

ساختار عاملی و ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی Factorial structure and psychometric properties of Persian Version of Social Comparisons Orientation Scale (SCOS)

Ahmad Ahmadi Ghozlojeh*

PhD in counseling, Shahid Chamran
University of Ahwaz

Ali Mehdi Zadeh Tavasani

PhD in counseling, Shahid Chamran University of
Ahwaz

دکتر احمد احمدی قوزلوجه (نویسنده مسئول)

دکتری تخصصی مشاوره، دانشگاه شهید چمران اهواز

دکتر علی مهدی‌زاده تواسانی

دکتری تخصصی مشاوره، دانشگاه شهید چمران اهواز

Abstract

Social comparisons are an essential source of information about the self. This research aimed to evaluate the factorial structure and psychometric properties of the Persian version of the social comparisons orientation scale. 211 high school students of Noshahr City in 2015-2016 academic year were selected by cluster randomized sampling method. They completed the Persian version of social comparisons orientation scale and self-efficacy and optimism subscales of psychological capital scale. To analyze the data, Combrash's alpha coefficient, correlation coefficient, exploratory and confirmatory factor analysis were used. Primary Scale Reliability that calculate through Cronbach's alpha coefficients was 0/71. Ability and opinion factors were extracted as using principal components analysis method and Varimax rotation. Cronbach's alpha coefficients of ability factor, opinion factory, and Persian version of social comparisons orientation scale were found to be 0/72, 0/80, and 0/80 respectively, which were statistically significant. The scale validity was confirmed by using criterion and construct validity. Results of exploratory factor analysis supported the factorial structure of two-factor model. According to the results, it can be concluded that this scale has a good validity and reliability for Iranian samples and can be used in future studies related to social comparison.

Key Words: Social comparison, Factorial structure, Validity, Reliability

چکیده

مقایسه‌های اجتماعی یکی از منابع اساسی کسب اطلاعات در باره خود هستند. این پژوهش با هدف بررسی ساختار عاملی و ویژگی‌های روان-سنجی نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی انجام شد. ۲۱۱ نفر از دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر نوشهر در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند و نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی و خرده‌مقیاس‌های خودکارآمدی و خوش‌بینی پرسشنامه سرمایه روانشناختی را تکمیل کردند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از ضریب آلفای کرونباخ، ضریب همبستگی، تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای مقیاس مقدماتی ۰/۷۱ بدست آمد. با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی به روش تحلیل مولفه‌های اصلی دو عامل توانایی و عقیده شناسایی شد. ضریب آلفای کرونباخ برای عامل توانایی ۰/۷۲، عامل عقیده ۰/۸۰ و نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری اجتماعی ۰/۸۰ به‌دست آمد که از نظر آماری معنادار بود. روایی مقیاس نیز با استفاده از روش‌های روایی وابسته به ملاک و روایی سازه تایید شد. همچنین تحلیل عاملی تاییدی نشان‌دهنده برازش مدل دو عاملی مقیاس بود. با توجه به نتایج این پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که این مقیاس از پایایی و روایی مطلوبی در جامعه ایرانی برخوردار است و در پژوهش‌های مرتبط با مقایسه اجتماعی می‌توان از آن استفاده کرد.

واژه‌های کلیدی: مقایسه اجتماعی، تحلیل عاملی، پایایی، روایی

ویرایش نهایی: آبان ۹۸

پذیرش: خرداد ۹۷

دریافت: اردیبهشت ۹۷

نوع مقاله: پژوهشی

مقدمه

در زندگی روزمره، هر کدام از ما با پدیده مقایسه درگیر هستیم و همواره خود را با دیگران مقایسه می‌کنیم. گاهی با دیدن خانه، ماشین و زندگی‌های پر زرق و برق شگفت‌زده می‌شویم و آرزو می‌کنیم که ای کاش ما هم از این امکانات برخوردار بودیم. گاهی هم با ورود به پایین شهرها و دیدن افراد پایین‌تر از خود به داشته‌های خودمان می‌بالیم. مقایسه خود با دیگران به نظر می‌رسد یک ویژگی همگانی از زندگی اجتماعی انسان باشد (بانک و دیجکسترا^۱، ۲۰۱۴). همچنین یک فرآیند روان‌شناختی بنیادی است که چگونگی فکر افراد را در باره خودشان یا دیگران کنترل می‌کند (کورکوران، کروسوس و ماسولر^۲، ۲۰۱۱).

^۱- Buunk & Dijkstra

^۲- Corcoran, Crusius & Mussweiler

نظریه مقایسه اجتماعی^۱ برای اولین بار در سال ۱۹۵۴ توسط لئون فستینگر^۲ ارائه شد. این نظریه بیان می‌کند که مردم از طریق مقایسه‌هایی که بین خود و دیگران انجام می‌دهند به خودشناسی دست می‌یابند (کورکوران و همکاران، ۲۰۱۱). در تعاملات روزانه، فرصت‌های بسیاری برای یادگیری افراد در باره عقاید، توانایی‌ها و زندگی دیگران فراهم است که می‌تواند برای بسیاری از اهداف، از جمله خودارزیابی^۳، خودافزایی^۴ و خودبهبودی^۵ سودمند باشد (ووگل، روسی، اوکدی، اکلز و فرنز^۶، ۲۰۱۵). نظریه فستینگر بر انگیزه خودارزیابی در مقایسه اجتماعی تاکید می‌کند (گربر^۷، ۲۰۱۸). با این وجود، بعضی وقت‌ها افراد دنبال بازخورد درست درباره خودشان نیستند، بلکه در پی حفظ خودپنداره^۸ مثبت هستند. مقایسه با افراد پایین‌تر از خود می‌تواند انگیزه خودافزایی را برآورده کند و مقایسه با افرادی که بهتر از ما هستند نیز انگیزه خودبهبودی را در افراد به‌وجود می‌آورد (کورکوران و همکاران، ۲۰۱۱).

مقایسه اجتماعی به عنوان یک فرآیند روانشناختی کلیدی در خودارزیابی و تنظیم رفتار اجتماعی محسوب می‌شود (کریزان، گیبونز^۹، ۲۰۱۴). شواهد تجربی نشان می‌دهد مقایسه اجتماعی در زندگی روزمره رایج بوده و اغلب با ویژگی‌هایی همچون ظاهر، درآمد، موفقیت و وضعیت سلامتی مرتبط است (آریگو^{۱۰}، ۲۰۱۲). افراد برای ارزیابی توانایی‌ها و عقایدشان به افراد مشابه می‌نگرند، برای الهام و راهنمایی به افراد بهتر از خودشان می‌نگرند و دیگران را بر اساس شباهت‌ها و تمایزات با خود ارزیابی می‌کنند. همچنین، آنها موقعیت زندگی خودشان را با رجوع به موقعیت دیگران ارزیابی می‌کنند و برای کسب اطلاعات در باره هنجارهای اجتماعی و سرنخ‌ها در باره چگونگی رفتار به دیگران می‌نگرند (کریزان و گیبونز، ۲۰۱۴). بیشتر مردم به این نکته که خودشان را مرتباً با دیگران مقایسه می‌کنند، اشاره می‌کنند و گاهی این مقایسه‌ها احساسی از عدم رضایت و ناخوشنودی را برای فرد ایجاد می‌کند (وایت، لانگر، یاریو و ولچ^{۱۱}، ۲۰۰۶). وقتی مردم با بیماری و مشکلات مرتبط با سلامتی مواجه می‌شوند نیاز برای مقایسه اجتماعی افزایش می‌یابد (کورکوران و همکاران، ۲۰۱۱).

افراد از نظر تمایل به مقایسه خود با دیگران متفاوت هستند و از این تفاوت فردی تحت عنوان جهت‌گیری مقایسه اجتماعی یاد می‌شود (ووگل و همکاران، ۲۰۱۵؛ یو^{۱۲}، ۲۰۱۴). به منظور ارزیابی جهت‌گیری مقایسه اجتماعی افراد، گیبونز و بانک^{۱۳} (۱۹۹۹) یک مقیاس تدوین کرده‌اند که تمایل افراد به مقایسه اجتماعی و فراوانی آن را اندازه‌گیری می‌کند. مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی^{۱۴} مشتمل بر دو بعد توانایی و عقیده^{۱۵} است (گرسون، پلاگنول و کور^{۱۶}، ۲۰۱۷؛ گیبونز و بانک، ۱۹۹۹). بعد توانایی به مقایسه خود با دیگران درباره عملکرد و بعد عقیده نیز به مقایسه و ارزیابی عقاید خود با دیگران مربوط می‌شود. مطالعات نشان داده است افراد دارای نمره بالا در مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی به کرات خود را با دیگران مقایسه می‌کنند و به شدت تحت تاثیر اطلاعات مقایسه اجتماعی قرار می‌گیرند (بانک و گیبونز، ۲۰۰۷؛ بانک، کاپر و وان‌درزی^{۱۷}، ۲۰۰۵). آن‌ها همچنین به پیشرفت‌ها، تجارب یا واکنش‌های دیگران به موقعیت‌ها بیشتر توجه می‌کنند و با شدت بیشتری برای خودشان بازگو می‌کنند (بانک و گیبونز، ۲۰۰۶).

با توجه به نقش مقایسه اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی شخصی، خانوادگی و اجتماعی فرد، انجام پژوهش‌های مختلف با موضوع مقایسه اجتماعی به منظور مدیریت مطلوب آن ضروری به نظر می‌رسد. در کشور ما پژوهش‌های چندانی در باره مقایسه اجتماعی انجام نشده است که شاید یکی از دلایل اصلی آن به عدم ابزار پایا و روا برای ارزیابی آن مربوط باشد. در پژوهشی که شامل متغیر مقایسه اجتماعی هم بود، سپاه منصور، براتی و حسنقلی (۱۳۹۴) از یک مقیاس سه سوالی منطبق با چان و پرندرگست^{۱۸} (۲۰۰۷) به منظور ارزیابی مقایسه اجتماعی استفاده کرده‌اند که اولاً این پرسشنامه به‌طور خاص به مقایسه با رسانه‌ها و همسالان مربوط می‌شد و ثانیاً ویژگی‌های روان‌سنجی

^۱- social comparison theory

^۲- Leon Festinger

^۳- self-evaluation

^۴- self-enhancement

^۵- self-improvement

^۶- Vogel, Rose, Okdie, Eckles & Franz

^۷- Gerber

^۸- Self-concept

^۹- Krizan & Gibbons

^{۱۰}- Arigo

^{۱۱}- White, Langer, Yariv & Welch

^{۱۲}- Yu

^{۱۳}- Gibbons & Buunk

^{۱۴}- Social Comparison Orientation Scale (SCO)

^{۱۵}- ability and opinion

^{۱۶}- Gerson, Plagnol & Corr

^{۱۷}- Buunk, Kuyper & Van der Zee

^{۱۸}- Chan & Prendergast

آن به طور جامع بررسی نشده بود. با توجه به این که از مستلزمات اجرای هر پژوهشی داشتن ابزار پایا و روا است. بنابراین به دلیل عدم ابزار پایا و روا در زمینه مقایسه اجتماعی، هدف این پژوهش بررسی ویژگی های روان سنجی نسخه فارسی مقیاس جهت گیری مقایسه اجتماعی بود.

روش پژوهش

روش این پژوهش توصیفی و از نوع تحلیل عاملی بود. جامعه آماری شامل دانش آموزان مقطع متوسطه شهر نوشهر در سال تحصیلی ۱۳۹۴-۹۵ بود. از آنجا که در پژوهش های تحلیل عاملی به ازای هر گویه ۱۰ نمونه پیشنهاد شده است (کلین^۱، ۲۰۱۰)، بنابراین با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی ۲۱۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب و ابزارهای پژوهش را تکمیل نمودند. پرسشنامه های چهار نفر به دلیل نقص کنار گذاشته شد و ۲۱۱ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های ضریب آلفای کرونباخ، ضریب همبستگی، تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

ابزارهای پژوهش

مقیاس جهت گیری مقایسه اجتماعی (SCO): مقیاس جهت گیری مقایسه اجتماعی توسط گیونز و بانک (۱۹۹۹) به منظور سنجش تفاوت های فردی در جهت گیری مقایسه اجتماعی تدوین شده است. مقیاس جهت گیری مقایسه اجتماعی دارای ۱۱ گویه و دو خرده مقیاس توانایی و عقیده است که به صورت لیکرت پنج درجه ای کاملاً مخالفم (۱)، مخالفم (۲)، نظری ندارم (۳)، موافقم (۴) و کاملاً موافقم (۵) نمره گذاری می شود. گیونز و بانک (۱۹۹۹) پایایی مقیاس را در نمونه های مختلف بین ۰/۷۷ تا ۰/۸۵ گزارش و روایی مقیاس را نیز با استفاده از روش های روایی وابسته به ملاک و روایی سازه تأیید کرده اند. آنها برای بررسی روایی وابسته به ملاک مقیاس از ملاک های زیادی از جمله عزت نفس^۲ و خوش بینی^۳ استفاده کردند. در پژوهش بانک، بنبروک، استیگلیس، وان دن برگ، ساندنرمن و هاگدورن^۴ (۲۰۱۲) پایایی مقیاس با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۳ گزارش شده است.

پرسشنامه سرمایه روانشناختی (PCQ): پرسشنامه سرمایه روانشناختی لوتانز^۵ (لوتانز، اولیو، آوی و نورمان^۶، ۲۰۰۷) دارای ۲۴ گویه و چهار خرده مقیاس است که هر کدام از خرده مقیاس ها دارای شش گویه است. این پرسشنامه به روش لیکرت شش درجه ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۶) نمره گذاری می شود و نمره بالا، سرمایه روانشناختی بالا را نشان می دهد. لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) در پژوهش خود کمترین ضریب آلفای کرونباخ را ۰/۸۸ و لوتانز، اولیو، آوی و پترسون^۷ (۲۰۱۰) برای همه خرده مقیاس ها بالاتر از ۰/۶۹ گزارش کرده اند. در پژوهش بهادری خسروشاهی، هاشمی نصرت آباد و باباپور خیرالدین (۱۳۹۱) نیز پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۵ گزارش شده است. در این پژوهش از ۱۲ گویه پرسشنامه که مربوط به خرده مقیاس های خودکارآمدی و خوش بینی است استفاده شد.

یافته ها

پژوهش حاضر بر روی نمونه ای متشکل از ۲۱۱ دانش آموز مقطع متوسطه انجام شد. ۴۷ درصد شرکت کنندگان پسر و ۵۴ درصد نیز دختر بودند؛ ۴۳ درصد در پایه دوم، ۲۱ درصد در سوم و ۳۶ درصد نیز در پایه پیش دانشگاهی مشغول به تحصیل بودند. همچنین ۲۲ درصد در رشته ریاضی و فیزیک، ۳۵ درصد در رشته علوم تجربی و ۴۳ درصد نیز در رشته علوم انسانی تحصیل می کردند. در فرآیند بررسی ویژگی های روان سنجی مقیاس، ابتدا همسانی درونی مقیاس با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد. ضریب به دست آمده برابر با ۰/۷۱ بود که حاکی از قابل قبول بودن پایایی مقیاس بود. در جدول ۱ نتایج تفصیلی این بررسی آمده است.

جدول ۱. نتایج تفصیلی بررسی پایایی نسخه فارسی مقیاس جهت گیری مقایسه اجتماعی

^۱- Kline

^۲- self-esteem

^۳- optimism

^۴- Buunk, Bennenbroek, Stiegelis, Van Den Bergh, Sandeman & Hagedoorn

^۵- Luthans' Psychological Capital Questionnaires

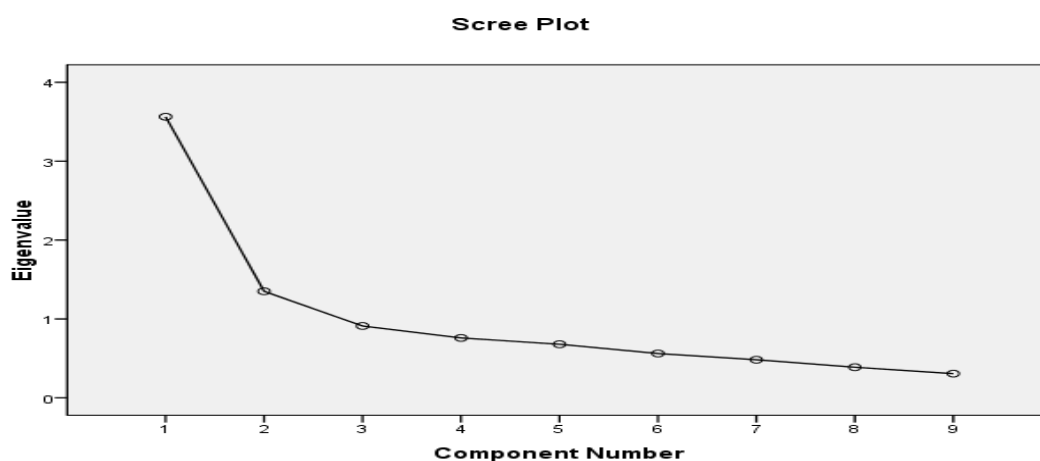
^۶- Luthans, Avolio, Avey & Norman

^۷- Peterson

گویه	میانگین پس از حذف گویه	واریانس پس از حذف گویه	همبستگی با نمره کل	ضریب آلفا در صورت حذف گویه
۱	۳۱/۷۶	۳۱/۱۸	۰/۴۵	۰/۶۷
۲	۳۱/۵۴	۳۱/۰۹	۰/۴۹	۰/۶۶
۳	۳۱/۷۲	۲۸/۹۷	۰/۵۷	۰/۶۴
۴	۳۱/۶۹	۳۳/۱۰	۰/۳۱	۰/۶۹
۵	۳۱/۹۱	۳۵/۹۴	۰/۰۳	۰/۷۳
۶	۳۱/۸۶	۳۲/۰۲	۰/۳۴	۰/۶۸
۷	۳۱/۴۸	۲۹/۵۳	۰/۵۱	۰/۶۶
۸	۳۱/۴۹	۲۹/۸۶	۰/۵۵	۰/۶۵
۹	۳۱/۵۹	۲۹/۷۱	۰/۵۵	۰/۶۵
۱۰	۳۱/۶۴	۳۱/۰۷	۰/۴۱	۰/۶۷
۱۱	۳۱/۷۰	۳۸/۷۰	۰/۱۸	۰/۷۶

همچنان که در جدول ۱ مشاهده می‌شود همبستگی گویه‌ها با نمره کل بین ۰/۰۳ تا ۰/۵۷ متغیر بود. با توجه به پایین بودن همبستگی گویه‌های شماره ۵ و ۱۱ با نمره کل و همچنین تاثیر قابل توجه حذف آنها بر افزایش ضریب آلفای کرونباخ مقیاس، گویه‌های ذکر شده از نسخه فارسی مقیاس حذف و بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس با نه گویه ادامه یافت.

پیش از انجام تحلیل عاملی اکتشافی، به منظور بررسی کفایت اندازه نمونه، از شاخص کفایت نمونه‌برداری کایزر، میر و الکین^۱ (KMO) و آزمون بارتلت^۲ استفاده شد. مقدار KMO در پژوهش حاضر برابر با ۰/۷۹ بود، همچنین نتیجه آزمون بارتلت نیز در سطح $p < ۰/۰۰۱$ معنی‌دار بود که نشان دهنده کفایت نمونه بوده و داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب بودند. در ادامه نه گویه مقیاس از طریق تحلیل عاملی اکتشافی با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی مورد بررسی قرار گرفت. در این تحلیل حداقل بار عاملی ۰/۴۰ انتخاب و بر اساس ملاک‌های کایزر (قاعده ارزش ویژه بالاتر از یک) و منحنی شیب اسکری دو عامل استخراج شد.



شکل ۱- منحنی شیب اسکری

^۱- Kaiser-Meyer-Olkin

^۲- Bartlett's Test

ارزش ویژه هر یک از عامل‌های استخراج‌شده، درصد واریانس تبیین شده توسط هر یک از عامل‌ها و درصد تراکمی واریانس تبیین شده قبل و بعد از چرخش در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. ارزش ویژه، درصد واریانس و درصد تراکمی واریانس تبیین شده عامل‌های استخراج شده						
عامل	ارزش ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تراکمی واریانس تبیین شده	مجموع ضرایب عوامل چرخش داده نشده		
				ارزش ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تراکمی واریانس تبیین شده
۱	۳/۵۶	۳۹/۶۰	۳۹/۶۰	۲/۹۲	۳۲/۴۹	۳۲/۴۹
۲	۱/۳۵	۱۵/۰۰	۵۴/۶۰	۱/۹۹	۲۲/۱۱	۵۴/۶۰

همچنان که در جدول ۲ مشاهده می‌شود دو عامل استخراج‌شده در مجموع ۵۴/۶۰ درصد واریانس گویه‌ها را تبیین می‌کنند. بارهای عاملی گویه‌ها روی عامل‌های استخراج‌شده در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. بارهای عاملی گویه‌ها روی عامل‌های استخراج‌شده پس از چرخش واریماکس						
شماره گویه	گویه	عامل اول	عامل دوم			
۱	من اغلب عزیزان خود (اعضای خانواده و ...) را از این نظر که چه کاری انجام می‌دهند با دیگران مقایسه می‌کنم.	۰/۶۳				
۲	من همیشه به این مساله توجه زیادی می‌کنم که کارها را در مقایسه با دیگران چگونه انجام می‌دهم.	۰/۴۴				
۳	اگر من بخواهم بفهمم که با چه کیفیتی کار خود را انجام داده‌ام، آن را با دیگران مقایسه می‌کنم.	۰/۵۴				
۴	من اغلب کارهای خودم را با دیگران از لحاظ اجتماعی (برای مثال مهارت‌های اجتماعی، محبوبیت و ...) مقایسه می‌کنم.	۰/۸۰				
۵	من اغلب خودم را از لحاظ موفقیت در زندگی با دیگران مقایسه می‌کنم.	۰/۵۹				
۶	من اغلب مایلم با دیگران در باره عقاید و تجارب متقابل صحبت کنم.	۰/۷۴				
۷	من اغلب سعی می‌کنم دریابم که دیگران وقتی با مسأله‌ای مواجه می‌شوند، دقیقاً همان مسائل که من با آن مواجه می‌شوم چه فکر می‌کنند.	۰/۷۷				
۸	من همیشه تمایل دارم بدانم که دیگران در شرایط مشابه با شرایط من چه می‌کنند.	۰/۷۷				
۹	اگر من بخواهم چیزهای فراوانی راجع به یک موضوع بیاموزم سعی می‌کنم بفهمم که دیگران در این موقعیت چه فکر می‌کنند.	۰/۷۵				

همچنان که در جدول ۳ مشاهده می‌شود بر اساس نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی به روش مؤلفه‌های اصلی، از مجموع نه گویه پنج گویه بر روی عامل اول و چهار گویه نیز بر روی عامل دوم بارعاملی معناداری داشتند. با توجه به محتوای گویه‌های مربوط به هر یک از عامل‌ها، عامل اول توانایی و عامل دوم نیز عقیده نام‌گذاری شدند.

به منظور بررسی پایایی عوامل استخراج‌شده، همسانی درونی آن‌ها از طریق روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای عامل توانایی ۰/۷۲، عامل عقیده ۰/۸۰ و کل مقیاس نیز ۰/۸۰ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی و عامل‌های استخراج‌شده آن است.

برای بررسی روایی مقیاس نیز از دو روش روایی وابسته به ملاک و روایی سازه استفاده شد. با توجه به ملاک‌های استفاده شده در گیبونز و بانک (۱۹۹۹)، به منظور محاسبه روایی وابسته به ملاک، زیرمقیاس‌های خودکارآمدی و خوش‌بینی پرسشنامه سرمایه

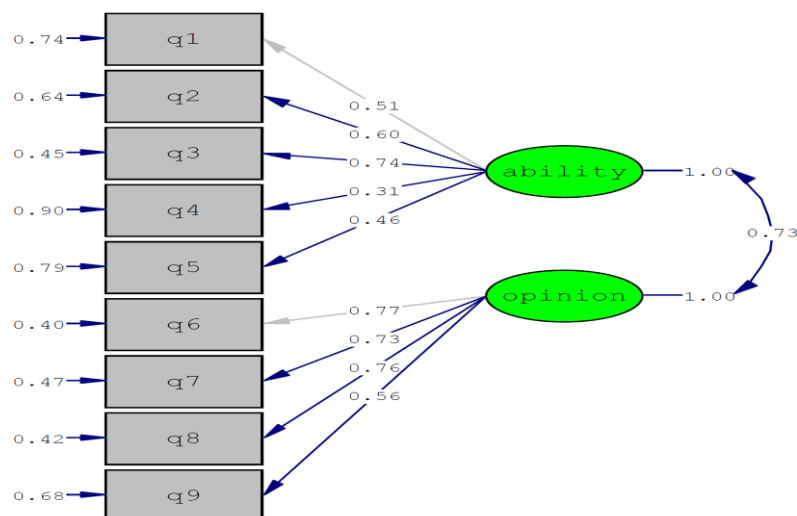
روانشناختی لوتانز به عنوان ملاک به کار گرفته شد. ضریب همبستگی بین نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی با زیر مقیاس خودکارآمدی و خوش‌بینی محاسبه شد که ضریب بدست آمده در سطح $p < 0/01$ معنی‌دار و حاکی از روایی قابل قبول و مطلوب نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی بود. همچنین به منظور بررسی روایی سازه مقیاس، ضریب همبستگی عامل‌های استخراج شده با یکدیگر و با کل مقیاس محاسبه شدند که نتایج حاصل در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. ضرایب همبستگی عامل‌ها با یکدیگر و نمره کل مقیاس

متغیر	عامل توانایی	عامل عقیده	نمره کل مقیاس
عامل توانایی	۱		
عامل عقیده	۰/۴۸*	۱	
نمره کل مقیاس	۰/۸۶*	۰/۸۶*	۱

* در سطح $p < 0/01$ معنادار است.

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود ضریب همبستگی عامل‌های استخراج‌شده با یکدیگر و نمره کل مقیاس در سطح $p < 0/01$ معنادار است که نشان‌دهنده قابل قبول بودن روایی سازه نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی است. در نهایت به‌منظور بررسی برازش ساختار دو عاملی از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که برآورد حاصل در شکل ۱ و جدول ۶ آمده است.



شکل ۲- مدل دو عاملی برازندگی نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی

شاخص‌های مربوط به برازش مدل دو عاملی نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی در جدول ۶ آمده است.

جدول ۶: شاخص‌های برازندگی داده‌ها برای مدل دو عاملی نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی

مدل	χ^2	df	χ^2/df	CFI	NFI	GFI	RMSEA
مدل دو عاملی	۷۸/۲۵	۲۶	۳	۰/۹۳	۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۰۹

با توجه به شاخص‌های ذکرشده در جدول ۶، می‌توان گفت که مدل دو عاملی نسخه فارسی مقیاس جهت‌گیری مقایسه اجتماعی از برازش خوب و مناسبی در جامعه ایرانی برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

بر اساس فرضیه اول نظریه مقایسه اجتماعی فستینگر در ارگانیزم انسان سائقی^۱ جهت ارزیابی عقاید و توانایی ها وجود دارد (کوروران و همکاران، ۲۰۱۱). افراد از نظر تمایل به درگیر شدن در مقایسه اجتماعی و پیامدهای روانشناختی متحمل شده با یکدیگر متفاوت هستند. جهت گیری مقایسه اجتماعی خصیصه ای است که این تفاوت های فردی را منعکس می کند (ووگل و همکاران، ۲۰۱۵). در این راستا، پژوهش حاضر به منظور بررسی ویژگی های روان سنجی نسخه فارسی مقیاس جهت گیری مقایسه اجتماعی انجام شد.

ابتدا به منظور بررسی همسانی درونی مقیاس، ضریب آلفای کرانباخ نسخه فارسی مقدماتی محاسبه گردید که میزان آن برای مقیاس با ۱۱ گویه ۰/۷۰ بود که نشان دهنده همسانی درونی قابل قبول مقیاس بود. در بررسی تفصیلی همسانی درونی، گویه های ۵ و ۱۱ (مطابق با شماره گویه های مقیاس اصلی) به دلیل داشتن همبستگی پایین با نمره کل مقیاس و تاثیر منفی قابل توجه آن ها بر ضریب آلفای کرونباخ کل مقیاس از نسخه فارسی حذف شدند و ادامه تحلیل بر روی نه گویه باقی مانده انجام شد.

نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی به شیوه مؤلفه های اصلی با چرخش واریماکس، دو عامل توانایی و عقیده را نشان داد. از بین نه گویه باقی مانده مقیاس، پنج گویه بر روی عامل اول و چهار گویه نیز بر روی عامل دوم بار عاملی معناداری داشتند. با توجه به محتوای گویه ها، از آنجا که گویه های مرتبط با عامل اول به موضوع توجه به اعمال دیگران مربوط می شد عامل توانایی و گویه های عامل دوم هم در خصوص توجه به نظرات و عقاید دیگران بود و عامل عقیده نام گذاری شدند. در بررسی پایایی مقیاس تدوین شده، ضریب آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس توانایی ۰/۶۷، خرده مقیاس عقیده ۰/۸۰ و نسخه فارسی نهایی مقیاس هم ۰/۸۰ به دست آمد که حاکی از قابل قبول بودن پایایی آن است.

یافته های این پژوهش با نتایج پژوهش های گیونز و بانک (۱۹۹۹)، بانک و همکاران (۲۰۱۲) و گرسون و همکاران (۲۰۱۷) از نظر عامل های استخراج شده یعنی توانایی و عقیده هماهنگ است. عامل توانایی برای ارزیابی مهارت ها و عملکرد خود در مقایسه با دیگران و عامل عقیده برای کسب آگاهی از عقاید دیگران و ارزیابی میزان همسویی عقیده خود با دیگران مورد استفاده قرار می گیرند. رفتار، شناخت و احساس سه عامل اساسی هستند که در مباحث روانشناسی مورد توجه قرار می گیرند. بر اساس عامل های استخراج شده، مقیاس جهت گیری مقایسه اجتماعی ابعاد رفتار و شناخت را پوشش می دهد اما احساس در این مقیاس به نوعی مورد غفلت قرار گرفته است. بر اساس نظریه انتخاب^۲ نیز عمل، فکر، احساس و فیزیولوژی به عنوان عناصر چهارگانه ای رفتار کل محسوب می شوند که از بین این چهار مورد، عمل و فکر ملموس تر بوده و در نظریه واقعیت درمانی به عنوان رکن مداخله محسوب می شود (گلاسر^۳، ۱۹۹۸). بنابراین موضوع عدم توجه به مقایسه احساس و فیزیولوژی خود با دیگران در این مقیاس را می توان با اصول مطرح شده در نظریه انتخاب تبیین کرد.

همچنین یافته های این پژوهش از نظر تعداد گویه های مرتبط با عامل های استخراج شده با پژوهش گیونز و بانک (۱۹۹۹) که در آن ۱۱ گویه بر روی دو عامل استخراج شده بار عاملی معنی دار داشتند ناهمگنگ و با پژوهش بانک و همکاران (۲۰۱۲) که از مجموع ۱۱ گویه نه گویه بر روی دو عامل استخراج شده بار عاملی معنی دار داشته و دو گویه به دلیل پایین بودن همبستگی با نمره کل حذف شده بود هماهنگ است. این یافته را می توان با در نظر گرفتن محتوای گویه های حذف شده تبیین کرد. « من از آن نوع افرادی که خود شان را اغلب با دیگران مقایسه می کنند نیستم » و « من هرگز وضعیت زندگی ام را با افراد دیگر مقایسه نمی کنم » دو گویه ای هستند که حذف شده اند. با تأمل در محتوای هر دو گویه می توان پی برد که هر دو گویه نه به مقایسه از نظر توانایی یا عقیده بلکه به مقایسه عام مربوط می شوند.

بر اساس یافته های این پژوهش، نسخه فارسی مقیاس جهت گیری مقایسه اجتماعی برای جامعه ایرانی از پایایی و روایی مطلوب برخوردار است و نیز با توجه به تطابق گویه های این مقیاس با فرهنگ ایرانی می تواند به عنوان یک ابزار معتبر در پژوهش های بنیادی مرتبط با مقایسه اجتماعی، پژوهش های کاربردی درباره نقش مقایسه اجتماعی در سلامت روانشناختی و طراحی مداخلات کارآمدتر به منظور کاهش پیامدهای منفی و افزایش پیامدهای مثبت مقایسه اجتماعی استفاده شود. از جمله محدودیت های این پژوهش، محدود بودن این پژوهش به جامعه دانش آموزان یک شهر بود که ممکن است به طور کامل معرف جمعیت عمومی نباشد، بنابراین پیشنهاد می شود در گروه های مختلف از جامعه ایرانی مورد بررسی قرار گیرد.

^۱- drive

^۲- choice theory

^۳- Glasser

منابع

- بهادری خسروشاهی، جعفر؛ هاشمی نصرت آباد، تورج و باباپور خیرالدین، جلیل. (۱۳۹۱). رابطه سرمایه روانشناختی با سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه تبریز. *مجله تخصصی پژوهش و سلامت*، ۲ (۱)، ۱۴۵-۱۵۳.
- سپاه منصور، مژگان؛ براتی، زهرا و حسینقلی، فاطمه. (۱۳۹۴). نقش واسطه‌ای مقایسه اجتماعی در رابطه با حمایت اجتماعی ادراک شده والدین و همسالان با مادی‌گرایی در دانش‌آموزان دوره متوسطه. *دوفصلنامه علمی پژوهشی شناخت/اجتماعی*، ۴ (۸)، ۸۹-۱۰۱.
- Argo, J. J., White, K., & Dahl, D. W. (2006). Social comparison theory and deception in the interpersonal exchange of consumption information. *Journal of Consumer Research*, 33, 99-108.
- Arigo, D. (2012). *Social Comparison Theory in the Context of Chronic Illness: Predictors and Consequences of Target Selection among Individuals with Type 2 Diabetes*. Doctoral dissertation in Clinical Psychology, Syracuse University.
- Buunk, A. P., & Dijkstra, P. (2014). Social Comparison Orientation and Perspective Taking as Related to Responses to a Victim. *Psychology*, 5, 441-450.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2006). Social comparison orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others. In S. Guimond., & S. Guimond (Ed.), *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture* (pp. 15-32). Cambridge: Cambridge University Press.
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3-21.
- Buunk, A. P., Bennenbroek, F. T. C., Stiegelis, H. E., Van Den Bergh, A. C. M., Sandeman, R., & Hagedoorn, M. (2012). Follow-up effects of social comparison information on the quality of life of cancer patients: The moderating role of social comparison orientation. *Psychology and Health*, 27(6), 641-654.
- Buunk, B. P., Kuyper, H., & Van der Zee, Y. G. (2005). Affective response to social comparison in the classroom. *Basic and Applied Social Psychology*, 27 (3), 229-237.
- Corcoran, K., Crusius, J., & Mussweiler, T. (2011). Social comparison: Motives, Standards, and Mechanisms. In D. Chadee (Ed.), *Theories in social psychology* (pp. 119-139). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Damisch, L., Mussweiler, T., & Plessner, H. (2006). Olympic medals as fruits of comparison? Assimilation and contrast in sequential performance judgments. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 12, 166-78.
- Gerber, J. P. (2018). Social comparison theory. In V. Zeigler-Hill., & T. K. Shackelford (Ed.), *Encyclopedia of personality and individual differences*. Springer International Publishing.
- Gerson, J., Plagnol, A., & Corr, P. J. (2017). Dimensionality of the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure and its relationship to Reinforcement Sensitivity Theory. *Journal of Individual Differences*, 38(4), 256-264.
- Glasser, W. (1998). *Choice theory: a new psychology of personal freedom*. New York, NY: Harper Perennial.
- Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York, NY: Guilford Press.
- Krizan, Z., & Gibbons, F. X. (2014). *Communal functions of social comparison*. New York: Cambridge University Press.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, S. J. (2010). The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human resource development quarterly*, 21(1), 41-65.
- Luthans, F., Avolio, B., Avey, J., & Norman, S. (2007). Psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K. E., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249-256.
- Wert, S. R., & Salovey, P. (2004). Asocial comparison account of gossip. *Review of General Psychology*, 8, 122-137.
- White, J. B., Langer, E. J., Yariv, L., & Welch, J. C. (2006). Frequent Social Comparisons and Destructive Emotions and Behaviors: The Dark Side of Social Comparisons. *Journal of Adult Development*, 13(1), 36-44.
- Yu, H. (2014). College Students' Self-Concepts and attitude toward advertising; the relationships among the body-esteem, social comparison, and the perception about diet advertising. *Health Communication Research*, 11, 75-117.