

التسوق القسري وعلاقته بسمات الشخصية المرضية لدى عينة عراقية

أ.م. د. خليل عبدالله حسين الجوراني

Khalil A. Hussein i@gmail.com

م.د. صاحب عبدالله حمد

جامعة ديالى/ كلية التربية الأساسية

الملخص

يعبر الناس في كثير من الأوقات عن مشاكلهم النفسية بطرق واساليب سلوكية مختلفة منه ما هو ضار وآخر يشكل اضطراباً وفقاً لسمات شخصياتهم وافكارهم، وعلى الرغم من ان التسوق هو سلوك انساني شبيه يومي يحصل فيه الفرد على حاجاته اليومية الا انه يتتحول احياناً الى اضطراب يعني منه الفرد ولا يستطيع التخلص منه. ويهدف البحث الحالي الى التعرف على مدى وجود سمة التسوق القسري لدى عينة من المجتمع العراقي وعلاقته بسمات الشخصية المرضية.

ولتحقيق اهداف البحث قام الباحث بتبني مقياس التسوق القسري (Andreassen et al., 2015) والمكون من (٢٨) فقرة ومقاييس عوامل الصحة المرتبطة بمقاييس سمات الشخصية الخمس الكبيرة (Gustavsson et al., 2003) والمكون من (٢٠) فقرة بعد ترجمة المقاييسين والتحقق من الصدق والثبات.

تم تطبيق المقاييسين على عينة البحث المكونة من (٤٠٠) موظف وموظفة وطلبة الجامعة حيث كانت (١٨٤) ذكور و (٢١٦) إناث، تراوحت اعمارهم من (١٨) إلى (٦٠) سنة وبمتوسط (٢٩.٧١) وبانحراف معياري (٩.٧٦) حيث تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية. واظهرت النتائج ان ليس هناك مشكلة في التسوق لدى عينة البحث الا انهم لديهم مشكلة في سمات الشخصية المرضية كما ان ليس هناك فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في التسوق القسري او في سمات الشخصية. وان التسوق القسري يرتبط ايجاباً مع الاضطراب في سمات الشخصية وذلك من خلال الارتباط الذي وجد في هذه الدراسة. وعلى ضوء نتائج هذه الدراسة تم وضع عدد من التوصيات والمقترنات.

الكلمات المفتاحية: التسوق القسري، الشراء القسري، سمات الشخصية المرتبطة بالصحة، عينة عراقية.

**Compulsive shopping and its relationship with the personality
disorder traits in an Iraqi sample**
Dr. Khalil A. Hussein Al-Jurany
Dr. Sahib Abdullah Hamad

**Diyala University/ College of Basic Education/ Psychological counseling and
Educational Gaudiness**

Abstract

A psychological problem can manifest in several different ways according to their personality characteristics or environments, this leads to many misbehaviors and maladjustment conducts. One of these is a Compulsive Buying Disorder. In at shopping is a daily spite of the fact that activity for people this behavior may alter into a disorder for many reasons.

This study aims to reveal to what extent compulsive buying disorder is spread among an Iraqi sample and its correlation with variables such as the big-five health relevant personality traits and sex.

To conduct this goal the researcher adapted the scale of compulsive buying disorder (Andreassen et al., 2015) which consisted of 28 items and the scale of the big-five personality traits relevant to health, consisting of 20 items HP5 (Gustavsson et al., 2003) represented 5-supsscales – 4-items each.

The scales were conducted on samples randomly selected out of 400 persons (184 males and 216 females) age ranged between (18–60) years, mean = (29) and SD = (9.76).

The results show that there is no compulsive buying disorder found in this sample, and there were no differences between males and females, however, there were personality traits that are health relevant and there were only differences between males and females in the antagonism trait, which was higher in females, and no differences in the

others four subscales. According to the results of the current research, some recommendations and suggestions have been developed.

Key words: compulsive buying disorder, HP5i, Iraqi sample, personality.

مشكلة البحث

ان التسوق القسري في دلالته يشير إلى الحالة النفسية التي يشغل بها الفرد بالتسوق والشراء المفرط دون الحاجة الحقيقة لذلك المنتج او السلعة بحيث يكونون غير قادرين على السيطرة ومنع انفسهم من نوبات التسوق (Horvath & Adiguzel, 2018). ان هذا الافراط في التسوق عادة ما ينبع من القلق او الاكتئاب او الملل او الحالة المزاجية التي يمر بها ذلك الفرد (Ersche et al., 2019). ان مثل هؤلاء الافراد غالباً ما ينخرطون بمثل هذا النوع من التسوق القسري الذي يكون غير مخطط له وغير الضروري لقليل هذه المعاناة والتي عادة ما تؤدي الى عواقب مالية غير سارة كما يؤدي الى تدني احترام الذات والثقة بالنفس (Darrat et al., 2016). وبالتالي فان نوبات التسوق تؤدي الى تعزيز ذواتهم من خلال التسوق وبخاصة المنتجات والخدمات ذات العلامات التجارية (Bhatia, 2019). ان هذه التجربة بالنسبة لهم هي اكثر امتاعاً من مجرد الحصول على المنتج او الخدمة (Japutra and Song, 2020). لكن هذا النوع من التسوق يؤدي اضافة الى المشكلات المالية والاجتماعية فانه ينتج عنه مشكلات اخرى منها الضغط النفسي والصراع النفسي (McElroy et al., 1995).

ان مشكلة التسوق القسري تعد واحدة من الانحرافات السلوكية التي باتت تؤثر على اعداد متزايدة من الناس حيث قدرت نسبتهم من ١٦٪ الى ٦١٪ في الولايات المتحدة الامريكية في دراسة نشرت في عام (Koran, et al., 2006).

كما وجدت دراسات اخرى ان نسب ذوي اضطراب التسوق القسري بازدياد حول العالم خلال العقدين الاخرين حيث ان الدراسات التتبعتية وجدت ان نسبته (٤٠.٩٪) في عينات البالغين المختارة مع نسب أعلى لدى طلبة الجامعات حيث بلغت (٨٠.٣٪) في الولايات المتحدة الامريكية (Maraz, Griffiths, and Demetrovics, 2015). كما وجدت دراسة ان نسبة التسوق القسري لدى طلبة الجامعة في فرنسا تبلغ (٧٧٪) (Harnish, Roche, Bridges, 2021). وبين طلبة اسبانيا (٧٠.٩٪) (Otero-López, Santiago, and Castro, 2021).

وعلى الرغم من ان التسوق القسري لم يصنف كاضطراب في DSM5 الدليل التشخيصي والاحصائي للاضطرابات العقلية لسنة ٢٠١٣ او في التصنيف الدولي للامراض والاضطرابات ICD 11 لسنة ٢٠١٩ الا انه يمثل مشكلة في عدد كبير من دول العالم حيث ينتشر اضطراب

الشراء القسري بنسبة أعلى من انتشار الامراض العقلية (Harnish, Roche, & Bridges, 2021).

ان التسوق القسري يعد بمثابة رغبة غير مقصودة وغير منعكسة لشراء منتج معين او خدمة محددة كاستجابة لمحفزات معينة (Chan, et al., 2017).

كما وصف على انه استجابة لرغبة ملحة تقود الى مستويات عالية من المشاعر السلبية (Otero-López & Villardefrancos, 2013).

لقد حاول كولد سميث و مكويري سنة ٢٠٠٠ ان يضعوا معاير للتسوق القسري تمثل عند تواجدها هذا الاضطراب حيث كانت تمثل بمايلي :

١- الانشغال بالتفكير بشكل مستمر بالشراء او الشراء الفعلي بحث ينظر لها على انها مفرطة او تدخلية او لا معنى لها.

٢- ان هذه الدوافع او السلوكيات تسبب ضغط كبير وتقطع مع المهام الاجتماعية او الوظيفية و/ او ينتج عنها مشاكل مالية حقيقة.

٣- ان الشراء او التسوق لا يحدث فقط اثناء فترة الهوس (Faber & O'Guinn, 2008) وجد من خلال الدراسات ان ادمان سلوك التسوق القسري Compulsive Buying Behavior يتميز عن ادمانات اخرى بعدد من الخصائص حيث لوحظ ان نسبة اعلى لدى الاناث وان له مستوى أعلى في الخصائص المرضية النفسية وله خصائص أعلى في سمات الشخصية الباحثة عن التفرد وتجنب الأذى والتعزيز الذاتي والممانعة وعدم التعاون مقارنة بالادمانات الاخرى كالادمان الجنسي واضطراب ادمان الالعاب وادمان الانترنت واضطراب ادمان لعب القمار (Müller, et al., 2015b) لقد اشارت الدراسات ان سلوك التسوق القسري أعلى لدى الاناث مما لدى الذكور لأسباب متعددة منها ما يخص النشاط اليومي للتسوق ومنها ما يخص الثقافة الاجتماعية (Fatteor, et al., 2014).

ان هذه الرغبة القوية والغفوية للشراء قد ارتبطت بعدد من العوامل والتي يمكن ان تصنف تحت فئتين وهما عوامل نابعة من السوق و اخرى فردية (Haq, Abbasi, et al., 2016). يتتمثل الأول في العوامل الخارجية التي تؤثر في الشراء كالمنتجات وطريقة تغليفها او عرضها بينما يتمثل الثاني في النظر الى سيكولوجية المشتري اضافة الى وجود عوامل اخرى يمكن ان تؤثر في خلق رغبة الاندفاع في الشراء مثل التأثير الاجتماعي قوة الفرد الشرائية ونوعية الخدمة المقدمة وتتوفر المال والوقت (Badgaiyan & Verma, 2015).

لقد ربط العديد من الباحثين التسوق القسري بعدد من الاضطرابات منها الاكتآب والقلق، وعدم القدرة على السيطرة على الاندفاع واضطرابات الأكل وادمان الكحول والتدخين كما انها يمكن ان

تكون نتيجة للمحن النفسية والمشاكل القانونية والصراعات الاسرية (Weinstein, et al., 2016).

كما حاول العديد من الدراسات استقصاء عدد من العوامل لتبيان تأثيرها على سلوك التسوق اقسري منها محاولة لفهم أثر الجوانب المعرفية مثل سهولة الاستخدام والمتعة والمخاطر المتوقعة والثقة المتوقعة .(Verhagen & van Dolen, 2011)

بينما ربطت دراسات أخرى التسوق القسري بعدد من العوامل حيث يرى (O'Guinn and Faber, 1989) ان التسوق القسري يستخدم من قبل المتسوقين لاسباب المتعة، وفي بحث اخر انه لازلة المشاعر السلبية (Faber and O'Guinn 1989), كما رأى آخرون انها لتجربة المشاعر الايجابية (Rindfleisch, et al., 1997), او لتحسين انفسهم وصورهم الاجتماعية وللتعبير عن انفسهم Dittmar, 2007, Kukar-Kinney and Ridgway, (2012).

في حين وجد آخرون ان هناك اختلافاً بين المتسوقين القسريين وغير القسريين حيث سجل المتسوقون القسريون درجات أعلى في النجاح المالي وصورتهم عند الآخرين والشعبية بين الناس والانسجام (Otero-López, Santiago, Castro, 2021).

كما اشارت دراسات أخرى الى ان ما يحدث أثناء مرحلة الطفولة من مشكلات سلوكية يمكن ان تعد من خصائص الانشطة الادمانية فيما بعد، حيث ترى هذه الدراسات ان في مرحلة النمو يكون سلوك المغامرة وافعال المخاطرة هي من أكثر اشكال السلوك التي تشجع من قبل الاقران او يتم التسامح معها وهذا ما يؤدي لاحقاً الى أنواع من الادمان .(Dayan et al., 2010; Hartston, 2012)

الاطار النظري

فسرت نظرية سمات الشخصية الكثير من اضطرابات الشخصية ومنها اضطراب التسوق القسري حيث ترى هذه النظرية ان الاندفاع للسوق يمكن ان يرتبط بسمات الشخصية حيث يرى ايزنك ان بعد الشخصية الانبساطية -الانتروائية يرتبط باستثارة الدائرة الشبكية الفشرية ولذلك فان الانطوائيين أكثر ميلاً للاثارة من الانبساطيين . وعلى العموم فان الناس يبحثون عن مستوى متوسط من الاثارة ولذلك فان العلاقة بين الاثارة والشخصية ربما تعكس ايضاً الفروق بين الافراد في استراتيجياتهم للبحث عن الاثارة او تجنبها . وكما يبدو فان الانبساطيين يرفعون قدرتهم على الاثارة من خلال الحركة وهم يفضلون الفعاليات التي فيها اثارة . وعند المستويات العالية من التحفيز تكون الاستثارة لدى ذوي الشخصية الانطوائية اعلى مما لدى الانبساطيين ولهذا فان الاستثارة لدى الانطوائيين ربما تكون اعلى او مساوية او ادنى مما لدى الانبساطيين اعتماداً على

التفاعل المعقد بين نمط الشخصية والتغيير في البيئة المحيطة بهم (Matthews & Gilliland, 1999).

لقد ازداد الاهتمام من قبل الباحثين على ربط سمات الشخصية الخمس الكبرى على أنها منبأة لمخاطر الواقع في إشكال من الأدمانات مثل الأدمان على الكحول والتدخين والمغامرة والعمل. حيث أن الاهتمام قد ازداد بسمات الشخصية الخمس الكبرى FFM (نموذج العوامل الخمس) والتي وضعت من قبل (McCrae & Costa, 2008). حيث تتكون من خمس عوامل مستقلة وهي بعد الانطواء (Neuroticism) والانبساط (Extraversion) والانفتاح على الخبرة (Openness) والموافقة (Agreeableness) وصحوة الضمير (Conscientiousness).

تتميز هذه السمات وفقاً لكوستا ومكري (Costa and McCrae) عام (١٩٩٢) بعدد من الخصائص فالانفتاح على الخبرة تعكس اهتمام الفرد وتحديه وانفتاحه على الخبرات الجديدة. ان الانفتاح على الخبرة يشير إلى كون الفرد منفتح على الخبرات وبالتالي التغيير والتتنوع وان يكون ذو توجه ذكي (Roos & Kazemi, 2022).

وقد ازداد الاهتمام بربط عوامل الشخصية الخمس والتسوق القسري من قبل العديد من الباحثين. حيث توافرت الأدلة على ان سمات الشخصية تقدم فرضيات مهمة في فهم الاختلاف بين الناس في التسوق القسري، حيث وجد (Verplanken & Herbadi, 2001) ان سمات الشخصية مثل صحوة الضمير والاستقلالية ترتبط سلبياً مع رغبة الشراء القسري، بينما وجد ان سمة الانبساطية ترتبط ايجاباً مع رغبة الشراء القسري.

بينما اشار (Herabadi, 2003) إلى انه في حين ترتبط سمات صحوة الضمير وسمة الموافقة سلبياً مع رغبة الشراء القسري فإن العصبية ارتبطت ايجابياً مع رغبة الشراء القسري. كما وجدت دراسات أخرى ان سمات الشخصية الانبساطية وصحوة الضمير والانطوائية والانفتاح على الخبرة ترتبط مع التسوق القسري بينما لم تجد اي علاقة بين سمة الاتفاق والتسوق القسري (Khan, 2019).

أن الأفراد ذوي الدرجة المرتفعة من يقظة الضمير جيدو التنظيم، ذوو كفاءة، ويمكن الاعتماد عليهم، يعملون على إنجاز المهام الموكلة إليهم بطريقة منتظمة، يحللون المشكلات بطريقة منطقية، موجهون نحو الواجب، يتصرفون بالمسؤولية لدى التعامل مع الآخرين، الانضباط الذاتي، نادراً ما يتأخرون عن مواعيدهم، ويخططون لحياتهم بعناية بناء على المبادئ والاهداف. إضافة لما سبق فإن هؤلاء يضعون لأنفسهم أهداف عالية، لديهم رضا عن الحياة الخاصة بهم، ولديهم ارتباط قوي بالعلاقات الاسرية (McAdams, 1994, 289). أما الشخص ذو الدرجة المنخفضة من يقظة الضمير فإنه يميل إلى عدم التنظيم وعدم الفاعلية

واللامبالاة والتهاون والاعتماد على المصادفة (التلقائية)، من الصعب التنبؤ بسلوكه من موقف لآخر مما يؤدي إلى عدم اتساق في سلوكه، تقصيه الخطط والاهداف، من الممكن كذلك أن يتصف بالكسل، البطء، عدم الحسم، التهور، ووهن العزيمة (Cloninger, 2000, 254).

كما وجدت دراسة أخرى أن بعض سمات الشخصية تلعب دوراً هاماً في تحديد زيادة أو نقصان سلوك التسوق القسري بالتصاحب مع بعض العوامل مثل أساليب المواجهة التي يستخدمها الفرد فمثلاً ان سمة العصبية مع استخدام أسلوب تكيف مثل تجنب المشكلة مع تفكير التمني تمثل عوامل مخاطرة في زيادة التسوق القسري. أما سمة صحوة الضمير مع استخدام أساليب المواجهة الفعالة مثل حل المشاكل وإعادة التشكيل المعرفي والدعم الاجتماعي يمكن ان تكون عوامل حماية من احتمالية زيادة التسوق القسري (Otero-López, Santiago and Castro, 2021).

مع الحاجة لدراسة سمات الشخصية الخمس الكبرى للسلوك وبخاصة السلوكيات المرضية بربت الحاجة لاشتقاق سمات أخرى ترتبط بالصحة حيث كانت السمات الخمس المرتبطة بالصحة. وهي سمات تشقق من السمات الخمس الكبرى وتمثل في سمة العداوة (Antagonism) وهي الجزء المرتبط بالصحة لسمة الوفاق (Agreeableness) وسمة الاندفاعية (Impulsivity) وهي السمة المرتبطة بالصحة لسمة الضمير (Conscientiousness) والقدرة على الاستمتاع (Hedonic Capacity) وهي السمة المرتبطة بالصحة لسمة الانبساط (Extroversion) والانطباع السلبي (Negative) وهي الجزء المرتبط بالصحة لسمة الانطواء (Introversion) وسمة عدم القدرة على وصف المشاعر (Alexithymia) وهي الجزء المرتبط بالصحة لسمة الانفتاح على الخبرة (Openness).

حيث اشارت الدراسات السابقة ان التسوق القسري يرتبط ايجاباً مع سمة التوافق (Agreeableness) والانبساط (Extraversion) ويرتبط سلباً مع المشاعر المستقرة وصحوة الضمير كما اكذت بعض الدراسات من ان صحوة الضمير هي السمة الوحيدة التي تفرق بين المتسوقين القسريين وسواهم (Otero- Lopez& Pol., 2013). لقد اكذت الدراسات بأن التسوق القسري يشتق من سمة العصاب والمستوى المنخفض من سمة صحوة الضمير بينما دور كل من سمات الاتفاق والانبساطية والانفتاح على الخبرة ما زالت غير واضحة (Otero- Lopes, & Pol, 2013).

لقد ربطت هذه السمات او البعض منها مع سلوك التسوق القسري حيث وجدت دراسة أخرى ان المتسوقين القسريين لديهم سمة اعلى من سمة الاندفاع (Impulsivity) اضافة الى عوامل اخرى منها درجات اعلى من الكآبة وسمة التفتيش عن التفرد (Blak, et al., 2012).

اثبتت دراسة كلا من Williams, & Grisham, (2012) و Billieux, et al., (2008) ان سمة الاندفاع ترتبط مع سلوك التسوق القسري. كما وجدت دراسات اخرى ان كلاً من سمتين Impulsivity and Compulsivity (Paula, et al., 2015) ترتبطان بالتسوق القسري (wang, et al., 2022) واستنتجت دراسة ان سمة المتعة واحدة من العوامل التي يمكن ان تتبأ بسلوك التسوق القسري (Kshartrya & Shah, 2023).

ان العدائية (Antagonism) تشير الى السلوك الذي يضع الفرد في مواجهة الاخرين بما فيها الشعور المبالغ فيه باهمية الذات مع توقع معاملة خاصة وايضا الكراهية الشديدة تجاه الاخرين والتي تشمل عدم الوعي بحاجات الاخرين ومشاعرهم والاستعداد لاستخدام الاخرين في خدمة تعزيز الذات (APA, 2013a, p.770).

كما اثبتت دراسة تجريبية ان الدرجات العليا من العدائية (Antagonism) ترتبط مع زياد الصرف والتسوق (Harnish, Roche, & Bridges, 2021).

ان المشاعرالسلبية او التأثير السلبي (Negative affectivity) تشير الى مدى واسع من المشاعر على سبيل المثال القلق والكآبة والشعور بالخجل او الذنب والقلق والغضب Duroy et (APA,2013a, p.770). والمشاعر السلبية ترتبط بالتسوق القسري حيث وجد (Negative affectivity) ان المتسوقين القسريين سجلو درجات اعلى على التأثير السلبي (Davenport et al., 2012) ان المتسوقين كما أكد (Davenport et al., 2012) قبل ذلك هذا الاتجاه من غير المتسوقين كما اكد (Davenport et al., 2012) من التعبير عن المشاعر السلبية (التأثير السلبي) يتماشى مع التسوق القسري (et al., 2012).

كما ربطت دراسات اخرى بين الادمان ومنها الادمان على التسوق وسمة عدم القدرة على تميز المشاعر (Alexithymia) حيث اشارت الى ان ردت الفعل التفككي الذي ينتج من محاولة الفرد استخدام تقنية تحويل مشاعر الالم نتيجة الصعوبة في تنظيم المشاعر (Alexithymia) وان هذا التفكك وعدم القدرة على تنظيم المشاعر يزداد خلال فترة المراهقة (Germani, et al., 2023). كما ان عدم القدرة على فهم المشاعر قد وجدت عند (٣١.٤٪) من لديهم ادمان على المغامرة (Lumley, & Roby, 1995).

من كل ما سبق يتضح ان التسوق القسري يرتبط بعدد كبير من العوامل ومنها سمات الشخصية حيث ترتبط بشكل مقاومت ايجاباً او سلباً مع سمات الشخصية، كما ان بعض هذه العوامل تمثل منبهات حول حدوث اضطراب التسوق القسري ولذلك فان هدف هذه الدراسة هو محاولة التعرف على نوعية تلك الارتباطات مع ان هناك عوامل اخرى كثيرة لها تأثير على التسوق القسري تحتاج الى دراسة.

أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث الحالي من وجود مشكلة بدأت تنتاماً في مجتمعنا وهي كثرة الشراء والانفاق بدون حاجة فعلية لذلك. وبما أن التسوق القسري في مفهومه الجديد يعد اضطراباً سلوكيّاً كما جاء بالدراسات السابقة التي استعرضناها في هذا البحث وعدم وجود دراسات توثق اضطراب سلوك التسوق القهري أو القسري في مجتمعنا فأن الحاجة ملحة لتوثيق مقدار انتشار هذا السلوك في المجتمع ومدى ارتباطه بعوامل أخرى. إن دراسة التسوق القسري ومعرفة النتائج المترتبة عليه يتيح للباحثين والمهتمين بالعلاج الاطلاع على حجم المشكلة وما هي العوامل المرتبطة بها وبالتالي فإن هذا البحث يسهم في معالجة هذه المشكلة.

أهداف البحث

يهدف البحث لحالياً التعرف على:
 مدى انتشار سلوك التسوق القسري لدى عينة عراقية.
 مدى الاختلاف في التسوق القسري تبعاً لمتغير الجنس.
 قياس سمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة (الدرجة الكلية للمقياس) لدى عينة الدراسة.

ايجاد الفروق على مقياس الشخصية الكلي تبعاً لمتغير الجنس.
 قياس سمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة (المقاييس الفرعية) لدى عينة عراقية.
 ايجاد الفروق على مقاييس الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة وفقاً لمتغير الجنس.
 قياس العلاقة بين سلوك التسوق القسري وسمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة.

حدود البحث

يتحدد البحث الحالي بقياس سلوك التسوق القسري وعلاقته بسمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة لدى عينة عراقية لعام ٢٠٢٢-٢٠٢٣ م.

تعريف المصطلحات

اولاً: ادمان التسوق: انه حالة عقلية تتصرف بالشراء المستمر والمتهور وغير المنضبط للمنتجات على الرغم من العواقب النفسية والاجتماعية والمهنية والمالية الوخيمة (Müller, et al., 2015b).

التعريف الاجرائي: هي الدرجة التي يحصل عليها المستجيب على مقياس التسوق القسري والمطبق في البحث الحالي.

ثانياً: الشخصية: تشير الشخصية إلى تلك الخصائص التي تتعلق بالشخص والتي تفسر أنماط المشاعر والتفكير والسلوك المتتسقة (Pervin, Mayer, 2007, p. 14)، كما عرفها

Cervone & John, 2005, p. 6). هي الشخصية هي النظام المنظم والمتطور داخل الفرد الذي يمثل العمل الجماعي لمكونات الفرد النفسية الرئيسية.

التعريف الاجرائي: هي الدرجة التي يحصل عليها المستجيب على مقاييس سمات الشخصية والمطبق في البحث الحالي.

اجراءات البحث

وهي الإجراءات المتتبعة في البحث الحالي والكافحة بتحقيق اهدافه من تحديد منهجيته ومجتمعه ، وعيته وطريقة اختيارها وتحديد أدواته وإجراءات القياس باستخدام الوسائل الاحصائية المناسبة لتحقيق الاهداف.

منهجية البحث

اولاً: مجتمع البحث

يقصد بمجتمع البحث جمع مفردات الظاهرة التي يستهدفها البحث سواء كانت أفراد أو أشياء مراد جمعها عن المجتمع (العساف، ١٩٨٦، ص ٩١) حيث تم تحديد مجتمع البحث بالعدد التقريري لكون الدوائر من الصعب إحصائتها بعد الموظفين و لدواعي إدارية حيث شمل البحث الحالي جميع الموظفين في دوائر دينالي الخدمية وكذلك طلبة جامعة دينالي، و كلية بلاد الرافدين وطلبة المعهد التقني بعقوبة ومعهد الصحة العالي حيث تقدر اعداد الطلبة فيها بما يزيد عن (٢٥٠٠٠) طالب وطالبة ولم نحصل على العدد الدقيق لأسباب إدارية.

ثانياً: عينة البحث

هي جزءاً ونموذجاً عن المجتمع الأصلي الذي يمثل مجتمع البحث وتكون هذه العينة مطابقة له وتحمل نفس صفاته المشتركة وقد تم اختيار العينة بالطريقة الطبقية العشوائية فقد تكونت عينة البحث من (٤٥٠) موظف و موظفة و بواقع (٢٠٨ ذكور) و(٢٤١ أنثى). والجدول رقم (١) يوضح ذلك. لقد اهملت ٥٠ استماراة لعدم اكتمال البيانات أو الاجابات العشوائية وبذلك يكون عدد الاستمارات الدالة في التحليل النهائي هو (٤٠٠) فقط.

الجدول رقم (١) جدول يبين اعداد الموظفين والطلبة في الدراسة الحالية

ت	مكان العمل	الذكور	الإناث
1	ثانوية الربع الخضراء	23	19
2	مدرسة أعدادية كنعان	24	10
3	معهد الصحة العالي بعقوبة	5	7
4	محكمة كنعان	4	6
5	كلية الفنون الجميلة	6	10
6	دائرة رئيسي كنعان	6	16
7	ثانوية أبي القاسم	0	10

7	8	دائرة زراعة كنعان	8
18	22	مركز الصحي كنعان	9
19	9	مدرسة وحدة العراق	10
20	25	كلية بلاد الرافدين	11
11	8	مدرسة ابن الهشام	12
11	5	دائرة الكهرباء	13
29	29	كلية التربية الأساسية	14
18	12	مستشفى العام بعقوبة	15
10	5	جامعة ديالى	16
15	17	مستشفى البيتو	17
6	0	المعهد التقني بعقوبة	18
242	208	المجموع	

ثالثاً أداتا البحث

يقصد بها الطريقة أو الوسيلة التي من خلالها يتم جمع المعلومات والبيانات الضرورية للإجابة عن أسئلة البحث. وقد تم استخدام مقياسين لتحقيق أهداف البحث وهما:

١. مقياس التسوق القسري (Andreassen et al., 2015)

تم تبني مقياس التسوق القسري و المكون من ٢٨ فقرة و بدائل خماسية و المعد باللغة الانكليزية .

ترجمة المقياس

تمت ترجمة المقياس من قبل الباحث وتم عرض الترجمة على أثنين من المختصين باللغة الأنكليزية لغرض إعادة ترجمته والتأكد من سلامة اللغة ومطابقته للنص الانكليزي الأصلي حيث تم تعديل بعض المصطلحات والألفاظ الواردة فيه لتناسب البيئة العراقية.

صدق المقياس

يعد الصدق من الخصائص المهمة في بناء المقياس و ذلك لأنه يتضمن قدرة المقياس على قياس ما وضع من أجل قياسه (أبو جلال، ١٩٩٩، ١٠٨)، و أستعمل في البحث الصدق الظاهري و كالآتي:

الصدق الظاهري

يعرف الصدق الظاهري بأنه المظهر العام للمقياس أو الصورة الخارجية له (عباراته وتعليماته) (Frishie, 1972, P.243)، وعرض المقياس على لجنة من الخبراء المتخصصين في التربية وعلم النفس البالغ عددهم (١٠) خبراء وقد أجاب المحكمين بالأيجاب على المقياس حيث حصل على نسبة اتفاق (%) بين الخبراء حيث تم التحقيق من صلاحية الفقرات وبدائل الأستجابة.

وقد بلغ عدد فقرات المقياس (٢٨) فقرة وكان هناك (٥) بدائل للاجابة، وهي (غير موافق تماماً، غير موافق، لا اُعتراض ولا اُتفق، موافق، اُتفق تماماً) وقد نالت الفقرات موافقة جميع الخبراء وبذلك بقي عدد الفقرات (٢٨) فقرة.

الثبات

يقصد بالثبات خلو درجات الأختبار من الأخطاء غير المنتظمة التي تشوب القياس فدرجات الأختبار تكون ثابتة إذا كان الأختبار يقيس سمة معينة قياساً متسقاً مع الظروف المتباعدة التي تؤدي إلى أخطاء القياس ، فالثبات بهذا المعنى يعني الأنساق أو الدقة في القياس (علام، Andreassen et al., ٢٠٠٠ ، ١٣١) ولحساب معامل الثبات لمقياس التسوق القسري (٢٠١٥) أستعمل طريقتين هما:

أ- الثبات بطريقة إعادة التطبيق:

يقصد بالثبات بإعادة التطبيق هو إعادة توزيع المقياس مرة أخرى بعد مرور أسبوعين على (٣٠) فرد من العينة تم اختيارهم بطريقة عشوائية وبعد الحصول على أجابات العينة تم حساب الارتباط بين التطبيقين حيث كان الارتباط يساوي (٦٥٪). بذلك يكون المقياس ثابت.

ب- الثبات بطريقة التجزئة النصفية:

كما تم استخراج الثبات بطريقة التجزئة النصفية وكانت قيمة ارتباط كوتمان (٩١٪) عند درجة دلالة (٠٠٠١) وبذلك يكون المقياس ثابت ويمكن استخدامه في هذه الدراسة. كما تم حساب ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس لزيادة التأكيد والثقة بالمقياس وفقراته حيث كانت جميع الارتباطات دالة وكما يلي:-

جدول رقم (٢) يبين ارتباطات درجات فقرات مقياس التسوق القسري بالدرجة الكلية للمقياس

Item N0.	Pearson Correlation	Item N0.	Pearson Correlation	Item N0.	Pearson Correlation
1	.436**	11	.460**	21	.603**
2	.509**	12	.577**	22	.603**
3	.403**	13	.575**	23	.576**
4	.525**	14	.557**	24	.517**
5	.532**	15	.597**	25	.489**
6	.522**	16	.493**	26	.551**
7	.589**	17	.528**	27	.557**
8	.547**	18	.652**	28	.588**
9	.434**	19	.630**		
10	.567**	20	.654**		

* * . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول السابق ان جميع الارتباطات دالة احصائياً وهذا يدل على ثبات المقياس لقياس الصفة المراد قياسها

٢. مقياس عوامل الصحة المرتبطة بمقاييس سمات الشخصية الخمس الكبرى HP5i (Gustavsson et al., 2003)

تم اختيار هذا المقياس لأنه الأفضل في تقييم الصحة النفسية وفقاً لسمات الشخصية الخمس الكبرى. وهو مقياس قصير مكون من (٢٠) فقرة يمثل خمس سمات مرضية على شكل خمس مقاييس فرعية هي :

أ- التنافر او العداوة (Antagonism) وهو الجانب الصحي المرتبط بالموافقة (Agreeableness).

ب- الأندفاع (Impulsivity) وهو الجانب الصحي المرتبط بالوعي (Conscientiousness).

ج- القدرة على الاستمتاع (Hedonic capacity) وهو الجانب الصحي المرتبط بالأنبساطية (Extraversion).

د- المشاعر السلبية (Negative affectivity) وهو الجانب الصحي المرتبط بالعصابية (Neuroticism).

ه- عدم القدرة على التعرف على المشاعر أو وصفها (Alexithymia) وهو الجانب الصحي المرتبط بالأفتتاح على الخبرة (Openness).

حيث تم تمثيل كل مقياس فرعي بأربع فقرات، وقد تم أيجاد علاقات أرتباطية جيدة بين المقاييس الفرعية الخمس حيث كانت أرتباطات الفا بالشكل التالي (٠.٦٥ ، ٠.٦٦ ، ٠.٥٤ ، ٠.٦٩) كما تم تأكيد أن المقياس ثابت وصادق لتقييم سمات الشخصية المرتبطة بالصحة.

أن لمقاييس سمات الشخصية الخمس أتساق داخلي تم حسابه في دراسة عراقية سابقة (الجوراني، ٢٠١٣) وكانت كما يلي (٠.٥٠، ٠.٦١، ٠.٦٨، ٠.٧٠) لكل من التنافر والأندفاع والقدرة على الاستمتاع والوجودان السلبي وعدم القدرة على التعرف على المشاعر. وفي الدراسة الحالية كانت كما يلي (٠.٥٢، ٠.٧٠، ٠.٤٧، ٠.٤١، ٠.٥٣) على التوالي كما وجد أن الارتباط بين المقاييس الخمس الفرعية دالة إحصائياً تحت نسبة ٠٠٠١

صدق المقياس

يعد الصدق من الخصائص المهمة في بناء المقياس و ذلك لأنه يتضمن قدرة المقياس على قياس ما وضع من أجل قياسه (أبو جلال، ١٩٩٩: ١٠٨)، وأستعمل في البحث الصدق الظاهري وكالأتي:

الصدق الظاهري

يعرف الصدق الظاهري بأنه المظهر العام للمقياس أو الصورة الخارجية له (عباراته وتعليماته) (Frishie, 1972: P.243)، حيث تم عرض المقياس على لجنة من الخبراء المتخصصين في التربية وعلم النفس البالغ عددهم (١٠) خبراء وقد أجاب المحكمين بالأيجاب على المقياس حيث حصل على نسبة اتفاق (%) بين الخبراء، للتحقق من صلاحية الفقرات و بذائل الأستجابة للمقياس.

وكذلك ام وجدت تعديلات او حذف او إضافة على فقرات المقياس وقد يقى عدد الفقرات (٢٠) فقرة كما هو المقياس الأصلي وكان هناك (٤) بذائل: (تنطبق على تماماً، تنطبق على جزئياً، لا تنطبق على بشكل تام، لا تنطبق على مطلقاً) حيث أعلى درجة يحصل عليها الفرد على المقياس فرضياً (٨٠) وأدنى درجة هي (٢٠). علماً أن المقياس تمت ترجمته من قبل الجوراني ٢٠١٣ وتم استخدامه على عينة عراقية وبذلك يكون المقياس مقنن للأستخدام في البيئة العراقية.

الثبات:

يقصد بالثبات خلو درجات الأختبار من الأخطاء غير المنتظمة التي تشوب القياس فدرجات الأختبار تكون ثابتة إذا كان الأختبار يقيس سمة معينة قياساً متسقاً مع الظروف المتباعدة التي تؤدي إلى أخطاء القياس، فالثبات بهذا المعنى يعني الأنساق أو الدقة في القياس (علام، ٢٠٠٠: ١٣١) ولحساب معامل الثبات لمقياس عوامل الصحة المرتبطة بسمات الشخصية الخمس الكبرى HP5i (Gustavsson et al., 2003) تم استعمال طريقتين وهما:

أ- الثبات بطريقة إعادة التطبيق

يقصد بالثبات بإعادة التطبيق هو إعادة توزيع المقياس مرة أخرى بعد مرور أسبوعين على (٣٠) فرد من العينة اختيارياً بطريقة عشوائية وبعد الحصول على اجابات العينة تم حساب الارتباط بين التطبيقين حيث كان الارتباط يساوي (٦٠) وبذلك يكون المقياس ثابت.

ب- الثبات بطريقة التجزئة النصفية

كما تم استخراج الثبات بطريقة التجزئة النصفية وكانت قيمة أرتباط كوتمان (742.) عند درجة دلالة (٠٠٠١) وبذلك يكون المقياس ثابت و يمكن استخدامه في هذه الدراسة. ولزيادة التحقق من صدق المقياس تم استخراج معاملات ارتباط درجات الفقرات بالدرجة الكلية للمقياس.

جدول رقم (٣) يبين ارتباطات درجات فقرات مقياس الشخصية بالدرجة الكلية للمقياس

Item N0.	Pearson Correlation	Item N0.	Pearson Correlation
1	.500**	11	.395**
2	.401**	12	.278**

3	.421**	13	.590**
4	.460**	14	.443**
5	.306**	15	.488**
6	.275**	16	.378**
7	.423**	17	.434**
8	.370**	18	.488**
9	.414**	19	.384**
10	.410**	20	.464**

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

من الجدول السابق يتضح ان جميع الارتباطات دالة احصائية وهذا اجراء يؤكّد صدق المقياس واتساقه. كما تم استخراج ارتباط درجات المقياس الفرعية مع بعضها البعض ومع الدرجة الكلية للمقياس والجدول رقم (٤) يبيّن ذلك.

جدول رقم (٤) يبيّن قيم ارتباطات درجات مقاييس الشخصية الخمس الفرعية مع بعضها البعض ومع الدرجة الكلية للمقياس

		مقاييس العدائية الشخصية الكلية	الأندفاعة	القدرة	عدم المشاعر على تمييز	المشاعر السلبية	القدرة على الاستماع
مقاييس الشخصية الكلية	Pearson Correlation	1	.711***	.739***	.685**	.671**	.628**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
العدائية	Pearson Correlation	.711**	1	.444**	.346**	.230**	.361**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
الأندفاعة	Pearson Correlation	.739**	.444**	1	.390**	.380**	.319**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
عدم القدرة على تمييز المشاعر	Pearson Correlation	.685**	.346**	.390**	1	.465**	.185**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
المشاعر السلبية	Pearson Correlation	.671**	.230**	.380**	.465**	1	.280**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400
القدرة على	Pearson Correlation	.628**	.361**	.319**	.185**	.280**	1

الاستمتع	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N		400	400	400	400	400	400

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

من الجدول السابق يتضح ان جميع ارتباطات المقاييس الفرعية مع الدرجة الكلية للمقاييس دالة احصائية وكذلك ارتباطات المقاييس مع بعضها البعض. وبذلك يكون المقياس صادقاً وثابتاً ويمكن استخدامه في البيئة العراقية.

النتائج

الهدف الأول: قياس التسوق القسري لدى عينة عراقية

وتحقيق هدف البحث الأول وهو قياس التسوق القسري لدى عينة عراقية تم تطبيق الاختبار الثاني لعينة واحدة حيث كان متوسط العينة يساوي (٧٦.٦٣) وبانحراف معياري (١٨.٨) والقيمة الثانية تساوي (٨١.٤٤) ودرجة حرية تساوي (٣٩٩) تحت ثقة (١٠٠%) وبذلك تكون الفروق ذات دلالة احصائية. أي أن العينة ليس لديهم مشكلة في التسوق حيث أن متوسطهم أقل من المتوسط الفرضي للمقياس والبالغ (٨٤). والجدول رقم (٥) يبين ذلك.

جدول رقم (٥) يبين المتوسط والانحراف المعياري لمقياس التسوق القسري

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Shopping	400	97.00	31.00	128.00	76.6300	18.81723
Valid N (listwise)	400					

جدول رقم (٥) يبين قيمة الاختبار الثاني على مقياس التسوق القسري لعينة واحدة

	T	Df	Sig. (2-tailed)	95% Confidence Interval of the Difference		
				القيمة الثانية	درجة الحرية	الدلالة المعنوية
Shopping	81.447	399	.000	76.6300	74.7803	78.479

من الجدول السابق يتبيّن ان العينة ليس لديها سلوك تسوق قسري.

الهدف الثاني: إيجاد الفروق على مقياس التسوق القسري وفقاً للجنس

وتحقيق الهدف الثاني وهو ايجاد الفروق في التسوق القسري تبعاً لمتغير الجنس تم تطبيق الاختبار الثاني لعينتين مستقلتين، والجدول رقم (٦) يبين ذلك.

جدول رقم (٦أ) يبين متوسطات العينة من الذكور والإناث والانحراف المعيار على مقاييس التسوق القسري

Group Statistics				Std. Error
	الجنس	N	Mean	Std. Deviation Mean
	ذكور ¹	184	77.9674	19.75365
	إناث ²	216	75.4907	17.94876

جدول رقم (٦ب) يبين قيمة الاختبار الثاني لعينتين مستقلتين لإيجاد الفروق بين الذكور والإناث على مقاييس التسوق القسري

Independent Samples Test								
t-test for Equality of Means								
				Sig.		Std.	95% Confidence	
				(2-tailed)	Mean Difference	Error	Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df)	e	e	Lower Upper
ShEqual opvariances piassumed ngEqual variances not Shassumed op pi ng	.555	.457	1.313	398	.190	2.4766	1.886	1.2312 6.1845

من الجدول السابق يتضح ان ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث في التسوق القسري

الهدف الثالث: إيجاد سمات الشخصية المرضية المرتبطة بسمات الشخصية الخمس الكبرى لدى عينة الدراسة

ولتحقيق

دالة إحصائياً بين العينة والمجتمع الذي أخذت منه على مقاييس الشخصية تدل على أن العينة لديها مشكلات في سمات الشخصية حيث أن متوسط العينة أعلى من المتوسط الفرضي البالغ (٥٠). والجدول رقم (٧ب) يبين ذلك.

جدول رقم (١٧) يمثل المتوسط الحسابي للعينة على مقاييس الشخصية ككل وقيمة الاختبار الثاني

One-Sample Statistics			Std. Deviation	Std. Error Mean
	N	Mean		
PERSONALITYALL22	400	53.8525	8.56382	.42819

جدول رقم (١٧ب) يبين قيمة الاختبار الثاني لعينة واحدة على مقاييس سمات الشخصية المرضية

One-Sample Test		95% Confidence Interval of the Difference			
		Mean	Difference	Lower	Upper
t	df	Sig. (2-tailed)			
PERSONALITYALL22	125.767	399	.000	53.85250	53.0107 54.6943

يتبيّن من الجدول السابق أن هناك فروق دالة احصائياً بين العينة ومتوسط مقاييس الشخصية

ولصالح افراد العينة وهذا يدل على وجود مشكلات في الشخصية لدى افراد العينة.

الهدف الرابع: إيجاد الفروق على مقاييس الشخصية وفقاً للجنس

وتحقيق الهدف الرابع وهو إيجاد الفروق على مقاييس الشخصية (الدرجة الكلية للمقياس) وفقاً

للجنس تم تطبيق الاختبار الثاني لعينتين مستقلتين كما في الجدول رقم (٨ب).

جدول رقم (٨أ) يبين متوسطات كل من الذكور والإناث والانحراف المعياري على مقاييس الشخصية

Group Statistics			Std. Deviation	Std. Error Mean
	VAR00002	N	Mean	
PERSONALITYALL22	1	184	54.3152	8.47746 .62497
	2	216	53.4583	8.63676 .58766

جدول رقم (٨ ب) يبين قيمة الأختبار الثاني لعينتين مستقلتين على مقاييس الشخصية الكلية تبعاً لمتغير الجنس

		t-test for Equality of Means										
						95% Confidence Interval of the Difference						
				Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Difference Lower	Difference Upper				
		F	Sig.	t	df	d)	nce	ce	r	Upper		
PERSONALITYALL 22	Equal variances assumed	.142	.706	.997	398	.319	.856	.8591	.832	2.545		
	Equal variances not assumed					.999	390.09	.318	.8568	.8578	.829	2.543

يتضح من الجدول السابق انه ليس هناك فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث على مقاييس الشخصية الكلية.

الهدف الخامس: قياس سمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة (المقاييس الفرعية) لدى عينة عراقية.

ولتحقيق الهدف الخامس وهو ايجاد الفروق بين متوسطات العينة والمتوسط الفرضي للمقاييس سمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة كل مجال على حدة. تم تطبيق الاختبار الثنائي لعينة واحدة حيث كانت الفروق دالة احصائياً في السمات الخمس بين المتوسط الحسابي لهذه السمات والمتوسط الفرضي وكما مبين في الجدول رقم (٩ ب).

جدول رقم (٩) يبين المتوسطات والانحرافات المعيارية للعينة على المقاييس الخمس المرتبطة بالصحة

One-Sample Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ALEXITHYMIA2	400	10.6475	2.39323	.11966
ANTAGONISM2	400	10.2225	2.70579	.13529
IMPULSIVITY2	400	10.1325	2.49911	.12496
NEGATIVE	400	10.8475	2.35651	.11783
HEDONIC	400	12.0025	2.50663	.12533

جدول رقم (٩ب) يبين قيمة الاختبار الثاني لعينة واحدة على مقاييس الشخصية الفرعية الخمسة المرتبطة بالصحة

One-Sample Test						
			Sig.	95% Confidence Interval of the Difference		
t	df	(2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper	
ALEXIT	88.980	399	.000	10.64750	10.4123	10.8827
HYMIA2						
ANTAG	75.560	399	.000	10.22250	9.9565	10.4885
ONSIM2						
IMPULSI	81.089	399	.000	10.13250	9.8868	10.3782
VITY2						
NEGATI	92.064	399	.000	10.84750	10.6159	11.0791
VE						
HEDONI	95.766	399	.000	12.00250	11.7561	12.2489
C						

يتبيّن من الجدول السابق ان هناك فروق دالة احصائياً بين متوسط العينة والمتوسط الفرضي على جميع المقاييس الفرعية الخمس للقياس حيث كانت لصالح العينة في جميع السمات الخمس حيث ان متوسطها الحسابي أعلى من المتوسط الفرضي للقياس في جميع السمات لدى عينة البحث.

الهدف السادس: ايجاد الفروق على مقاييس الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة وفقاً لمتغير الجنس

وللغاية تحقيق الهدف السادس المتمثل ايجاد الفروق في مقاييس الشخصية الخمس الكبرى تبعاً لمتغير الجنس تم تطبيق الاختبار الثاني لعينتين مستقلتين وكما موضح بالجدول رقم (١٠ب).

جدول رقم (١٠أ) يبين متوسط كل من الذكور والإناث والانحرافات المعيارية على المقاييس الفرعية الخمسة للشخصية

Group Statistics				Std. Error
	الجنس	N	Mean	Std. Deviation Mean
ANTAGONISM	ذكور	184	9.2772	2.58290 .19041
العدائية	إناث	216	10.2037	2.74077 .18649
IMPULSIVTY	ذكور	184	9.6250	2.38978 .17618

الاندفاعية	إناث	216	10.0741	2.57611	.17528
ALEXITHMAY	ذكور	184	9.3750	2.42158	.17852
عدم تمييز المشاعر	إناث	216	9.3333	2.37428	.16155
HEDONIC	ذكور	184	11.9565	2.58162	.19032
القدرة على الاستمتاع	إناث	216	12.0417	2.44628	.16645
NEGATIVE	ذكور	184	10.6359	2.33833	.17238
المشاعر السلبية	إناث	216	11.0278	2.36233	.16074

جدول رقم (١٠ ب) يبين الأختبار الثاني لعينتين مستقلتين على مقاييس الفرعية الخمسة للشخصية تبعاً للجنس

						Sig.	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	of the
						(2-tailed)	Difference	Difference	Lower	Upper
		F	Sig.	t	df	e	e	e		
HEDONIC	Equal variances assumed	2.165	.142	.338	398	.735	.08514	.2517	.580	.4097
	Equal variances not assumed			.337	380.52	.736	.08514	.252	.582	.4119
NegativeAFF	Equal variances assumed	.102	.749	1.661	398	.097	.39191	.235	.855	.0718
	Equal variances not assumed			1.663	389.15	.097	.39191	.2357	.855	.0714
ANTAGONISM2	Equal variances assumed	.183	.669	3.460	398	.001	.92653	.2677	.4007	1.452
	Equal variances not assumed			3.476	393.93	.001	.92653	.26652	.4025	1.450
IMPULSIVITY2	Equal variances assumed	.359	.549	1.796	398	.073	.44907	.25002	.0424	.9406
	Equal variances not assumed			1.807	395.09	.072	.44907	.24852	.0395	.9376
ALEXITHYMIA2	Equal variances assumed	.046	.831	.173	398	.862	.04167	.24039	.5142	.4309
	Equal variances not assumed			.173	385.43	.863	.04167	.24077	.51505	.4317

يتضح من الجدول السابق ان هناك فروق بين الذكور والإناث في مقاييس سمة العدائية ولصالح الإناث بينما لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في السمات الأخرى بين الجنسين.

الهدف السابع: قياس العلاقة بين سلوك التسوق القسري وسمات الشخصية الكبرى المرتبطة بالصحة.

ولتحقيق الهدف السابع المتمثل بإيجاد الارتباط بين مقاييس التسوق القسري ومقاييس الشخصية الكبرى المرتبطة بالصحة تم تطبيق ارتباط بيرسون والجدول رقم (١١) يوضح ذلك.

الجدول رقم (١١) يبين قيم الارتباط بين مقاييس التسوق القسري ومقاييس سمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة

		Shopping	Hedonic	Negative	Anagonism	Impulsivity	Alexithymia
تسوق السوق	Pearson Correlation	1	.176 **	.352 **	.339 **	.303 **	.353 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
على القدرة الاستمتع	Pearson Correlation	.176 **	1	.280 **	.361 **	.319 **	.185 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
المشاعر السلبية	Pearson Correlation	.352 **	.280 **	1	.230 **	.380 **	.465 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
العدائية	Pearson Correlation	.339 **	.361 **	.230 **	1	.444 **	.346 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
الاندفاعية	Pearson Correlation	.303 **	.319 **	.380 **	.444 **	1	.390 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400
عدم القدرة على تمييز المشاعر	Pearson Correlation	.353 **	.185 **	.465 **	.346 **	.390 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

من الجدول السابق يتضح ان التسوق القسري يرتبط ايجاباً مع القدرة على الاستمتع ومع المشاعر السلبية ويرتبط سلباً مع مقاييس الاندفاعية والعدائية ومع عدم القدرة على تمييز المشاعر.

تفسير النتائج

من خلال النتائج التي ظهرت في البحث الحالي تبين ان ليس هناك مشكلة لدى عينة البحث في التسوق القسري حيث ان عينة البحث لم تصل الى المتوسط الفرضي وهذا ربما يعود الى عدم توفر اسباب أخرى لدى العينة تؤدي إلى اضطراب التسوق القسري حيث اشارت الكثير من الدراسات من ان رغبة التسوق ربما تأتي من عوامل مثل التأثير الإجتماعي، قوة الفرد الشرائية، نوعية الخدمة المقدمة وتتوفر المال والوقت (Badgaiyan & Verma, 2015). أو توافر بعض الاضطرابات والاسباب الأخرى حيث ان التسوق القسري يمكن ان يستخدم من قبل المتسوقين لاسباب المتعة، وفي بحث اخر انه لازالة المشاعر السلبية (and Faber 1989 O'Guinn 1989). وهذه العوامل تحتاج للتأكد من وجودها من عدمه لدى هذه العينة في بحث آخر. كما ان اعمار العينة الحالية ربما أثرت بعدم وجود التسوق القسري حيث ان أغلب أفراد العينة ذوي اعمار في بداية العشرينات وهذا لم يتحقق لهم من التمكّن المالي حيث ان متوسط عمر العينة هو ٢٩ عام . كما أن العوامل التي ادت إلى وجود اضطراب التسوق القسري لدى فئات في الدول الغربية وبخاصة لدى طلبة الجامعات لا تتطبق على العينات والمجتمعات في البدان العربية. إضافة لذلك، وعلى الرغم من ان نتائج البحث الحالي اثبتت ان عينة الدراسة لديها مشكلات في سمات الشخصية المرضية وهذا ما يتطابق مع ما توصلت اليه دراسات سابقة (الجوراني، ٢٠٢٣) لكنها ايضا سجلت درجات تفوق المتوسط في سمات الشخصية الايجابية. حيث دلت البحوث السابقة على ان ارتفاع بعض السمات يرتبط اما سلبا او ايجابا مع التسوق القسري، حيث اشارت الدراسات السابقة ان التسوق القسري يرتبط ايجاباً مع سمة العدائية (Antagonism) وهي الجزء من سمات الشخصية المرتبطة بالصحة لسمة التوافق (Agreeableness) والقدرة على الاستمتاع (Capacity Hedonic) التي ترتبط بسمة الانبساط (Extraversion). في حين يرتبط التسوق القسري سلباً مع المشاعر المستقرة (Alexithymia) وهي الجزء المرتبط بالصحة لسمة الضمير (Conscientiousness) وسمة الاندفاعية (Impulsivity) وهي الجزء المرتبط بالصحة لسمة الضمير (Conscientiousness). كما أكدت بعض الدراسات من ان صحة الضمير هي السمة الوحيدة التي تفرق بين المتسوقين القسريين وسواهم (Otero-Lopez & Pol., 2013).

وهذه العوامل يبدوا انها لم تشكل فارقاً بين الذكور والإناث في عينة الدراسة الحالية لا من حيث وجود تسوق قسري ولا من حيث توفر سمات شخصية مرضية حيث لم تجد الدراسة الحالية فروقاً دالة احصائياً بين الذكور والإناث في جميع سمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة عدا سمة العدائية حيث كانت الإناث أعلى من الذكور في هذه السمة حيث لم يؤدي ذلك الى فروقاً دالة بين الجنسين في التسوق. وهذا ربما يعود لوجود متغيرات أخرى لعبت دوراً

في ذلك منها الاستقلالية المادية او التمكّن المادي لهذه الفئة وايضاً العُمر الذي اشارت اليه البحوث السابقة على انه يلعب دوراً في التسوق القسري (كما ذكر ذلك في المقدمة من هذا البحث).

لقد توصل البحث الحالي الى ان التسوق القسري والذي لم يمثل مشكلة لدى العينة الحالية ارتبط باشكال مختلفة مع سمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة. حيث ارتبط ايجاباً مع كل من سمة القدرة على الاستماع والمشاعر السلبية، وهذا ما اشارت اليه دراسات سابقة مثل دراسة (Otero-Lopez & Pol., 2013). بينما ارتبط سلباً مع كل من العدائية او التافر ومع الاندفاعة ومع عدم القدرة على عدم تمييز المشاعر، وهذه النتيجة جاءت متطابقة مع اغلب البحوث السابقة مثل (Davenport et al., 2012) و (Paula, et al., 2015). ان عدم وجود سلوك التسوق قسري لدى العينة الحالية لم يساعد في تحديد السمات التي يمكن ان تؤدي اليه فعلاً بالرغم من ان البحث الحالي قد اكَد على وجود تلك الارتباطات بين التسوق القسري وسمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة وجاءت النتائج متطابقة مع ما اثبتته الدراسات السابقة.

ان هذه النتيجة تؤكد على ان الاضطراب الذي ينشأ في الشخصية يمكن ان يكون سبباً في اضطرابات سلوكيّة متعددة منها اضطرابات الادمان كالادمان على الشراء. والذي يؤكِّد على اهمية دراسة سمات الشخصية وربطها بالعديد من الاضطرابات السلوكيّة الأخرى ومن الممكن ان يؤدي الى فهمها من جهة ومساعدة على علاجها ومساعدة الافراد على التخلص منها من جهة أخرى. وعلى ضوء نتائج الدراسة الحالية نوصي بزيادة الاهتمام بالشباب من خلال العمل على تحسين الصحة النفسيّة وتقوية السمات الشخصية بما يعكس ايجاباً على سلوكهم. كما ان على مراكز الارشاد الانتباه والتركيز على التغيير الذي يمكن احداثه وفقاً للفروق في السمات التي يمتلكها كل شخص والتركيز عليه. ان هذا البحث هو خطوة أولى يمكن البناء عليها لاستكشاف المزيد من الارتباطات بين سمات الشخصية المرتبطة بالصحة والسلوكيّات الشاذة او المنحرفة في سبيل علاجها والتخلص منها او ربطها مع اشكال السلوكيّات المرغوبة ومحاولة لتعزيزها.

التوصيات والمقترحات:

اولاً: التوصيات:

اعتماداً على نتائج البحث الحالي فإن الباحثين يوصون بما يلي:

- ١- توعية افراد المجتمع على طرق واليات ادارة الميزانية الشخصية وعدم تشجيع او رفع قيمة البضائع والكماليات عن طريق الاعلانات الا بعد الاشراف عليها ومراقبتها من قبل الاجهزه الرقابية الرسمية.

٢- اقامة ندوات نفسية ارشادية لتعريف وتنقيف الافراد وخاصة من العاملين في القطاعات الحكومية كيفية تحقيق الذات بطرق صحية بعيدا عن الاسراف في مظاهر التسوق والشراء غير المبرر.

ثانياً: المقترنات:

بعد اجراء البحث الحالي واعتماد على نتائجه فان الباحثين يقترحون القيام بمزيد من الدراسات على كل من التسوق القسري وسمات الشخصية المرضية وكما يلي:

- ١- القيام بدراسة التسوق القسري لدى النساء المتزوجات وعلاقته باستقرار العائلة المادي .
- ٢- القيام بدراسة العلاقة بين سمات الشخصية والميل للتفاخر وايجاد المكانة لدى الافراد ذوي الدخل المتوسط.

المصادر

► العساف، صالح بن حمد. (١٩٨٦). الأستبانة: مفهومها، تصميمها، اختبارها.

<http://yarab.yabesh.ir/yarab/handle/yad/327258>

► ابو جالة، صبحي حمدان. (١٩٩٩). اتجاهات معاصرة في التقويم التربوي وبناء الاختبارات وبنوak الاسئلة. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

► الجوراني، خليل عبدالله حسين. (٢٠٢٣). الملل الوظيفي وعلاقته بسمات الشخصية الخمس الكبرى المرتبطة بالصحة لدى عينة من الموظفين. مجلة الفتح للبحوث التربوية والنفسية، ٢٧(٢)، ٢٩٩-٣٢١.

► علام، صلاح الدين محمود. (٢٠٠٠). القياس والتقويم التربوي: اساسياته وتطبيقاته وتوجيهاته المعاصرة. دار الفكر العربي للطباعة والنشر.

➤ Aljurany, K. A. H. (2013). Personality characteristics, trauma and symptoms of PTSD: a population study in Iraq (Doctoral dissertation, Heriot-Watt University).

➤ Badgaiyan, A. J., & Verma, A. (2015). Does urge to buy impulsively differ from impulsive buying behaviour? Assessing the impact of situational factors. Journal of Retailing and Consumer Services, 22, 145–157.

➤ Billieux, J., Rochat, L., Rebetez, M. M. L., & Van der Linden, M. (2008). Are all facets of impulsivity related to self-reported compulsive buying behavior?. Personality and Individual Differences, 44(6), 1432–1442.

- Black, D. W., Shaw, M., McCormick, B., Bayless, J. D., & Allen, J. (2012). Neuropsychological performance, impulsivity, ADHD symptoms, and novelty seeking in compulsive buying disorder. *Psychiatry research*, 200(2–3), 581–587.
<https://doi.org/10.1016/j.psychres.2012.06.003>
- Chan, T. K., Cheung, C. M., & Lee, Z. W. (2017). The state of online impulse-buying research: A literature analysis. *Information & Management*, 54(2), 204–217.
- Davenport, K., Houston, J. E., & Griffiths, M. D. (2012). Excessive eating and compulsive buying behaviours in women: An empirical pilot study examining reward sensitivity, anxiety, impulsivity, self-esteem and social desirability. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10, 474–489.
- Dayan, J., Bernard, A., Olliac, B., Mailhes, A. S., and Kermarrec, S. (2010). Adolescent brain development, risk-taking and vulnerability to addiction. *J. Physiol. Paris* 104, 279–286. doi: 10.1016/j.jphysparis.2010.08.007
- Dittmar, H. (2007). I shop therefore I am? Compulsive buying and identity seeking. In *Consumer culture, identity and well-being* (pp. 113–138). Psychology Press.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1989). Classifying compulsive consumers: Advances in the development of a diagnostic tool. *ACR North American Advances*.
- Faber, R., & O'Guinn, T. (2008). Compulsive buying. *Handbook of consumer psychology*, 1039–1056.
- Fattore, L., Melis, M., Fadda, P., and Fratta, W. (2014). Sex differences in addictive disorders. *Front. Neuroendocrinol.* 35:3. doi: 10.1016/j.yfrne.2014.04.003
- Germani, A., Lopez, A., Martini, E., Cicchella, S., De Fortuna, A. M., Dragone, M., ... & De Luca Picione, R. (2023). The Relationships

between Compulsive Internet Use, Alexithymia, and Dissociation: Gender Differences among Italian Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(14), 6431.

- Haq, M. A., Abbasi, S., et al. (2016). Indirect impact of hedonic consumption and emotions on impulse purchase behavior: A double mediation model. *Journal of Management Sciences*, 3(2), 108–122.
- Harnish, R. J., Roche, M. J., & Bridges, K. R. (2021). Predicting compulsive buying from pathological personality traits, stressors, and purchasing behavior. *Personality and Individual Differences*, 177, 110821.
- Harnish, R. J., Roche, M. J., & Bridges, K. R. (2021). Predicting compulsive buying from pathological personality traits, stressors, and purchasing behavior. *Personality and Individual Differences*, 177, 110821.
- Harnish, R. J., Roche, M. J., & Bridges, K. R. (2021). Predicting compulsive buying from pathological personality traits, stressors, and purchasing behavior. *Personality and Individual Differences*, 177, 110821.
- Hartston, H. (2012). The case for compulsive shopping as an addiction. *J. Psychoactive Drugs* 44, 64–67. doi: 10.1080/02791072.2012.660110
- Herabadi, A.G.(2003). Buying impulses: A study on impulsive consumption. [SI]:[Sn].
- Khan, S. W. (2019). Impact of Five Personality Traits on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Marketing Strategies*, 1(1), 22–37.
- Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D., & Serpe, R. T. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1806–1812.

- Kshatriya, K., & Shah, P. S. (2023). A study of the prevalence of impulsive and compulsive buying among consumers in the apparel and accessories market. *Vilakshan–XIMB Journal of Management*, 20(1), 2–24.
- Kukar–Kinney, M., Ridgway, N. M., & Monroe, K. B. (2012). The role of price in the behavior and purchase decisions of compulsive buyers. *Journal of Retailing*, 88(1), 63–71.
- Lumley, M. A., & Roby, K. J. (1995). Alexithymia and pathological gambling. *Psychotherapy and psychosomatics*, 63(3–4), 201–206.
- Maraz, A., Griffiths, M. D., and Demetrovics, Z. (2015). The prevalence of compulsive buying: a meta-analysis. *Addiction*. 111, 408–419. doi: 10.1111/add.13223
- Mayer, J. D. (2005). A tale of two visions: Can a new view of personality help integrate psychology? *American Psychologist*, 60, 294–307.
- Matthews, G., & Gilliland, K. (1999). The personality theories of HJ Eysenck and JA Gray: A comparative review. *Personality and Individual differences*, 26(4), 583–626.
- McElroy, S. L., Keck Jr, P. E., & Phillips, K. A. (1995). Kleptomania, compulsive buying, and binge-eating disorder. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 56, 14–26.
- Müller, A., Mitchell, J. E., and de Zwaan, M. (2015b). Compulsive buying. *Am. J. Addict.* 24, 132–137. doi: 10.1111/ajad.12111
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of consumer research*, 16(2), 147–157.
- Otero–López JM, Santiago MJ, Castro MC. (2021). Big Five Personality Traits, Coping Strategies and Compulsive Buying in Spanish University Students. *Int J Environ Res Public Health*. Jan 19;18(2):821.

doi: 10.3390/ijerph18020821. PMID: 33477931; PMCID: PMC7833433.

- Otero-López, J. M., & Pol, E. V. (2013). Compulsive buying and the Five Factor Model of personality: A facet analysis. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 585–590.
- Otero-López, J. M., & Villardefrancos, E. (2013). Five-Factor Model personality traits, materialism, and excessive buying: A mediational analysis. *Personality and Individual Differences*, 54(6), 767–772.
- Otero-López, J. M., Santiago, M. J., & Castro, M. C. (2021). Life Aspirations, Generativity and Compulsive Buying in University Students. *International journal of environmental research and public health*, 18(15), 8060. <https://doi.org/10.3390/ijerph18158060>
- Paula, J. J., Costa, D.deS., Oliveira, F., Alves, J. O., Passos, L. R., & Malloy-Diniz, L. F. (2015). Impulsivity and compulsive buying are associated in a non-clinical sample: an evidence for the compulsivity-impulsivity continuum?. *Revista brasileira de psiquiatria* (Sao Paulo, Brazil : 1999), 37(3), 242–244. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2014-1644>
- Pervin, L. A., Cervone, D., & John, O. P. (2005). *Personality: Theory and Research* (9th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Denton, F. (1997). Family structure, materialism, and compulsive consumption. *Journal of consumer research*, 23(4), 312–325.
- Roos, J. M., & Kazemi, A. (2022). The five factor model of personality as predictor of online shopping: Analyzing data from a large representative sample of Swedish internet users. *Cogent Psychology*, 9(1), 2024640.
- Verhagen, T., & van Dolen, W. (2011). The influence of online store beliefs on consumer online impulse buying: A model and empirical application. *Information & Management*, 48(8), 320–327.

- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. European Journal of personality, 15(1_suppl), S71–S83.
- Wang, X., Ali, F., Tauni, M. Z., Zhang, Q., & Ahsan, T. (2022). Effects of hedonic shopping motivations and gender differences on compulsive online buyers. Journal of marketing theory and practice, 30(1), 120–135.
- Weinstein, A., Maraz, A., Griffiths, M. D., Lejoyeux, M., & Demetrovics, Z. (2016). Compulsive buying—features and characteristics of addiction. In Neuropathology of drug addictions and substance misuse (pp. 993–1007). Academic Press.
- Williams, A. D., & Grisham, J. R. (2012). Impulsivity, emotion regulation, and mindful attentional focus in compulsive buying. Cognitive therapy and research, 36, 451–457.