

قياس ادمان التسوق لدى طلبة قسم الارشاد النفسي والتوجيه التربوي

المدرس الدكتور
هناه صادق البدران
الاستاذ المساعد الدكتور
هناه عبد النبي العبادي
ارشاد نفسي
كلية التربية للعلوم الإنسانية / جامعة البصرة
العراق

ملخص البحث :

يهدف البحث الحالي الى دراسة قياس ادمان التسوق لدى طلبة قسم الارشاد النفسي والتوجيه التربوي والتعرف على الفروق في الادمان حسب متغير الجنس واستخدمت الباحثتان المنهج الوصفي وبلغ حجم العينة (80) طالب وطالبة من قسم الارشاد النفسي والتوجيه التربوي ولجميع المراحل و تمثلت ادوات الدراسة باستبيان استطلاعي للتعرف على اسباب كثرة التسوق بدون الحاجة الى بعض المواد الضرورية ثم عرضت القرارات على المختصين في العلوم التربوية و الارشاد النفسي لبيان مدى صلاحية القرارات لأهداف البحث وعولجت البيانات "إحصائياً" باستخدام "الحقيقة الاحصائية" () وتوصلت الدراسة الى النتائج التالية وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى ادمان التسوق لصالح عينة الدراسة وووجد فرق ذات دلالة معنوية حسب متغير الجنس ولصالح الاناث وتوصي الباحثتان بضرورة عقد ندوات وورش لغرض توضيح ظاهرة الادمان و اثرها على الطالب والاسرة والمجتمع.

Abstract

Measuring Shopping Addiction in Students of the Department of Psychological Counseling and Educational Guidance at the College of Education for Human Sciences, University of Basra

**Assist. Prof. Hana' Abdul-Nabi Al-Ebadi (Ph.D)
Psychological Counseling
College of Education for Girls
University of Basra**

The current research paper aims at measuring shopping addiction in students of the Department of Psychological Counseling and Educational Guidance and identifying gender-related differences. The two researchers used the descriptive method and the research sample consisted of (80) female and male students from the Department of Psychological Counseling and Educational Guidance from all four classes. The research tools were represented by a questionnaire to determine the reasons of over-shopping without any reasonable need for it. The items of the

questionnaire were then displayed on experts in the field of educational sciences and psychological counseling to determine how related they are to the research objectives. The data were then statistically analysed using (SOPS). The results of the study revealed some statistically significant differences in the level of shopping addiction in the research sample. There was also a significant gender-related difference favouring females. The researchers highly recommend the necessity of conducting symposiums and workshops to discuss this addiction phenomenon and its effect on the student, the family and the society.

مشكله البحث :

الكثير من الناس يحبون التسوق و لكن هنالك ايضاً من لديهم هوس التسوق الى الحد الذي ينتهي بهم الى صرف الكثير من النقود وهذا بدوره يؤدي لمشاكل كثيرة ، هذا الادمان غالباً ما يكون مرتبط بموسم معين في السنة مثل الأعياد وفي حالات أخرى يكون طوال العام .

ما هو أدمان التسوق: وهو اكثـر أنواع الـادمان السلوكي انتشاراً" وعباره عن الرغبة الدائمة لشراء الاشياء بغض النظر عن وجود مال كافي أم لا وهو ليس مشكلة ظهرت حديثاً" بل هو موجود منذ زمن وقد أثر على ملايين البشر عبر السنين منذ بداية القرن التاسع عشر .

وهنالك من الناس من يتسوق ل حاجته الفعلية للأغراض التي يشتريها ، و هنالك من يتسوق فقط لإشباع رغباته و الهروب من مشاعر سلبية تواجهه . (مصدر انترنت)

يظن البعض أن التسوق الالكتروني أو شراء الملابس والتردد على الاسواق، هو نشاط طبيعي غير ضار ، إلا أن بهذا التصرف الذي يقوم على مبدأ التعويض أو المكافأة ، يعد شكلاً من أشكال الإدمان و المرض الذي هو بحاجة إلى علاج وفقاً للخبراء . حيث يحتاج الأشخاص الذين يعانون من سلوك تسوق مرضي إلى الدعم بحسب البروفيسور "نينا رومانتشو-كايفرات" كبيرة الأطباء النفسيين في مستوصف الطب النفسي والعلاج النفسي لمستشفى شاريته الجامعي في برلين . غير أنه قبل أن يتلقوا المساعدة يحتاج المرضى إلى الاعتراف بأن انعماصهم السابق غير المضر يومياً" في التسوق أصبح أدمان و يعد الشراء القهري شكلاً من أشكال الإدمان الذي لا صلة له بمورد معينة .

وأظهر تحليلاً مستند إلى دراسات من عده دول أن هنالك في المتوسط نحو (%) من السكان يعانون من الشراء القهري . ويقول الأستاذ "كارل كولمان" الذي أجرى بحثاً عن الشراء القهري لصالح غرفة العمل النمساوية أن الكثرين يسعون لتحقيق الضغط الذي يتولد في نهاية يوم عمل مجده بمكافأة أنفسهم بشراء مواد جديدة .

أن الاستهلاك هو أبسط شكل من أشكال الدواء عندما يتعلق الأمر بالتعويض عن إحباطات الحياة اليومية هذه ليست المشكلة في حد ذاتها بيد أن الأشخاص المصايبين بالشراء القهري يفقدون السيطرة عن هذه الآلية . تتعزز هذه الظاهرة بالخيار الإضافي للتسوق عبر الانترنت دون أن يراك أحد وبنقره على الماوس ودون دفع نقدي يجعل التسوق عبر شاشات التلفزيون والبيع عبر الانترنت، المنتجات متوفرة في أي وقت و في موعد تسلیم قصير للغاية ويقول "مولر" إن المصاص بالشراء القهري لا يبدو عليه أبداً " أنه في هيئه سيئة وعادة ما يكون العكس تماماً فانهم يميلون للتناقض في الملبس غير أن المحيطين بالمرضى غالباً ما يعتقدون انهم ضعيفو الارادة ، الامر الذي يعتبر وصمة مؤلمة أو شيء يتعين على المدمنين فعله في العلاج ، هو

تحديد المواقف التي تشير عمليات الشراء الخارج عن السيطرة ، ويقول " مولر "أتنا ننصح المريض بالبحث عن طريق أخرى لمكافحة النفس ، غير شراء قطعه ملابس مثلًا" غير ضرورية . وتماما" مثل المدمنين الآخرين لا يشفى المصابون بالشراء القهري بالكامل ، أنهم بحاجة إلى تعلم كيفية السيطرة على الاندفاعات واستدامة هذه السيطرة طوال حياتهم

(نسرین ، عمران ، 2014)

ويعد هوس التسوق هو في الحقيقة مرض نفسي ويعرف علميا)" اضطراب الشراء القهري وممن الممكن علاج هذا المرض لولا أن غالبية المصابين به لا يعون حالتهم أو أنهم ببساطة ينكرون وجودها . وقد يظن بعضهم أن "إدماناً" لهذا موجود بين النساء فقط ، إلا أن الإحصاءات والدراسات الحديثة تظهر تفشيه بين الجنسين على السواء وأن عدم ملاحظته بوضوح لدى الرجال يعود إلى نوعيه المشتريات التي يدمونها عليها كالسيارات والالكترونيات والمعدات الكهربائية ، بينما يتوجه هوس الشراء لدى النساء نحو الثياب وأحذية والإكسسوارات ومن المفاجئ ان إدمان التسوق يصيب الطبقات الدنيا أكثر من الأغنياء . وتتلخص مشكلة البحث الحالي في التعرف على قياس مستوى إدمان التسوق لدى طلبة قسم الارشاد النفسي والتوجيه التربوي ؟

أهمية البحث :

أن المصطلح العلمي لإدمان التسوق باللغة الانكليزية هو () وهذه الكلمة مشتقه من كلمتين الاولى () للبيع والآخرى () بمعنى جنون أو هوس و في ثقافة الطب النفسي يشار الى هذا النوع من الإدمان على أنه اضطراب الشراء المرضى المدفوع إليه الإنسان ويعاني من هذا الاضطراب كلا من الرجال والنساء بنسب تكون شبه متساوية ... وليس النساء فقط كما يدعى البعض، لكن لا نستطيع ان ننكر على الجانب الآخر أن المرأة تمثل قوه شرائية هائلة ! لكن هل هذا يعد إدماناً" بالمعنى الحقيقي مثل إدمان العاقير أو المخدرات ؟ إذا كان الإنسان يلجأ إلى الشراء بداع التخفيف عن ضغوط قد تعرض لها أو نتيجة لمعاناته من قلق أو أحباط فهو في حقيقة الأمر نوع من أنواع الإدمان و يصنف ضمن قائمه الطويلة .

ويصبح مثل الأنواع الأخرى من الإدمان التي تؤدي فيها فرط الشراء إلى فقد الفرد لوظيفته وتدمیر قدراته المالية ، وبالطبع تأثيره على العلاقات الزوجية و هدم بناء الأسرة و كيان أفراد العائلة الواحدة . فجنون التسوق أو إدمان التسوق ليس شراء الأشياء التي يريدها الشخص أو أن يقوم بالفتيش عن الأشياء الفاخرة لكي يقتنيها ، فالأمر يختلف تمام الاختلاف عن ذلك ، فهو شراء يختلف عن العادات الشرائية التي يمارسها الشخص في حياته العادية من أجل الحصول على شيء يكون في احتياج له حتى لو أنتقى الغالي والثمين الذي يكلف أموالاً باهظة فالسبب وراء قيام الشخص بالشراء المرضى لا يكون بداع الاحتياج وإنما هو طريقه يتبعها الشخصية للخروج من المأزق الذي تعرض له ، أو وسيلة يحاول التكيف بها مع الموقف الذي يسبب الضيق له .

الشخص الذي يعاني من اضطراب الشراء المرضى يدخل في دائرة من التوتر النفسي والعصبي التي تنشأ لديه عند رؤيته لعنصر من العناصر. و لا يزول منه التوتر إلا بعد انتهائه من شرائه إياه . فالشراء يمثل (إزاحة) للهروب من المشكلة التي تعرض لها . ومن الهام معرفه أن الشخص لا يهدف من وراء الشراء اقتناه الأشياء و إنما يهدف إلى المرور بخبره الشراء وبخطواتها . كما أنه لا يلتفت إلى ما قام بشرائه على الأطلاق ونجد أن الإناث مع هذا النمط المرضى يقمن بشراء الملابس وأدوات التجميل وكل ما يخص المنزل أما الرجال فيحرصون على شراء الكتب والأجهزة الإلكترونية .

وهنالك أسباب تدفع الشخص إلى الشراء المرضى: هنالك محاولات (الكنها غير صحيحة) فيما يخص التوصل إلى أسباب جنинية تؤدي إلى إدمان الشخص للشراء والتسوق. من المثيرات التي تدفع الشخص إلى القيام بسلوك الشراء اللاإرادي، وهي العوامل التالية :

الحرمان الشعوري، حيث يقوم بإشباعه فعل الشراء. وعدم القدرة على التكيف بشكل ملائم أو صحيح مع المواقف الصعبة مثل الوحدة أو الغضب، وحينها يتم اللجوء إلى فعل الشراء لتعطى "احساساً" للشخص بأنه يمتلك مقاليد السيطرة. المزيد عن الغضب والمزيد عن رهاب (فوبيا) الوحدة حاجة الشخص إلى ما

يبعده عن التفكير في الأمور التي تسبب الضيق له. الرغبة في البحث عن المخاطر (من وجهه نظر الشخص المصايب بإدمان التسوق) المتمثلة في فرط الأنفاق لكنها في واقع الأمر تمثل مخاطر أمنة. الحاجة أو الرغبة في الحصول على القبول، أي الرغبة في الإحساس بالمشاركة الفعالة في الأنشطة الاجتماعية الطبيعية. أنواع الإدمان المعاصر: تقسم أنواع الإدمان في أيامنا المعاصرة لا يمكن أن نحصرها على إدمان المواد ، فالإدمان بمفهومه الشامل هو اعتياد الإنسان على القيام بفعل أو نشاط معين، حتى يصبح ذلك الأمر خارجاً عن سيطرته و يؤديه دون أرادته منه غاضباً بصره عن عواقب ذلك أو ما قد ينتج عنه من أثار سلبية صحيًا" أو نفسياً" أو اجتماعياً".

الشخص الذي يسرف في شراء كل ما يلزمـه وما لا يلزمـه بوصفـه العامة بالإنسان المبذر أو المسرف، لكن العلماء كان لهم رأـياً آخر وصنفـوه كحالـه مرضـيه لابـد أن تخـضع لـبرنـامج عـلاجي، وأـدرـجوـوا هـذا الفـعل الذي يـمارـس قـهـرياً" كـأـحد أنـواع الإـدمـان ، وأـسـمـوه باـسـم إـدمـان التـسوـق أو إـدمـان الشـراء وـيـعـرف عـلـمـياً" بمـصـطلـح أـنـيـوـماـنيـا أو شـوـبا هـولـيسـمـ، وـأـعـطـى لـه الرـمـز الإـختـصـاري الـحـالـة () وـقد عـرـفـت هـذه الـحـالـة من أنـواع الإـدمـان قـبـل 100 عامـ تقـريـباً، وـكـان أولـ من تـحدـث عن هـوسـ الشـراء بـوصـفـه أحدـ أنـواع الإـدمـان ، عـالمـ النـفـس إـمـيل كـرـيـيلـين من ولاـيـة سـاـكسـونـيا بشـرقـ الـمـانـيـاـ، لـكـنهـ لـلـأـسـف أـهـمـ وـلمـ يـخـضـعـ لـدـرـاسـاتـ الـمـوـسـعـةـ إـلـاـ فيـ وقتـ مـتأـخـرـ مـنـ الـقـرنـ الـمـنـصـرـمـ، وـأـخـلـفـتـ آـرـاءـ الـعـلـمـاءـ حـولـ التـسوـقـ الـقـهـرـيـ فـبعـضـهـمـ رـأـيـ أنهـ يـنـشـأـ عـنـ خـلـ عـلـيـ ، أـمـاـ الـمـجـمـوعـةـ الـأـخـرـىـ فـقـدـ رـأـتـ فـيـهـ خـلـ نـفـسـيـ صـرـيـحـ كـنـهـ جـمـيـعـهـمـ اـنـفـقـواـ عـلـىـ أـعـراضـهـ وـمـضـاعـفـاتـهـ وـعـلـىـ أـنـهـ أـحـدـ أـكـثـرـ أـنـواعـ الإـدمـانـ تـفـشـيـاًـ بـيـنـ النـاسـ .

وتـأتـيـ اـهـمـيـةـ الـبـحـثـ الـحـالـيـ فـيـ التـعـرـفـ عـلـىـ مـسـتـوىـ إـدمـانـ التـسوـقـ لـدىـ طـلـبـةـ قـسـمـ الـاـرـشـادـ الـنـفـسـيـ، وـالـتـعـرـفـ عـلـىـ الـفـروـقـ فـيـ إـدمـانـ التـسوـقـ حـسـبـ مـتـغـيرـ الـجـنـسـ (ـذـكـورـ ،ـأـنـاثـ)

أهداف البحث:

يـهـدـفـ الـبـحـثـ الـحـالـيـ إـلـىـ التـعـرـفـ عـلـىـ :

- 1 قـيـاسـ مـسـتـوىـ إـدمـانـ التـسوـقـ لـدىـ طـلـبـةـ قـسـمـ الـاـرـشـادـ الـنـفـسـيـ وـالـتـوجـيهـ التـربـويـ ؟
- 2 التـعـرـفـ عـلـىـ الـفـروـقـ الـفـرـديـةـ فـيـ مـسـتـوىـ إـدمـانـ التـسوـقـ حـسـبـ الـجـنـسـ ؟

حدود البحث :

يـقـتـصـرـ الـبـحـثـ الـحـالـيـ عـلـىـ طـلـبـةـ قـسـمـ الـاـرـشـادـ الـنـفـسـيـ وـالـتـوجـيهـ التـربـويـ لـلـعـامـ الـدـرـاسـيـ (2019 2020) الـدـرـاسـةـ الصـبـاحـيـةـ .

تحديد المصطلحات :

1 تعـريفـ شـارـماـ وـآخـرونـ : (ـالـانـشـغالـ الـمـتـكـرـرـ بـعـمـلـيـاتـ الـشـراءـ)ـ أوـ الـانـدـفـاعـ نـحـوـ الـشـراءـ الـذـيـ يـظـهـرـ عـلـىـ شـكـلـ خـبـرـهـ لـاـ يـمـكـنـ مـقاـومـتـهـأـوـ كـخـبـرـهـ إـقـتـحـامـيـةـ وـلـاـ شـعـورـيـةـ .

2 وـيـعـرفـ طـبـياًـ إـلـىـ الرـغـبةـ الـقـهـرـيـةـ فـيـ الـشـراءـ ،ـوـهـوـ مـرـادـفـ لـمـفـهـومـ هـوسـ التـسوـقـ (ـأـنـيـوـماـنيـاـ)ـ الـذـيـ يـشـتـقـ مـنـ كـلـمـتـيـنـ يـونـانـيـتـيـنـ هـمـاـ :

الأـولـىـ :ـ الـكـلـمـةـ الـيـونـانـيـةـ (ـ)ـ الـتـيـ تـعـنـيـ الـبـيـعـ وـالـثـانـيـةـ :ـ الـكـلـمـةـ الـيـونـانـيـةـ (ـ)ـ الـتـيـ تـعـنـيـ الـهـوـسـ .

3 تعـريفـ (ـ1994ـ)ـ أـنـ التـسوـقـ الـقـهـرـيـ رـغـبـهـ اـسـتـحـواـذـيـهـ سـيـئـةـ التـكـيفـ ،ـوـهـذـاـ السـلـوكـ الـشـرـائـيـ يـمـكـنـ الإـشارـةـ إـلـيـهـ مـنـ خـلـالـ عـدـهـ نقاطـ :

أـ إنـ الـانـشـغالـ الـمـتـكـرـرـ بـعـمـلـيـاتـ الـشـراءـ أوـ الرـغـبةـ الـقـهـرـيـةـ لـلـشـراءـ عـبـارـهـ عـنـ خـبـرـهـ لـاـ يـمـكـنـ مـقاـومـتـهـ،ـإـذـ هـيـ خـبـرـهـ إـقـتـحـامـيـةـ وـلـاـ شـعـورـيـةـ .

بـ إـنـ الـشـراءـ الـمـتـكـرـرـ لـلـأـشـيـاءـ لـاـ حـاجـةـ لـهـ أـوـ لـاـ يـمـكـنـ تـجـنبـهـ .
جـ إـنـ التـسوـقـ لـفـتـرـهـ طـوـيـلـةـ مـنـ الـوقـتـ يـتـمـ مـنـ دـوـنـ أـرـادـهـ فـيـ شـراءـ الـأـشـيـاءـ .

الاطار النظري والدراسات السابقة :

ما الذي يحدث في جسدك ودماغك عندما تتوقف عن التفكير العقلاني ويغيرك تخفيض الأسعار على التسوق ؟

هل تعرف ذلك الشعور جيداً" عندما يتدفق الأدرينالين و الرغبة في جسدك حتى عندما تفك في التسوق ؟

يبعد أنك تحتاج إلى جرعتك المقبلة من الشراء، وعندما تقترب من ذلك، قد لا يكون بإمكانك إيقاف نفسك. بالنسبة للبعض منا لا تعد الإعلانات الصاحبة التي تروج لخفض الأسعار بنسبة (50%) والتخفيفات التي تعلن عنها ليوم واحد فقط، وكذلك التصفيات لبعض السلع مختلفة كثيرة" عن اشارات التنبيه لدى مدمني المخدرات إلى أنهم في حاجة لجرعة أخرى .

فالشعور بالفوز بالتسوق في يوم التخفيفات ليس مختلفاً" عن إدمان الكحول أو المخدرات أو حتى الطعام حسب قول خبراء طبيين. حتى أولئك الذين لم تشخص حالاتهم بما يعرف باسم (اضطراب الشراء القهري) الحقيقي ، يمكن أن يختبروا أندفاعاً" مماثلاً، ولذلك السبب، حتى المتسوق العادي يجد تحدياً" حقيقياً في ممارسة ضبط النفس أمام عملية الشراء .

في الواقع، نحن نقرر في العادة شراء شيء ما في جزء من الثانية ، دون كثير من التفكير العقلاني، كما تقول "كونيونغ أوه" الاستاذة المشاركة في جامعة بفالوا في ولاية نيويورك، والمتخصصة في مجال التسويق العصبي، وهو متخصص يتبع سلوك المستهلك من خلال علم الأعصاب. تقول (أوه)، التي تدرس الموجات الدماغية لتتبع فترات الاندفاع الخفية في عواطفنا، إننا لا نستخدم عملية موازنة منطقية للنتائج عندما يتعلق الأمر بإغراء بطاقات تخفيضات الأسعار، بدلاً" من ذلك فإن معظم قراراتنا بشراء شيء ما تنتخذها فوراً" .

وتصنيف أننا لا نستخدم عملية الموازنة المعتادة للنتائج كما نفعل في مكان العمل، لأن هذه الأنواع من القرارات العاطفية غالباً" ما تتخذ لا شعورياً" بسبب تركيبة الدماغ البشري .

ففي اللحظة التي نقرر فيها الشراء، نشعر بالراحة، وتتدفق المشاعر الإيجابية لدينا، ولكن بعد ذلك، وعلى غرار مدمnin المخدرات أو الكحول، فالمشاعر العميقa بالذنب بعد الانغماس فيه، يكون من الصعب علينا التعافي منها، وفقاً (كيلت يارو)، المتخصصة في علم نفس المستهلك في سان فرانسيسكو، ومؤلفه كتاب (فك رموز العقل الجديد للمستهلك) .

أحياناً نقول لأنفسنا نحتاج إلى المزيد، ويجب إن نحصل على المزيد، وعلينا العودة للحصول على المزيد ، إذا كان كل هذا يbedo خارجاً عن السيطرة ، فقد لا يكون الوضع كذلك، فالأمر الرئيسي هنا هو ضرورةفهم ما يحدث لنا عندما تشتعل لدينا الرغبة في التسوق، أن دخولك إلى متجر مفضل أو موقع مفضل للتسوق على الأنترنت هو الحافز لذلك، فهذا الفعل ذاته ليخبر جسدك بأن عليه أن يبدأ في إفراز كمييات أكبر من ماده الدوبامين، وهي ناقل عصبي في الدماغ يجعلك تشعر بالارتياح لمواصلة التسوق والبحث عن المتعة والمكافئات حسب قول "دارين بریدجر" المستشار في شركه نيوو سترانـاـ .

ويضيف "دارين" أن التسوق يشبه عملية البحث عن الكنز نوعاً ما. فعملية البحث ذاتها محفزة للغاية، ومعظم ما يحدث بعد ذلك يخرج عن إطار اتخاذ القرار العقلاني الذي تتباه دائماً في بقية أمور حياتنا ، والذي يجعلنا نتجنب الإهمال فيما يتعلق بمشروع ما في بيته العمل ، أو التفكير مررتين قبل قياده سيارتنا بطريقة متهورة. ومعظمنا يمضي أقل من ثانية لاتخاذ قرار بشأن شراء شيء ما أو الانصراف عنه ، حسب قول "أواه" ، وتصنيف أنه من خلال ذلك الاندفاع ، يحدث ارتفاع في الموجات الدماغية ، وهو ما يؤدي إلى ما نسميه "الانحراف العاطفي" في تقييم منتج معين .

ونقول "أواه" إن تلك الاندفاعات تثور في معظم الأحيان من تجاربنا السابقة مع علامات تجارية معينة (وهي سر التسوق الفعال) أو اكتشاف منتجات موجودة بالفعل على قائمة ما نتمنى شرائه. وتقول "أنجيلا ورتزل" وهي معالجة تعمل مع من يعانون من اضطرابات التسوق القهري ، في سانتا باربرا في كاليفورنيا ، أن معظمها ليس مدمينا فعلاً على الأشياء التي يشتريها ، بل أنها عملية التسوق التي يمكن أن

تصبح عاده من الصعب التوقف عنها بنفس الطريقة التي تجعل من الصعب على البعض التحرر من اضطرابات إدمان الأكل أو الكحول أو المخدرات .

أن مشاعر السعادة تبدأ عندما يبدأ المتسوق في التفكير في التجربة التي قد تطول لأيام أو حتى أسبوع قبل التوجه إلى الأسواق وتقول (إن) أن العملية برمتها تبدأ عندما تتطلع أنت إلى تحقيقها، وهي ليست مختلفة كثيراً عن التفكير في تناول الكحول.

قد يكون من الصعب بالفعل مقاومه تلك التخفيضات التي يسهل لها لعبنا، وخاصة فيما يعرف بيوم (الجمعة) و هو يوم الصفقات والتخفيضات الكبرى في دول وأماكن في العالم الغربي والعربي . خلال تلك التخفيضات، يسيطر جهاز التنبيه اللاإرادي في الجسم (وهو الجهاز الذي يثير استجابة الكراهة والفرار لدينا) على بعض أجهزة الجسم الأخرى بشكل غريزي ، مما يحدث استجابة زائدة لدينا تشبه الاستجابة التي كانت لدى البشر الأوائل قديماً عندما كانوا يواجهون الحيوانات المفترسة ، وفقاً لـ (يارو) المتخصصة في علم نفس المستهلك . فيمكن للخوف من إصابة فرصة الشراء أن ينقلنا إلى وضع تنافسي يجعل من الصعب علينا السيطرة على الاندفاع لشراء شيء ما يمكن لشخص آخر أن يشتريه قبلنا، حسب قوله .

وتضيف (يارو) قائلة إنه من الماضي كانت الإثارة الفسيولوجية مصممة لحمايتها من الدبة، وليس من متسوقين آخرين. إلا أن سبب قوة استجابتنا هو أن الناس لا يفكرون في ذلك .

إما (ورتنل) فتقول إنه على العكس من ذلك ، فيبينما يشعر بعضاًنا بالأثارة والتتنافسية، فإن البعض الآخر يعني من معدل ضربات قلب أيضاً" ويستخدم التسوق للاسترخاء والهروب من المشاكل اليومية. وتضيف بعض الناس يتحدث عن الشعور بالبهجة، ومستوى أقل من القلق ، وتهدهئ أكبر للأعصاب .

هل تعتقد أن بإمكانك الذهاب إلى مركز تجاري مع أصدقائك وأنهم سيعملون على حمايتك من الاندفاع نحو الشراء؟ ليس بالضبط ، فاصطحاب أصدقائك معك يغريك على التسوق أكثر من الواقع. تقول (أوه) إن جلب الأصدقاء للتسوق، أو مقابلة متسوقين آخرين في الأسواق، أو قراءة آراء بعض المستخدمين على الإنترنت حول سلع معينة ، يمكن أن يعمل على زيادة مشاعر الترابط معهم ، مما يجعل المضي قدماً في الشراء أسهل ، حتى لو شعرنا بالتردد للحظة .

وتضيف أنك لن تدرك ذلك حتى ، فمعظم الوقت تكون هذه التغيرات مرئية فقط من خلال الموجات الدماغية بدلاً" من ضربات القلب المتتسارعة أو العضلات المتوترة .

لكن هنالك بعض الأمل ، فعلى سبيل المثال يمكنك أن تجبر نفسك على تفادي تلك العروض الخاصة بتخفيض الأسعار . وبدلاً من تفحص بطاقات الأسعار أولاً ، توصي (يارو) بالنظر إلى بطاقة السعر بعد التعرض لجنون التخفيضات أما على الإنترنـت ، فلا تتقـر على قسم التخفيضات أولاً" قبل أن تحدد ماذا تريد بالفعل .

وتقول "عليك أن تهدي نفسك ، وتجبر نفسك على أن تكون منطقياً" بشأن الموضوع بأكمله" وتذكر أن، نعم المشترين دائمًا يتبع التسوق الإدماني تقريباً .

ويقول (بيريدجر) من السهل جداً" إثارة ذلك الحافز الذي يدفعك للبحث عن شيء تشتريه، بيد أن الناس قد يبالغون في مدى المتعة التي يشعرون بها حال أيجاد شيء يشترونه، وهو شيء يجب أن تضعه في الاعتبار عندما تهرب إلى التسوق في موسم التخفيضات .

(المصدر العربي ، نيوز 29 نوفمبر 2016 ، ألينا ديزك) .

الدراسات السابقة :

دراسة شارما و آخرون (دراسة في سايكولوجية التسوق القهري)

وتناولت هذه الدراسة تعريفات عديدة للسوق القهري واوضحت أن استعمالاً" لمقاييس السيكولوجية ذات المجالات المتعددة يتبين لنا أن المشترين القهريين () يختلفون عن نظرائهم من المشترين المسيطرین في عمليات الشراء (الاصحاء) ومدى التمتع بمظاهر الصحة النفسية، إذ وجدت أحدى الدراسات أن المشترين القهريين يسجلون درجات مرتفعة على قائمة بيك للاكتئاب () ومقاييس سبيبلجر لسلمة القلق

() وقائمة مودسلي للوسواس القهري، كما يتسن المتسوقون القهريون وأقربائهم من الدرجة الاولى باضطرابات نفسية مرضية مزمنة ولاسيما الإصابة باضطرابات الأكل وسوء استعمال المواد المؤثرة نفسياً واضطرابات القلق والمزاج، وكذلك تشيع اضطرابات الارق وفرط النوم بين المتسوقين قهرياً، ورغم انتشار اعراض الاضطرابات السابقة لدى المرضى بين بهوس الشراء الا أن الانسجام بنمط الشخصية الوسواسية القهري والحدية والتجمبية تعد الاكثر انتشاراً بينهم.

كما قارنت الدراسة بين السلوك الهوسي مقابل السلوك القهري لدى المصابين بالتسوق القهري حيث اشارت الى أن اعراض الهوس والهوس القهري الخفيف مرتبطة بالإتفاق القهري والطائش (اللامبالي)، إلا أننا عندما نقدر الانفاق المفرط فإنه يقيم دائماً وبعانياً دقيقه لدى المرضى المصابين باضطراب ثانوي القطب، وبهذا يرتبط الانفاق المفرط والهوس ثانوي القطب باضطراب التسوق القهري الذي نستطيع أن نميزه بسهولة نسبية من خلال الآتي:

ينفق المرضى المصابين بالهوس بصورة مفرطة، ويرافق ذلك نوبات من الهوس المصحوبة بمزاج كبير من البهجة، والخطط الغير واقعية، غالباً ما يكون المرضي طائشين ومتهاورين وولعين بشكل مفرط. ويحدث أتفاق المتسوق القهري طوال العام في نمط شخصي يدل على هاجس متواصل لعملية الشراء. وقد يشعر المشتري القهري بالسعادة أو القوة عندما يتسوق ولكن ما تلي هذه الانفعالات المؤقتة مشاعر الخيبة والذنب، لذا نجد أن المتسوق القهري يشعر بالضيق والإكتئاب في ضوء انشطته التسوقية، ورغم ذلك فإن هذا المتسوق يخفي الدليل لهذه المشاعر عن الآخرين في حين أننا نجد أن الشخص الهوسي يتغلب على عدمة ينفق أثناء عملية الشراء، ولا يخفى مشاعره عن الآخرين ويحاول أقناع عائلته واصدقائه بأن ما تسوقه كان ضرورياً ومنسجماً مع مخططاته المعرفية الرايفة ، وبهذا فإن الشخص المدمن على التسوق يدخل في حلقه فارغه تتضمن الكثير من الانفعالات السلبية مثل الغضب والشعور بالضغوط النفسية التي تقوده إلى شراء شيء معين إلا أن بعد انتهاء عملية الشراء نجد أن هذا الشخص أما يصبح نادماً أو مكتئباً، وحتى يواجه هذه المشاعر ويتكيف معها يلجأ الشخص المدمن إلى شراء شيء آخر ، لذلك فإن المتسوق المدمن يشبه المدمن على الكحول.

المبحث الثالث: منهجية البحث واجراءاتها

أولاً : منهجية البحث :

بما أن البحث الحالي يهدف إلى (التعرف على مستوى الادمان على التسوق لدى طلبة قسم الارشاد النفسي والتوجيه التربوي في جامعة البصرة) ، فإن المنهج المناسب لإجراء هذا البحث هو المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه "كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الواقع بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة ما بين عناصرها أو ما بينها وما بين ظواهر تعليمية واجتماعية أخرى" (فان دالين ، 1994 ، ص 292 - 293) .

ثانياً : مجتمع وعينة الدراسة:

- المجتمع الاصلي للبحث: يمثل طلبة جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الإنسانية.
- عينة الدراسة الاساسية: بلغت عينة الدراسة (533) طالباً وطالبة بواقع (171) ذكور و (362) إناث و كما موضح في الجدول رقم (١) .

جدول رقم (١) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس والمرحلة

المجموع	الإناث	الذكور	الطلبة
138	95	43	الاولى
129	78	51	الثانية
127	83	44	الثالثة
139	106	33	الرابعة
533	362	171	المجموع الكلي

أداة البحث :

- مقياس الادمان على التسوق لدى طلبة الجامعة : وقد تطلب ذلك ما يأتي :

قامت الباحثة بعدد من الاجراءات لإعداد مقياس الادمان على التسوق مسترشدة بعدد من الدراسات والبحوث التي تناولت مقاييس وهذه الاجراءات هي :

 - اعداد فقرات المقياس :
 - الدراسة الاستطلاعية : من اجل الحصول على الفقرات المناسبة لإعداد المقياس وزعت الباحثة استبياناً استطلاعاً مفتوحاً مكوناً من سؤال على (80) طالباً وطالبة وطلبت منهم الاجابة على السؤال.
 - المقاييس السابقة : اطلعت الباحثة على اطار نظري واسع للتعرف على مستوى الادمان لدى طلبة الجامعة واطلعت على عدد من الدراسات السابقة التي تناولت مقاييس متعلقة بالبحث وبناء عليه استخلصت عدداً من الفقرات بلغت (24) فقرة واعتمدت على مجموعة من الاسس في صياغة الفقرات وهي :
 1. آن تكون قصيرة وذات لغة مفهومة لدى عينة الدراسة.
 2. ان كل فقرة تعبّر عن فكرة واحدة .
 - 2- طريقة تصحيح مقياس البحث : لغرض الحصول على درجة استجابة كل طالب وطالبة من العينة الاستطلاعية لفقرات المقياس اعطيت الفقرات اوزاناً كما يأتي : (كثيراً , دائماً , غالباً , احياناً , نادراً).
 - 3- تعليمات تطبيق المقياس : وضعت الباحثة صيغة من التعليمات للإجابة عن المقياس توضح فيها كيفية الاجابة على الاداء بدقة و موضوعية ووضحت لهم مدى كتمان الإجابات عن هذا المقياس .
 - 4- صلاحية الفقرات (التحليل المنطقي للفقرات) : للتأكد من صلاحية فقرات المقياس تم عرض المقياس بصيغته الأولية على مجموعة من الخبراء المتخصصين في الارشاد التربوي و العلوم التربوية والنفسية و البالغ عددهم (10) خبراء، و الملحق رقم (1) يبين ذلك ، لبيان صلاحية الفقرات وانتمائها إلى موضوع البحث مع تعديل أية فقرة أو حذفها يرونها غير مناسبة وإضافة أية فقرة يرونها مناسبة، وبعد ذلك قامت الباحثة بتطبيق النسبة المئوية واختبار (مربع كا²) و ظهر أن القيمة المحسوبة تراوحت بين (9.3_13) هي أعلى من قيمة (كا²) الجدولية و البالغة (4.84) عند مستوى دلالة إحصائية (0.05) ودرجة حرية (1) و بذلك تم قبول جميع فقرات المقياس من الخبراء و الجدول (2) يبين ذلك :

جدول رقم (2) نسبة موافقة الخبراء على صلاحية فقرات مقياس الادمان على التسوق باستخدام (مربع كا²)

مستوى الدلالة (0.05)	قيمة كا²		النسبة المئوية	غير الموافقون	المواافقون	عدد الخبراء	أرقام الفقرات	ت
	قيمة كا² الجدولية	قيمة كا² المحسوبة						
دالة	84 ⁴	13	%100	0	13	13	1, 3, 4, 5, 6, 9, 11, '12, 18, 19 23, 22, 21	.1
دالة		3 ⁹	92%	1	12	13	2, 7, 8, 10, 13, 14, 24, 15, 16, 17, 20	.2

5- التحليل الإحصائي لفقرات المقاييس:

تعد عملية التحليل الإحصائي لفقرات خطوة أساسية في بناء أي مقياس وذلك للكشف عن الخصائص السايكو مترية لفقراته مما يؤدي إلى اختيار الفقرات ذات الخصائص الجيدة واستبعاد الفقرات التي ليست لها مثل هذه الخصائص فالصدق والثبات في أي مقياس يعتمدان بشكل كبير على خصائص الفقرات في هذا المقياس، لذا فإن الحصول على صدق وثبات مرتفعين يمكن أن يتم من خلال التحليل الإحصائي لفقرات المقياس (Anastasi & Urbina , 2010: 127). ويشير إيبل (Ebel) إلى أن التحليل الإحصائي لفقرات يعد أداة فعالة لتحسين الاختبار ويسمح بذلك في تجميع مجموعة من الفقرات عالية الجودة بحيث تكون دقيقة في قياس ما وضعت لأجل قياسه Ebel&frisbie (2009: 225)). ولأجل التحقق من تحليل الفقرات إحصائيا تم تطبيق المقياس على عينة مكونة من (110) طالباً وطالبة وبعد تطبيق المقياس تم استخراج ما يلي :

جدول (3) التحليل الاحصائي لفقرات مقياس مستوى الادمان لدى الطالبة

مستوى الدلالة عند (0.05)	القيمة الثانية الجدولية	القيمة الثانية المحسوبة	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		ت
			الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
دالة	97 ⁴ 1	782 ⁴ 6	979 ⁴ 0	64 ⁴ 3	771 ⁴ 0	47 ⁴ 4	1
دالة	97 ⁴ 1	975 ⁴ 6	021 ⁴ 1	08 ⁴ 3	728 ⁴ 0	37 ⁴ 4	2
دالة	97 ⁴ 1	883 ⁴ 9	011 ⁴ 1	92 ⁴ 3	812 ⁴ 0	62 ⁴ 4	3
دالة	97 ⁴ 1	669 ⁴ 5	948 ⁴ 0	51 ⁴ 3	717 ⁴ 0	4 ⁴ 4	4
دالة	97 ⁴ 1	458 ⁴ 7	157 ⁴ 1	21 ⁴ 3	724 ⁴ 0	89 ⁴ 3	5
دالة	97 ⁴ 1	537 ⁴ 4	081 ⁴ 1	23 ⁴ 3	952 ⁴ 0	05 ⁴ 4	6
دالة	97 ⁴ 1	652 ⁴ 5	005 ⁴ 1	4 ⁴ 3	967 ⁴ 0	37 ⁴ 4	7
دالة	97 ⁴ 1	647 ⁴ 7	024 ⁴ 1	4 ⁴ 3	477 ⁴ 0	46 ⁴ 4	8
دالة	97 ⁴ 1	532 ⁴ 8	077 ⁴ 1	47 ⁴ 3	702 ⁴ 0	47 ⁴ 4	9
دالة	97 ⁴ 1	379 ⁴ 7	051 ⁴ 1	19 ⁴ 3	822 ⁴ 1	05 ⁴ 4	10
غير دالة	97 ⁴ 1	1,439	94 ⁴ 0	3,08	0,81	3,35	11
دالة	97 ⁴ 1	812 ⁴ 7	017 ⁴ 1	12 ⁴ 3	839 ⁴ 0	19 ⁴ 4	12
غير دالة	97 ⁴ 1	1,377	0,96	2,73	0,92	3,01	13
دالة	97 ⁴ 1	682 ⁴ 6	979 ⁴ 0	51 ⁴ 3	745 ⁴ 0	62 ⁴ 4	14
دالة	97 ⁴ 1	666 ⁴ 9	02 ⁴ 1	13 ⁴ 3	599 ⁴ 0	10 ⁴ 4	15
غير دالة	97 ⁴ 1	1,125	1,668	2,78	1,738	3,98	16
دالة	97 ⁴ 1	895 ⁴ 7	019 ⁴ 1	47 ⁴ 3	783 ⁴ 0	57 ⁴ 4	17
دالة	97 ⁴ 1	668 ⁴ 8	972 ⁴ 1	27 ⁴ 3	755 ⁴ 0	34 ⁴ 4	18
غير دالة	97 ⁴ 1	1,753	0,923	3,596	0,787	3,877	19
دالة	97 ⁴ 1	498 ⁴ 8	083 ⁴ 1	09 ⁴ 3	759 ⁴ 0	51 ⁴ 4	20
دالة	97 ⁴ 1	546 ⁴ 5	144 ⁴ 1	39 ⁴ 3	979 ⁴ 0	81 ⁴ 4	21
دالة	97 ⁴ 1	026 ⁴ 8	915 ⁴ 0	3 ⁴ 3	797 ⁴ 0	19 ⁴ 4	22
دالة	97 ⁴ 1	252 ⁴ 7	087 ⁴ 1	1 ⁴ 3	917 ⁴ 0	01 ⁴ 4	23
دالة	97 ⁴ 1	477 ⁴ 7	205 ⁴ 1	02 ⁴ 3	068 ⁴ 0	22 ⁴ 4	24

6- الثبات:

الثبات من خلال طريقة اعادة الاختبار :

وذلك من خلال اختيار عينة الثبات والتي تبلغ (30) مدرساً ومدرسه ومن ثم حساب الارتباط بينهما من خلال الاعتماد على معامل ارتباط بيرسون وقد بلغت قيمة معامل الثبات لكل ابعاد الاداء (0.87) ، وهي تعتبر قيمة مقبولة للثبات.

7- الصيغة النهائية لمقياس مستوى الادمان :

تم صياغة (20) فقرة لقياس مستوى الادمان لدى طلبة الجامعة، يتم الإجابة عليها من خلال وجود (5) بدائل، وتم عرض فقرات المقياس على عدد من الخبراء في الارشاد التربوي والعلوم التربوية والنفسية كما هو موضح في التحليل المنطقي لفقرات المقياس، وكذلك تم إخضاع المقياس إلى التحليل الإحصائي كما هو موضح سابقاً وتم استخراج الصدق والثبات للمقياس.

8- التطبيق النهائي:

لغرض تحقيق أهداف البحث الحالي، قامت الباحثة بإجراء التطبيق النهائي للمقياس، وبمساعدة المدارس والمعلمات فيها ومجموعة من الباحثين المتخصصين في العلوم التربوية والنفسية اذ تم التطبيق النهائي على عينة الدراسة الأساسية والبالغة (355) طالب وطالبة في جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الإنسانية.

المبحث الرابع

يتضمن هذا المبحث عرضاً لنتائج البحث ومناقشته وفقاً لأهداف البحث والتساؤلات الخاصة بكل متغير من متغيرات البحث ثم الخروج بمقررات ونوصيات في ضوء نتائج البحث وكالآتي:

الهدف الأول: (قياس مستوى الادمان لدى طلبة قسم الارشاد النفسي في كلية التربية الإنسانية/ جامعة البصرة):

من أجل تحقيق الهدف الاول للبحث تم تطبيق مقياس مستوى الادمان على عينة من الطلبة بلغ عددهم (355) طالباً وطالبة من كلية التربية للعلوم الإنسانية ولكل الجنسين (ذكور- إناث) وعلى مستوى دراسي مختلف (مرحلة رابعة- مرحلة ثلاثة- مرحلة ثانية- مرحلة اولى)، وبعد جمع البيانات التي تم الحصول عليها، أظهرت نتائج التحليل الاحصائي للبيانات، أن المتوسط الحسابي لعينة البحث قد بلغ (196,8) بانحراف معياري بلغ (24,76) ، اما المتوسط الفرضي فبلغ (135) ومن اجل معرفة دلالة الفروق بينهما فقد استعمل الاختبار الثاني لعينة واحدة (T. test) ، والجدول (4) يوضح ذلك.

جدول رقم (4) الاختبار الثاني لعينة واحدة للتعرف على مستوى الادمان لدى الطلبة

الدالة الاحصائية عند مستوى (0.05)	القيمة الثانية		درجة الحرية	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	عدد الافراد	العينة طلبة الجامعة
	الجدولية	المحسوبة						
دالة	97 ⁴¹	73 ³⁴	398	135	76 ²⁴	8 ¹⁹⁶	355	

الجدول اعلاه يظهر ان القيمة الثانية المحسوبة (34,73) و هي اعلى من القيمة الجدولية البالغة (1,97) و ذلك يدل على وجود فرق ذات دلالة احصائية لصالح عينة الدراسة ، وتعزوا الباحثة ذلك الى () .

الهدف الثاني : التعرف على مستوى الادمان لدى طلبة قسم الارشاد التربوي في كلية التربية الإنسانية / جامعة البصرة وفق متغير (الجنس - المرحلة) .

للتعرف على هذا الهدف استعملت الباحثة تحليل التباين الثنائي وقد كانت النتائج كما موضح في الجدول ادناء:

جدول رقم (5) تحليل التباين الثنائي للتعرف على الهدف وفق متغير (الجنس- المرحلة)

الدالة الاحصائية عند مستوى (0.05)	القيمة الفائية الجدولية	القيمة الفائية المحسوبة	درجة الحرية	مربع المتوسطا ت	مجموع المربعا ت	مصدر التباين
دالة	84 ⁴³	15,831	1	16,926	16,926	التباین للجنس A
		0,087	3	3077,86	9233,53	التباین للمرحلة B
		3,627	3	705,198	2115,55	التفاعل بين (A×B)
				149,425	42190	الخطأ
					2298246	المجموع

للتعرف على دلالة الفرق حسب متغير الجنس: إذ اظهرت النتائج ان القيمة الفائية المحسوبة والتي هي (15,831) اعلى من القيمة الفائية الجدولية البالغة (3,84), ومن خلال مقارنة الاوسعات الحسابية والانحرافات المعيارية وكما نلاحظ في الجدول ادناء:

جدول رقم (6) الاوسعات الحسابية والانحرافات وفق متغيرات البحث

الجنس	الاوسعات الحسابية	الانحرافات المعيارية
اناث	109,402	1,849
ذكور	94,688	1,743

نجد ان الفرق لصالح الاناث حيث بلغ المتوسط الحسابي لهن (109,402) وبانحراف معياري (1,8449) بينما كان الوسط الحسابي للذكور (94,688), وبانحراف معياري (1,743), وتعزو الباحث ذلك الى ()

للتعرف على دلالة الفرق وفق متغير المستوى الدراسي: اظهرت النتائج عدم وجود فرق ذات دلالة احصائية وفق متغير المستوى الدراسي فقد بلغت القيمة الفائية المحسوبة (0,087) وهي اقل من القيمة الفائية الجدولية البالغة (3,84) عند مستوى معنوية (0,05).

وكما اظهرت النتائج كذلك عدم وجود فرق دال احصائياً في التفاعل بين متغير الجنس والمستوى الدراسي و كما موضح في الجدول رقم () حيث بلغت القيمة الفائية المحسوبة للتفاعل بين المتغيرين (3,627) و هي اقل من القيمة الفائية الجدولية (3,84) ، عند مستوى معنوية (0,05) .

التصنيفات :

توصي الباحثان بضرورة عقد ندوات وورش عمل لغرض توضيح ظاهرة الادمان على التسوق واثرها على الطالب والاسرة والمجتمع.

المقترحات :

- 1- اجراء دراسة قياس ادمان التسوق لدى العاطلين عن العمل .
- 2- بناء برنامج ارشادي لطلابات الجامعة لخفض ظاهرة ادمان التسوق .

الملحق رقم (1)

قائمة بأسماء الخبراء والمحكمين

الرقم	اسماء الخبراء	الجامعة / الكلية	التخصص
1	د. م فاضل عبد الزهرة	جامعة البصرة/ كلية التربية للعلوم الإنسانية	ارشاد نفسي
2	د. عيد اسماعيل صالح	جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الإنسانية	ارشاد النفسي
3	د. ماندة مردان	جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الإنسانية	ارشاد نفسي
4	د. حامد قاسم ريشان	جامعة البصرة/ كلية التربية للعلوم الإنسانية	ارشاد نفسي
5	د . نبيل كاظم	جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الإنسانية	ارشاد النفسي
6	د. عبد الزهرة لفته	جامعة البصرة/ كلية التربية للعلوم الإنسانية	علم النفس التربوي
7	د. محمود شاكر	جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الإنسانية	ارشاد نفسي
8	د. سنا عبد الزهرة	جامعة البصرة / كلية التربية للعلوم الإنسانية	ارشاد نفسي
9	د. صفاء عبدالزاهره	جامعة البصرة/ كلية التربية للعلوم الإنسانية	ارشاد نفسي
10	د. عفيفة طه ياسين	جامعة البصرة/ كلية التربية للعلوم الإنسانية	تربية خاصة

الملحق رقم (2) المقياس بصيغته الاولية

ن	الفرئات	صالحة	غير صالحة	بحاجة الى تعديل
1	تمتنع الاسواق في البصرة بكل سبل الراحة			
2	طرق الدعاية للبصانع تزيد من الرغبة في الشراء			
3	يشعر الطالبة سعادة عند التسوق			
4	الرغبة التي تمتلك الطالب للهروب من وقت الفراغ والملا			
5	تعويض عن الشعور بالآهال والضجر			
6	سهولة التسوق عبر وسائط عديدة ومنها التسوق الالكتروني			
7	اصبح الطالبة فريسة سهلة للتسوق من خلال مغريات العرض			
8	مشاعر السلوكية تغرس معانٍ متعددة من الاعتماد على الذات			
9	اتفاق الكثير من المال بغية الحاجة بغض النظر عن طريقة صرفه			
10	اللجوء للتسوق لكبت موقف مؤلم او مشكلة			
11	الشعور بالقلق والتوتر يعالج بالانشغال بعرض المواد			
12	الشعور بالذنب او بالغضب بعد اتفاق الكثير من الاموال في السوق			
13	يتسوق الطالبة لتعويض الفتة بالنفس			
14	يشعر البعض بأن الشراء المفرط يساعد على تقوية العلاقات الاجتماعية			
15	تشعر المرأة بمت نفس في التسوق			
16	تشجيع الاسرة والتنشئة الاجتماعية على التبني			
17	التخلص من الجلوس بالمنزل وكسر الروتين			
18	عدم الشعور بالمسؤولية بهدار المال			
19	عدم وجود قناعة في القليل			
20	قلة ثقافة الطالبة في كيفية الاستفادة من المال			
21	دور وسائل الاعلام في زيادة الرغبة بالشراء			

الملحق رقم (3) المقياس بصيغته النهائية مقدم الى العينة

ن	الفرئات	صالحة	غير صالحة	بحاجة الى تعديل
1	توفر المرافق الترفيفية في اسوق البصرة			
2	طرق الدعاية للبصانع تزيد من الرغبة في الشراء			
3	أشعر بسعادة عند التسوق			
4	اتسوق غرض الهروب من وقت الفراغ والملا			
5	تعويض عن الشعور بالآهال والضجر			
6	سهولة التسوق عبر وسائط عديدة ومنها التسوق الالكتروني			
7	التسوق يمنعني فرصة للاعتماد على الذات			
8	اتفاق الكثير من المال بغية الحاجة بغض النظر عن طريقة صرفه			
9	اللجوء للتسوق لكبت موقف مؤلم او مشكلة			
10	الشعور بالقلق والتوتر يعالج بالانشغال بعرض المواد			
11	الشعور بالذنب او بالغضب بعد اتفاق الكثير من الاموال في السوق			
12	كثرة التسوق يعزز الفتة بالنفس			
13	تشجيع الاسرة والتنشئة الاجتماعية على التبني			
14	الخروج من البيت لكسر روتين الحياة			
15	عدم الشعور بالمسؤولية بهدار المال			

					عدم وجود قناعة في القليل	16
					قلة ثقافة الطلبة في كيفية الاستفادة من المال	17
					دور وسائل الاعلام في زيادة الرغبة بالشراء	18
					أشعر بالاستسلام امام البضائع	19
					احاول ان احصل على المال باي طريقة لتحقيق رغبتي في التسوق	20

المصادر :

- فان دالين ، (1994) ، مناهج البحث في التربية و علم النفس ، ترجمة نوبل، محمد نبيل و آخرون، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ط (5) ، ص -292

مصادر الفصل الاول

بحث ادمان التسوق

- Onicmania – Oxforddictionavies.com
- Onicmania: A look in to the Minds of compulsive "
- Shoppers" – ohelfamily. org
- Addiction " – britannicq . com

Addiction " – addictioneecov .org .