۷۷، ۰/۸۷، ۰/۵۸ و گزارش کردند (۱۷). در مطالعه ریویس، بیکر و ترولاک آلفا کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۲، زیرمقیاس سرگرمی-اجتماعی ۰/۸۹، زیر مقیاس اشتیاق-شخصی ۰/۸۱، و زیرمقیاس مرزی-بیمارگونه ۰/۴۶ به دست آمد (۳۱). در پژوهش حاضر، آلفا کرونباخ برای کل مقیاس و زیرمقیاس‌های سرگرمی-اجتماعی، اشتیاق-شخصی، و مرزی-بیمارگونه به ترتیب ۰/۹۴۸، ۰/۸۶۸، ۰/۹۰۴ و ۰/۷۵۹ به دست آمد که حاکی از همسانی درونی مقیاس است.

۳. مقیاس تعامل فرا اجتماعی با فرد مشهور: به منظور سنجش چگونگی شکل‌دهی ارتباطات فرا اجتماعی با اشخاص مشهور توسط کاربران و وسایل ارتباط جمعی، بوکارنی و براون^۳ مقیاس تعامل فرا اجتماعی با فرد مشهور را طراحی کردند. این مقیاس از سایر ابزارها و مطالعات مرتبط با تعاملات فرا اجتماعی همچون رایین، پرس و پاول^۴، کول و لیتس^۵ و آتر و پالمگرین^۶ استخراج شده است اما بر خلاف بیشتر مقیاس‌های مربوط به پیوستگی‌های فرا اجتماعی، تنها محدود به شخصیت‌های تلویزیونی نیست. در حالی که بیشتر ابزارهای مربوط به ارتباطات فرا اجتماعی برای سنجش قدرت تعاملات

5. Cole & Leets
6. Auter & Palmgreen
7. Criterion related validity
8. Unobserved variables

1. Borderline-personal
2. Celebrity parasocial interaction scale
3. Bocarnea & Brown
4. Robin, Perse & Powell

دانش‌آموزان این امکان داده شد که در هر لحظه از پژوهش که تمایل داشتند، انصراف دهند. به منظور اصل رازداری، به افراد نمونه اطمینان داده شد که اطلاعات حاصل از پژوهش به صورت گروهی مورد تحلیل قرار خواهد گرفت و اطلاعات فردی‌شان کاملاً محرمانه خواهد ماند. در انتها نمونه‌گیری، توضیحات شفاهی کامل‌تری در مورد موضوع، روش، و اهداف پژوهش به دانش‌آموزان، والدین، و مسئولین مدرسه داده شد و به آنها دفترچه‌ای حاوی توضیحاتی در رابطه با پرستش افراد مشهور و پیامدهای آن اهدا شد.

یافته‌ها

در جدول ۱ شاخص‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش گزارش شده‌اند. با توجه به نتایج این جدول، تعامل فرا اجتماعی ($F=425$)، سرگرمی اجتماعی ($F=0/417$)، اشتیاق شخصی ($F=0/372$)، مرزی بیمارگونه ($F=0/357$)، و پرستش افراد مشهور ($F=0/418$) با تحریفات شناختی بین فردی رابطه مثبت معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ دارند.

جدول ۱: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	SD	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱ تعامل فرا اجتماعی	۵۸/۲۷	۲۴/۷۸	۱								
۲ سرگرمی اجتماعی	۲۳/۸۱	۸/۵۲	۰/۸۰۰**	۱							
۳ اشتیاق شخصی	۲۳/۴۵	۱۰/۱۸	۰/۷۲۱**	۰/۷۷۲**	۱						
۴ مرزی بیمارگونه	۸/۴۶	۴/۰۰	۰/۶۳۴**	۰/۶۶۳**	۰/۷۰۲**	۱					
۵ پرستش افراد مشهور (کل)	۶۱/۶۱	۲۲/۸۷	۰/۸۱۴**	۰/۹۲۲**	۰/۹۴۰**	۰/۸۰۹**	۱				
۶ طرد در روابط	۲۳/۸۹	۵/۱۰	۰/۲۸۱**	۰/۳۱۳**	۰/۳۲۷**	۰/۱۹۵**	۰/۳۱۶**	۱			
۷ انتظارات غیرواقع‌بینانه	۲۴/۲۷	۵/۳۳	۰/۳۹۷**	۰/۳۶۸**	۰/۲۹۵**	۰/۳۲۸**	۰/۳۵۳**	۰/۳۸۲**	۱		
۸ سوء ادراک	۷/۳۷	۳/۶۱	۰/۶۶۰**	۰/۷۵۰**	۰/۸۷۳**	۰/۶۷۱**	۰/۸۵۸**	۰/۳۰۴**	۰/۲۸۶**	۱	
۹ تحریفات شناختی بین فردی (کل)	۵۶/۰۶	۹/۶۷	۰/۴۲۵**	۰/۴۱۷**	۰/۳۸۳**	۰/۳۵۷**	۰/۴۱۸**	۰/۷۹۳**	۰/۸۲۱**	۰/۳۵۹**	۱

سوم اشتیاق شخصی، در گام چهارم مرزی بیمارگونه، و در گام پنجم پرستش افراد مشهور وارد معادله شده و معنی‌داری خود را طی پنج گام حفظ کردند. در جدول ۲ نتایج تحلیل رگرسیون گزارش شده است.

برای پیش‌بینی تحریفات شناختی بین فردی نوجوانان از روی تعامل فرا اجتماعی و پرستش افراد مشهور، از رگرسیون چندگانه به صورت گام به گام استفاده شد که در گام اول متغیر تعامل فرا اجتماعی، در گام دوم سرگرمی اجتماعی، در گام

جدول ۲: خلاصه مدل رگرسیون، تحلیل واریانس و مشخصه‌های آماری رگرسیون تحریفات شناختی بین فردی بر متغیرهای پیش‌بین

گام	شاخص‌ها مدل	مجموع مجذورات	df	میانگین مجموع مجذورات	F	P	R	R ²	AR ²
۱	رگرسیون باقیمانده	۳۳۶۷/۱۱	۱	۳۳۶۷/۱۱	۴۳/۶۵	۰/۰۰۱	۰/۴۲	۰/۱۸	۰/۱۷۷
۲	رگرسیون باقیمانده	۳۶۷۲/۱۴	۲	۱۸۳۷/۰۸	۲۴/۱۸	۰/۰۰۱	۰/۴۴	۰/۱۹	۰/۱۸۹
۳	رگرسیون باقیمانده	۳۷۳۲/۳۹	۳	۱۲۴۴/۱۳	۱۶/۳۵	۰/۰۰۱	۰/۴۴	۰/۲۰	۰/۱۸۸
۴	رگرسیون باقیمانده	۳۷۹۵/۵۷	۴	۹۴۸/۸۹	۱۲/۴۶	۰/۰۰۱	۰/۴۵	۰/۲۱	۰/۱۸۷
۵	رگرسیون باقیمانده	۴۴۵۸/۸۵	۵	۸۹۱/۷۷	۱۲/۲۰	۰/۰۰۱	۰/۴۹	۰/۲۴	۰/۲۲۰

گام ۱: متغیر پیش‌بین: تعامل فرا اجتماعی

گام ۲: متغیر پیش‌بین: تعامل فرا اجتماعی، سرگرمی اجتماعی

گام ۳: متغیر پیش‌بین: تعامل فرا اجتماعی، سرگرمی اجتماعی، اشتیاق شخصی
 گام ۴: متغیر پیش‌بین: تعامل فرا اجتماعی، سرگرمی اجتماعی، اشتیاق شخصی، مرزی بیمارگونه
 گام ۵: متغیر پیش‌بین: تعامل فرا اجتماعی، سرگرمی اجتماعی، اشتیاق شخصی، مرزی بیمارگونه، پرستش افراد مشهور

پرستش افراد مشهور ۲۴ درصد از تغییرات تحریفات شناختی بین‌فردی را پیش‌بینی می‌کنند. میزان F مشاهده شده برای متغیرهای پیش‌بین در سطح $0/001$ معنادار است. این یافته نشان می‌دهد که این ۵ متغیر به صورت معنی‌دار قادر به پیش‌بینی تحریفات شناختی بین‌فردی هستند. در جدول ۳، نیز ضرایب رگرسیون استاندارد نشده و استاندارد شده و بررسی معنی‌داری این ضرایب گزارش شده‌اند.

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۲، می‌توان نتیجه گرفت در تبیین تحریفات شناختی بین‌فردی از روی متغیرهای پیش‌بین، مجموع متغیرهای پیش‌بین $R^2=0/49$ از واریانس منغیر ملاک را تبیین و پیش‌بینی می‌کنند، یعنی متغیرهای پیش‌بین ۵۴ درصد نمره تحریفات شناختی بین‌فردی را تبیین می‌کنند. تعامل فرا اجتماعی ۱۸ درصد، سرگرمی اجتماعی ۱۹ درصد، اشتیاق شخصی ۲۰ درصد، مرزی بیمارگونه ۲۱ و

جدول ۳: ضرایب رگرسیون گام به گام تحریفات شناختی بین‌فردی روی متغیرهای پیش‌بین

معناداری	t	β	خطای استاندارد b	B	شاخص‌ها/متغیرها
۰/۰۰۱	۲۴/۴۱	-	۱/۸۱	۴۴/۲۲	عرض از مبدا
۰/۰۱۴	۲/۴۸	۰/۲۷	۰/۰۴	۰/۱۰	تعامل فرا اجتماعی
۰/۰۰۱	۳/۲۳	۰/۱۳	۰/۴۸	۰/۵۷	سرگرمی اجتماعی
۰/۰۰۳	۳/۰۴	۰/۱۴	۰/۴۵	۰/۳۸	اشتیاق شخصی
۰/۰۰۲	۳/۱۱	۰/۶۵	۰/۵۰	۰/۵۷	مرزی بیمارگونه
۰/۰۰۳	۳/۰۱	۰/۳۰	۰/۴۱	۰/۲۶	پرستش افراد مشهور

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به منظور بررسی ارتباط تحریفات شناختی بین‌فردی، پرستش افراد مشهور، و تعامل فرا اجتماعی با آنها در دانش‌آموزان پسر و دختر مقاطع هشتم و نهم دوره اول مدارس متوسطه ناحیه دو شهر رشت در سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۸ انجام شد. بر طبق نتایج به دست آمده، پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها با تحریفات شناختی بین‌فردی همبستگی مثبت معنادار دارند. همچنین پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها به صورت معنادار قادر به پیش‌بینی تحریفات شناختی بین‌فردی هستند که حاکی از نقش و اهمیت شیفتگی و تعامل فرا اجتماعی با افراد مشهور در ایجاد، نگهداری، و گسترش تحریفات شناختی بین‌فردی در نوجوانان است.

با توجه به جدول ۳، اثر تعامل فرا اجتماعی بر تحریفات شناختی بین‌فردی ($\beta=0/27$) مثبت و در سطح $0/05$ معنی‌دار است، اثر سرگرمی اجتماعی بر تحریفات شناختی بین‌فردی ($\beta=0/13$) مثبت و در سطح $0/01$ معنی‌دار است، اثر اشتیاق شخصی بر تحریفات شناختی بین‌فردی ($\beta=0/14$) مثبت و در سطح $0/01$ معنی‌دار است، اثر مرزی بیمارگونه بر تحریفات شناختی بین‌فردی ($\beta=0/65$) مثبت و در سطح $0/01$ معنی‌دار است، و همچنین اثر پرستش افراد مشهور بر تحریفات شناختی بین‌فردی ($\beta=0/30$) مثبت و در سطح $0/01$ معنی‌دار است؛ در واقع، تعامل فرا اجتماعی و ابعاد پرستش افراد مشهور با تحریفات شناختی بین‌فردی همبستگی مثبت دارند که نشانگر آن است هرچه قدر میزان تعامل فرا اجتماعی و ابعاد پرستش افراد مشهور در دانش‌آموزان بالا باشد، میزان تحریفات شناختی بین‌فردی فرد بالا خواهد بود و برعکس.

پرستش افراد مشهور به عنوان شیفتگی نسبت به افراد مشهور و بروز رفتارهای وسواس گونه (۷) با طیف گسترده‌ای از پیامدهای منفی می‌تواند در ارتباط باشد (۷-۱۴) که از این بین تحریفات شناختی بین‌فردی می‌تواند از جمله موضوعاتی باشند که متأثر از شیفتگی و پرستش افراد مشهور قرار گیرند. تحقیقات لوی (۱۵)، فوجی، احمد و تاکشیتا (۱۶)، مک کاتچئون و همکاران (۱۷)، مالتبی و همکاران (۱۴) و مارتین و همکاران (۱۸) گویای این مسئله هستند که پرستش افراد مشهور با مؤلفه‌های شناختی همبستگی دارد و نقص در ابعاد شناختی را در پرستشگران افراد مشهور می‌توان در نظر داشت. همچنین با در نظر گرفتن این موضوع که شیفتگی با افراد مشهور با ابعاد اجتماعی همچون پیچیدگی اجتماعی (۱۴)، خودشیفتگی و استثمار دیگران (۱۹)، مشکلات بین‌فردی (۲۰)، تنهایی و خجالت (۲۱) ارتباط تنگاتنگی دارد، می‌توان ادعا داشت که پرستش افراد مشهور می‌تواند عاملی مهمی در ایجاد تحریفات شناختی بین‌فردی که پدیده‌ای شناختی-اجتماعی است، باشد؛ بدین صورت که این شیفتگی افراطی به افراد مشهور منجر به ایجاد و البته نگهداری دامنه‌ای از تحریفات شناختی در نوجوانان در رابطه با تعاملات بین‌فردی می‌شود بدین صورت که بر کیفیت، مشخصه‌ها و اهداف ارتباطات نوجوانان و انتظارات، نگرش‌های و شناخت‌های آنها در رابطه با این تعاملات تأثیر می‌گذارد و در نتیجه می‌تواند منجر به پیامدهای منفی بسیاری در ابعاد مختلف گردد. مطالعه حاضر هم راستا با پژوهش مک کاتچئون و همکاران (۲۰) تأییدکننده این موضوع است که پرستش افراد مشهور و زیرمقیاس‌های آن با تحریفات شناختی بین‌فردی نوجوانان همبستگی دارند که این همبستگی با افزایش سطوح شیفتگی به افراد مشهور مورد علاقه، افزایش می‌یابد و همچنین پرستش افراد مشهور و زیرمقیاس‌های آن متشکل از سرگرمی-اجتماعی، اشتیاق-شخصی، و مرزی-بیمارگونه قادر به پیش‌بینی تحریفات شناختی بین‌فردی نوجوانان هستند.

همچنین تعامل فرا اجتماعی با افراد مشهور به عنوان دیگر پدیده مشابه با پرستش افراد مشهور و به معنای ارتباط بین مخاطبین رسانه و شخصیت‌های رسانه‌ای (۲۲)، موضوع دیگری است که در رابطه با تحریفات شناختی بین‌فردی نوجوانان باید متصور بود. با در نظر گرفتن مطالعات صورت گرفته در مورد تعامل فرا اجتماعی و نقش آن در هویت آرزومند (۲۵)، صورت‌دهی هویت، رشد استقلال (۲۶) و تنهایی (۲۷) باید تعامل فرا اجتماعی با افراد مشهور را به عنوان پدیده‌ای که می‌تواند بر تحریفات شناختی نوجوانان موثر واقع شود، در نظر داشت. هم راستا با پژوهش باند (۲۸) که بر شباهت ارتباطات فرا اجتماعی و تعاملات دنیای واقعی تأکید داشت و پیوستگی‌های فرا اجتماعی را به عنوان مکمل ارتباطات اجتماعی زندگی واقعی نام می‌برد، نتایج مطالعه پیش‌رو نشان داد که تعاملات فرا اجتماعی همچون پرستش افراد مشهور با تحریفات شناختی بین‌فردی نوجوانان همبستگی معناداری دارد و می‌تواند تحریفات شناختی بین‌فردی را پیش‌بینی کنند. در تبیین این موضوع هم‌چون ارتباط پرستش افراد مشهور با تحریفات شناختی بین‌فردی، باید اظهار داشت که تعاملات فرا اجتماعی با افراد مشهور مورد علاقه از طریق تأثیر بر شناخت‌ها و نگرش‌ها، منجر به وجود آمدن تحریفات شناختی در رابطه با ارتباط با دیگران می‌شود. بر طبق نتایج پژوهش حاضر، پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها با دو بعد شناختی و اجتماعی در ارتباط هستند. در واقع پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها با تحریفات شناختی نوجوانان همبستگی معناداری دارد و قادر به پیش‌بینی تحریفات شناختی بین‌فردی در نوجوانان هستند؛ بدین معنا که افزایش سطوح پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنها، افزایش تحریفات شناختی بین‌فردی را در پی دارد و در مقابل کاهش سطوح پرستش و تعامل با افراد مشهور، کاهش سطوح تحریفات شناختی مرتبط با تعاملات بین‌فردی را موجب می‌شود. به بیانی دیگر، در آمیختگی افراطی با افراد مشهور با توجه به مشخصه‌های

به پرسشنامه‌های خود گزارشی، و عدم استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی از جمله این محدودیت‌ها بوده است. در این راستا مطالعات اتی با رفع این محدودیت‌ها و همچنین با انجام مطالعات طولی و مقطعی گسترده‌تر می‌توانند به تعمیم‌دهی هرچه بیشتر نتایج به دست آمده کمک کنند و ما را در دسترسی به یک مدل ساختاری مناسب یاری کنند.

تشکر و قدردانی: اجرای این مطالعه به صورت مستقل و با مجوز رسمی اداره آموزش و پرورش ناحیه دو رشت با شماره مجوز ۳۷۰۲/۳۱۷۳۶/۹۳۷ به مورخ ۱۳۹۷/۰۹/۱۸ انجام شده است. نویسندگان بدین وسیله از تمامی دانش‌آموزان، والدین، و کادر اداری و آموزشی مدارس که در پژوهش حاضر مشارکت داشتند، قدردانی می‌کنند.

تضاد منافع: این پژوهش برای نویسندگان هیچ گونه تضاد منافی به دنبال نداشته است و نتایج آن به صورت شفاف بیان شده است.

خاص، آرمانی و تا حدودی دست‌نیافتنی‌شان منجر به ایجاد، تشدید و نگهداری شناخت‌های تحریف‌شده‌ای در مورد دوستان، مشخصه‌های دوستان، اهداف دوستی و چگونگی تعامل با دوستان در نوجوانان می‌شود که در نتیجه این شناخت‌های تحریف‌شده، مشکلاتی در تعاملات و ارتباطات بین فردی آنان به وجود می‌آید. در نتیجه استفاده از راهبردهایی برای کاهش پرستش و تعامل فرا اجتماعی با افراد مشهور مورد علاقه می‌توانند در کاهش سطوح تحریفات شناختی بین فردی نوجوانان و در نتیجه کاهش پیامدهای منفی آن در سطوح مختلف شناختی، رفتاری، هیجانی، عاطفی، فیزیولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی، موثر واقع شود.

پژوهش حاضر با برخی محدودیت‌های روش شناختی نیز مواجه بوده است. محدود بودن نمونه مورد مطالعه به دامنه سنی و تحصیلی خاص، منحصر بودن ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

1. Hamamci Z, Büyüköztürk S. The interpersonal cognitive distortions scale: Development and psychometric characteristics. *Psychol Rep.* 2004; 95(1): 291-303. [\[Link\]](#)
2. Coban AE. Interpersonal cognitive distortions and stress coping strategies of late adolescents. *Eurasian Journal of Educational Research.* 2013; 51: 65-84. [\[Link\]](#)
3. Giordano PC. Relationships in adolescence. *Annu Rev Sociol.* 2003; 29: 257-281. [\[Link\]](#)
4. Turner G. Approaching celebrity studies. *Celebr Stud.* 2010; 1(1): 11-20. [\[Link\]](#)
5. Xiaozhong H. Survey report on idol worship among children and young people. *Chinese Education & Society.* 2006; 39(1): 84-103. [\[Link\]](#)
6. Martin MM, McCutcheon LE, Cayanus J. Celebrity worship and its relationship to television-watching motives: A brief report. *N Am J Psychol.* 2015; 17(2): 213-219. [\[Link\]](#)
7. McCutcheon LE, Lange R, Houran J. Conceptualization and measurement of celebrity worship. *Br J Psychol.* 2002; 93(1): 67-87. [\[Link\]](#)
8. Aruguetem M, Griffith J, Edman J, Green T, Mccutcheon L. Body image and celebrity worship. *Implicit Relig.* 2014; 17(2): 223-234. [\[Link\]](#)
9. Ang CS, Chan NN. Adolescents' views on celebrity worship: A qualitative study. *Curr Psychol.* 2018; 37(1): 139-148. [\[Link\]](#)
10. McCutcheon LE, Aruguete MS, Jenkins W, McCarley N, Yockey R. An Investigation of Demographic Correlates of the Celebrity Attitude Scale. *Interpersona,* 2013; 10(2): 161-170. [\[Link\]](#)
11. Maltby J, Day L, McCutcheon LE, Gillett R, Houran J, Ashe DD. Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *Br J Psychol.* 2004; 95(4): 411-428. [\[Link\]](#)
12. Maltby J, McCutcheon LE, Ashe DD, Houran J. The self-reported psychological well-being of celebrity worshippers. *N Am J Psychol.* 2001; 3(3): 441-452. [\[Link\]](#)
13. Maltby J, McCutcheon LE, Lowinger RJ. Brief report: celebrity worshipers and the five-factor model of personality. *N Am J Psychol.* 2011; 13(2): 343-348. [\[Link\]](#)
14. Maltby J, Day L, McCutcheon LE, Martin MM, Cayanus JL. Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Pers Individ Dif.* 2004; 37(7): 1475-1482. [\[Link\]](#)
15. Levy MR. Watching TV news as para-social interaction. *Journal of Broadcasting.* 1979; 23(1): 69-80. [\[Link\]](#)
16. Fujii DEM, Ahmed I, Takeshita J. Neuropsychologic implications in erotomania: two case studies. *Neuropsychiatry Neuropsychol Behav Neurol.* 1999; 12(2): 110-116. [\[Link\]](#)
17. McCutcheon LE, Ashe DD, Houran J, Maltby J. A Cognitive profile of individuals who tend to worship celebrities. *The Journal of Psychology Interdisciplinary and Applied.* 2003; 137(4): 309-322. [\[Link\]](#)
18. Martin MM, Cayanus JL, McCutcheon LE, Maltby J. Celebrity worship and cognitive flexibility. *N Am J Psychol.* 2003; 5(1): 75° 80. [\[Link\]](#)
19. Ashe DD, Maltby J, McCutcheon LE. Are celebrity-worshippers more prone to narcissism? A brief report. *N Am J Psychol.* 2005; 7(2): 239-246. [\[Link\]](#)
20. McCutcheon LE, Gillen MM, Browne BL, Murtagh MP, Collisson B. Intimate relationships and attitudes toward celebrities. *Interpers Int J Pers Relatsh.* 2016; 10(1): 77° 89. [\[Link\]](#)
21. Ashe DD, McCutcheon LE. Shyness, loneliness, and attitude toward celebrities. *Current Research in Social Psychology.* 2001; 6(9): 124-132. [\[Link\]](#)
22. Giles DC. Parasocial Interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychol.* 2002; 4(3): 279-305. [\[Link\]](#)
23. Dibble JL, Hartmann T, Rosaen SF. Parasocial interaction and parasocial relationship: conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Hum Commun Res.* 2016; 42(1): 21-44. [\[Link\]](#)
24. Horton D, Wohl RR. Mass communication and para-social interaction. *Psychiatry.* 1956; 19(3), 215-229. [\[Link\]](#)
25. Hoffner C. Children's wishful identification and parasocial interaction with favorite television characters. *J Broadcast Electron Media.* 1996; 40(3): 389-402. [\[Link\]](#)

26. Gleason TR, Theran SA, Newberg EM. Parasocial interactions and relationships in early adolescence. *Front Psychol.* 2017; 8: 255. [\[Link\]](#)
27. Wang Q, Fink EL, Cai DA. Loneliness, gender, and parasocial interaction: A uses and gratifications approach. *Commun Q.* 2008; 56(1), 87-109. [\[Link\]](#)
28. Bond BJ. Parasocial relationships with media personae: Why they matter and how they differ among heterosexual, lesbian, gay, and bisexual adolescents. *Media Psychol.* 2018; 21(3): 457-485. [\[Link\]](#)
29. EsmaeelPoor K, BakhshiPoor Rodsari A, Mohammadzadegan R. Determining factor structure, validity and reliability of interpersonal cognitive distortions scale among students of Tabriz University. *Cognitive Strategies in Learning.* 2015; 2(3): 53-72. [Persian]. [\[Link\]](#)
30. Sansone RA, Sansone LA. I m your number one fan ~ a clinical look at celebrity worship. *Innov Clin Neurosci.* 2014; 11(1-2): 39-43. [\[Link\]](#)
31. Reeves RA, Baker GA, Truluck CS. Celebrity worship, materialism, compulsive buying, and the empty self. *Psychol Mark.* 2012; 29(9): 674-679. [\[Link\]](#)
32. Bocarnea MC, Brown WJ. Celebrity-persona parasocial interaction scale. In: Reynolds RA, Woods R, Baker JD, editor. *Handbook of research on electronic surveys and measurements.* Hershey, PA, US: Idea Group Reference/IGI Global; 2007, pp: 309° 312. [\[Link\]](#)

