

Role of Cognitive Flexibility and Emotional Regulation Problems in Prediction of Celebrity Worship among University Students

Reza Shabahang. M.A

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

Mohammad Ali Besharat. Ph.D.

Professor of Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

Mansooreh Nikoogoftar. Ph.D.

Assistant Professor of Psychology, Faculty of Psychology, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Farzin Bagheri Sheykhgafshe. M.A

M.A student in general psychology, faculty of literature and humanity sciences, Guilan University, Rasht, Iran.

Abstract

Worshipping celebrities is a complex and multidimensional issue that cognitive flexibility and emotional regulation are among the most important factors that can be effective in celebrity worship. This study aims to investigate the role of cognitive flexibility and emotional regulation problems in prediction of celebrity worship among university students. The statistical population of the study consisted of students of faculty of art and architecture of Guilan University in 1397, among which 280 female and male students were selected by convenience sampling method. Celebrity worship attitude scale (McCutcheon et al, 2002), Cognitive flexibility inventory (Dennis & Vander Wal, 2010) and difficulties in emotional regulation scale (Gratz & Roemer, 2004) were presented to the participants. Finally, data analysis was done by SPSS-24 software using multiple regression methods. According to the results, cognitive flexibility and difficulty in emotional regulation significantly predict celebrity worship ($p < 0/01$). According to the findings of the research, applying programs and interventions to increase cognitive flexibility and the ability of emotional regulation can reduce celebrity worship that is associated with many physical and psychological disorders and negative social and cultural consequences.

Keywords: Celebrity worship, cognitive flexibility, emotional regulation problems, University students

نقش انعطاف‌پذیری شناختی و مشکلات تنظیم هیجانی در پیش‌بینی پرستش افراد مشهور دانشجویان

رضا شباهنگ*

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

محمدعلی بشارت

استاد گروه روان‌شناسی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

منصوره نیکوگفتار

استادیار گروه روان‌شناسی، دانشکده روان‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

فرزین باقری شیخانگفشه

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

چکیده

پرستش افراد مشهور مسئله‌ای پیچیده و چندبعدی است که در این بین انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی از جمله عوامل بسیار مهمی هستند که می‌توانند در پرستش افراد مشهور مؤثر واقع شوند. این پژوهش با هدف بررسی نقش انعطاف‌پذیری شناختی و مشکلات تنظیم هیجانی در پیش‌بینی پرستش افراد مشهور دانشجویان صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل دانشجویان دانشکده معماری و هنر دانشگاه گیلان در سال ۱۳۹۷ بود که از این بین ۲۸۰ دانشجوی زن و مرد با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب گردیدند. مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور (مک‌کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۲)، پرسشنامه انعطاف‌پذیری شناختی (دنیس و واندوال، ۲۰۱۰) و مقیاس دشواری در نظم‌بخشی هیجانی (گراتز و رومر، ۲۰۰۴) به شرکت‌کنندگان ارائه شد. در انتها تجزیه و تحلیل داده‌های توسط نرم‌افزار SPSS₂₄ و با استفاده از روش رگرسیون چندگانه همزمان انجام گردید. بر طبق نتایج، انعطاف‌پذیری شناختی و دشواری در تنظیم هیجانی به صورت معناداری پرستش افراد مشهور را پیش‌بینی می‌کنند ($p < 0/01$). طبق یافته‌های حاصل از پژوهش، با اعمال برنامه‌ها و مداخلاتی برای افزایش انعطاف‌پذیری شناختی و توانایی تنظیم هیجانی می‌توان از پرستش افراد مشهور که با بسیاری از اختلالات جسمانی و روان‌شناختی و پیامدهای منفی اجتماعی و فرهنگی مرتبط هستند، کاست.

واژه‌های کلیدی: پرستش افراد مشهور، انعطاف‌پذیری

شناختی، مشکلات تنظیم هیجانی، دانشجویان

*. نویسنده مسئول: Reza.shabahang@ut.ac.ir

پذیرش: ۹۷/۱۰/۱۹

وصول: ۹۷/۰۵/۲۷

مقدمه

اطلاعاتی افراد مشهور، فرصتی برای لذت بردن و درنهایت رضای تمایلات مربوط به اخبار و شایعات مرتبط با افراد مشهور را فراهم می‌کند (الکساندر^{۱۱}، ۲۰۱۰). شواهد نشان می‌دهند، پدیده پرستش افراد مشهور به موضوعی مورد توجه برای دانشمندان اجتماعی^{۱۲} تبدیل شده است (مارتین، مک کاتچئون و کایانوس^{۱۳}، ۲۰۱۵) و بسیاری از محققان در رابطه با نقش افراد مشهور در زندگی تحسین‌کنندگانشان اظهار نگرانی می‌کنند (اش، مالتبی و مک کاتچئون^{۱۴}، ۲۰۰۵؛ مالتبی، جیلز، باربر و مک کاتچئون^{۱۵}، ۲۰۰۵؛ مک کاتچئون، اش، هوران و مالتبی^{۱۶}، ۲۰۰۳؛ استیور^{۱۷}، ۲۰۰۹؛ به نقل از استیور، ۲۰۱۱).

افرادی که شیفته اشخاص مشهور می‌باشند، به‌عنوان پرستش‌کنندگان افراد مشهور^{۱۸} شناخته می‌شوند که افراد مشهور مور علاقه‌شان بسیار برایشان قابل احترام هستند و کمبودها و ناسازگاری‌هایشان نادیده گرفته می‌شود یا برایشان دلایل و بهانه‌هایی مطرح می‌گردد (آراگت و همکاران^{۱۹}، ۲۰۱۴). زمانی که تفکر در رابطه با افراد مشهور به موضوع اصلی زندگی فرد تبدیل شود، اختلال در کارآمدی را در پی خواهد داشت. درواقع، بعضی افراد روابط یک‌طرفه‌هدیانی^{۲۰} را با افراد مشهور مورد علاقه‌شان شکل می‌دهند که منجر به وسواس و تفکر افراطی در رابطه با آن‌ها می‌شود (مالتبی، مک کاتچئون و هوران^{۲۱}، ۲۰۰۳) که این تفکر افراطی، پرستش افراد مشهور^{۲۲} نامیده می‌شود (به نقل از آنگ و چان^{۲۳}، ۲۰۱۸). مک کاتچئون، لانگ و هوران^{۲۴} (۲۰۰۲) مدل جذب-اعتیاد^{۲۵} را برای تبیین پرستش افراد مشهور مطرح می‌کنند. بر طبق این مدل، ساختار شخصیت معیوب در بعضی افراد، جذب شدن به افراد مشهور برای تشکیل هویت و احساس تکمیل شدن^{۲۶} را تسهیل می‌کند. پویایی نیروی انگیزشی که از این تعلق و جذب شدن ناشی می‌شود،

در گذشته بت‌پرستی^۱ مفهومی مرتبط با ادیان بود؛ اما امروزه این پدیده، محدود به معنای سنتی خودش نیست و به هرکسی یا هر پدیده‌ای که با ارزش^۲ و مورد احترام^۳ باشد، گسترش یافته است (وانگ، چن، یانگ و فارن^۴، ۲۰۰۹). در دنیای امروز بت‌ها تنها شامل مجسمه‌ها و بت‌های چوبی نیستند. امروزه بت‌ها پدیده‌هایی ادغامی شده‌اند که مثال‌ها، ایده‌ها و انگیزه‌ها را در برمی‌گیرند. در نتیجه تغییراتی که در مفهوم بت‌ها به وجود آمده است، دامنه این پدیده بسیار گسترش یافته است. بدین معنا که ستارگان فیلم‌ها، ستارگان ورزشی، دانشمندان، مدل‌های قهرمانانه و رهبران سیاسی نیز می‌توانند بت باشند و مورد پرستش قرار بگیرند؛ بنابراین دیگر استفاده از تفکرات سنتی در رابطه با بت‌ها در دنیای امروز کاربردی نیست (ژیاژونگ^۵، ۲۰۰۶). بر این اساس ورزشکاران، سیاست‌مداران، ستارگان، نویسندگان، خوانندگان و حتی شخصیت‌های مجازی کارتون‌ها یا کتب مصور (چیو، هانگ و لی^۶، ۲۰۰۵) همگی می‌توانند توسط افراد ستایش و پرستش شوند.

در دنیای امروز، هنوز هیچ نشانه‌ای از محدود شدن گسترش فرهنگ افراد مشهور^۷ دیده نمی‌شود. در مقابل، مباحث مرتبط با افراد مشهور به موضوعاتی اساسی در رسانه‌های خبری قرن ۲۱ تبدیل شده‌اند. اخبار مربوط به افراد مشهور از مجلات کثیر انتشار گرفته تا برنامه‌های تلویزیونی و روزنامه‌های آنلاین، توانایی خود را در جلب توجه و هدایت رفتار ثابت کرده‌اند (ترنر^۸، ۲۰۱۰) و اشخاص مشهور، به افرادی قابل پرستش تبدیل شده‌اند. ناظران اجتماعی و مردم عامه حرف از یک گرسنگی واقعی^۹ برای تصاویر و اطلاعات افراد مشهور می‌زنند به بیانی دیگر یک اشتهای سیری‌ناپذیر^{۱۰}. گسترش خارق‌العاده پوشش

1. idolatry

3. high-spirited

5. Xiaozhong

7. celebrity culture

9. real hunger

11. Alexander

13. Martin, McCutcheon & Cayanus

15. Maltby, Giles, Barber & McCutcheon

17. Stever

19. Aruguete et al

21. Maltby, McCutcheon & Houran

23. Ang & Chan

25. absorption-addiction

2. worthy

4. Wang, Chen, Yang & Farn

6. Chiou, Huang & Lee

8. Turner

10. insatiable appetite

12. social scientists

14. Ashe, Maltby & McCutcheon

16. McCutcheon, Ashe, Houran & Maltby

18. celebrity worshipper

20. delusional one-sided relationships

22. celebrity worship

24. McCutcheon, Lange & Houran

26. fulfilment

مک کاتچئون، اش و هوران^۶، ۲۰۰۱)، ضعف‌های شناختی (مک کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۳)، انعطاف‌پذیری شناختی^۷ (مالتبی، دی، مک کاتچئون، مارتین و کایانوس^۸، ۲۰۰۴)، سبک‌های اسناددهی^۹ (نورث، شریدان، مالتبی و جیلت^{۱۰}، ۲۰۰۷)، شخصیت (مالتبی، مک کاتچئون و لوینگر^{۱۱}، ۲۰۱۱)، عزت نفس (نورث و همکاران، ۲۰۰۷)، خودشیفتگی (اش، مالتبی و مک کاتچئون^{۱۲}، ۲۰۰۵)، وضوح تصور از خود^{۱۳} (رئوس، بیکر و ترالاک^{۱۴}، ۲۰۱۲)، تصویر بدن (براون و تیگمن^{۱۵}، ۲۰۱۶؛ مالتبی و همکاران، ۲۰۰۵)، پذیرش جراحی زیبایی (سوامی، تیلور و کاروالهو^{۱۶}، ۲۰۰۹)، خلق منفی (براون و تیگمن، ۲۰۱۶)، انگیزش مانند انگیزه تماشای تلویزیون (مارتین و همکاران، ۲۰۱۵)، استعداد فانتزی^{۱۷} و تجزیه^{۱۸} (مالتبی، دی، مک کاتچئون، هوران و اش^{۱۹}، ۲۰۰۶)، ماده‌گرایی^{۲۰} (رئوس و همکاران، ۲۰۱۲)، جهت‌گیری مذهبی^{۲۱} (مالتبی، هوران، لانگ، اش و مک کاتچئون^{۲۲}، ۲۰۰۲)، خرید وسواس‌گونه^{۲۳} (رئوس و همکاران، ۲۰۱۲)، اعتیاد (شریدان، نورث، مالتبی و جیلت^{۲۴}، ۲۰۰۷)، رفتارهای غیرقانونی مثل دانلود غیرمجاز (وانگ و همکاران، ۲۰۰۹)، تبهکاری^{۲۵} (شریدان و همکاران، ۲۰۰۷) و همچنین ابعاد مرتبط با توریسم مانند آشنایی و تمایل به سفر^{۲۶} به کشوری (لی، اسکات و کیم^{۲۷}، ۲۰۰۸) ارتباط داشته باشد که حاکی از پیچیدگی، چندبعدی بودن و گستردگی پرستش افراد مشهور و اهمیت بررسی و تبیین این دسته از رفتارها است.

مطالعات مختلف، ارتباط متغیرهای شناختی خاصی را با پرستش افراد مشهور نشان می‌دهند (مالتبی و همکاران، ۲۰۰۴). لوی^{۲۸} (۱۹۷۹) طی مطالعه‌اش، همبستگی منفی تحصیلات و ستایش افراد مشهور را بیان می‌کند. فوجی، احمد و تاکشیتا^{۲۹} (۱۹۹۹) با مطالعه دو مورد اروتومانیا^{۳۰}

می‌تواند شکل اعتیاد به خود بگیرد و رفتارهای افراطی و حتی هذیانی برای حفظ روابط فرااجتماعی^۱ را در پی داشته باشد (مک کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۲). مطالعات مختلف صورت گرفته در رابطه با پرستش افراد مشهور، مدل جذب-اعتیاد را تأیید می‌کنند و سه سطح را پیشنهاد می‌کنند که نگرش‌ها و رفتارهای افراطی مرتبط با افراد مشهور را در بردارند (مک کاتچئون، لاگ و هوران، ۲۰۰۲؛ مالتبی و همکاران^۲، ۲۰۰۲). پرستش کم که رفتارهای فردی همچون تماشا و خواندن در رابطه با فرد مشهور را شامل می‌شود. در سطوح کمی بالاتر، پرستش مشخصه‌ها و ماهیت اجتماعی بیشتری کسب می‌کند. در نهایت در بالاترین سطوح، ترکیبی از همدلی با موفقیت‌ها و شکست‌ها، شناسایی بیش از حد و رفتارهای تکانشی مانند وسواس در جزئیات زندگی افراد مشهور دیده می‌شود (مک کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۲). به بیانی دیگر، پرستش افراد مشهور متشکل از سه مجموعه رفتار است. سطح سرگرمی-اجتماعی^۳ که سطح ابتدایی و منعکس‌کننده جنبه‌های اجتماعی و درآمیختگی با افراد مشهور است. سطح اشتیاق-شخصی^۴ که بیانگر اشتیاق‌ها و احساسات وسواس‌گونه می‌باشد و سطح مرزی-بیمارگونه^۵ که به معنای واقعی پرستش افراد مشهور را شامل می‌شود (مک کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۳). هر یک از سطوح سرگرمی-اجتماعی، اشتیاق-شخصی و مرزی-بیمارگونه می‌توانند پیامدهای منفی را در پی داشته باشند که البته سطح مرزی-بیمارگونه می‌تواند نتایج منفی بسیار شدیدتر و جدی‌تری را موجب شود.

پرستش افراد مشهور می‌تواند با طیف گسترده‌ای از متغیرهای شناختی، رفتاری، هیجانی، عاطفی، فیزیولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی همچون سلامت روان (مالتبی و همکاران، ۲۰۰۴)، بهزیستی روان‌شناختی (مالتبی،

1. parasocial relationships
3. entertainment-social
5. borderline-pathological
7. cognitive flexibility
9. attributional style
11. Maltby, McCutcheon & Lowinger
13. self-concept clarity
15. Brown & Tiggemann
17. fantasy proneness
19. Maltby, Day, McCutcheon, Houran & Ashe
21. religious orientation
23. compulsive buying
25. criminality
27. Lee, Scott & Kim
29. Fujii, Ahmed & Takeshita

2. Maltby et al
4. intense-personal
6. Maltby, McCutcheon, Ashe & Houran
8. Maltby, Day, McCutcheon, Martin & Cayanus
10. North, Sheridan, Maltby & Gillet
12. Ashe, Maltby & McCutcheon
14. Reeves, Baker & Truluck
16. Swami, Taylor & Carvalho
18. dissociation
20. materialism
22. Maltby, Houran, Lange, Ashe & McCutcheon
24. Sheridan, North, Maltby & Gillet
26. familiarity and visitation intentions
28. Levy
30. erotomania

مشاهده‌گری بهتری نسبت به افراد با انعطاف‌پذیری شناختی کمتر دارند (مارتین و رابین^{۱۳}، ۱۹۹۵). مارتین و اندرسون (۲۰۰۱) بیان می‌کنند، افراد با سطوح بالاتر انعطاف‌پذیری شناختی، به احتمال بیشتری از راهبردهای جستجو نزدیکی بهره می‌گیرند. راهبردهایی که در ایجاد و توسعه ارتباطات بین فردی کارآمد مؤثر هستند (مارتین و رابین ۱۹۹۵) و با توجه به وجود مشکلات در هویت و ارتباطات بین فردی در افرادی که اشخاص مشهور را می‌پرستند، می‌توان در نظر داشت که در انعطاف‌پذیری شناختی آن‌ها نقص‌هایی وجود دارد. درواقع، افرادی که سطوح بالای پرستش افراد مشهور دارند، در ساختار هویت و همچنین مهارت‌های ارتباطات بین فردی مشکل دارند (مک کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۳) که در این بین، با توجه به نقش انعطاف‌پذیری شناختی در هویت و ارتباطات بین فردی، می‌توان از انعطاف‌پذیری شناختی به‌عنوان عاملی مؤثر در پرستش افراد مشهور نام برد. همچنین گراسبرگ^{۱۴} (۱۹۹۲) اظهار می‌کند، افرادی که اشخاص مشهور را می‌پرستند به‌صورت ناآگاه، غیرانتقادی و ناتوان مشخص می‌شوند (به نقل از مک کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۳)، خصیصه‌هایی که انعطاف‌پذیری شناختی می‌تواند در آن‌ها تأثیرگذار باشد. تحقیقات صورت گرفته در رابطه با نقش شناخت و به‌طور مشخص انعطاف‌پذیری شناختی در پرستش افراد مشهور گویای اهمیت انعطاف‌پذیری شناختی در پرستش افراد مشهور هستند. مک کاتچئون و همکاران (۲۰۰۳) نقص شناختی را در پرستش افراد مشهور گزارش می‌دهند. مارتین و همکاران (۲۰۰۳) نیز بیان می‌کنند، انعطاف‌پذیری شناختی با دو بعد اشتیاق-شخصی و مرزی-بیمارگونه مربوط به پرستش افراد مشهور همبستگی منفی دارد. همچنین مالتبی و همکاران (۲۰۰۴) نقش انعطاف‌پذیری شناختی را در پیش‌بینی بعد مرزی-بیمارگونه پرستش افراد مشهور مطرح می‌کنند.

همچنین تنظیم هیجانی^{۱۵} متغیر دیگری است که می‌توان آن را در پرستش افراد مشهور مؤثر دانست. توانایی تنظیم

مطرح می‌کنند، در نیمرخ عصب روان‌شناختی^۱ آن‌ها نقص‌هایی وجود دارد. علاوه بر آن، نقص‌هایی در آزمون دسته‌بندی کارت‌های ویسکانسین^۲، آزمون هوش وکسلر^۳ و دیگر آزمون‌های عصب روان‌شناختی نشان دادند که حاکی از نقص در حافظه فعال، انعطاف‌پذیری شناختی و توانایی ایجاد ارتباطات کلامی بود. همچنین مک کاتچئون و همکاران (۲۰۰۳) گزارش می‌دهند، اشخاصی که به پرستش افراد مشهور می‌پردازند، نمرات کمتری در آزمون‌های شناختی کسب می‌کنند.

ازجمله متغیرهای شناختی که در رابطه با پرستش افراد مشهور می‌توان به آن اشاره کرد، انعطاف‌پذیری شناختی است. انعطاف‌پذیری شناختی یکی از اجزای مجموعه توانایی‌های سطح بالا به نام عملکرد اجرایی^۴ که در حل مسئله، پیگیری اهداف و موفقیت نقش دارد، است (اندرسون^۵، ۲۰۰۲؛ لزاک^۶، ۲۰۱۸). درواقع انعطاف‌پذیری شناختی، توانایی تغییر افکار و اعمال در پاسخ به خواسته‌های ناشی از موقعیت‌ها و مشکلات تعریف می‌شود (لزاک، ۲۰۰۴؛ به نقل از برناردو و پرسیترو^۷، ۲۰۱۸). به بیانی دیگر، انعطاف‌پذیری شناختی به‌عنوان یکی از جنبه‌های مهم عملکرد اجرایی، توانایی انطباق کارآمد با تغییرات تعریف می‌شود. محیط، نیازها و اهداف دائماً در حال تغییر هستند که در این بین انعطاف‌پذیری شناختی یک عامل حیاتی در بقا تلقی می‌شود (داربی، کاسترو، واسرمن و اسلوتسکی^۸، ۲۰۱۸). این رفتار پیچیده به تعامل مؤثر فرآیندهای مختلف مغز وابسته است که شناسایی تغییرات موقعیت، هدایت توجه به عناصر تغییر یافته، تعیین عدم تناسب راهبرهای قبلی، منع و مهار پاسخ‌های قبلی و ایجاد راهبرهای جدید را شامل می‌شود (داجانی و یودین^۹، ۲۰۱۵؛ نیلسون^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۵؛ به نقل از پرادو، جانیکوا، ال‌اونازی و پرادو^{۱۱}، ۲۰۱۷). افرادی که از نظر شناختی منعطف هستند، خودشان را جاه‌طلب، مسئول، بادقت و آگاه ارزیابی می‌کنند (مارتین و اندرسون^{۱۲}، ۱۹۹۸) و همچنین خودکارآمدی و توانایی خود

1. neuropsychological profile

3. Wechsler memory scale

5. Anderson

7. Bernardo & Presbitero

9. Dajani & Uddin

11. Prado, Janickova, Al-Onaizi & Prado

13. Martin & Rubin

15. cognitive emotion regulation

2. wisconsin card sort test

4. executive function

6. Lezak

8. Darby, Castro, Wasserman & Sloutsky

10. Nilsson

12. Martin & Anderson

14. Grosberg

همکاران، ۲۰۱۱؛ کاسپی^{۱۳}، ۲۰۰۰؛ آیزنبرگ، قابز، گتری و ریسر^{۱۴}، ۲۰۰۰) می‌توان نقش تنظیم هیجانی را در پرستش افراد مشهور متصور بود. بر این اساس می‌توان گفت که توانایی تنظیم هیجانی همچون انعطاف‌پذیری شناختی در هویت، آگاهی، تعاملات اجتماعی و تکانشگری‌ها مؤثر است و با توجه به وجود نقص این موارد در افراد با سطوح بالا پرستش اشخاص مشهور، می‌توان نقص در توانایی تنظیم هیجانی را هم در این افراد در نظر داشت.

در مجموع، مطالعه پدیده پرستش افراد مشهور به‌عنوان پدیده‌ای پیچیده، چندبعدی و در حال گسترش که پیامدهای منفی بسیاری می‌توانند داشته باشد، الزامی است؛ که در این بین بررسی رابطه پرستش افراد مشهور با متغیرهای مهمی همچون انعطاف‌پذیری و تنظیم هیجانی بسیار حائز اهمیت است. پی‌بردن به این مسئله که آیا ارتباطی بین پرستش افراد مشهور، انعطاف‌پذیری شناختی و مشکلات تنظیم هیجانی وجود دارد یا خیر و همچنین فهم این نکته که آیا پیش‌بینی پرستش افراد مشهور از طریق بررسی انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی امکان‌پذیر است یا خیر، بسیار مهم تلقی می‌شود. بر همین اساس هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی در پیش‌بینی پرستش افراد مشهور در دانشجویان است. فرضیه‌های پژوهش عبارت‌اند از:

۱. توانایی انعطاف‌پذیری شناختی می‌تواند پرستش افراد مشهور را پیش‌بینی نماید.
۲. مشکلات تنظیم هیجانی می‌تواند پرستش افراد مشهور را پیش‌بینی نماید.

روش

روش پژوهش، جامعه آماری و نمونه: طرح پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل دانشجویان دانشکده معماری و هنر دانشگاه گیلان در سال ۱۳۹۷ بود. تعداد کل دانشجویان ۱۰۰۰ نفر بود که با

هیجانی، تعدیل و تنظیم تجارب هیجانی برای دستیابی به وضعیت‌های عاطفی مطلوب و پیامدهای انطباقی را شامل می‌شود (لوپز^۱ و همکاران، ۲۰۰۵). مدل‌های نظری مختلف، نقش واکنش هیجانی و تنظیم هیجانی را در آغاز و نگهداری بسیاری از سمپتوم‌های روان‌شناختی نشان می‌دهند (جزایری، موریسون، گلدین و گراس^۲، ۲۰۱۵؛ جانسون-لیرد، مانسینس و گانگمی^۳، ۲۰۰۶؛ منین^۴، ۲۰۰۴). تنظیم هیجانی سازه‌ای وسیعی است که به استراتژی‌های افراد برای کنترل و تنظیم هیجان‌هایشان اطلاق می‌شود (گراس و تامپسون^۵، ۲۰۱۱) که مشکل در آن با بسیاری از اختلالات روان‌شناختی مرتبط است (بانفورد، اوانز و لانگبرگ^۶، ۲۰۱۸؛ هفر و ویلوقبی^۷، ۲۰۱۸؛ لاوندر^۸ و همکاران، ۲۰۱۵). گراتز و روئمر^۹ (۲۰۰۴) در تعریف توانایی تنظیم هیجانی چهار بعد را مطرح می‌کنند: الف) آگاهی و درک هیجان‌ها، ب) پذیرش هیجان‌ها، ج) توانایی کنترل رفتارهای تکانشی و رفتار کردن بر اساس اهداف خواستنی در هنگام تجربه هیجان‌ها منفی و د) توانایی استفاده از استراتژی‌های تنظیم هیجان متناسب با موقعیت برای تعدیل پاسخ‌های هیجانی به سطح بهینه تا امکان رسیدن به اهداف شخصی و خواسته‌های محیطی فراهم شود. مشکل در هر یک از ابعاد، نقص در تنظیم هیجان‌ها را موجب می‌شود. با توجه به وجود نقص و مشکل در ساختار هویتی و همچنین مهارت‌های ارتباطات بین فردی در افراد با سطوح بالا پرستش اشخاص مشهور (مک کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۳) و البته تکانشگری‌ها و مشکلات در کنترل و تنظیم هیجان‌ها، می‌توان توانایی تنظیم هیجانی را در پرستش افراد مشهور مؤثر دانست. بدین معنا که با توجه به وجود مشکل در هویت، ارتباطات بین فردی و ناآگاه و غیرانتقادی بودن افراد با سطوح بالای پرستش افراد مشهور و با در نظر گرفتن نقش توانایی تنظیم هیجانی در همچون هویت و نقص هویت (نیسی، هر، فانگ، رودریگز و روزنتال^{۱۰}، ۲۰۱۵)، ذهن‌آگاهی (روئمر، ویلیستون و رولینز^{۱۱}، ۲۰۱۵) و تعاملات اجتماعی (لوپز، سالوی، کوت و بیرز^{۱۲}، ۲۰۰۵؛ لوپز و

1. Lopes

3. Johnson-Laird, Mancini & Gangemi

5. Gross & Thompson

7. Heffer & Willoughby

9. Gratz & Roemer

11. Roemer, Williston & Rollins

13. Caspi

2. Jazaieri, Morrison, Goldin & Gross

4. Mennin

6. Bunford, Evans & Langberg

8. Lavender

10. Neacsiu, Herr, Fang, Rodriguez & Rosenthal

12. Lopes, Salvoy, Côté & Beers

14. Eisenberg, Fabes, Guthrie & Reiser

رابطه با زیرمقیاس‌های مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور، مالتبی و همکاران (۲۰۰۳، ۲۰۰۲) بر طبق بررسی‌هایشان، سه زیرمقیاس سرگرمی-اجتماعی (مثل؛ من و دوستانم علاقه داریم که در رابطه با کارهایی فرد مشهور مورد علاقه‌مان بحث و گفت‌وگو کنیم)، زیرمقیاس اشتیاق-شخصی (مثل؛ من چنان ارتباطی با فرد مورد مشهور مورد علاقه‌ام دارم که در کلمات نمی‌گنجد) و زیرمقیاس مرزی-بیمارگونه (مثل؛ اگر من آن قدر خوش‌شانس باشم که فرد مشهور مورد علاقه‌ام را ملاقات کنم و او از من چیزی غیرقانونی بخواهد، احتمالاً آن را انجام خواهم داد) را مطرح می‌کند (به نقل از مالتبی و همکاران، ۲۰۰۴). مطالعات مختلف، اعتبار و روایی مناسب نسخه ۲۳ سؤالی مقیاس را نشان می‌دهند. در مطالعه ریویس و همکاران (۲۰۱۲) آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۹۲، زیرمقیاس سرگرمی-اجتماعی ۰/۸۹، زیرمقیاس اشتیاق-شخصی ۰/۸۱ و زیرمقیاس مرزی-بیمارگونه ۰/۴۶ به دست آمد. مک کاتچئون و همکاران (۲۰۰۳) نیز برای کل مقیاس و زیرمقیاس‌های سرگرمی-اجتماعی، اشتیاق-شخصی و مرزی-بیمارگونه به ترتیب آلفای کرونباخ ۰/۷۷، ۰/۸۷ و ۰/۵۸ بیان می‌کنند. همچنین سینگ و بانرجی^۶ (۲۰۱۸) آلفای کرونباخ زیرمقیاس سرگرمی-اجتماعی ۰/۸۹، زیرمقیاس اشتیاق-شخصی ۰/۷۷ و زیرمقیاس مرزی-بیمارگونه ۰/۹۱ گزارش می‌دهند. در مطالعه حاضر، مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور توسط دو نفر از دانشجویان مقطع دکترا زبان انگلیسی، به زبان فارسی ترجمه گردید و سپس توسط دو نفر از اساتید روانشناسی مورد بررسی قرار گرفت. پس از لحاظ اصلاحات، دوباره مقیاس به زبان انگلیسی برگردانده شد. در نهایت با اجرای ابتدایی مقیاس بروی ۶۰ آزمودنی و انجام اصلاحات، مقیاس نهایی تهیه گردید. در مطالعه حاضر، آلفای کرونباخ کل مقیاس ۰/۹۲۲ و زیرمقیاس‌های زیرمقیاس‌های سرگرمی-اجتماعی، اشتیاق-شخصی و مرزی-بیمارگونه به ترتیب ۰/۸۳۹، ۰/۹۰۰ و ۰/۸۵۱ به دست آمد. (من و دوستانم علاقه داریم که در رابطه با کارهایی فرد مشهور مورد علاقه‌مان بحث و گفت‌وگو کنیم) از زیرمقیاس سرگرمی-اجتماعی، (من چنان ارتباطی با فرد مورد مشهور مورد علاقه‌ام دارم که در کلمات

استفاده از فرمول حجم نمونه کوکران^۱، ۲۸۰ دانشجوی در نظر گرفته شدند. نمونه‌ها ۱۴۰ دانشجوی زن و ۱۴۰ دانشجوی مرد و در مجموع ۲۸۰ دانشجوی زن و مرد را شامل می‌شدند که با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب گردیدند. ملاک‌های ورود آزمودنی‌ها به پژوهش دانشجویان دانشگاه بودن، سن کمتر از ۴۰ سال، رضایت و تمایل شخصی بود و ملاک‌های خروج از تحقیق، وجود اختلالات جسمانی و روانی ناتوان‌کننده قابل مشاهده، عدم رضایت و تمایل شخصی را شامل می‌شد. لازم به ذکر است که تمامی مجوزهای لازم قبل از اجرای پژوهش از سازمان‌های مربوطه گرفته شد. همچنین ملاحظات اخلاقی در این پژوهش کاملاً رعایت شد، به گونه‌ای که به شرکت‌کنندگان در زمینه محرمانه ماندن و استفاده صرفاً پژوهشی اطلاعات اطمینان خاطر داده شد و آن‌ها با رضایت کامل در محیطی آرام و بدون تنیدگی، مقیاس‌ها را تکمیل نمودند.

ابزار سنجش

مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور-فرم ۲۳ سؤالی^۲؛ مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور برای شناسایی افراد بیش از حد جذب شده^۳ یا معتاد^۴ به افراد مشهور مورد استفاده قرار می‌گیرد که به صورت لیکرت پنج گزینه‌ای (۱= کاملاً مخالف تا ۵= کاملاً موافق) پاسخ‌دهی و نمره‌گذاری می‌شود (مک کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۲). این مقیاس در نسخه‌های ۳۲ گویه‌ای، ۲۳ گویه‌ای و ۲۲ گویه‌ای در دسترس است که هر یک از آن‌ها، نگرش پاسخ‌دهندگان را نسبت به افراد مشهور مورد علاقه‌شان را ارزیابی می‌کند (سانسون و سانسون^۵، ۲۰۱۴). نسخه اصلی مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور متشکل از ۳۲ گویه، توسط مک کاتچئون و همکاران (۲۰۰۲) طراحی گردیده است. مک کاتچئون و همکاران (۲۰۰۲) همسانی درونی و روایی همگرا مناسبی را برای نسخه ۳۲ گویه‌ای مقیاس بیان می‌کنند. همچنین نتایج به دست آمده، اعتبار و روایی نسخه‌های ۲۳ گویه‌ای و ۲۲ گویه‌ای مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور را نشان می‌دهند (مالتبی و همکاران، ۲۰۰۴). در پژوهش حاضر از نسخه ۲۳ سؤالی مقیاس استفاده گردیده است. همچنین در

1. Cochran's Sample Size Formula
3. absorbed
5. Sansone & Sansone

2. celebrity worship attitude-23 items
4. addicted
6. Singh & Banerjee

توجیه رفتار ۰/۵۵ گزارش می‌دهند (به نقل از سلطانی، شاره، بحرینیان و اعظم، ۱۳۹۲). در مطالعه پادروند، هاشمی زرنی، رضایی، حسوند و جوادی (۱۳۹۳) نیز آلفا کرونباخ کل مقیاس و خرده مقیاس‌های ادراک کنترل‌پذیری، ادراک گزینه‌های مختلف و ادراک توجیه رفتار به ترتیب ۰/۷۸، ۰/۸۱ و ۰/۶۵ به دست آمد. همچنین قدرتی میرکوهی، بالداران و عبداللهی بقرآبادی (۱۳۹۶) آلفا کرونباخ کل مقیاس را ۰/۷۶ گزارش می‌دهند. (در ارزیابی موقعیت‌ها توانایی خوبی دارم) و (قبل از تصمیم‌گیری گزینه‌های گوناگون را در نظر می‌گیرم) از نمونه گویه‌های این پرسشنامه هستند.

مقیاس دشواری در نظم‌بخشی هیجانی^۳: مقیاس دشواری در نظم‌بخشی هیجانی توسط گراتز و روثمر (۲۰۰۴) برای سنجش میزان دشواری در تنظیم هیجانی تهیه شده است و ۳۶ سؤال و ۶ زیرمقیاس عدم پذیرش پاسخ‌های هیجانی، دشواری در انجام رفتار هدفمند، دشواری در کنترل تکانه، نبود آگاهی هیجانی، راهبردهای محدود و نبود وضوح هیجانی که به صورت لیکرت ۵ درجه‌ای پاسخ‌دهی و نمره‌گذاری می‌شوند را شامل می‌شود (گراتز و روثمر، ۲۰۰۴). گراتز و روثمر (۲۰۰۴) ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵، ۰/۸۹، ۰/۸۶، ۰/۸۰، ۰/۸۸ و ۰/۸۴ را به ترتیب برای عدم پذیرش پاسخ‌های هیجانی، دشواری در انجام رفتار هدفمند، دشواری در کنترل تکانه، نبود آگاهی هیجانی، راهبردهای محدود و نبود وضوح هیجانی گزارش می‌دهند. وینبرگ و کلانسکی^۴ (۲۰۰۹) آلفای کرونباخ بین ۰/۷۶ تا ۰/۸۹ برای زیرمقیاس‌های پرسشنامه دشواری نظم‌بخشی هیجانی مطرح می‌کنند. در ایران، خانزاده، سعیدیان، حسین‌چاری و ادریسی (۱۳۹۱) با روش ضریب همسانی درونی، آلفا کرونباخ را در دامنه ۰/۶۶ تا ۰/۸۸ و با روش بازآزمایی در دامنه ۰/۷۹ تا ۰/۹۱ بیان می‌کنند. همچنین بر اساس داده‌های حاصل از پژوهش عزیزی، میرزایی و شمس (۱۳۸۹) میزان آلفای کرونباخ ۰/۹۲ برآورد شد. (من در مورد احساساتم صراحت دارم) و (من در مورد این‌که چه احساسی دارم، سردرگم هستم) از جمله گویه‌های مقیاس دشواری در نظم‌بخشی هیجانی هستند.

نمی‌گنجد) از زیرمقیاس اشتیاق-شخصی و (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) از زیرمقیاس مرزی-بیمارگونه، از نمونه گویه‌های مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور هستند.

پرسشنامه انعطاف‌پذیری شناختی^۱: این مقیاس توسط دنیس و واندر وال^۲ (۲۰۱۰) برای ارزیابی نوعی انعطاف‌پذیری شناختی که برای موفقیت در به چالش کشیدن و جایگزین کردن افکار ناسازگار با افکار متعادل‌تر و انطباقی ضروری است، طراحی گردیده است و متشکل از ۲۰ سؤال است که به صورت لیکرت هفت‌درجه‌ای پاسخ‌دهی و نمره‌گذاری می‌شود. مقیاس انعطاف‌پذیری شناختی سه جنبه از انعطاف‌پذیری شناختی را ارزیابی می‌کند: الف) تمایل به ادراک موقعیت‌های دشوار به صورت قابل کنترل، ب) توانایی ادراک توجیحات چندگانه جایگزین برای رویدادهای زندگی و رفتارهای انسان و ج) توانایی تولید راه‌حل‌های چندگانه جایگزین برای موقعیت‌های دشوار (دنیس و واندر وال، ۲۰۱۰). البته دو عامل ادراک گزینه‌های مختلف و ادراک توجیه رفتار یک معنی دارند و عامل کنترل به‌عنوان خرده مقیاس دوم تلقی می‌شود. دنیس و واندر وال (۲۰۱۰) گزارش می‌دهند، روایی همزمان مقیاس انعطاف‌پذیری شناختی با پرسشنامه افسردگی بک ۰/۳۹- و روایی همگرا آن با مقیاس انعطاف‌پذیری (مارتین و رابین، ۱۹۹۵) ۰/۷۵ به دست آمد. همچنین دنیس و واندر وال (۲۰۱۰) پایایی مقیاس را با روش آلفا کرونباخ برای کل مقیاس، ادراک کنترل‌پذیری و ادراک گزینه‌های مختلف به ترتیب ۰/۹۱، ۰/۸۴ و ۰/۹۱ و با استفاده از روش بازآزمایی به ترتیب ۰/۸۱، ۰/۷۷ و ۰/۷۵ بیان می‌کنند. در ایران شاره، فرمانی و سلطانی ضریب اعتبار بازآزمایی کل مقیاس و خرده مقیاس‌های ادراک کنترل‌پذیری، ادراک گزینه‌های مختلف و ادراک توجیه رفتار را به ترتیب ۰/۷۱، ۰/۵۵، ۰/۷۲ و ۰/۵۷ مطرح می‌کنند و در رابطه با ضرایب آلفا کرونباخ نیز برای کل مقیاس ۰/۹۰، خرده مقیاس ادراک کنترل‌پذیری ۰/۸۷، خرده مقیاس ادراک گزینه‌های مختلف ۰/۸۹ و خرده مقیاس ادراک

1. cognitive flexibility inventory
3. difficulties in emotional regulation scale (DERS)

2. Dennis & Vander Wal
4. Weinberg, & Klonsky

روش اجرا و تحلیل داده‌ها

پس از هماهنگی‌ها و اخذ مجوز از سازمان‌های مربوطه، با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس، ۲۸۰ دانشجوی دانشکده معماری و هنر دانشگاه گیلان در سال ۱۳۹۷ (۱۴۰۰) دانشجوی زن و ۱۴۰ دانشجوی مرد) انتخاب شدند و مقیاس نگرش نسبت به افراد مشهور، پرسشنامه انعطاف‌پذیری شناختی و مقیاس دشواری در نظم‌بخشی هیجانی را تکمیل نمودند. همچنین به منظور رعایت نکات اخلاقی پژوهش، ابتدا رضایت شرکت‌کنندگان جلب شد و این امکان به آن‌ها داده شد تا در هر لحظه پژوهش که تمایل داشتند، انصراف دهند و همچنین به آن‌ها اطمینان داده شد که اطلاعات حاصل از پژوهش به صورت گروهی مورد تحلیل قرار خواهد گرفت و اطلاعات فردی‌شان محرمانه خواهد ماند. در انتها نمونه‌گیری، توضیحات کامل تری در مورد موضوع، روش و اهداف پژوهش به شرکت‌کنندگان داده شد.

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش توسط نرم‌افزار SPSS²⁴ و با استفاده از روش همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه همزمان انجام گردید.

یافته‌ها

میانگین و (انحراف استاندارد) سنی شرکت‌کنندگان در تحقیق ۲۴/۱۲ (۱/۴۴) (با دامنه ۱۸-۴۰) می‌باشد. از این میان ۷۵ درصد از آن‌ها فرد مشهور مورد علاقه‌شان خانم است و مابقی آقا، همچنین ۶۸ درصد از شرکت‌کنندگان به افراد مشهور خارجی و ۳۲ درصدشان به افراد مشهور داخلی علاقه‌مند هستند که از این بین، ۳۸ درصد به خوانندگان، ۳۲ درصد به بازیگران، ۲۵ درصد ورزشکاران و ۵ درصد گزینه‌های دیگر متشکل از خبرنگاران، نویسندگان، مجریان و سایر را انتخاب کردند.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی پرستش افراد مشهور، انعطاف‌پذیری شناختی و مشکلات تنظیم هیجان

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
پرستش افراد مشهور	۵۴/۱۸	۱۵/۰۱	-۰/۴۰۷	-۱/۳۷
جایگزین‌ها	۵۷/۷۰	۵/۹۰	-۰/۳۳۴	-۰/۹۱۵
کنترل	۳۱/۶۱	۶/۱۹	۰/۱۷۷	-۰/۷۶۸
جایگزین رفتار انسانی	۱۰/۴۱	۱/۳۰	۱/۱۴	۱/۲۹
عدم پذیرش پاسخ‌های هیجانی	۱۲/۲۸	۳/۴۸	۰/۵۲۹	-۰/۹۶۲
دشواری در انجام رفتار هدفمند	۱۱/۳۳	۳/۸۹	۰/۱۴۶	-۰/۶۵۴
دشواری در کنترل تکانه	۱۳/۶۵	۲/۹۲	۰/۳۰۹	-۱/۳۴
فقدان آگاهی هیجانی	۲۰/۳۴	۲/۳۹	۰/۵۳۴	۰/۲۰۷
دسترسی محدود به تنظیم هیجانی	۱۸/۰۳	۳/۶۲	۰/۲۷۶	-۰/۸۴۰
عدم وضوح هیجانی	۱۲/۴۵	۱/۲۷	-۰/۶۹۸	-۰/۱۸۳

است و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک همچون ضریب همبستگی گشتاوری پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده نمود.

برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها از آزمون چولگی و کشیدگی استفاده گردید، با توجه به جدول شماره ۱، قدر مطلق چولگی و کشیدگی برای تمامی متغیرها کمتر از ۲ است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که توزیع متغیرها نرمال

نقش انعطاف پذیری شناختی و مشکلات تنظیم هیجانی در پیش بینی پرستش افراد مشهور دانشجویان / ۲۱

جدول ۲. ماتریس همبستگی رابطه بین پرستش افراد مشهور، انعطاف پذیری شناختی و تنظیم هیجان

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱. جایگزین ها	۱									
۲. کنترل	۰/۷۹۳**	۱								
۳. جایگزین رفتار انسانی	۰/۶۲۳**	۰/۶۵۴**	۱							
۴. عدم پذیرش پاسخ های هیجانی	۰/۱۵۴**	۰/۲۴۹**	۰/۱۷۲**	۱						
۵. دشواری در انجام رفتار هدفمند	۰/۱۵۷**	۰/۱۸۹**	۰/۱۳۲*	۰/۲۹۹**	۱					
۶. دشواری در کنترل تکانه	۰/۱۲۴*	۰/۲۳۰**	۰/۲۷۹**	۰/۵۱۴**	۰/۲۵۰**	۱				
۷. فقدان آگاهی هیجانی	۰/۳۵۰**	۰/۰۵۱	۰/۳۸۲**	۰/۱۲۵*	۰/۲۷۳**	۰/۱۱۵	۱			
۸. دسترسی محدود	۰/۰۶۹	۰/۱۲۷*	۰/۰۶۵	۰/۰۳۷	۰/۰۲۸	۰/۱۶۱**	۰/۲۶۶**	۱		
۹. عدم وضوح هیجانی	۰/۱۶۵**	۰/۱۱۲	۰/۰۷۱	۰/۰۹۵	۰/۴۳۲**	۰/۱۶۹**	۰/۰۸۹	۰/۳۰۹**	۱	
۱۰. پرستش افراد مشهور	۰/۲۴۷**	۰/۱۷۱**	۰/۱۶۴**	۰/۵۴۷**	۰/۰۲۸	۰/۳۴۲**	۰/۱۶۵**	۰/۳۱۷**	۰/۰۱۴	۱

p<۰/۰۵ p<۰/۰۱

جدول ۲ نتایج به دست آمده از ماتریس همبستگی را نشان می دهد که میان پرستش افراد مشهور و انعطاف پذیری شناختی و مقیاس های آن ارتباط وجود دارد و در سطح ۰/۰۰۱ معنی می باشند. همچنین بین پرستش افراد مشهور و تنظیم هیجان نیز در سطح ۰/۰۰۱ ارتباط معنی دار وجود دارد.

جدول ۳. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه ارتباط انعطاف پذیری شناختی و تنظیم هیجان با پرستش افراد مشهور

VIF	خطا قابل تحمل	معناداری	t	ضریب استاندارد	ضریب غیراستاندارد		پیش بین ها
					B	SE	
-	-	۰/۰۰۱	۳/۵۶	-	۱۶/۳۲	۵۸/۲۴	مقدار ثابت
۸/۳۵	۰/۱۲۰	۰/۰۰۱	-۱۱/۳۸	-۱/۰۵	۰/۲۳۶	-۲/۶۸	جایگزین ها
۶/۳۱	۰/۱۵۸	۰/۰۰۱	-۳/۳۵	-۰/۲۷۰	۰/۱۹۵	-۰/۶۵۵	کنترل
۴/۳۸	۰/۲۲۸	۰/۰۰۱	-۵/۹۱	-۰/۳۹۷	۰/۷۷۵	-۴/۵۸	جایگزین رفتار انسانی
۳/۸۶	۰/۲۵۹	۰/۰۰۱	۱۵/۶۲	۰/۹۸۵	۰/۲۷۲	۴/۲۴	عدم پذیرش پاسخ های هیجانی
۱/۷۲	۰/۵۷۸	۰/۰۰۱	۳/۷۷	۰/۱۵۹	۰/۱۶۳	۰/۶۱۳	دشواری در انجام رفتار هدفمند
۴/۴۵	۰/۲۲۴	۰/۰۰۱	۳/۸۴	۰/۲۶۱	۰/۳۴۸	۱/۳۴	دشواری در کنترل تکانه
۲/۶۹	۰/۳۷۱	۰/۰۰۱	۱۰/۵۷	۰/۵۵۷	۰/۳۳۰	۳/۴۹	فقدان آگاهی هیجانی
۱/۸۴	۰/۵۴۴	۰/۰۰۴	۲/۹۴	۰/۱۲۸	۰/۱۸۰	۰/۵۳۰	دسترسی محدود به تنظیم هیجانی
۴/۰۰	۰/۲۴۹	۰/۰۰۱	۴/۶۲	۰/۲۹۷	۰/۷۵۶	۳/۴۹	عدم وضوح هیجانی

R²=۰/۷۲۲ F=۵۰۴۷/۰۷۲ P<۰/۰۰۱

پرستش افراد مشهور به‌عنوان مجموعه رفتارهای سواسی-مانند که به‌موجب آن فرد با هویت سالم به‌صورت غیرواقعی شیفته یک یا چند شخص مشهور می‌گردد، شناخته می‌شود (مالتی و همکاران، ۲۰۰۳) که با طیف گسترده‌ای از متغیرهای مختلف مرتبط است و می‌تواند پیامدهای منفی گوناگونی را موجب شود (مالتی و همکاران، ۲۰۰۴؛ مالتی و همکاران، ۲۰۰۱؛ مک‌کاتچئون و همکاران، ۲۰۰۲). ازجمله ابعاد مهم مطرح شده در رابطه با پرستش افراد مشهور، بعد شناختی می‌باشد. مطالعات لوی (۱۹۷۹)، فوجی و همکاران (۱۹۹۹)، مالتی و همکاران (۲۰۰۴)، مک‌کاتچئون و همکاران (۲۰۰۳) و مارتین و همکاران (۲۰۰۳) ابعاد شناختی پرستش افراد مشهور را نشان می‌دهند که در این بین، انعطاف‌پذیری شناختی به‌عنوان توانایی تغییر چشم‌اندازها، افکار، سبک تفکر و راهبردها (دایموند، ۲۰۱۳) می‌تواند نقش مهمی را در پرستش افراد مشهور ایفا کند. مک‌کاتچئون و همکاران (۲۰۰۳) بیان می‌کنند، اشخاصی که به پرستش افراد مشهور می‌پردازند، نمرات کمتری در آزمون‌های شناختی همچون آزمون خلاقیت، آزمون اطلاعات و آزمون تفکر انتقادی کسب می‌کنند و پرستش افراد مشهور با نیاز به استفاده از توانایی استدلال همبستگی منفی دارد. مارتین و همکاران (۲۰۰۳) طی پژوهششان مطرح می‌کنند، در ابتدا از شرکت‌کنندگان خواسته شد، شخصیت مورد علاقه تلویزیونی‌شان (بازیگر، خبرنگار، مجری) را انتخاب کنند و احساساتشان را نسبت به آن‌ها بیان کنند. نتایج حاکی از همبستگی منفی انعطاف‌پذیری شناختی با دو بعد اشتیاق-شخصی و مرزی-بیمارگونه مربوط به پرستش افراد مشهور بود. مالتی و همکاران (۲۰۰۴) نیز با مطالعه جامعه دانش‌آموزان و غیر دانش‌آموزان، نقش انعطاف‌پذیری شناختی را در پیش‌بینی بعد مرزی-بیمارگونه پرستش افراد مشهور گزارش کردند. همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهند، جایگزین‌ها، کنترل و جایگزین رفتار انسانی به‌عنوان زیرمقیاس‌های انعطاف‌پذیری شناختی به‌صورت منفی نگرش نسبت به افراد مشهور را پیش‌بینی می‌کنند که حاکی از نقش و اهمیت انعطاف‌پذیری شناختی در نگرش افراد نسبت به افراد مشهور می‌باشد.

فرضیه اول: توانایی انعطاف‌پذیری شناختی می‌تواند پرستش افراد مشهور را پیش‌بینی نماید.

با توجه به جدول ۳، انعطاف‌پذیری شناختی قادر به پیش‌بینی پرستش افراد مشهور است. درواقع، مؤلفه‌های جایگزین‌ها ($Beta = -1/05$)، کنترل ($Beta = -0/270$) و جایگزین رفتار انسانی ($Beta = -0/397$) به‌عنوان زیرمقیاس‌های انعطاف‌پذیری شناختی می‌توانند پرستش افراد مشهور را به‌صورت معناداری پیش‌بینی نمایند ($p < 0/01$).

فرضیه دوم: مشکلات تنظیم هیجانی می‌تواند پرستش افراد مشهور را پیش‌بینی نماید.

همچنین بر اساس نتایج گزارش شده در جدول ۳، مؤلفه‌های عدم پذیرش پاسخ‌های هیجانی ($Beta = 0/985$)، فقدان آگاهی هیجانی ($Beta = 0/557$)، عدم وضوح هیجانی ($Beta = 0/261$)، دشواری در کنترل تکانه ($Beta = 0/261$)، دشواری در انجام رفتار هدفمند ($Beta = 0/159$) و دسترسی محدود به تنظیم هیجانی ($Beta = 0/128$) به‌عنوان زیرمقیاس‌های مشکلات تنظیم هیجانی به ترتیب به‌عنوان قوی‌ترین پیش‌بین‌های پرستش افراد مشهور هستند که حاکی از نقش برجسته مشکلات تنظیم هیجانی در پیش‌بینی درآمیختگی افراطی با افراد مشهور و پرستش آن‌ها می‌باشند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به‌منظور بررسی رابطه پرستش افراد مشهور، انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی در دانشجویان زن و مرد دانشکده معماری و هنر دانشگاه گیلان در سال ۱۳۹۷ انجام گرفت. بدین معنا که آیا بین پرستش افراد مشهور، انعطاف‌پذیری شناختی و مشکلات تنظیم هیجانی رابطه وجود دارد یا خیر و همچنین فهم این نکته که آیا انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی قادر به پیش‌بینی پرستش افراد مشهور هستند یا خیر. بر طبق نتایج به‌دست‌آمده، انعطاف‌پذیری شناختی به‌صورت منفی و مشکل در دشواری در نظم‌بخشی هیجانی به‌صورت مثبت با نگرش نسبت به افراد مشهور همبستگی دارند. همچنین انعطاف‌پذیری شناختی و دشواری در نظم‌بخشی هیجانی به‌صورت معناداری نگرش نسبت به افراد مشهور را پیش‌بینی می‌کنند.

انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی قادر به پیش‌بینی پرستش افراد مشهور هستند. بدین معنا که افزایش انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی، کاهش سطوح پرستش افراد مشهور را در پی دارد و در مقابل مشکل در تنظیم هیجانی، افزایش سطوح پرستش افراد مشهور را موجب می‌شود؛ بنابراین استفاده از راهبردهایی برای بهبود انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجان می‌تواند در کاهش سطوح پرستش افراد مشهور و در نتیجه کاهش پیامدهای منفی آن در سطوح مختلف شناختی، رفتاری، هیجانی، عاطفی، فیزیولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی مؤثر واقع شود.

در انتها بیان این نکات ضروری است که پژوهش حاضر دارای یکسری محدودیت‌ها است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان زن و مرد دانشکده معماری و هنر دانشگاه گیلان در سال ۱۳۹۷ بودند. به همین دلیل در تعمیم نتایج به سایر گروه‌های سنی و مناطق دیگر باید جانب احتیاط رعایت شود. از منحصرون بودن به پرسشنامه‌های خودگزارشی نیز می‌توان از محدودیت‌های پژوهش یاد کرد. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی از روش‌های چندبعدی تری و گسترده‌تری استفاده شود. همچنین عواملی مزاحم همچون شرایط زیستی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی شرکت‌کنندگان در مطالعه حاضر به صورت کامل مهار نشدند. در همین راستا پیشنهاد می‌شود، پژوهش‌های دیگر با مهار و بررسی بیشتر متغیرهای بالا صورت بگیرند. انجام مطالعات آزمایشی در رابطه با پرستش افراد مشهور و ارتباط آن با انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی می‌تواند اطلاعات مشخص‌تری بدهند. به همین دلیل توصیه می‌شود، مطالعات آزمایشی در این رابطه صورت گیرد. در انتها پیشنهاد می‌شود، ارتباط پرستش افراد مشهور با مشکلات شناختی و هیجانی در محیط‌های متفاوت و با حجم بیشتر شرکت‌کنندگان صورت بگیرد تا با فراهم‌سازی امکان مقایسه، قدرت تعمیم نتایج را افزایش داد.

تشکر و قدردانی: نویسندگان بدین وسیله از تمامی شرکت‌کنندگان و سازمان‌های مربوطه که در اجرای این پژوهش همکاری داشتند، قدردانی می‌کنند.

تضاد منافع: این پژوهش برای نویسندگان هیچ‌گونه تضاد منافی به دنبال نداشته است.

همچنین در رابطه با تنظیم هیجانی به‌عنوان تعدیل‌گر و تنظیم‌کننده تجارب هیجانی برای دستیابی به وضعیت‌های عاطفی مطلوب و پیامدهای انطباقی (لوپز و همکاران، ۲۰۰۵) باید اذعان داشت که مشکل در نظم‌بخشی هیجانی و تنظیم هیجانی با پرستش افراد مشهور ارتباط دارد. نتایج مطالعه حاضر بیانگر نقش عدم پذیرش پاسخ‌های هیجانی، فقدان آگاهی هیجانی، عدم وضوح هیجانی، دشواری در کنترل تکانه، دشواری در انجام رفتار هدفمند و دسترسی محدود به تنظیم هیجانی به‌عنوان زیرمقیاس‌های مشکلات تنظیم هیجانی قادر به پیش‌بینی نگرش نسبت به افراد مشهور می‌باشند. بدین معنا که توانایی تنظیم هیجانی که در تعدیل و تنظیم تجارب هیجانی و رسیدن به وضعیت‌های عاطفی مطلوب و پیامدهای انطباقی مؤثر است (لوپز و همکاران، ۲۰۰۵)، در افراد با نگرش افراطی به اشخاص مشهور دارای نقص می‌باشد. در واقع، تنظیم هیجانی و مشکلات آن از طریق ارتباط با هویت و نقص هویت (نیسیو و همکاران، ۲۰۱۵)، ذهن‌آگاهی (روئمر و همکاران، ۲۰۱۵) و تعاملات اجتماعی (لوپز و همکاران، ۲۰۰۵؛ لوپز و همکاران، ۲۰۱۱؛ کاسبی، ۲۰۰۰؛ آیزنبرگ و همکاران، ۲۰۰۰) در نگرش نسبت به افراد مشهور مؤثر واقع می‌شود. بدین معنا که افراد با سطوح بالا پرستش افراد مشهور، مشکلات بیشتری در تنظیم هیجانی تجربه می‌کنند. در مقابل با بهبود توانایی تنظیم هیجانی، کاهش سطوح پرستش افراد مشهور را می‌توان متصور بود.

بنابراین بر طبق نتایج پژوهش حاضر، دو بعد شناختی و هیجانی در پدیده پرستش افراد مشهور مؤثر هستند که از این بین انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی نقش مهمی را ایفا می‌کنند. در واقع افرادی که شیفته اشخاص مشهور می‌شوند، در شناسایی، انتخاب و جایگزینی و به‌طورکلی در توانایی انعطاف‌پذیری شناختی نقص دارند و در تنظیم هیجان‌ات خود با مشکل مواجه می‌شوند که این عدم انعطاف شناختی و مشکلات تنظیم هیجانی در سطوح مختلف فردی، بین‌فردی و جمعی از طریق تأثیراتی که بر هویت، شخصیت، فرآیند هویت‌یابی، هویت‌آرزومند و بسیاری از جنبه‌های فردی و بین‌فردی می‌گذارند باعث ایجاد، گسترش و البته نگهداری درآمیختگی افراطی با افراد مشهور می‌گردند. بر همین اساس، باید اذعان داشت که پرستش افراد مشهور با انعطاف‌پذیری شناختی و تنظیم هیجانی مرتبط است و

منابع

- Chiou, J. S., Huang, C. Y., & Lee, H. H. (2005). The antecedent of music piracy attitudes and intention. *Journal of Business Ethics*, 57(2), 161-174.
- Diamond, A. (2013). Executive functions. *Annual Review of Psychology*, 64, 135-168.
- Darby, K. P., Castro, L., Wasserman, E. A., & Sloutsky, V. M. (2018). Cognitive flexibility and memory in pigeons, human children, and adults. *Cognition*, 177, 30-40.
- Dennis, J. P., & Vander Wal, J. S. (2010). The cognitive flexibility inventory: Instrument development and estimates of reliability and validity. *Cognitive Therapy Research*, 34, 241-253.
- Eisenberg, N., Fabes, R. A., Guthrie, I. K., & Reiser, M. (2000). Dispositional emotionality and regulation: Their role in predicting quality of social functioning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 136-157.
- Fujii, D. E. M., Ahmed, I., & Takeshita, J. (1999). Neuropsychologic implications in erotomania: two case studies. *Neuropsychiatry, Neuropsychology and Behavioral Neurology*, 12, 110-116.
- Gross, J. J., & Thompson, R. A. (2011). Emotion regulation: conceptual foundations. J.J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation*, The Guilford Press, New York, NY (2011): 7-10.
- Heffer, T., & Willoughby, T. (2018). The role of emotion dysregulation: A longitudinal investigation of the interpersonal theory of suicide. *Psychiatry Research*, 260, 379-383.
- Jazaieri, H., Morrison, A. S., Goldin, P. R., & Gross, J. J. (2015). Emotion regulation: affective, cognitive, and social consequences. *Current Psychiatry Reports*, 17(1), 531.
- Johnson-Laird, P. N., Mancini, F., & Gangemi, A. (2006). A hyper-emotion theory of psychological illnesses. *Psychological review*, 113, 822-41.
- Lavender, J. M., Wonderlich, S. A., Engel, S. G., Gordon, K. H., Kaye, W. H., & Mitchell, J. E. (2015). Dimensions of emotion dysregulation in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A conceptual review of the empirical literature. *Clinical Psychology Review*, 40, 111-122.
- Lee, S., Scott, D., & Kim, H. (2008). Celebrity fan involvement and destination perceptions. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 809-832.
- Levy, M. R. (1979). Watching TV news as parasocial interaction. *Journal of Broadcasting*, 23, 69-80.
- Lopes, P. N., Nezlek, J. B., Extremera, N., Hertel, J., Fernández-Berrocal, P., Schütz, A., & Salovey, P. (2011). Emotion Regulation and the Quality of Social Interaction: Does the Ability to Evaluate Emotional Situations and Identify Effective Responses Matter?. *Journal of Personality*, 79(2), 429-467.
- Lopes, P. N., Salovey, P., Côté, S., & Beers, M. (2005). Emotion regulation abilities and the quality of social interaction. *Emotion*, 5(1), 113-118.
- 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.
- پادروند، ح؛ هاشمی رزینی، ه؛ رضایی فرد، ا؛ حسنونند، ب؛ و جوادی، ف. (۱۳۹۳). انعطاف‌پذیری شناختی و کنترل عواطف مادران دانش‌آموزان پسر نابینا. *فصلنامه پژوهش‌های کاربردی روان‌شناختی*، ۱(۵)، ۱۹۵-۱۸۵.
- خاززاده، م؛ سعیدیان، م؛ حسین‌چاری، م؛ و ادیسی، ف. (۱۳۹۱). ساختار عاملی و ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس دشواری در نظم‌بخشی هیجانی. *مجله علوم رفتاری*، ۱(۶)، ۸۷-۹۶.
- سلطانی، ا؛ شاره، ح؛ بحرینیان، س.ع؛ و فرمانی، آ. (۱۳۹۲). نقش واسطه‌ای انعطاف‌پذیری شناختی در ارتباط بین سبک‌های مقابله‌ای و تاب‌آوری با افسردگی. *پژوهنده (مجله پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی)*، ۲، ۸۸-۹۶.
- عزیزی، ع؛ میرزایی، ا؛ و شمس، ج. (۱۳۸۹). بررسی رابطه تحمل آشفتگی و تنظیم هیجانی با میزان وابستگی دانشجویان به سیگار. *حکیم*، ۱(۱۳)، ۱۱-۱۸.
- قدرتی میکوهی، م؛ بالداران، ن؛ و عبداللهی بقرآبادی، ق. (۱۳۹۶). پیش‌بینی انعطاف‌پذیری شناختی افراد تحت درمان با متادون بر اساس فرانتگرانی، اضطراب، مدت و میزان مصرف متادون. *فصلنامه اعتیاد پژوهی*، ۱۱(۴۲)، ۱۸۱-۱۹۶.
- Alexander, J. C. (2010). The Celebrity-Icon. *Cultural Sociology*, 4(3), 323-336.
- Anderson, P. (2002). Assessment and development of executive function (EF) during childhood. *Child Neuropsychology*, 8(2): 71-82.
- Aruguete, M., Griffith, J., Edman, J., Green, T., & McCutcheon, L. (2014). Body Image and Celebrity Worship. *Implicit Religion*, 17(2), 223-234.
- Ashe, D. D., Maltby, J., & McCutcheon, L. E. (2005). Are Celebrity-worshippers More Prone to Narcissism? A Brief Report. *North American Journal of Psychology*, 7(2), 239-246.
- Ang, C. S., & Chan, N. N. (2018). Adolescents' Views on Celebrity Worship: A Qualitative Study. *Current Psychology*, 37(1), 139-148.
- Bernardo, A. B. I., & Presbitero, A. (2018). Cognitive flexibility and cultural intelligence: Exploring the cognitive aspects of effective functioning in culturally diverse contexts. *International Journal of Intercultural Relations*, 66, 12-21.
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37-43.
- Bunford, N., Evans, S.W., & Langberg, J.M. (2018). Emotion dysregulation is associated with social impairment among young adolescents with ADHD. *Journal of Attention Disorders*, 22(1), 66-82.
- Caspi, A. (2000). The child is father to the man: Personality continuities from childhood to adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 158-172.

- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273-283.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 37(7), 1475-1482.
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10(1), 17-32.
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods — unless they are celebrities: the relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and Individual Differences*, 32(7), 1157-1172.
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., & Houran, J. (2001). The Self-Reported Psychological Well-Being of Celebrity Worshipers. *North American Journal of Psychology*, 3(3), 441-52.
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., & Houran, J. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25-29.
- Maltby, J., McCutcheon, L. E., & Lowinger, R. J. (2011). Brief Report: Celebrity Worshipers and the Five-factor Model of Personality. *North American Journal of Psychology*, 13(2), 343-348.
- Martin, M. M., & Anderson, C. M. (1998). The Cognitive Flexibility Scale: Three validity studies. *Communication Reports*, 11, 1-9.
- Martin, M. M., & Anderson, C. M. (2001). The relationship between cognitive flexibility and affinity-seeking strategies. *Advances in Psychological Research*, 4, 69-76.
- Martin, M. M., Cayanus, J. L., McCutcheon, L. E., & Maltby, J. (2003). Celebrity worship and cognitive flexibility. *North American Journal of Psychology*, 5, 75-80.
- Martin, M. M., McCutcheon, L. E., & Cayanus, J. (2015). Celebrity Worship and Its Relationship to Television-Watching Motives: A Brief Report. *North American Journal of Psychology*, 17(2), 213-219.
- Martin, M. M., & Rubin, R. B. (1995). A new measure of cognitive flexibility. *Psychological Reports*, 76, 623-626.
- McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A Cognitive Profile of Individuals Who Tend to Worship Celebrities. *The Journal of Psychology Interdisciplinary and Applied*, 137(4), 309-322.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67-87.
- Mennin D. S. (2004). Emotion regulation therapy for generalized anxiety disorder. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 11, 17-29.
- Neacsiu, A. D., Herr, N. R., Fang, C. M., Rodriguez, M. A., Rosenthal, M. Z. (2015). *Journal of Clinical Psychology*, 71(4), 346-361.
- North, A. C., Sheridan, L., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Attributional Style, Self-Esteem, and Celebrity Worship. *Media Psychology*, 9(2), 291-308.
- Prado, V. F., Janickova, H., Al-Onaizi, M. A., & Prado, M. A. M. (2017). Cholinergic circuits in cognitive flexibility. *Neuroscience*, 345, 130-141.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity Worship, Materialism, Compulsive Buying, and the Empty Self. *Psychology and Marketing*, 29(9), 674-679.
- Roemer, L., Williston, S. K., & Rollins, L. G. (2015). Mindfulness and emotion regulation. *Current Opinion in Psychology*, 3, 52-57.
- Sansone, R. A.; & Sansone, L. A. (2014). "I'm Your Number One Fan"—A Clinical Look at Celebrity Worship. *Innovations in Clinical Neurosciences*, 11(1-2), 39-43.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime & Law*, 13(6), 559-571.
- Singh, R. P., & Banerjee, N. (2018). Exploring the Influence of Celebrity Worship on Brand Attitude, Advertisement Attitude, and Purchase Intention. *Journal of Promotion Management*, 0(0), 1-27.
- Stever, G. S. (2011). Celebrity Worship: Critiquing a Construct. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(6), 1356-1370.
- Swami, V., Taylor, R., & Carvalho, C. (2009). Acceptance of cosmetic surgery and celebrity worship: Evidence of associations among female undergraduates. *Personality and Individual Differences*, 47(8), 869-872.
- Turner, G. (2010). Approaching celebrity studies. *Celebrity Studies*, 1(1), 11-20.
- Wang, C., Chen, C., Yang, S. C., & Farn, C. (2009). Pirate or buy? The moderating effect of idolatry. *Journal of Business Ethics*, 90, 81-93.
- Weinberg, A., & Klonsky, E. D. (2009). Measurement of emotion dysregulation in adolescents. *Psychological Assessment*, 21(4), 616-621.
- Xiaozhong, H. (2006). Survey report on idol worship among children and young people. *Chinese Education & Society*, 39(1), 84-103.