

## بررسی روابط ساختاری سه‌گانه تاریک شخصیت و پرستش افراد مشهور با تأکید بر نقش میانجی دشواری در تنظیم هیجان

تاریخ دریافت: 1402/10/1 تاریخ پذیرش: 1403/3/15

هادی فاضلی راد<sup>1\*</sup>، مهرانه پیرزاده<sup>2</sup>، بهمن بروکی میلان<sup>3</sup>، ربابه نوری قاسم آبادی<sup>4</sup>

مقاله پژوهشی

### چکیده

**مقدمه:** افزایش چشمگیر در آمیختگی با افراد مشهور در سال‌های اخیر، پرسش‌های بسیاری در رابطه با مشخصه‌های شخصیتی و هیجانی اشخاص علاقه‌مند به افراد مشهور به وجود آورده است. پژوهش حاضر باهدف بررسی رابطه صفات تاریک شخصیت با پرستش افراد مشهور با نقش میانجی‌گری دشواری در تنظیم هیجان انجام شد.

**روش:** جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران در سال تحصیلی 1402 بود، از این میان، 457 نفر از دانشجویان آقا و خانم از طریق شبکه‌های مجازی دانشجویی انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور (مک کاتچئون و همکاران، 2002)، پرسش‌نامه دوجین کثیف (جوناسون و وبستر، 2010) و فرم کوتاه مقیاس دشواری در تنظیم هیجان (بجوربرگ و همکاران، 2016) استفاده شد و داده‌ها با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شدند.

**یافته‌ها:** نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد سه‌گانه تاریک شخصیت با پرستش افراد مشهور رابطه مستقیم و معناداری ندارد، درحالی‌که در مسیر غیرمستقیم دشواری در تنظیم هیجان این ارتباط را به طور معناداری میانجی‌گری می‌کند ( $p < 0/05$ ،  $f^2 = 0/601$ ).

**نتیجه‌گیری:** باتوجه به یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان گفت که سه‌گانه تاریک شخصیت الزاماً با پرستش افراد مشهور همراه نیست. بلکه در واقع، مشکلات تنظیم هیجانی در افراد با سطوح بالاتر صفات تاریک شخصیت می‌تواند مؤلفه‌ای تعیین‌کننده در افزایش در آمیختگی با افراد مشهور موردعلاقه باشد.

**کلمات کلیدی:** پرستش افراد مشهور، سه‌گانه تاریک شخصیت، تنظیم هیجان.

1. دانشجوی دکتری تخصصی روان‌شناسی بالینی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران  
\*نویسنده مسئول: [hadi.fa71v@gmail.com](mailto:hadi.fa71v@gmail.com)

2. کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

3. کارشناسی ارشد روان‌شناسی بالینی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

4. دانشیار گروه روان‌شناسی بالینی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران



## Examining the Structural Associations between the Dark Triad of Personality and Celebrity Worship by Emphasizing the Mediating Role of Difficulties in Emotion Regulation

Received: 2023/12/22 Accepted: 2024/06/04

Hadi Fazelirad<sup>1\*</sup>, Mehrane Pirzade<sup>2</sup>, Bahman Bouruki Milan<sup>3</sup>, Robabeh NouryGhasem Abadi<sup>4</sup>

Original Article

### Abstract

**Introduction:** The growing fascination with celebrities in recent years has raised many questions about the emotional and personality characteristics of those who follow celebrities closely. This study aimed to investigate the relationship between dark triad personality traits, obsession with celebrities, and struggles with emotional control, with the latter serving as a mediating factor.

**Method:** The statistical population of the study consisted of all students enrolled at public universities in Tehran during the academic year of 1402. Of these, 457 male and female students were selected through online student networks. The Celebrity Attitude scale (McCutcheon et al., 2002), the Dirty Dozen scale (Jonason & Webster, 2010), and the Brief Version of the Difficulties in Emotion Regulation scale (Bjureberg et al., 2016) were used to collect data and were analyzed using structural equation modeling.

**Results:** The results of structural equation modeling showed that dark triad personality traits are not directly related to obsession with celebrities, while difficulty in emotion regulation significantly mediates this relationship ( $b=0.601$ ,  $p<0.05$ ).

**Conclusion:** Based on the results of the research, it can be concluded that the dark triad of personality is not necessarily associated with an obsession with celebrities. Instead, emotion regulation problems in people with higher levels of dark personality traits can be a determining factor in increasing their fascination with celebrities.

**Keywords:** Celebrity Obsession, Dark Triad of Personality, Emotion Regulation.

1 . PhD student in Clinical Psychology, Department Of Clinical Psychology, Faculty Of Psychology and Educational science, Kharazmi University, Tehran, Iran.

\* Corresponding Author: [hadi.fa71v@gmail.com](mailto:hadi.fa71v@gmail.com)

2 . M.A in General Psychology, Faculty of Psychology and Educational science, Alzahra University, Tehran, Iran

3 . M.A in Clinical Psychology, Department of Clinical Psychology, Faculty Of Psychology and Educational science, Kharazmi University, Tehran, Iran

4 . Associate professor, Department of Clinical Psychology, Faculty Of Psychology and Educational science, Kharazmi University, Tehran, Iran

## مقدمه

گسترش رسانه‌ها و ظهور "فرهنگ افراد مشهور"<sup>1</sup> در اواخر قرن بیستم، روان‌شناسان را بر آن داشت تا معنایی را که افراد مشهور در زندگی طرفدارانشان دارند مورد بررسی قرار دهند (بروکس<sup>2</sup>، 2021). سلبریتی‌ها افراد شناخته شده‌ای هستند که مورد توجه گسترده مردم و رسانه‌ها قرار می‌گیرند. تحقیقات در زمینه مطالعات رسانه‌ای نشان می‌دهد که افراد مشهور تأثیر قدرتمندی بر مخاطبان انبوه خود دارند (فریزر و براون<sup>3</sup>، 2002). چهره‌های مشهور و رسانه‌ای می‌توانند نگرش‌ها و رفتار افرادی که آنها را به‌عنوان الگوی خود در نظر می‌گیرند و با آنها همانندسازی می‌کنند، تحت تأثیر قرار دهند (دیکس، فائو و پوجنت<sup>4</sup>، 2010؛ مک کورمیک<sup>5</sup>، 2016). سطوح شدید پرستش افراد مشهور با نارضایتی از تصویر بدنی و اختلالات خوردن (لین<sup>6</sup> و همکاران، 2023)، خیال‌پردازی ناسازگارانه (ماندلی، مک کاتچئون و زیلا<sup>7</sup>، 2022)، خرید تکانه‌ای (چن<sup>8</sup> و همکاران، 2022) و تمایل به جراحی زیبایی (سوی و فنگ<sup>9</sup>، 2023) مرتبط است. پژوهش مک کاتچئون و آرگوئت<sup>10</sup> (2021) نشان می‌دهد که پرستش افراد مشهور از سال 2001 تاکنون به طرز چشمگیری افزایش یافته است.

پرستش افراد مشهور به حالتی اطلاق می‌شود که پیگیری و شیفتگی نسبت به فرد مشهور حالت وسواس‌گونه و اجباری پیدا کرده (بروکس، 2021)، می‌تواند حالت اعتیادگونه‌ای به خود بگیرد (زیلا، اوربن، مک کاتچئون و دمیترویکس<sup>11</sup>، 2021) و برخی از ملاک‌های اعتیادهای رفتاری را نشان دهد (شافر<sup>12</sup> و همکاران، 2004). به‌طور کلی اعتیادهای رفتاری نظیر قمار، استفاده از اینترنت، بازی ویدئویی، رابطه جنسی، غذاخوردن و خرید اجباری، رفتارهای تکرارشونده و آسیب‌زایی هستند که از منظر پدیدارشناسی و زیست‌شناسی عصبی شبیه اختلالات مصرف مواد هستند (فراسلا، پوتنزا، برون و چیلدرس<sup>13</sup>، 2010؛ کاس و گریفیث<sup>14</sup>، 2012). گریفیث (2005) بر اساس مدل مؤلفه‌ای اعتیاد<sup>15</sup> شش مؤلفه را برای اختلالات اعتیادی و اعتیادهای رفتاری ذکر می‌کند: برجستگی<sup>16</sup>، تنظیم خلق و خو<sup>17</sup>، تحمل<sup>18</sup>، نشانه‌های ترک<sup>19</sup>، تعارض<sup>20</sup> و عود<sup>21</sup>؛ اگر چه ممکن است برای تشخیص اعتیادهای رفتاری، تکیه بر همه معیارهای تعیین شده اختلال مصرف مواد قابل قبول و لازم نباشد (کاردفلت<sup>22</sup> و همکاران، 2017؛ استارسویک<sup>23</sup>، 2016). در زمینه پرستش افراد مشهور مک کاتچئون و همکاران (2002) مدلی از پرستش افراد مشهور را بر اساس جذب روان‌شناختی و اعتیاد ارائه کردند، و پیشنهاد کردند که طرفداران با ساختارهای هویتی ضعیف و فقدان روابط معنادار ممکن است سعی کنند با "جذب شدن" روان‌شناختی در سلبریتی موردعلاقه خود، هویتی محکم ایجاد کنند و احساس رضایت به دست آورند.

- 1 . Celebrity culture
- 2 . Brooks
- 3 . Fraser & Brown
- 4 . Dix., Phau, & Pougnet
- 5 . McCormick
- 6 . Lin
- 7 . Mándli, McCutcheon, & Zsila
- 8 . Chen
- 9 . Cui, & Fang
- 10 . McCutcheon, & Aruguete
- 11 . Zsila, Urbán, McCutcheon, & Demetrovics
- 12 . Shaffer
- 13 . Frascella, Potenza, Brown, & Childress
- 14 . Kuss, & Griffiths
- 15 . Components model of addiction
- 16 . Saliency
- 17 . Mood modification
- 18 . Tolerance
- 19 . Withdrawal symptoms
- 20 . Conflict
- 21 . Relapse
- 22 . Kardefelt
- 23 . Starcevic

مدل جذب - اعتیاد نشان می‌دهد که پرستندگان افراد مشهور ممکن است نسبت به رفتارهایی که در ابتدا نیاز آنها به جذب شدن روان‌شناختی در فرد مشهور موردعلاقه را برآورده می‌کند تحمل ایجاد کنند که می‌تواند منجر به تبدیل شدن رابطه با سلبریتی موردعلاقه به اعتیاد شود. در نتیجه، پرستش‌کنندگان باید به تدریج رفتارهای گسستگی و هذیانی قوی‌تری را نشان دهند تا به اندازه کافی با افراد مشهور ارتباط برقرار کنند (مک کاتچئون و همکاران، 2002) که از این حیث ماهیت اعتیادی این رفتار قابل تأمل است. پرستش افراد مشهور همانند مصرف مواد و اعتیادهای رفتاری که به صورت مرحله‌ای از سطوح کم آغاز می‌شوند و به مراحل بالاتر اعتیادآور می‌رسند، روندی مشابه را طی می‌کند. اشتیاق نسبت به یک فرد مشهور را می‌توان به صورت مرحله‌ای از قدردانی سالم تا یک مشغله وسواسی با یک فرد مشهور در نظر گرفت که می‌تواند در چندین جنبه زندگی یک فرد تداخل ایجاد کند (سانسون و سانسون<sup>1</sup>، 2014؛ مک کاتچئون و همکاران، 2004). همان‌طور که اختلال در کارکرد و روابط اجتماعی و افزایش اضطراب و افسردگی از پیامدهای مصرف مواد و اعتیادهای رفتاری است (گارسیا، بچارا، رکنور و پرز<sup>2</sup>، 2006؛ بلاچنیو، پرزیورکا و پانتیک<sup>3</sup>، 2016؛ بلاچنیو و پرزیورکا، 2016) و سطوح شدید پرستش افراد مشهور نیز با سلامت عمومی ضعیف (افسردگی، اضطراب، علائم جسمی و اختلال عملکرد اجتماعی) و عاطفه منفی (استرس و عاطفه مثبت کم) مرتبط است (مالتبی<sup>4</sup> و همکاران، 2004)، بنابراین برای بررسی عوامل زمینه‌ساز و آسیب‌شناسی پرستش افراد مشهور می‌توان از مدل‌های ارائه شده در زمینه اعتیادهای رفتاری استفاده کرد. یکی از مدل‌های نظری شناخته شده در زمینه بررسی عوامل مرتبط با اعتیادهای رفتاری مدل تعامل فرد - عاطفه - شناخت - اجرا (I-PACE) است که یک چارچوب نظری جامع برای نظام‌بندی ویژگی‌های شخصیتی مرتبط و مکانیسم‌های عاطفی و شناختی به منظور توضیح توسعه و حفظ رفتارهای اعتیادآور ارائه می‌دهد. اول، مؤلفه استعداد شخصی است که شامل انگیزه‌های ژنتیکی، بیولوژیکی، شخصیتی، آسیب‌شناسی روانی، شناخت و انگیزه‌های کاربری از رفتار اعتیادآور می‌شود. دوم پاسخ‌های عاطفی و شناختی به مؤلفه مستعدکننده است که شامل متغیرهای سوگیری شناختی و توجه، بد تنظیمی هیجانی، انتظارات استفاده، استراتژی‌های مقابله، کنترل بازدارنده و ولع مصرف است. این متغیرهای پاسخ در I-PACE به عنوان متغیرهای تعدیل‌کننده یا میانجی بین متغیرهای مستعدکننده و گرایش بیش از حد به رفتار اعتیادی مفهوم‌سازی شده‌اند (برند و همکاران<sup>5</sup>، 2019؛ برند، یانگ، لایر، ولفلینگ و پوتنرا<sup>6</sup>، 2016). در این پژوهش قصد داریم ویژگی‌های تاریک شخصیت را به عنوان متغیر زمینه‌ساز و متغیر دشواری تنظیم هیجان را به عنوان متغیر پاسخ و میانجی بر اساس مدل IPACE در رابطه با پرستش افراد مشهور بررسی کنیم.

سه‌گانه تاریک شخصیت یکی از عوامل شخصیتی است که با اعتیادهای رفتاری در ارتباط است. سه‌گانه تاریک شخصیت مجموعه‌ای از سه ساختار شخصیتی نامطلوب و ضداجتماعی است: ماکیاولیسم، جامعه‌ستیزی، و خودشیفتگی (پائولز و ویلیامز<sup>7</sup>، 2002). افرادی که این صفات شخصیتی را دارند دارای یک شخصیت بدخواه اجتماعی هستند و تمایلات رفتاری خودنمایی، سردی عاطفی، دوگانگی و پرخاشگری دارند. این افراد ممکن است در کاربری آنلاین و مشکل‌ساز آسیب‌پذیرتر باشند (کرکابورون<sup>8</sup> و گریفیث، 2018). ویژگی‌های شخصیتی تاریک با رفتارهای آنلاین اعتیادآور مختلف مانند پورنوگرافی، بازی‌های ویدئویی و اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی مرتبط است (سیندرمن، ساریسکا، لاچمن، برند و مونتگ<sup>9</sup>، 2018؛ کرکابورون، جوناسون و گریفیث<sup>10</sup>، 2018؛

1 . Sansone & Sansone

2 . Verdejo-García, Bechara, Recknor EC, Perez-Garcia

3 . Błachnio, Przepiorka, & Pantic

4 . Maltby

5 . Brand

6 . Brand, Young, Laier, Wölfling, & Potenza

7 . Paulhus & Williams

8 . Kircaburun

9 . Sindermann, Sariyska, Lachmann, Brand, & Montag

10 . Kircaburun, Jonason, & Griffiths

کربابورون، دمیتروویکس و توسونتاس<sup>1</sup>، 2019؛ جوزی، رضانیور و بگیان کوله مرز، 1401). پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با پرستش افراد مشهور تعدادی از متغیرهای شخصیتی مانند پنج عامل بزرگ شخصیت و صفات شخصیتی آیزنک را بررسی کرده‌اند (پیرزاده، پیوسته‌گر و گریفیث<sup>2</sup>، 2024؛ مالتبی و همکاران، 2004؛ مک کاتچئون و همکاران، 2016). با این حال، تاکنون پژوهشی رابطه صفات تاریک شخصیت را با پرستش افراد مشهور به صورت هم‌زمان بررسی نکرده است و فقط تعداد اندکی پژوهش به صورت جداگانه این صفات را با پرستش افراد مشهور بررسی کرده‌اند.

در پژوهش مک کاتچئون و همکاران (2003) رابطه معناداری بین گویه «موافقم که مهم‌ترین چیز در زندگی برنده شدن است» به عنوان یکی از شاخص‌های صفت ماکیاولیسم با پرستش افراد مشهور همبستگی داشت که حاکی از آن است که این افراد دارای تمایلات رقابتی هستند و رفتارهای اخلاقی را در دستیابی به اهداف خود رعایت نمی‌کنند (کلمپنر<sup>3</sup>، 2017). احتمال دارد که این افراد در فضای رقابتی انتشار مطالب و پست‌های مرتبط با افراد مشهور شرکت کنند و هم چنین در سطوح شدید پرستش افراد مشهور مشارکت داشته باشند. زیرا افراد در سطوح شدید حاضرند درخواست‌های غیرقانونی و غیراخلاقی فرد مشهور موردعلاقه خود را اجرا کنند (مک کاتچئون و همکاران، 2002). صفت جامعه‌ستیزی نیز با هیجان‌طلبی و تکانشگری بالایی همراه است (یوسفی و پیری، 1395؛ هر و نومان<sup>4</sup>، 2008) و این ویژگی‌ها با سطوح مختلف پرستش افراد مشهور در ارتباط هستند (مک کاتچئون و همکاران، 2014). همچنین، ویژگی‌های سه‌گانه تاریک با مشکلاتی در تنظیم تجارب هیجانی به دنبال رویدادهای منفی همراه هستند (مانند هارنسکی و کیهل<sup>5</sup>، 2010؛ والکر<sup>6</sup> و همکاران، 2022).

پژوهش هاسین، وگمن و گریفیث<sup>7</sup> (2021) نشان می‌دهد که صفات تاریک شخصیت با میانجی‌گری دشواری در تنظیم هیجان رابطه معناداری با استفاده آسیب‌زا از شبکه‌های اجتماعی داشتند. علاوه بر این مشکلات در تنظیم هیجان پیش‌بین معناداری برای پرستش افراد مشهور است و باعث ایجاد و گسترش درگیری افراطی با افراد مشهور می‌شود (فاضلی راد و نوری قاسم‌آبادی، 1402؛ شباهنگ، بشارت، نیکوگفتار و باقری شیخانگفشه، 1398)؛ بنابراین مشکلات تنظیم هیجانی می‌تواند در رابطه بین صفات تاریک شخصیتی و پرستش افراد مشهور نقش مهمی ایفا کند و در تبیین این رابطه تأثیرگذار باشد. تنظیم هیجان به فرآیند درگیری در نظارت و ارزیابی هیجان به منظور دستیابی به اهداف اشاره دارد (تامپسون<sup>8</sup>، 1994). دشواری در تنظیم هیجان نشان‌دهنده راه‌های مشکل‌ساز مختلفی است که در آن افراد حالت‌های هیجانی را تجربه می‌کنند و به آنها پاسخ می‌دهند (ورنر و گراس<sup>9</sup>، 2010) و ممکن است شامل عدم‌پذیرش تجربیات عاطفی خود، مشکلات در انجام وظایف یا کنترل تکانه‌ها در هنگام ناراحتی، فقدان آگاهی یا درک احساسات خود، یا راهبردهای محدود برای تنظیم احساسات شود (گراتز و رومر<sup>10</sup>، 2004). مشکلات در تنظیم هیجان با طیفی از آسیب‌ها و اختلالات روانی و اعتیادی مانند رفتارهای جنسی پرخطر (تول<sup>11</sup> و همکاران، 2012)، اختلال قمار (روجیر و ولوتی<sup>12</sup>، 2018)، مصرف مواد و درد مزمن<sup>13</sup> (آرون، فینان، وگنر، کیف و لاملی<sup>14</sup>، 2020)، اضطراب و افسردگی (یونگ، سندمن و

- 1 . Kircaburun, Demetrovics, & Tosuntas
- 2 . Pirzade, Peyvastegar, & Griffiths
- 3 . Clempner
- 4 . Hare&Neumann
- 5 . Harenski & Kiehl
- 6 . Walker
- 7 . Hussain, Wegmann, & Griffiths
- 8 . Thompson
- 9 . Werner&Gross
- 10 . Gratz & Roemer
- 11 . Tull
- 12 . Rogier&Velotti
- 13 . Chronic pain
- 14 . Aaron, Finan, Wegener, Keefe, & Lumley

کراسکه<sup>1</sup>، (2019)، استفاده آسیب‌زا از شبکه‌های اجتماعی (هورمز، کرنز و تیمکو<sup>2</sup>، 2014) و گرایش به رفتارهای پرخطر در نوجوانان (مینا و امینی منش، 1400) در ارتباط است.

باتوجه به رابطه صفات شخصیتی تاریک با اعتیادهای رفتاری و باتوجه به این که بر اساس جستجوی ادبیات پژوهشی رابطه سه‌گانه تاریک شخصیت با پرستش افراد مشهور به طور هم‌زمان بررسی نشده است، فرضیه اصلی پژوهش این است که صفات تاریک شخصیت به‌عنوان یک متغیر مستعدکننده در مدل IPACE می‌تواند با پرستش افراد مشهور رابطه معناداری داشته باشد و این رابطه می‌تواند توسط متغیر دشواری در تنظیم هیجان به‌عنوان متغیر پاسخ در این مدل میانجی‌گری شود.

## روش

طرح پژوهش حاضر توصیفی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. پژوهش حاضر بر اساس پروتکل‌های اخلاقی مطالعات هلسینکی<sup>3</sup> انجام شد و شرکت‌کنندگان با رضایت آگاهانه در پژوهش شرکت کردند. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران در سال 1402 بود. تعیین حجم نمونه در روش معادلات ساختاری را می‌توان بین 5 تا 15 مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری (نشانگر) در نظر گرفت (هومن، 1384). باتوجه به این که معادلات ساختاری یک روش آماری با حجم نمونه بزرگ است (کلاین، 2023) و نمونه با تعداد کم می‌تواند مشکل‌ساز شود، در پژوهش حاضر نمونه نسبتاً بزرگی برای تحلیل معادلات ساختاری انتخاب شد. نمونه‌ها 362 نفر دانشجوی خانم و 95 نفر دانشجوی آقا و مجموعاً 457 نفر را شامل می‌شدند که از طریق شبکه‌های مجازی و کانال‌های دانشجویی انتخاب شدند. از شرکت‌کنندگان از طریق یک پیام متنی و لینک مشارکت، دعوت شد تا پرسش‌نامه‌های آنلاین مرتبط با پژوهش شامل پرسش‌نامه اطلاعات دموگرافیک، مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور (23 آیتم)، فرم کوتاه دشواری در تنظیم هیجان (16 آیتم) و مقیاس دوجین کثیف (12 آیتم) را تکمیل کنند. قبل از تکمیل پرسش‌نامه‌ها شرکت‌کنندگان در مورد هدف کلی پژوهش مطلع شدند و از آنها درخواست شد در صورتی که با شرایط پژوهش موافق هستند رضایت خود را با علامت‌زدن یک کادر اعلام کنند. ملاک‌های ورود به پژوهش، شامل سنین بین 18 تا 35 سال و دانشجوی بودن در یکی از مقاطع تحصیلی دانشگاهی می‌شد و ملاک‌های خروج شامل عدم رضایت و عدم تکمیل پرسش‌نامه‌ها بود. در نهایت جهت تحلیل توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده از نرم‌افزار SPSS-25 و برای تحلیل معادلات ساختاری از نرم‌افزار Amos-24 استفاده شد.

## ابزارهای پژوهش

**الف) مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور**<sup>4</sup> (CAS) 23 سؤالی: این مقیاس برای شناسایی افرادی که مجذوب شخصیت‌های مشهور شده‌اند، استفاده می‌شود و نمره‌گذاری آن بر روی طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای (کاملاً مخالف: 1 و کاملاً موافق: 5) انجام می‌شود (مک کاتچئون و همکاران، 2002). CAS سه بعد پرستش افراد مشهور را ارزیابی می‌کند: بعد سرگرمی - اجتماعی شامل 10 آیتم؛ بعد شدید شخصی 9 آیتم و بعد مرزی - آسیب‌شناختی 4 آیتم می‌شود. نسخه اصلی مقیاس شامل 32 گویه توسط مک کاتچئون و همکاران (2002) طراحی شده است و همسانی درونی و روایی همگرایی مناسبی را برای آن بیان می‌کنند. در ایران شباهنگ و همکاران (1398)، آلفای کرونباخ کل مقیاس را 0/92 و برای خرده مقیاس سرگرمی - اجتماعی 0/83، شدید - شخصی 0/90 و مرزی - آسیب‌شناختی 0/85 گزارش کردند. در این پژوهش میزان آلفای کرونباخ 0/94 به دست آمد.

1 . Young, Sandman, & Craske  
2 . Hormes, Kearns, & Timko  
3 . Helsinki  
4 . Celebrity Attitude Scale

ب) پرسش‌نامه دوجین کثیف<sup>1</sup>: پرسش‌نامه دوجین کثیف توسط جوناسون و وبستر<sup>2</sup> در سال 2010 به منظور سنجش صفات تاریک شخصیت طراحی و تدوین شده است. این پرسش‌نامه دارای 12 سؤال و 3 مؤلفه خودشیفتگی، ماکیاولیسم و جامعه‌ستیزی می‌باشد و بر اساس طیف لیکرت 5 درجه‌ای (خیلی کم تا خیلی زیاد) نمره‌گذاری می‌شود. نسخه فارسی این پرسش‌نامه توسط یوسفی و پیری (1395) در نمونه ایرانی اعتباریابی شد که تحلیل عاملی نشانگر وجود سه عامل خودشیفتگی، ماکیاولیسم و جامعه‌ستیزی بود. ضرایب بازآزمایی برای کل مقیاس و مؤلفه‌ها در دامنه بین 0/66 تا 0/80 و ضریب همسانی درونی خرده مقیاس‌ها بین 0/68 تا 0/77 بدست آمد. در این پژوهش میزان آلفای کرونباخ 0/77 به دست آمد.

ج) فرم کوتاه مقیاس دشواری در تنظیم هیجانی<sup>3</sup> (DERS-16): این ابزار، مقیاسی 16 سؤالی با 5 خرده مقیاس در طیف لیکرت (1 تا 5) است که بجزوربرگ<sup>4</sup> و همکاران (2016) آن را طراحی کرده‌اند. این 5 خرده مقیاس عبارت‌اند از: 1. عدم‌پذیرش هیجانات منفی، 2. دشواری در انجام رفتار هدفمند هنگام پریشانی، 3. دشواری در کنترل رفتارهای تکانه‌ای، 4. دسترسی محدود به راهبردهای تنظیم هیجانی، 5. عدم وضوح هیجانی. نسخه فارسی این پرسش‌نامه را شهابی و همکاران (2018) تدوین کرده‌اند که از ویژگی‌های روان‌سنجی خوبی برخوردار است. در این پژوهش میزان آلفای کرونباخ 0/94 به دست آمد.

### یافته‌ها

نمونه‌ی پژوهش حاضر متشکل از 362 نفر (79 درصد) زن و 95 نفر (21 درصد) مرد بودند. از نظر مقطع تحصیلی 291 نفر (63/7 درصد) دارای تحصیلات کاردانی یا کارشناسی، 114 نفر (24/9 درصد) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و 52 نفر (11/4 درصد) دارای تحصیلات دکتری بودند. از نظر وضعیت تأهل 407 نفر مجرد (89 درصد) و 50 نفر متأهل (11 درصد) بودند. از نظر سنی، میانگین و انحراف استاندارد سنی شرکت‌کنندگان به ترتیب برابر با 22/93 و 4/153 بود.

پیش از تحلیل داده‌ها مفروضه‌های نرمال بودن و عدم هم‌خطی متغیرهای پژوهش بررسی شد. شاخص‌های کجی و کشیدگی برای بررسی مفروضه‌ی نرمال بودن توزیع سه متغیر پرستش افراد مشهور ( $0 = Sk/675, 0 Ku=025$ )، دشواری تنظیم هیجان ( $0 = Sk/606, Ku= -0/446$ ) و صفات تاریک شخصیت ( $0 = Sk 0/562, 0 Ku=813$ ) مورد بررسی قرار گرفت. چو و بنتلر (1995) نقطه برش  $\pm 3$  را برای مقدار چولگی مناسب می‌دانند. برای شاخص کشیدگی نیز به‌طور کلی مقادیر بیش از  $\pm 10$  در پژوهش‌های چندمتغیری مشکل‌آفرین است (کلاین<sup>5</sup>، 2015). مقادیر بدست آمده برای چولگی و کشیدگی متغیرها حاکی از تحقق پیش‌فرض نرمال بودن دارد. برای بررسی مفروضه‌ی عدم هم‌خطی از آماره‌های عامل تورم واریانس (VIF) و شاخص تحمل استفاده شد که باتوجه‌به اینکه هیچ یک از مقادیر مربوط به شاخص تحمل کمتر از 0/40 و هیچ یک از مقادیر مربوط به عامل تورم واریانس بیشتر از 10 نمی‌باشد، براین اساس می‌توان نسبت به مفروضه عدم هم‌خطی نیز اطمینان حاصل کرد. در جدول زیر شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی و همچنین همبستگی متغیرهای پژوهش ارائه شده است.

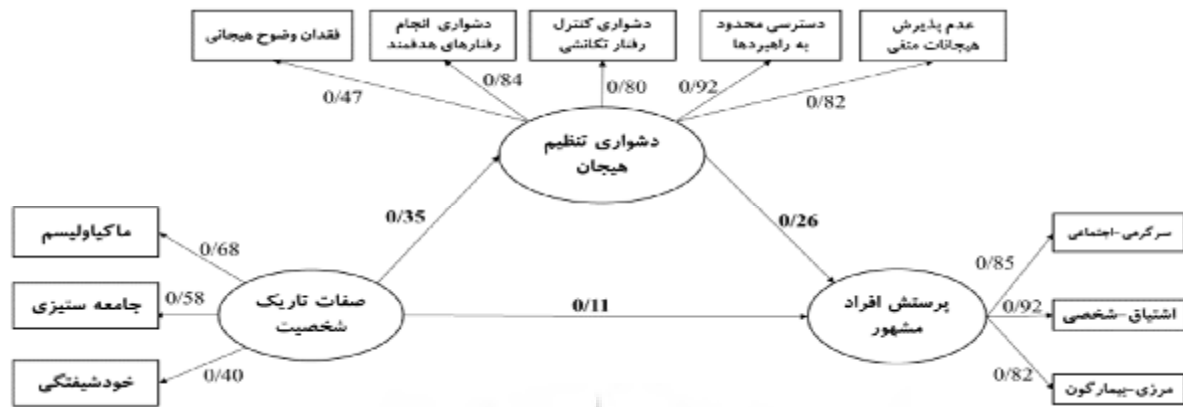
جدول 1. شاخص‌های توصیفی و ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	1	2	3
1- پرستش افراد مشهور	50/912	19/34	1		
2- دشواری تنظیم هیجان	40/98	14/85	0/260**	1	
3- صفات تاریک شخصیت	30/43	6/78	0/142**	0/342**	1

\*\* p < 0/01 \* P < 0/05

1 . Dirty Dozen Scale  
 2 . Jonason & Webster  
 3 . Brief Version of the Difficulties in Emotion Regulation Scale  
 4 . Bjureberg  
 5 . Kline

همان‌طور که مندرجات جدول 1 نشان می‌دهد صفات تاریک شخصیت، پرستش افراد مشهور و دشواری تنظیم هیجان با یکدیگر دارای رابطه مستقیم هستند و این رابطه‌ها در سطح 0/01 معنی‌دار می‌باشند. در ادامه برای بررسی اثرهای مستقیم و واسطه‌ای از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد که نتایج آن در قالب شکل 1 و جداول اثرات مستقیم و غیرمستقیم ارائه می‌شود.



شکل 1. ضرایب مسیر استاندارد متغیرهای پژوهش در مدل اصلی

در شکل 1 مدل ساختاری پژوهش و الگوی روابط بین متغیرها به همراه ضرایب مسیر نشان داده شده‌اند. در ادامه شاخص‌های برازش مدل ساختاری در جدول 2 نشان داده شده است و همان‌گونه که مندرجات این جدول نشان می‌دهد شاخص‌های برازش نشانگر برازش خوب مدل است. همه شاخص‌ها در محدوده پذیرش مدل قرار دارند و بنابراین ساختار مدل فرضی پژوهش مورد تأیید می‌باشد.

جدول 2. شاخص‌های برازش مدل ساختاری

شاخص برازندگی	دامنه قابل پذیرش	مدل
خی دو ( $\chi^2$ )	-	147/89
نسبت خی دو به درجه آزادی (CMIN/DF)	کمتر از 5	3/607
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	بزرگتر از 0/90	0/956
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	بزرگتر از 0/90	0/957
شاخص نیکویی برازش (GFI)	بزرگتر از 0/90	0/946
ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	کمتر از 0/08	0/076

همچنین، در ادامه نتایج جدول 3 و 4 اثرات مستقیم و واسطه‌ای متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد و بر اساس آن می‌توان به تأیید یا رد اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای پژوهش در پرستش افراد مشهور پرداخت.

جدول 3. بررسی روابط مستقیم متغیرها در مدل تحقیق

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضرایب غیراستاندارد	ضرایب استاندارد	خطای استاندارد	t	p
صفات تاریک شخصیت	پرستش افراد مشهور	0/731	0/113	0/448	1/633	0/103
دشواری تنظیم هیجان	پرستش افراد مشهور	2/542	0/261	0/587	4/333	0/001
صفات تاریک شخصیت	دشواری تنظیم هیجان	0/237	0/354	0/057	4/130	0/001



باتوجه به جدول 3 در مواردی که آماره T خارج از بازه‌ی  $(-1/96 + 1/96)$  قرار دارد یا سطح معنی‌داری کمتر از 0/05 است دو متغیر با یکدیگر ارتباط معنادار دارند. همان‌طور که می‌توان مشاهده کرد مسیر مستقیم متغیر صفات تاریک شخصیت به متغیر پرستش افراد مشهور معنی‌دار نیست  $(t=633/1, \beta=0)$ . مسیر مستقیم متغیر دشواری تنظیم هیجان به متغیر پرستش افراد مشهور معنی‌دار است  $(t=333/4, \beta=0)$ . در نهایت مسیر مستقیم متغیر صفات تاریک شخصیت به متغیر دشواری تنظیم هیجان معنی‌دار است  $(t=130/4, \beta=0)$ .

جدول 4. بررسی روابط غیرمستقیم متغیرها در مدل تحقیق

متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	ضریب غیراستاندارد	ضریب استاندارد	حد پایین	حد بالا	p
صفات شخصیت	تاریک هیجان	تنظیم پرستش مشهور	0/601	0/093	0/311	1/095	0/001

برای تعیین اثر غیرمستقیم از روش بوت استرپ با 2000 بار فرایند نمونه‌گیری استفاده گردید که باتوجه به جدول 4 می‌توان مشاهده کرد که اثر غیرمستقیم متغیر صفات تاریک شخصیت بر متغیر پرستش افراد مشهور از طریق دشواری تنظیم هیجان معنی‌دار است  $(p < 0/05, \beta = 0)$ .

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه صفات تاریک شخصیت، دشواری در تنظیم هیجان و پرستش افراد مشهور در بین دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران در سال 1402 انجام شد. یافته‌های پژوهش در بخش تحلیل همبستگی نشان داد که صفات تاریک شخصیت و دشواری در تنظیم هیجان با پرستش افراد مشهور ارتباط مثبت و معنادار دارند. طبق یافته‌های بدست آمده بر اساس معادلات ساختاری، صفات تاریک شخصیت با پرستش افراد مشهور ارتباط مستقیم و معنی‌داری نداشت و نتایج پژوهش حاکی از معناداری اثر غیرمستقیم صفات تاریک شخصیت بر پرستش افراد مشهور از طریق دشواری در تنظیم هیجان بود که بیانگر نقش میانجی دشواری در تنظیم هیجان در رابطه صفات تاریک شخصیت و پرستش افراد مشهور می‌باشد. هم‌راستا با پژوهش ژائو، لینچ، جر و چن<sup>1</sup> (2010) و هیز (2009) عدم ارتباط معنادار در مسیر مستقیم به معنای عدم امکان ارتباط از طریق متغیر میانجی نیست و اثر غیرمستقیم در این پژوهش معنادار بود. این نتایج می‌تواند درک ما را از چالش‌های روان‌شناختی مرتبط با پرستش افراد مشهور افزایش دهد.

با توجه به عدم معناداری مسیر مستقیم صفات تاریک شخصیت و پرستش افراد مشهور در مدل ساختاری و معناداری مسیر غیر مستقیم از طریق دشواری در تنظیم هیجان، می‌توان گفت که صفات تاریک شخصیت الزاماً مستعد کننده اشخاص برای درآمیختگی با افراد مشهور نیستند و تنها با حضور آسیب‌پذیری‌های روان‌شناختی همچون دشواری در تنظیم هیجان می‌توانند پیش‌بینی کننده پرستش افراد مشهور باشند. نقش میانجی دشواری در تنظیم هیجان همسو با پژوهش هاسین و همکاران (2021) است که اهمیت آن را در رابطه بین صفات تاریک شخصیت و استفاده آسیب‌زا از شبکه‌های اجتماعی نشان داد و هم چنین همسو با پژوهش فاضلی‌راد و نوری قاسم‌آبادی (1402) و شباهنگ و همکاران (1398) است که مشکلات در تنظیم هیجان را پیش‌بین معناداری در پرستش افراد مشهور نشان دادند. احتمالاً افرادی با صفات تاریک شخصیت در تنظیم هیجان خود مشکلاتی دارند که این به نوبه خود آنها را مستعد اعتیادهای رفتاری و پرستش افراد مشهور می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهد که پرستندگان افراد مشهور در

1 . Zhao, Lynch, Jr, & Chen

مقیاس‌های اضطراب و افسردگی امتیاز بالا می‌گیرند (مالتی و همکاران، 2001) و این متغیرها رابطه مستقیم با مشکلات در تنظیم هیجان دارند (یونگ و همکاران، 2019).

علاوه بر این هم صفات تاریک شخصیت و هم مشکلات در تنظیم هیجان با مشکلات در روابط بین‌فردی و روابط صمیمی در دنیای واقعی همراه هستند. افراد واجد صفات تاریک شخصیت به دلیل عدم همدلی، سازگاری کم، دست‌کاری عاطفی و ناگویی هیجانی بالا و هم‌چنین هوش هیجانی پایین می‌توانند در تعاملات اجتماعی واقعی با مشکلاتی مواجه شوند (آستین<sup>1</sup> و همکاران، 2007؛ جوناسون و کراوز<sup>2</sup>، 2013). هم‌چنین افرادی که قادر به مدیریت مناسب هیجان‌های خود نیستند از برقراری روابط نزدیک و صمیمی اجتناب می‌کنند (تانی<sup>3</sup> و همکاران، 2015). از این‌رو ممکن است افراد واجد صفات تاریک شخصیت که مشکلات در تنظیم هیجان نیز دارند، در یک رابطه فرا اجتماعی با افراد مشهور عملکرد بهتری داشته باشند. رابطه‌ای که در آن یک فرد مشهور از طریق رسانه برای طرفدارانش شیفتگی ایجاد می‌کند. روابط فرا اجتماعی، ارتباطات اجتماعی - عاطفی غیر متقابل با چهره‌های رسانه‌ای مانند افراد مشهور یا اینفلوئنسرها هستند (هافنر و بوند<sup>4</sup>، 2022). ارتباط فرا اجتماعی نوعی رابطه یک‌طرفه و توهمی بدون خطر برداشتن و بدون نیاز به مهارت‌های اجتماعی است و افرادی که در برابر روابط معنادار زندگی واقعی مقاومت می‌کنند ممکن است در عوض با شخصیت‌های مشهور رسانه‌ای به‌عنوان یک مکانیزم جبرانی رابطه برقرار کنند (شباهنگ و همکاران، 1398؛ تسائو<sup>5</sup>، 1996)؛ بنابراین افرادی با ویژگی‌های تاریک شخصیت و ناتوانی هیجانی احتمالاً در گرایش به چنین روابطی آسیب‌پذیر هستند و به دلیل عدم مهارت‌های اجتماعی لازم در این نوع روابط احساس راحتی بیشتری می‌کنند. از سوی دیگر صفات تاریک شخصیت و دشواری در تنظیم هیجان با احتمال پرداختن بیشتر به کاربری‌های آنلاین و مشکل‌ساز در ارتباط هستند (کرکابورون و گریفیث، 2018؛ وارنبرگ، توماسیوس و پاسچکه<sup>6</sup>، 2021) و کاربری‌های آنلاین هم احتمال گرایش به افراد مشهور را افزایش می‌دهد. پلتفرم‌های اجتماعی به بستری باارزش برای افراد مشهور تبدیل شده‌اند که تعامل این افراد را با تعداد زیادی از طرفدارانشان فراهم می‌کند (چانگ و هو<sup>7</sup>، 2017)؛

یافته‌های پژوهشی همیشه باید در سایه محدودیت‌های پژوهش مورد استفاده قرار بگیرند. نمونه این پژوهش را دانشجویان بزرگسال دانشگاه‌های دولتی تشکیل می‌دادند؛ بنابراین نتایج ممکن است برای کل جامعه به‌ویژه افراد با تحصیلات کمتر قابل تعمیم نباشد. ثانیاً به دلیل طرح تحقیق مقطعی امکان تعیین جهت دقیق ارتباط‌های آشکار شده در این مطالعه و رابطه علی بین متغیرها وجود ندارد و برای این منظور انجام تحقیقات طولی مورد نیاز است. ساختار مدل پژوهش بر اساس ملاحظات نظری مدل جذب - اعتیاد (مک کاتچون و همکاران، 2002) و مدل I-PACE (برند و همکاران، 2019) در اعتیادهای رفتاری انجام شد. محدودیت دیگر تعداد محدود نمونه پژوهش با اکثریت شرکت‌کنندگان دانشجویان دختر است که انجام مقایسه‌های بین‌گروهی بر اساس جنسیت را در رابطه با پرستش افراد مشهور غیرممکن می‌کند. پژوهش‌های آینده می‌توانند با تعداد نمونه برابر دختران و پسران مقایسه‌های بین‌گروهی بر اساس جنسیت را در بین افراد واجد صفات تاریک شخصیت بررسی کنند تا تأثیر جنسیت هم در این رابطه شفاف شود. این پژوهش بر اساس داده‌های خود گزارش‌دهی انجام شد که نتایج پژوهش می‌تواند تحت تأثیر گزارش بر اساس مطلوبیت اجتماعی قرار گیرد. علی‌رغم محدودیت‌های ذکر شده، پژوهش حاضر یکی از اولین بررسی‌ها در زمینه رابطه بین پرستش افراد مشهور و صفات تاریک شخصیت است.

1 . Austin

2 . Jonason&krause

3 . Tani

4 . Hoffner&Bond

5 . Tsao

6 . Wartberg, Thomasius, & Paschke

7 . Chung&Cho

پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آینده روابط بین متغیرهای پژوهش در نمونه‌ای وسیع‌تر در دانشجویان سراسر کشور و همین‌طور در نمونه نوجوان هم انجام شود تا تأثیر مشخصه‌های مرتبط با دوره سنی هم واضح‌تر شود. علاوه بر این پژوهش‌های آتی می‌توانند مکانیسم‌های زیربنایی دیگری غیر از تنظیم هیجان را در رابطه سه‌گانه تاریخ شخصیت و پرستش افراد مشهور بررسی کنند و ابعاد مختلف شناختی و هیجانی ناسازگارانه در افراد واجد صفات تاریک شخصیتی را به‌عنوان متغیرهای میانجی در این رابطه در نظر بگیرند.

یافته‌های این تحقیق با تأکید بر اهمیت مشکلات در دشواری تنظیم هیجان در افراد واجد ویژگی‌های تاریک شخصیت، می‌تواند دانش ما را در مورد ماهیت رابطه بین صفات شخصیتی و پرستش افراد مشهور گسترش می‌دهد. این نتایج اهمیت کار بر روی صفات تاریک شخصیت و بعد از آن مشکلات در تنظیم هیجان را در افراد آسیب‌پذیر نشان می‌دهد تا از ایجاد علاقه‌مندی و سواس‌گونه به افراد مشهور جلوگیری شود و به‌جای آن یک علاقه سالم جایگزین شود. می‌توان از تکنیک‌های رویکرد درمانی یکپارچه بارلو<sup>1</sup> برای درمان اختلالات هیجانی بهره برد. بر اساس این رویکرد سه مؤلفه اساسی در درمان اختلالات هیجانی کاربرد دارد: 1- تغییر ارزیابی‌های شناختی پیشین 2- جلوگیری از اجتناب عاطفی 3- تسهیل گرایش‌های عملی که با هیجانی که مختل است مرتبط نیست. این درمان در زمینه برانگیختن بیان عاطفی (مواجه‌شدن با هیجان) از طریق نشانه‌های موقعیتی، درونی و جسمی و هم‌چنین از طریق تمرینات القای خلق‌وخوی استاندارد صورت می‌گیرد و از بیماری به بیمار دیگر تنها در نشانه‌های موقعیتی و تمرینات مورد استفاده متفاوت است. این سه اصل اساسی درمانی را می‌توان با تغییرات نسبتاً جزئی برای هر یک از اختلالات هیجانی به کاربرد (بارلو و همکاران، 2016).

## تعارض منافع

"هیچ‌گونه تعارض منافی توسط نویسندگان بیان نشده است."

## تشکر و قدردانی

نویسندگان مقاله از تمامی مشارکت‌کنندگان در پژوهش کمال تشکر و قدردانی را دارند.

## منابع

- جوزی، حسن؛ رضانیپور، فرزانه؛ بگیان کوله مرز، محمدجواد. (1401). الگویی ساختاری سبک‌های دلبستگی، سه‌گانه تاریک شخصیت، حساسیت به طردشدن با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با میانجی‌گری مهارت‌های ارتباطی در دانش‌آموزان. *پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی*، 12 (48)، 20-1
- شباهنگ، رضا؛ بشارت، محمد علی؛ مختاری چیرانی، بنیامین؛ رضائی، سجاده؛ نیکوگفتار، منصوره، & باقری شیخانگفته، فرزین. (1398). بررسی مشخصه‌های روانسنجی مقیاس تجربه تعامل فرا اجتماعی در نمونه دانشجویان ایرانی. *پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی* 8 (32)، 44-7.
- شباهنگ، رضا؛ باقری شیخانگفته، فرزین؛ و سیاکوجه، عادل. (1398). پیش‌بینی تحریفات شناختی بین‌فردی بر اساس پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آنان. *فصلنامه سلامت روان کودک*، 6 (1)، 163-175
- شباهنگ، رضا؛ بشارت، محمد علی؛ نیکوگفتار، منصوره؛ و باقری شیخانگفته، فرزین. (1398). نقش انعطاف‌پذیری شناختی و مشکلات تنظیم هیجانی در پیش‌بینی پرستش افراد مشهور دانشجویان. *دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی*، 20 (1)، 13-25
- فاضلی راد، هادی؛ نوری قاسم آبادی، ربابه. (1402). رابطه دشواری در تنظیم هیجان و پرستش افراد مشهور: نقش میانجی‌گری اعتیاد به اینستاگرام. *فصلنامه روان‌شناسی کاربردی*، 17 (4)، 217-241
- مینا، فاطمه؛ امینی‌مش، سجاده. (1400). پیش‌بینی کننده‌های گرایش به رفتارهای پرخطر در نوجوانان دختر: نقش بدنظمی هیجانی، تمایز یافتگی و ابراز وجود. *پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی*، 11 (44)، 197-183

- هومن، حیدرعلی (1384). مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل. تهران: انتشارات سمت
- یوسفی، رحیم؛ و پیری، فائزه. (1395). ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه فارسی پرسش‌نامه دوجین کثیف. مجله روانپزشکی و روانشناسی بالینی ایران، 22 (1)، 67-76. <http://ijpcp.iums.ac.ir/article-1-2574-fa.html>
- Aaron, R. V., Finan, P. H., Wegener, S. T., Keefe, F. J., & Lumley, M. A. (2020). Emotion regulation as a transdiagnostic factor underlying co-occurring chronic pain and problematic opioid use. *American Psychologist*, 75(6), 796. <https://doi.org/10.1037/amp0000678>
- Arnocky, S., Bozek, E., Dufort, C., Rybka, S., & Hebert, R. (2018). Celebrity opinion influences public acceptance of human evolution. *Evolutionary Psychology*, 16(3), 1474704918800656. DOI: 10.1177/1474704918800656
- Austin, E. J., Farrelly, D., Black, C., & Moore, H. (2007). Emotional intelligence, Machiavellianism and emotional manipulation: Does EI have a dark side?. *Personality and individual differences*, 43(1), 179-189.
- Barlow, D. H., Allen, L. B., & Choate, M. L. (2016). Toward a unified treatment for emotional disorders—republished article. *Behavior therapy*, 47(6), 838-853 <https://doi.org/10.1016/j.beth.2016.11.005>
- Bjureberg, J., Ljótsson, B., Tull, M. T., Hedman, E., Sahlin, H., Lundh, L.-G., Bjärehed, J., DiLillo, D., Messman-Moore, T., & Gumpert, C. H. (2016). Development and validation of a brief version of the difficulties in emotion regulation scale: the DERS-16. *Journal of psychopathology and behavioral assessment*, 38, 284-296. <https://doi.org/10.1007/s10862-015-9514-x>
- Blachnio, A., & Przepiorka, A. (2016). Dysfunction of self-regulation and self-control in Facebook addiction. *Psychiatric Quarterly*, 87(3), 493-500. <https://doi.org/10.1007/s11126-015-9403-1>
- Blachnio, A., Przepiorka, A., & Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701-705. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.026>
- Brand, M., Wegmann, E., Stark, R., Müller, A., Wölfling, K., Robbins, T. W., & Potenza, M. N. (2019). The Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model for addictive behaviors: Update, generalization to addictive behaviors beyond internet-use disorders, and specification of the process character of addictive behaviors. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 104, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2019.06.032>
- Brand, M., Young, K. S., Laier, C., Wölfling, K., & Potenza, M. N. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders: An Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 71, 252-266.
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864-886. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Brown, W. J. (2015). Examining four processes of audience involvement with media personae: Transportation, parasocial interaction, identification, and worship. *Communication Theory*, 25(3), 259-283. <https://doi.org/10.1111/comt.12053>
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2022). Celebrity influence on body image and eating disorders: A review. *Journal of Health Psychology*, 27(5), 1233-1251. <https://doi.org/10.1177/1359105320988312>
- Chen, O., Zhao, X., Ding, D., Zhang, Y., Zhou, H., & Liu, R. (2022). Borderline pathological celebrity worship and impulsive buying intent: Mediating and moderating roles of empathy and gender. *Frontiers in Psychology*, 13, 823478.
- Chung, S., & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: Implications for celebrity endorsement. *Psychology & Marketing*, 34(4), 481-495. <https://doi.org/10.1002/mar.21001>
- Clempner, J. B. (2017). A game theory model for manipulation based on Machiavellianism: Moral and ethical behavior. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, 20(2). doi:10.18564/jasss.3301
- Cui, J., & Fang, Y. (2022). Mediating effects of self-concept clarity and self-objectification on the relationship between celebrity worship and the process of considering cosmetic surgery among Chinese undergraduates. *BMC psychology*, 10(1), 259.
- Dix, S., Phau, I., & Pougnet, S. (2010). “Bend it like Beckham”: The influence of sports celebrities on young adult consumers. *Young Consumers*, 11(1), 36-46. DOI: 10.1080/10673220490905705
- Frascella, J., Potenza, M. N., Brown, L. L., & Childress, A. R. (2010). Shared brain vulnerabilities open the way for nonsubstance addictions: carving addiction at a new joint?. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1187(1), 294-315. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.2009.05420.x>
- Fraser, B. P., & Brown, W. J. (2002). Media, celebrities, and social influence: Identification with Elvis Presley. *Mass communication & society*, 5(2), 183-206. [https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0502\\_5](https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0502_5)
- Gratz, K. L., & Roemer, L. (2004). Multidimensional assessment of emotion regulation and dysregulation: Development, factor structure, and initial validation of the difficulties in emotion regulation scale. *Journal of psychopathology and behavioral assessment*, 26(1), 41-54. <https://doi.org/10.1023/B:JOBA.0000007455.08539.94>

- Griffith, J., Aruguete, M., Edman, J., Green, T., & McCutcheon, L. (2013). The temporal stability of the tendency to worship celebrities. *SAGE Open*, 3(2), 2158244013494221. DOI: 10.1177/2158244013494221
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Hare, R. D., & Neumann, C. S. (2008). Psychopathy as a clinical and empirical construct. *Annual Review of Clinical Psychology*, 4, 217-246. <https://doi.org/10.1146/annurev.clinpsy.3.022806.091452>
- Harenski, C. L., & Kiehl, K. A. (2010). Reactive aggression in psychopathy and the role of frustration: Susceptibility, experience, and control. *British journal of psychology* (London, England: 1953), 101(0 3), 401. doi: 10.1348/000712609X471067
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication monographs*, 76(4), 408-420.
- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Current Opinion in Psychology*, 101306. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306>
- Hormes, J. M., Kearns, B., & Timko, C. A. (2014). Craving Facebook? Behavioral addiction to online social networking and its association with emotion regulation deficits. *Addiction*, 109(12), 2079-2088. <https://doi.org/10.1111/add.12713>
- Hussain, Z., Wegmann, E., & Griffiths, M. D. (2021). The association between problematic social networking site use, dark triad traits, and emotion dysregulation. *BMC psychology*, 9(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00668-6>
- Jonason, P. K., & Krause, L. (2013). The emotional deficits associated with the Dark Triad traits: Cognitive empathy, affective empathy, and alexithymia. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 532-537. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.04.027>
- Jonason, P. K., & Webster, G. D. (2010). The dirty dozen: a concise measure of the dark triad. *Psychological assessment*, 22(2), 420-432. <https://doi.org/10.1037/a0019265>
- Kardefelt-Winther, D., Heeren, A., Schimmenti, A., van Rooij, A., Maurage, P., Carras, M., ... & Billieux, J. (2017). How can we conceptualize behavioural addiction without pathologizing common behaviours?. *Addiction*, 112(10), 1709-1715. <https://doi.org/10.1111/add.13763>
- Kircaburun, K., Jonason, P. K., & Griffiths, M. D. (2018). The Dark Tetrad traits and problematic online gaming: The mediating role of online gaming motives and moderating role of game types. *Personality and Individual Differences*, 135, 298-303. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.07.038>
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). The dark side of internet: Preliminary evidence for the associations of dark personality traits with specific online activities and problematic internet use. *Journal of behavioral addictions*, 7(4), 993-1003. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.109>
- Kircaburun, K., Demetrovics, Z., & Tosuntaş, Ş. B. (2019). Analyzing the links between problematic social media use, dark triad traits, and self-esteem. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(6), 1496-1507. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9900-1>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford publications.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Internet and gaming addiction: a systematic literature review of neuroimaging studies. *Brain sciences*, 2(3), 347-374. <https://doi.org/10.3390/brainsci2030347>
- Lin, Y., Lu, C., Huang, Z., Barnhart, W. R., Cui, T., & He, J. (2023). Exploring the links between celebrity worship, body dissatisfaction, and disordered eating among young adult celebrity worshippers in China. *Body Image*, 45, 210-218.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *British journal of Psychology*, 95(4), 411-428.
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The self-reported psychological well-being of celebrity worshippers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441-452.
- Mándli, K., McCutcheon, L. E., & Zsila, Á. (2022). Relationship Status and Celebrity Worship: Exploring Differences in Maladaptive Daydreaming, Engagement, and Body Appreciation across Single and Partnered Women. *North American Journal of Psychology*, 24(2).
- McCormick, K. (2016). Celebrity endorsements: Influence of a product-endorser match on Millennials attitudes and purchase intentions. *Journal of retailing and consumer services*, 32, 39-45.
- McCutcheon, L. E. (2003). Machiavellianism, belief in a just world, and the tendency to worship celebrities. *Current Research in Social Psychology*, 8(9), 131-139. <https://crisp.org.uiowa.edu/sites/crisp.org.uiowa.edu/files/2020-04/8.9.pdf>
- McCutcheon, L. E., & Aruguete, M. S. (2021). Is celebrity worship increasing over time. *Journal of Studies in Social Sciences and Humanities*, 7(1), 66-75.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British journal of psychology*, 93(1), 67-87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>

- McCutcheon, L. E., Maltby, J., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). *Celebrity worshippers: Inside the minds of stargazers*. Baltimore: PublishAmerica. DOI:10.1558/imre.v14i4.493
- McCutcheon, L. E., Rich, G., Browne, B., & Britt, R. (2016). The relationship between attitudes toward celebrities & the five factor personality inventory at an elite Indian university: A brief report. *North American Journal of Psychology*, 18(3), 465-472.
- McCutcheon, L. E., Wong, M., Black, J., Maynard, D., Frey, R., & Rich, G. (2014). Does "irresponsibility" predict the addictive level of celebrity worship?. *North American Journal of Psychology*, 16(3), 519-530. <http://hdl.handle.net/2292/24152>
- McCutcheon, L., Aruguet, M. S., Jenkins, W., McCarley, N., & Yockey, R. (2016). An investigation of demographic correlates of the Celebrity Attitude Scale. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 10(2), 161-170. <https://doi.org/10.5964/ijpr.v10i2.218>
- Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of research in personality*, 36(6), 556-563. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00505-6](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00505-6)
- Pirzade, M., Peyvastegar, M., & Griffiths, M. D. (2024). Celebrity Worship Among Adolescents is Driven by Neuroticism, Avoidant Identity Style, and Need to Belong. *The Journal of Genetic Psychology*, 1-14.
- Rogier, G., & Velotti, P. (2018). Conceptualizing gambling disorder with the process model of emotion regulation. *Journal of behavioral addictions*, 7(2), 239-251. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.52>
- Sansone, R. A., & Sansone, L. A. (2014). "I'm Your Number One Fan"—A clinical look at celebrity worship. *Innovations in clinical neuroscience*, 11(1-2), 39-43. PMID: PMC3960781
- Shaffer, H. J., LaPlante, D. A., LaBrie, R. A., Kidman, R. C., Donato, A. N., & Stanton, M. V. (2004). Toward a syndrome model of addiction: Multiple expressions, common etiology. *Harvard review of psychiatry*, 12(6), 367-374.
- Sindermann, C., Sariyska, R., Lachmann, B., Brand, M., & Montag, C. (2018). Associations between the dark triad of personality and unspecified/specific forms of Internet-use disorder. *Journal of behavioral addictions*, 7(4), 985-992. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.114>
- Starcevic, V. (2016). Tolerance and withdrawal symptoms may not be helpful to enhance understanding of behavioural addictions. *Addiction*, 111(7), 1307-1308. <https://doi.org/10.1111/add.13381>
- Tani, F., Pascuzzi, D., & Raffagnino, R. (2015). Emotion regulation and quality of close relationship: The effects of emotion dysregulation processes on couple intimacy. *BPA-Applied Psychology Bulletin (Bollettino di Psicologia Applicata)*, 63(272).
- Thompson, R. A. (1994). Emotion regulation: A theme in search of definition. *Monographs of the society for research in child development*, 25-52. <https://doi.org/10.2307/1166137>
- Tsao, J. (1996). Compensatory media use: An exploration of two paradigms. *Communication Studies*, 47(1-2), 89-109. <https://doi.org/10.1080/10510979609368466>
- Tull, M. T., Weiss, N. H., Adams, C. E., & Gratz, K. L. (2012). The contribution of emotion regulation difficulties to risky sexual behavior within a sample of patients in residential substance abuse treatment. *Addictive behaviors*, 37(10), 1084-1092. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2012.05.001>
- Verdejo-García A, Bechara A, Recknor EC, Perez-García M. Executive dysfunction in substance dependent individuals during drug use and abstinence: an examination of the behavioral, cognitive and emotional correlates of addiction. *Journal of the International Neuropsychological Society*. 2006;12(3):405-15. <https://doi.org/10.1017/S1355617706060486>
- Walker, S. A., Olderbak, S., Gorodezki, J., Zhang, M., Ho, C., & MacCann, C. (2022). Primary and secondary psychopathy relate to lower cognitive reappraisal: A meta-analysis of the Dark Triad and emotion regulation processes. *Personality and Individual Differences*, 187, 111394. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111394>
- Wartberg, L., Thomasius, R., & Paschke, K. (2021). The relevance of emotion regulation, procrastination, and perceived stress for problematic social media use in a representative sample of children and adolescents. *Computers in Human Behavior*, 121, 106788.
- Werner, K., & Gross, J. J. (2010). Emotion regulation and psychopathology. A conceptual framework. In A. M. Kring, D. M. Sloan (Eds.), *Emotion regulation and psychopathology: A transdiagnostic approach to etiology and treatment* (pp. 13–37). New York, NY: The Guilford Press.
- Young, K. S., Sandman, C. F., & Craske, M. G. (2019). Positive and negative emotion regulation in adolescence: links to anxiety and depression. *Brain sciences*, 9(4), 76. <https://doi.org/10.3390/brainsci9040076>
- Zhao, X., Lynch, J. G., Jr., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>
- Zsila, Á., Urbán, R., McCutcheon, L. E., & Demetrovics, Z. (2021). A new avenue to reach out for the stars: The association of celebrity worship with problematic and nonproblematic social media use. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 105 <https://doi.org/10.1037/ppm0000275>.