

القدرة التنبؤية لقلق المظهر بالشراء القهري لدى عينة من النساء في محافظة عجلون

خديجة عبد الله العبود(*)

تاريخ الاستلام

2023/11/1

د. عائشة أحمد السوالمة(**)

تاريخ القبول

2023/11/26

الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن مستوى قلق المظهر، ومستوى الكمالية، ومستوى الشراء القهري لدى عينة من النساء في محافظة عجلون، والكشف عن درجة مساهمة قلق المظهر والكمالية في الشراء القهري لديه. وتكونت العينة من (719) سيدة من محافظة عجلون، تم اختيارهن بالطريقة المتيسرة؛ ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام مقياس قلق المظهر ومقياس الشراء القهري لأبي بكر والمعمري، وتم استخدام المتوسطات الحسابية وتحليل الانحدار بطريقة (Stepwise)، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ مستوى قلق المظهر لدى النساء في محافظة عجلون كان متوسطاً، في حين كان مستوى الشراء القهري لدى النساء متوسطاً، كما أظهرت النتائج أنّ متغير (قلق المظهر) هو المتغير الوحيد الذي كانت نسبة التباين المفسر له دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) مُفسراً ما مقداره (9.20%) من التباين المُفسر الكلي للنموذج التنبؤي، في حين كان نسبة التباين المفسر لمتغير (الكمالية) غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وخلصت الدراسة بأهم التوصيات: إجراء دراسات للكشف عن مستوى كل من قلق المظهر والشراء القهري على فئة النساء في مختلف محافظات المملكة، وإجراء دراسات على فئات مختلفة من فئات المجتمع لنفس المتغيرات (قلق المظهر، الشراء القهري)، وتنفيذ برامج إرشادية وقائية حول قلق المظهر للتوعية بخطورة تطور السمة والحد منها قدر الإمكان، وتنفيذ برامج إرشادية وقائية حول الشراء القهري والدوافع الكامنة وراء سلوكيات الشراء والتوعية بخطورة تطور السلوك والحد منه قدر الإمكان.

الكلمات المفتاحية: قلق المظهر، الشراء القهري، النساء في محافظة عجلون.

(*) جامعة اليرموك

(**) جامعة اليرموك

"The Predictive Relationship between Appearance Anxiety and Compulsive Buying Among Women in Ajloun Governorate."

Abstract

This study aimed to assess the prevalence of appearance anxiety and compulsive buying among women in Ajloun Governorate and to explore the extent to which appearance anxiety contributes to compulsive buying behavior. The sample comprised 719 women from Ajloun Governorate, selected through the available method. To achieve the study's objectives, the researcher utilized the Appearance Anxiety Scale and the Compulsive Buying Scale. Arithmetical averages and stepwise regression analysis were applied. The findings indicated a moderate level of appearance anxiety among women in Ajloun Governorate and an average level of compulsive buying. Notably, the variable 'Appearance Anxiety' emerged as the only statistically significant contributor ($\alpha=0.05$), explaining 9.20% of the total explained variance in the predictive model. In contrast, the variable 'Perfectionism' did not show statistical significance at the given level. In conclusion, the study recommends further investigations into appearance anxiety and compulsive buying across various governorates. Additionally, there is a call for studies encompassing different societal segments for the same variables. Furthermore, preventive guidance programs on appearance anxiety and compulsive buying are suggested to increase awareness of associated risks and reduce these behaviors.

Keywords: Appearance Anxiety, Compulsive Buying, Women at Ajloun Governorate.

المقدمة

يلعب المظهر الخارجي دوراً هاماً في كافة جوانب الحياة الشخصية والاجتماعية والتعليمية والمهنية، الذي من شأنه أن يحتم على الأفراد، ولا سيما النساء الاهتمام في المظهر، فتدخل المرأة في دوامة القلق حول مظهرها وشكلها، وتسعى إلى أن يكون شكلها مثالياً وأنيقاً في كل الأوقات، مما ينعكس هذا على سلوكياتها ومحاولة تحسين مظهرها أو إخفاء العيوب، فتبدأ بالتردد على الأسواق أو المتاجر الإلكترونية وشراء ما تراه يُحسن من مظهرها، الذي من الممكن أن يشعرها بالسعادة والثقة بالنفس؛ مما يُدخلها هذا في دائرة مغلقة من أجل الحصول على مظهر جذاب ومثالي وخالي من العيوب من خلال سلك سلوك الشراء القهري.

خلفية الدراسة

أولاً: قلق المظهر (Appearance Anxiety)

يعدُّ قلق المظهر سمة نفسية تتميز بتخوف وعدم رضا عن المظهر الجسدي والجمال والصحة بشكل عام، علاوة على سيطرة فكرة الانشغال بالمظهر التي تؤثر في الحياة الشخصية والعلاقات الاجتماعية والعملية، وهو أمرٌ مقلق ومزعج لعدد كبير من الأفراد (دقوسي، 2006)، وأشارت يورتسيفير (Yurtsever et al., 2022) إلى أنَّ سمة قلق المظهر منتشرة بنسبة (1.9%) في جميع أنحاء العالم؛ حيثُ عرّفته علي (2020) بأنه: انشغال الفرد الدائم بعيوب المظهر الخارجي والاهتمام المبالغ به، بحيث ينشغل بعيوب غير مرئية للآخرين أو عدم الرضا عن الملابس، وعرّفه راغافان وهاسمينا (Raghavan & Hasmina, 2022) بأنه: القلق المعبر عنه حول المظهر الجسدي الذي تُشكل من خلال التجارب الاجتماعية التي اختبرها الفرد في مرحلة الطفولة والمراهقة، وعرّفه جوبيل وآخرون (Gobel et al., 2023) بأنه: القلق الذي يُظهره الأفراد عند تقييم مظهرهم الجسدي من قبل الأشخاص الآخرين، وتعرفه الباحثة بأنه: اهتمام الفرد بمظهره الخارجي وخوفه من تقييم الآخرين له وانشغاله بفكرة الاهتمام بالمظهر لجذب الانتباه أو الحصول على اهتمام الآخرين به.

ويظهر الفرد سمات تشير إلى وجود قلق المظهر لديه منها: الانشغال المتكرر والمستمر للفرد بوجود عيوب بمظهره أو شكله، وشعور الفرد بالخجل وتقليل من قيمة ذاته، واعتقاده بأنَّ مظهره الخارجي مخجل، والهروب والانسحاب والميل للعزلة، وامتلاك صفات الشخصية الوسواسية،

والسؤال المتكرر عن مظهره الخارجي أو النظر المتكرر للمرأة، التردد الدائم على مراكز التجميل والأسواق ومستحضرات التجميل، وتجنب الأسطح العاكسة (علي، 2020).

ويلعب في قلق المظهر عدة عوامل تُعزز السمة منها: العوامل البيولوجية التي تتمثل بوجود استعداد وراثي لدى الشخص لاكتساب السمة ووجود أحد من أفراد العائلة يمتلك تلك السمة، وانخفاض نشاط مادة السيروتونين في الدماغ المسؤول عن ظهور أعراض قلق المظهر، ووجود خلل في نشاط الدماغ المرتبط بمعالجة المعلومات البصرية فيكبرون تفاعل مظهرهم والتركيز عليها، والعوامل الاجتماعية والثقافية التي تتمثل في التجارب السلبية خلال مرحلة الطفولة، مثلاً: (التعرض للتمتر، والرفض من قبل الأقران، والتعرض للمضايقة) التي تسهم في وعي الفرد بمظهره وتطور مخاوفه بشأنه، كما تلعب مواقف الحياة المؤلمة، مثلاً: (وقوع حادث، والانتقال من المنزل، ووفاة أحد أفراد الأسرة، وفقدان أحد الأصدقاء، والمشاكل العائلية) إلى تشكّل أعراض قلق المظهر، كما تلعب الضغوط الاجتماعية والثقافية في تثبيت القلق بشأن المظهر كتفضيل الجسم المثالي، والترويج للجمال، والمظهر المثالي الذي يُحقق من خلال شراء منتج ما، أو ملابس ما، أو اتباع نظام غذائي، أو التمارين الرياضية التي تزيد شعور الفرد بالوعي الذاتي بشأن مظهره، والعمل على تحسينه، والعوامل النفسية التي تتمثل في شعور الفرد بالقلق، وتدني ثقته بذاته، والحساسية الشخصية اتجاه أي انتقاد، والانشغال المتكرر حول المظهر، والشعور بالإرهاق (خميس، 2010؛ Kingsley, 2019).

ويمكن تفسير قلق المظهر من خلال مكونات المظهر الجسدي الذي يقسم إلى: المكون الإدراكي؛ أي إدراك الفرد لحجم جسمه، والمكون الذاتي أي الاهتمام والقلق بشأن صورة الجسم، وعدم الرضا والانشغال الدائم بالمظهر، والمكون السلوكي؛ أي تجنب المواقف أو الأسطح العاكسة التي تسبب عدم الراحة، كما يؤثر قلق المظهر في الأنماط السلوكية (التجنبية، الإقدامية، الإحجامية)؛ حيث تؤدي الأنماط التجنبية إلى تجنب مواقف اجتماعية خشيةً من النقد، بينما الأنماط الإقدامية تؤدي إلى زيادة من تقدير الذات، والحصول على الاستحسان، والمرغوبية الاجتماعية، مثل: الرياضة، الأناقة، الاهتمام بالمظهر الجسدي، والجراحات التجميلية؛ بينما الأنماط الإحجامية تؤدي إلى الشعور بالفتور واليأس من المظهر، وعدم الاكتراث لذلك (دقوسي، 2006).

ثانياً: الشراء القهري (Compulsive Buying)

يُعدُّ التسوق نشاطاً ترفيهياً، لكنه في بعض الحالات يتحول لسلوك مرضٍ، فبدأ الاهتمام بسلوك الشراء القهري كما أشاروا إليه اللحياني والأنصاري (2021) إلى أوائل التسعينيات، وقد تم وصفه سريراً في أوائل القرن العشرين من قبل (كاربلين وبلولير) (Kraepelin & Bleuler)؛ حيثُ وصفته (كاربلين) أنه اضطراب تكون عملية الشراء به أمرٌ قهريٌّ وحصيلته تراكم الديون، بينما (بلولير) وصفه أنه اندفاع تفاعلي أو جنون مندفع، وصفه ضمن الهوس؛ لذلك يُعد الشراء القهري من الاضطرابات النفسية التي أُثير الجدل حولها لتعدد الآراء في التصنيف، وتحديد ما إذا كان هذا الاضطراب منفصلاً أم أنه يتبع لفئة تشخيصية أخرى، مثل: اضطراب الوسواس القهري، والاضطرابات المزاجية، واضطراب التحكم بالاندفاع، واضطرابات السلوك، واضطرابات تعاطي المواد، أم أنه فقط سلوك تعويضي بعد تجربة سلبية، ولا يتضمن الدليل التشخيصي الخامس للاضطرابات العقلية (5DSM) على الشراء القهري؛ لعدم كفاية البحث في هذا المجال.

وأطلق على الشراء القهري بعضٌ من التسميات منها: التسوق القهري، وهوس الشراء، وإدمان الشراء، والإفراط في الشراء، والتسوق غير المنضبط وغيرها، وتعددت وجهات النظر حول تعريفه باختلاف الاعتبارات الثقافية والاجتماعية (دريشي، 2015). حيثُ عرّفه اللحياني والأنصاري (2021) بأنه: عدم قدرة الفرد على مقاومة الاندفاع للشراء، وشراء أشياء غير ضرورية، وشراء مزمّن ومتكرر واستجابة أولية للمشاعر السلبية التي ينتج عنها الشعور بالراحة والمتعة، والتخلص من المشاعر السلبية، وعرّفه (ميلتنبيرغير) وآخرون (Miltenberger et al., 2003) بأنه: عملية الشراء التي تحدث عندما يتعرض الفرد لمشاعر سلبية؛ ويسلك الفرد ذلك السلوك للتخفيف من هذه المشاعر، وعرفته الباحثة بأنه: انخراط الأفراد بسلوكيات الشراء سواء أكان هناك حاجة لذلك أم لا، والانخراط بهذا السلوك كتعويض عن حاجة، ونقص من مرحلة الطفولة.

ويعدُّ الشراء القهري نوعاً من أنواع السلوكيات الإدمانية لانشغال الأفراد المستمر في الشراء بدافع أو بغير دافع، والشراء المتكرر لأشياء لا يحتاج إليها وقضاء وقت طويل في التسوق؛ فهو اضطراب قهري تتراكم سلبياته على حياة الفرد، وتولد له مشكلات في جوانب عدة منها: المال (النفقات الكثيرة التي تتحول لديون متراكمة)، والوقت (قضاء وقت طويل في الشراء الفعلي أو التفكير في عملية الشراء أو قضاء وقت في استعراض السلع ومشاهدتها دون شراء)، وضعف الأداء الوظيفي (ينعكس هذا الانشغال على حياة الفرد سواء التعليمية أو الوظيفية أو الاجتماعية أو الأسرية وأنشطة الحياة اليومية)، والشعور بالضيق (يحقق التسوق متعة مؤقتة بعدها يتحول ذلك

لضجر، ونوبات من الغضب، ولوم للذات؛ بسبب تراكم الديون، والضائقات المالية التي يقع بها الفرد، أو المشكلات الأسرية التي تترتب بعد ذلك) (أبو المجد حسن وكمال، 2022). ويرتبط الشراء القهري بعوامل أو مشكلات نفسية مختلفة، منها: القلق، والحاجة للكمال، والشعور بالسعادة المؤقتة، والاكتمال القهري، واضطرابات المزاج، والحرمان الطفولي، وضعف القدرة على تحمل المشاعر السلبية، وضعف الثقة بالنفس، والحاجة إلى ملء الفراغ الداخلي، وتشتت الهوية (Sharma et al., 2009) ومن الخصائص المميزة للمشتريين القهريين بحسب حسين وموسى (2021): رغبة ملحة للشراء، وعدم القدرة على مقاومة فكرة الشراء، وفقدان السيطرة وعدم القدرة على التحكم بسلوكيات الشراء، والاستجابة المباشرة لرغبة الشراء والاستمرارية؛ حيث يستمر الفرد بالشراء على الرغم من معرفته للعواقب السلبية بعد عملية الشراء.

أشار عبيدات والضمور (2010) إلى جملة من العوامل التي تؤثر في الشراء القهري، منها: العوامل الأسرية والتي تتمثل في غياب مهارات التدبير والترشيد، والميل إلى الاستهلاك والشراء، واستجابة الوالدين لمتطلبات أبنائهم، وكثرة المكافأة والهدايا؛ أما العوامل الاجتماعية فتتمثل في البيئة المحيطة بالفرد (الأصدقاء وزملاء العمل) في التأثير في الفرد في عملية الشراء، والتفاخر والتباهي، والبحث عن المتعة، بينما العوامل النفسية تتمثل في زيادة الضغوطات على الفرد، والحالة المزاجية السيئة، والقلق والتوتر؛ فليجأ الفرد للشراء كوسيلة للتفريغ الانفعالي؛ أما العوامل الديموغرافية تتمثل في الجنس، والعمر، والحالة الاجتماعية، والمستوى الاقتصادي، في حين تلعب العوامل التسويقية من الإعلانات، والعروض، والأسعار، والقطع المميزة على زيادة فرص الشراء القهري.

ويمر سلوك الشراء القهري بعدة مراحل، منها: مرحلة التوقع (ينتاب الفرد رغبة بالتسوق، وامتلاك شيء ما)، ومرحلة الإعداد (يستعد الفرد للتسوق؛ إما بالبحث عما يريد في الإنترنت أو يذهب إلى السوق للتسوق)، مرحلة التسوق (يقوم الفرد بعملية الشراء)، ومرحلة ما بعد الشراء (تعقب عملية الشراء مشاعر سلبية، مثل: الندم، الغضب، نقد الذات، والشعور بالذنب لشراء أشياء غير ضرورية) (خطايبه، 2022).

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

جاء إحساس الباحثة بمشكلة الدراسة الحالية من خلال الملاحظات المتكررة للنساء في الحياة اليومية؛ إذ لمست وجود سمة قلق المظهر وسلوك الشراء القهري لدى النساء بكثرة في محافظة عجلون؛ وذلك من خلال ترددهن على مراكز التجميل، واللياقة البدنية، والتعديل على الصور

الملتقطة لإظهار جمالية أفضل، وعدم تقبلهن للانتقاد، وكثرة ترددهن إلى المراكز التجارية، والشراء من المواقع الإلكترونية بدافع أو بغير دافع، ومن خلال مراجعة الأدب السابق تبين للباحثة هناك فجوة كبيرة وندرة في الدراسات العربية المتعلقة بقلق المظهر بشكل عام، وندرة في الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت متغير قلق المظهر وعلاقته بالشراء القهري -على حد علم الباحثة-، كما لم تسلط الدراسات السابقة على عينة النساء، حيثُ وجدت الباحثة ندرة بالدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة بعينتها، وهم فئة النساء، فتناولت الدراسة الحالية عينة النساء نظراً إلى كون المشكلة أكثر انتشاراً بينهن من فئة الذكور بناءً على دراسة (Muller et al., 2012; Miltenberger et al., 2003)

وتكمن مشكلة الدراسة في إظهار هذا الجانب وإبرازه إلى حيز الاهتمام والمتابعة، وبهذا سعت الدراسة الحالية للإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ما مستوى قلق المظهر لدى عينة من النساء في محافظة عجلون؟
- ما مستوى الشراء القهري لدى عينة من النساء في محافظة عجلون؟
- ما القدرة التنبؤية لقلق المظهر بالشراء القهري لدى عينة من النساء في محافظة عجلون؟

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية: جاءت أهمية الدراسة من أهمية الفئة التي أجريت عليها الدراسة وهي فئة النساء، كما أسهمت بتوفير مقياس لقلق المظهر مترجم ومحكم يمكن تطبيقه في دراسات أخرى جديدة، كما تزود المختصين والباحثين بأدوات قياس تساعد في استخدامها؛ لقياس مستوى الشراء القهري، وقلق المظهر على عينات أخرى، والاستفادة منها في دراسات مستقبلية، كما تسهم الدراسة الحالية في إثراء المعرفة النظرية المتعلقة بقلق المظهر كمتنبئ بالشراء القهري، في ظل ندرة الدراسات المطبقة على تلك المتغيرات في البيئة العربية والأجنبية؛ وبذلك يمكن الاستناد إليها كإطار مرجعي، ومقدمة لأبحاث ودراسات مستقبلية تتناول إحدى المتغيرات، ودراساتها مع متغيرات أخرى تهم المختصين وعلى عينات مختلفة.

الأهمية العملية: تبرز الأهمية التطبيقية للدراسة بالاستفادة من نتائج الدراسة الحالية في تضمينها بدراسات تخص قلق المظهر والشراء القهري، حيث يتوقع أن توجه أنظار المهتمين والباحثين إلى التوسع أكثر في دراسة هذه المتغيرات وتطبيقها على عينات أخرى، كما من الممكن

الاستفادة من نتائجها في تصميم برامج إرشادية علاجية للنساء التي تنطبق عليهن سمة قلق المظهر والشراء القهري، وتوعيتهن بالآثار السلبية المترتبة على تلك السمات.

التعريفات الاصطلاحية والاجرائية

قلق المظهر: عرفه (فيلي) وآخرون (Veale et al, 2014) بأنه: انشغال الفرد الدائم بالتركيز على الذات، وتفحص مظهره في الأسطح العاكسة، واستجواب الآخرين أو تجنب الناس، والبحث عن سلوكيات لتمويه العيب المتصور، ويمكن تعريفه إجرائياً في ضوء الدرجة التي حصلت عليها عينة الدراسة على المقياس المستخدم.

الشراء القهري: عرفه أبو بكر والمعمري (2019) بأنه: سلوك قهري يعاني منه الفرد، ويدفعه للشراء، مع عدم قدرته على التحكم بذلك السلوك، ويمكن تعريفه إجرائياً في ضوء الدرجة التي حصلت عليها عينة الدراسة على المقياس المستخدم.

محددات الدراسة

محددات مكانية: تتحدد هذه الدراسة بعينة من النساء في محافظة عجلون.
محددات زمانية: تم إجراء هذه الدراسة على عينة من النساء خلال المدة الزمنية (5-24/ تموز/2023).

محددات بشرية: تم اختيار عينة الدراسة من النساء في محافظة عجلون، وتم توزيع أدوات الدراسة بصورة إلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي (، WhatsApp, Facebook) وتتحدد بمدى صدق وجدية عينة الدراسة من النساء في الإجابة عن مقاييس الدراسة (مقياس قلق المظهر، مقياس الكمالية، مقياس الشراء القهري).

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات التي تناولت قلق المظهر

قام (مونرو وهون) (Monro & Huon, 2005) بدراسة هدفت إلى تحديد الكشف عن مدى تأثير الوسائل الإعلامية، وعرض نماذج مثالية في الإعلانات على الشابات (كالخجل وقلق المظهر)، وتحديد ما إذا كانت الآثار تعتمد على نوع الإعلان أم الإدراك الذاتي للشابات، بلغت عينة الدراسة (39) مشاركة من طالبات الجامعة في جامعة (New South Wales) في سدني،

وعرض (24) إعلاناً 12 منها متعلق بالصورة الجسمية و12 إعلاناً متعلق بالمنتجات، حيث تم قياس سمة الخجل وقلق المظهر قبل مشاهدة الإعلانات وبعد المشاهدة، وأظهرت النتائج أنه كان هناك اهتمام بالجسم المثالي قبل مشاهدة الإعلانات، بينما زادت نسبة قلق المظهر، ومقارنة الجسم بالأجسام الموجودة في الإعلانات، والخجل من الجسم الحالي لديهن بغض النظر عن نوع الإعلان بعد مشاهدة الإعلانات التي تشمل على نماذج مثالية للجسم.

كما أجرت علي (2020) دراسة هدفت الى التعرف إلى قلق المظهر، وعلاقته بالإخفاقات المعرفية لدى طلبة الجامعة في جامعة سومر، وبلغت عينة الدراسة (500) طالب بواقع (250) من الذكور و(250) من الإناث، وأظهرت النتائج فروق ذات دلالة إحصائية في قلق المظهر لدى طلبة الجامعة تبعاً لمتغير الجنس (ذكور وإناث)، ولصالح الإناث، كما أن طلبة الجامعة لديهم إخفاقات معرفية، وهناك فروق ذات دلالة إحصائية في الإخفاقات المعرفية تبعاً لمتغير الجنس، وكانت ذات دلالة معنوية لصالح الإناث، كما أظهرت النتائج علاقة ارتباطية إيجابية بين قلق المظهر والاختفاقات المعرفية.

وأجرى (جوبيل) وآخرون (Gobel et al, 2023) دراسة هدفت إلى معرفة العلاقة بين مؤشر كتلة الجسم، وإدراك الجسم، وقلق المظهر الاجتماعي، واحترام الذات لدى النساء، وبشكل خاص تم التركيز على التأثير الوسيط المحتمل لمؤشر كتلة الجسم فيما يتعلق بالعلاقة بين قلق المظهر الاجتماعي واحترام الذات، وبلغت عينة الدراسة (1344) امرأة متطوعة في جامعة أنقرة في تركيا، وأظهرت النتائج أن هناك اختلاف في درجات مقياس تقدير الذات لدى النساء بصورة كبيرة وفقاً لصورة الجسم ومؤشر كتلة الجسم وتكرار الوزن، ووجد أن قلق المظهر الاجتماعي يرتبط عكسياً بتقدير الذات، ووجود علاقته لقلق المظهر الاجتماعي عند تعديل مؤشر كتلة الجسم كمعامل وسيط.

ثانياً: الدراسات التي تناولت الشراء القهري

أجرى عبيدات والضمور (2010) دراسة هدفت إلى تحديد مدى انتشار ظاهرة الشراء الإدماني عند ربوات البيوت الأردنيات، وتحديد العوامل المؤثرة في الشراء الإدماني لديهن، وبلغت عينة الدراسة (603)، وأظهرت النتائج أن 44.6% من عينة الدراسة يمارسن الشراء الإدماني، وأن العوامل الثقافية والعائلية والاجتماعية والتسويقية والنفسية تؤثر في الشراء الإدماني، وأن العوامل الثقافية هي الأكثر تأثيراً في الشراء الإدماني لدى ربوات البيوت، كما أظهرت النتائج عدم وجود أثر في السلوك الشراء الإدماني عند ربة الأسرة باختلاف العمر، كما لا يوجد فروق في سلوك الشراء

الإدماني لربة الأسرة تُعزى إلى المستوى التعليمي، وأظهرت النتائج أيضاً عدم وجود فروق دالة احصائياً في سلوك الشراء الإدماني تُعزى لمتغير الحالة الوظيفية لربة الأسرة.

كما قامت مقطاف والمومني (2011) بدراسة هدفت إلى التعرف إلى أثر عناصر الترويج في إدمان المرأة الأردنية على التسوق، وبلغت العينة (500) من النساء في محافظة عمّان، وتم تطوير استبانة تقيس السلوك الإدماني بناءً على العوامل الديموغرافية، وأظهرت النتائج وجود أثر لجميع عناصر الترويج في ظاهرة إدمان التسوق لدى المرأة الأردنية، ولكن بدرجات مختلفة، حيث كان عنصر العلاقات العامة من أكثر العناصر تأثيراً، يليها عنصر الإعلان ثم البيع الشخصي، وأخيراً تنشيط المبيعات، كما أظهرت النتائج هناك تأثير للعوامل الديموغرافية في عملية الشراء لدى المرأة الأردنية، والتي تختلف باختلاف العمر، والمستوى التعليمي، والوظيفة، ومستوى الدخل الشهري، ومكان السكن، والحالة الاجتماعية، وأن الفئات العمرية الصغيرة، وكذلك المرأة العزباء وغير العاملة هي أكثر إقبالاً على تكرار عمليات الشراء.

هدفت دراسة (هارنيش) (Harnish et al., 2019) إلى فحص ما إذا كانت مخاطر اضطرابات الأكل، والعناصر السلوكية المتعلقة بصورة الجسم تتنبأ بالشراء القهري لدى عينة من طلاب الملحقين بجامعتين حكوميتين في شمال شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وبلغت عينة الدراسة (386) طالباً، وتم استخدام مقياس الشراء القهري (لريثشموند)، ومقياس اختبار مواقف الأكل (EAT-26)، واستبيان متعدد الأبعاد للعلاقات بين الجسم والذات، ومقياس مخططات المظهر (Cash, ASI-R: 2009)، وأظهرت النتائج أن الانحدار المتعدد يشير إلى أن المواقف المتعلقة بالمظهر الجسدي واللياقة البدنية والصحة، وكذلك مخاطر اضطرابات الأكل كانت تتنبأ بالشراء القهري مع كون اتجاه المظهر هو أقوى مؤشر على الشراء القهري.

كما أجرى (يوي) وآخرون (Yubei et al., 2023) دراسة هدفت إلى التحقق من النموذج الوسيط للقلق حول المظهر الاجتماعي، والشراء الاندفاعي عبر الإنترنت للأزياء العصرية من خلال ضبط الذات الذي يتم الإشراف عليه من خلال الحالة الاجتماعية والاقتصادية الذاتية أثناء الوباء في الصين، وبلغت العينة (1651) طالبة جامعية، وتم استخدام مقياس قلق المظهر الاجتماعي ومقياس اندفاع الشراء (BIS)، ومقياس ضبط الذات (SCS)، ومقياس الحالة الاجتماعية والاقتصادية الذاتية للمراهقين، وأظهرت النتائج أن هناك ارتباط إيجابي بين ضبط الذات، وقلق المظهر الاجتماعي، والاندفاعية للشراء عبر الإنترنت للأزياء العصرية بين طالبات

الجامعات أثناء الوباء بواسطة ضبط الذات، كما أنه لا يوجد ارتباط مباشر للوضع الاجتماعي والاقتصادي الذاتي في قلق المظهر الاجتماعي، والاندفاعية للشراء عبر الإنترنت خلال فترة الوباء. التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة تُلاحظ أنّ هناك ندرة في الدراسات العربية والأجنبية التي بحثت بين متغيرات الدراسة الحالية (قلق المظهر والشراء القهري)، حيث لم تجد الباحثة سواء دراستين جمعت بين قلق المظهر والشراء القهري كما في دراسة (Yubei et al., 2023؛ Harnish et al ., 2019).

كما يتضح من خلال عرض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة الحالية تتوع العينات المستخدمة في الدراسات السابقة من حيث العدد، والجنس، والعمر في الوصول الى نتائج دراساتهم؛ حيث كانت أغلب الدراسات مهتمة بطلبة الجامعات وبعضها بطلبة الثانوية، وبعضها الآخر بعينة النساء والإناث، وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري في دراستها الحالية الخاصة بقلق المظهر والشراء القهري، واختيار أدوات الدراسة، والأساليب الإحصائية، والمنهج المتبع في الدراسة.

وفي ضوء ما سبق وبحدود علم الباحثة فإنّ الدراسة الحالية تعد الأولى التي جمعت بين المتغيرات في الوطن العربي، مما يعطيها أهمية وموقعاً بين هذه الدراسات، ويتوقع أن تكون هذه الدراسة انطلاقة لدراسات أخرى لنفس المتغيرات على عينات أخرى مختلفة، والاستفادة منها في إثراء الأدب النظري حول هذه المتغيرات.

الطريقة والإجراءات

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من النساء في محافظة عجلون لعام 2023م، والبالغ عددهن (101200) أنثى، كما يشير التقرير الإحصائي الصادر عن دائرة الإحصاءات العامة. وتضمنت الدراسة الحالية (719) سيدة من محافظة عجلون، تم اختيارهن بالطريقة المتيسرة من خلال توزيع رابط الاستبانة الإلكتروني على السيدات عبر هواتفهن المحمولة وتطبيقات التواصل الاجتماعي (WhatsApp, Facebook)، ونشر الرابط على جروب (مجتمع سيدات عجلون).

منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التنبؤي للكشف عن مستوى قلق المظهر، ومستوى الكمالية، ومستوى الشراء القهري لدى النساء في محافظة عجلون؛ وللكشف عن مساهمة قلق المظهر، والكمالية في التنبؤ بالشراء القهري لديهن.

أدوات الدراسة:

أولاً: مقياس قلق المظهر (Appearance Anxiety)

بهدف الكشف عن مستوى قلق المظهر لدى عينة من النساء في محافظة عجلون، قامت الباحثة بتبني مقياس قلق المظهر (Appearance Anxiety) الذي أعده (Veale et al., 2014)، وتمت ترجمته بعرضه على مترجم في اللغة الإنجليزية، وتكون المقياس في صورته الأصلية من (10) فقرات موزعة على بعدين، هما: التجنب (Avoidance)، ومراقبة التهديد (Threat Monitoring)؛ حيث يتكون البعد الأول من (6) فقرات تقيس التجنب، والبعد الثاني (4) فقرات تقيس مراقبة التهديد، بسلم إجابة خماسي يأخذ الأوزان التالية: (دائماً = 5، كثيراً = 4، غالباً = 3، قليلاً = 2، مطلقاً = 1).

دلالات الصدق لمقياس قلق المظهر

في الدراسة الحالية قامت الباحثة بعرض المقياس بصورته الأولية المكون من (10) فقرات على (10) محكمين من ذوي الاختصاص في مجال الإرشاد النفسي، وعلم النفس التربوي؛ واعتمدت على إجماع (80%) من المحكمين لقبول الفقرة، وخلصت نتائج التحكيم إلى إعادة صياغة بعض الفقرات، وبقي المقياس بصورته النهائية مكون من (10) فقرات، كما تم استخراج مؤشرات صدق البناء لجميع فقرات مقياس الدراسة، من خلال تطبيقه على عينة استطلاعية بلغ عددها (60) سيدة، من خارج عينة الدراسة؛ حيث تم الأخذ بعين الاعتبار، معيارين لقبول الفقرات: معامل الارتباط (0.20) فأكثر، والدلالة الإحصائية للارتباط، وحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والبعد الذي تنتمي إليه، والمقياس ككل، والجدول (1) يوضح ذلك.

الجدول 1: قيم معاملات الارتباط بين فقرات مقياس قلق المظهر مع البعد المنتمي له والدرجة الكلية للمقياس

بُعد مراقبة التهديد		بُعد التجنب			
مُعامل ارتباط الفقرة مع		الفقرة	مُعامل ارتباط الفقرة مع		الفقرة
المقياس ككل	البُعد		المقياس ككل	البُعد	
0.645**	0.795**	7	0.497**	0.591**	1
0.701**	0.739**	8	0.704**	0.814**	2
0.528**	0.643**	9	0.608**	0.681**	3
0.588**	0.743**	10	0.738**	0.674**	4
			0.744**	0.682**	5
			0.722**	0.804**	6

** دالة إحصائيًا عند مستوى ($\alpha = 0.01$)

يُبين الجدول (1) قيم معاملات ارتباط الفقرات الخاصة بمقياس قلق المظهر، إذ تراوحت معاملات ارتباط الفقرات على بُعد التجنب ما بين (0.814 - 0.591) مع الدرجة الكلية للبُعد، في حين أنّ قيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس قد تراوحت ما بين (-0.497 - 0.744). كما تراوحت معاملات ارتباط الفقرات لبُعد مراقبة التهديد ما بين (0.795 - 0.643) مع الدرجة الكلية للبُعد، في حين أنّ معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس تراوحت بين (0.701 - 0.528). وكانت جميع هذه القيم دالة إحصائيًا عند مُستوى ($\alpha = 0.01$).

بالإضافة لما سبق تم استخراج معاملات ارتباط (بيرسون) (Pearson) بين أبعاد مقياس قلق المظهر والدرجة الكلية على المقياس، والجدول (2) يُبين نتائج ذلك:

الجدول 2: معاملات الارتباط بين أبعاد مقياس قلق المظهر والدرجة الكلية للمقياس

الدرجة الكلية	بُعد مراقبة التهديد	بُعد التجنب	الأبعاد
0.912**	0.523**	1	بُعد التجنب
0.826**	1		بُعد مراقبة التهديد
1			الدرجة الكلية

** دالة إحصائيًا عند مستوى ($\alpha = 0.01$).

يُبين الجدول (2) وجود معاملات ارتباط مرتفعة وذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.01$) بين كل من أبعاد مقياس قلق المظهر، والدرجة الكلية للمقياس؛ إذ تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.826 – 0.912)، والدرجة الكلية للمقياس؛ مما يُشير لوجود درجة من الصدق الداخلي في الأبعاد.

دلالات الثبات لمقياس قلق المظهر:

لأغراض الدراسة الحالية تم التحقق من ثبات المقياس، بتطبيقه على عينة الاستطلاعية مكوّنة من (60) سيدة من خارج عينة الدراسة، وأعيد تطبيق المقياس على العينة نفسها بعد أسبوعين من التطبيق الأول، من خلال حساب معاملات ثبات الاتساق الداخلي باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا) (Cronbach–Alpha) والذي يقيس مدى التناسق في استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، ويبين الجدول (3) قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي وفق معادلة (كرونباخ ألفا) لأبعاد مقياس الدراسة، ولمجمل فقرات المقياس ككل.

الجدول 3: معاملات الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) لمقياس قلق المظهر

أبعاد المقياس	كرونباخ ألفا	عدد الفقرات
بُعد التجنب	0.786	6
بُعد مراقبة التهديد	0.695	4
الفقرات ككل	0.802	10

يُبين الجدول (3) القيم الخاصة بمعاملات ثبات الاتساق الداخلي وفقاً لمعادلة (كرونباخ ألفا) للفقرات على أبعاد مقياس قلق المظهر، والتي تراوحت بين (0.695 – 0.786) على الأبعاد، في حين بلغ قيمة مُعامل ثبات (كرونباخ ألفا) لفقرات المقياس ككل (0.802). وتعدُّ هذه القيم جيدة لأغراض الدراسة الحالية، في ضوء ما أشارت إليه الدراسة السابقة.

ثانياً: مقياس الشراء القهري

بهدف الكشف عن مستوى الشراء القهري لدى عينة من النساء في محافظة عجلون، قامت الباحثة باستخدام مقياس الشراء القهري (Compulsive Buying) الذي أعده (أبو بكر والمعمري، 2019)، ويتكون المقياس في صورته الأصلية من (28) فقرة موزعة على خمسة أبعاد، هي: الاندفاعية (9) فقرات، السلوك القهري (5) فقرات، متعة الشراء (6) فقرات، شراء أشياء لا أحتاج لها (4) فقرات، المشاعر السلبية المترتبة على الشراء (4) فقرات، بسلم إجابة ثلاثي يأخذ الأوزان التالية: (دائماً=3، نادراً=2، أبداً=1).

دلالات الصدق لمقياس الشراء القهري

في الدراسة الحالية قامت الباحثة بعرض المقياس بصورته الأولية المكون من (28) فقرة على (10) محكمين من ذوي الاختصاص في مجال الإرشاد النفسي وعلم النفس التربوي، واعتمد على إجماع (80%) من المحكمين لقبول الفقرة، وخلصت نتائج التحكيم الى إجراء بعض التعديلات على المقياس؛ والتي تعلقت بإعادة صياغة بعض الفقرات، وحذف البعد الثاني (السلوك القهري) باستثناء فقرة من فقراته وهي (أشعر بتعكر المزاج إذا منعت من الذهاب الى التسوق)، ونقلها لبعد (المشاعر السلبية المترتبة على الشراء)، وحذف فقرتين في بعد (متعة التسوق)، وهما: (18، 19)، وبلغ المقياس (22) فقرة في صيغته النهائية، كما تم استخراج مؤشرات صدق البناء لجميع فقرات مقياس الدراسة، من خلال تطبيقه على عينة استطلاعية بلغ عددها (60) سيدة، من خارج عينة الدراسة؛ إذ تم الأخذ بعين الاعتبار، معيارين لقبول الفقرات: معامل الارتباط (0.20) فأكثر، والدلالة الإحصائية للارتباط، وحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والبعد الذي تنتمي إليه، والمقياس ككل، والجدول (4) يوضح ذلك.

الجدول 4: قيم معاملات الارتباط بين فقرات مقياس الشراء القهري مع البُعد المنتمي له والدرجة الكلية للمقياس

بُعد متعة الشراء		بُعد الاندفاعية			
مُعامل ارتباط الفقرة مع		الفقرة	مُعامل ارتباط الفقرة مع		الفقرة
المقياس ككل	البُعد		المقياس ككل	البُعد	
0.548**	0.810**	10	0.710**	0.754**	1
0.576**	0.772**	11	0.570**	0.580**	2
0.515**	0.834**	12	0.733**	0.799**	3
0.655**	0.788**	13	0.642**	0.770**	4
			0.634**	0.763**	5
			0.758**	0.843**	6
			0.604**	0.688**	7
			0.553**	0.638**	8
			0.652**	0.653**	9
بُعد المشاعر السلبية المترتبة على الشراء			بُعد شراء أشياء لا أحتاج لها		
مُعامل ارتباط الفقرة مع		الفقرة	مُعامل ارتباط الفقرة مع		الفقرة
المقياس ككل	البُعد		المقياس ككل	البُعد	
0.557**	0.598**	18	0.748**	0.861**	14
0.686**	0.876**	19	0.763**	0.860**	15
0.692**	0.852**	20	0.707**	0.782**	16
0.535**	0.734**	21	0.536**	0.775**	17
0.721**	0.827**	22			

** دالة إحصائيًا عند مستوى $(\alpha = 0.01)$.

يُبين الجدول (4) قيم معاملات ارتباط الفقرات الخاصة بمقياس الشراء القهري، إذ تراوحت معاملات ارتباط الفقرات على بُعد الاندفاعية ما بين (0.580-0.843) مع الدرجة الكلية للبُعد، في حين أن قيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس قد تراوحت ما بين (0.553-0.758). كما تراوحت معاملات ارتباط الفقرات لبُعد متعة الشراء ما بين (0.722-0.834) مع الدرجة الكلية للبُعد، في حين أن معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس تراوحت بين (0.515-0.655). وتراوحت معاملات ارتباط الفقرات على بُعد شراء أشياء لا أحتاج لها ما بين (0.775-0.861) مع الدرجة على لبُعد، في حين تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس ما بين (0.536-0.763). وكما تراوحت أيضاً معاملات ارتباط الفقرات لبُعد

المشاعر السلبية المترتبة على الشراء ما بين (0.598-0.876) مع الدرجة الكلية للبعد، في حين أن معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس تراوحت بين (0.535-0.721). وكانت جميع القيم دالة إحصائياً عند مستوى $\alpha = 0.01$). كما قد تم استخراج معاملات ارتباط بيرسون (Pearson) بين أبعاد مقياس الشراء القهري والدرجة الكلية على المقياس، والجدول (5) يُبين نتائج ذلك:

الجدول 5: معاملات الارتباط بين أبعاد مقياس الكمالية والدرجة الكلية للمقياس

الأبعاد	بُعد الاندفاعية	بُعد متعة الشراء	بُعد شراء أشياء لا أحتاج لها	بُعد المشاعر السلبية المترتبة على الشراء	الدرجة الكلية
بُعد الاندفاعية	1	0.539**	0.649**	0.618**	0.906**
بُعد متعة الشراء		1	0.538**	0.434**	0.714**
بُعد شراء أشياء لا أحتاج لها			1	0.673**	0.838**
بُعد المشاعر السلبية المترتبة على الشراء				1	0.819**
الدرجة الكلية					1

** دالة إحصائياً عند مستوى $\alpha = 0.01$.

يُبين الجدول (5) وجود معاملات ارتباط مُرتفعة وذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.01$) بين كل من أبعاد مقياس الشراء القهري والدرجة الكلية للمقياس، إذ تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.714 - 0.906) والدرجة الكلية للمقياس؛ مما يُشير لوجود درجة من الصدق الداخلي في الأبعاد.

دلالات الثبات لمقياس الشراء القهري:

لأغراض الدراسة الحالية تم التحقق من ثبات المقياس، تم تطبيق المقياس على العينة الاستطلاعية المكوّنة من (60) سيدة من خارج عينة الدراسة، وقد تمّ حساب معاملات ثبات الاتساق الداخلي باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا) (Cronbach–Alpha) والذي يقيس مدى التناسق

في استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، وبين الجدول (6) قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي وفق معادلة (كرونباخ ألفا) لأبعاد مقياس الدراسة، ولمجمل فقرات المقياس ككل.

الجدول 6: معاملات الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) لمقياس الشراء القهري

عدد الفقرات	كرونباخ ألفا	أبعاد المقياس
9	0.884	بُعد الاندفاعية
4	0.810	بُعد متعة الشراء
4	0.835	بُعد شراء أشياء لا أحتاج لها
5	0.840	بُعد المشاعر السلبية المترتبة على الشراء
22	0.932	الفقرات ككل

يُبين من الجدول (6) القيم الخاصة بمعاملات ثبات الاتساق الداخلي وفقاً لمعادلة (كرونباخ ألفا) للفقرات على أبعاد مقياس الشراء القهري والتي تراوحت بين (0.810-0.884) على الأبعاد، في حين بلغ قيمة مُعامل ثبات (كرونباخ ألفا) لفقرات المقياس ككل (0.932). وتعدُّ هذه القيم جيدة لأغراض الدراسة الحالية، في ضوء ما أشارت إليه الدراسات السابقة.

الإجراءات:

تم تنفيذ الدراسة وفقاً للخطوات الآتية:

- إعداد أدوات الدراسة، وعرضها على المختصين بهدف تحكيمها، واستخراج مؤشرات ودلالات الصدق والثبات، والخروج بها بصورتها النهائية.

- اختيار مجتمع وأفراد الدراسة، وهم عينة من النساء في محافظة عجلون، واختيارهم بالطريقة المتيسرة.

- توزيع أدوات الدراسة على عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة والتي بلغت (60) سيدة.

- القيام بتوزيع أدوات الدراسة على أفراد العينة، وذلك من خلال نشر رابط الكتروني تم تصميمه لهذا الغرض، ونشره على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي (Facebook, WhatsApp)،

كما تم توزيع الرابط على العاملات في مديرية شباب عجلون، مصنع شركة الأزياء التقليدية لصناعة الألبسة الجاهزة.

- التوصل الى النتائج من خلال استخدام التحليلات الإحصائية المناسبة، ومناقشتها في ضوء الأدبيات التربوية والدراسات السابقة من حيث الاتفاق والاختلاف، ووضع التوصيات المناسبة في ضوء ما توصلت اليه الدراسة من نتائج.

متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقل (المتنبأ): قلق المظهر
المتغير التابع (المتنبأ به): الشراء القهري.

المعالجة الإحصائية

تمت المعالجات الإحصائية للبيانات في هذه الدراسة باستخدام برنامج (SPSS) وذلك على النحو الآتي:

- للإجابة عن سؤال الدراسة الأول والثاني؛ تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للدلالة الكلية وللأبعاد الفرعية لمقياس قلق المظهر، والشراء القهري لدى النساء في محافظة عجلون.

- للإجابة عن سؤال الدراسة الثالث؛ تم حساب تحليل الانحدار بطريقة (Stepwise) في إدخال المتغيرات المتنبئة (قلق المظهر) على النموذج التنبؤي للمتغير المتنبأ به (الشراء القهري).

نتائج الدراسة ومناقشتها:

نتائج السؤال الأول: ما مستوى قلق المظهر لدى عينة من النساء في محافظة عجلون؟
للإجابة عن هذا السؤال فقد تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمستوى قلق المظهر لدى عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون والجدول رقم (7) يوضح ذلك.

جدول 7: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري مرتبة تنازلياً لمستوى قلق المظهر لدى عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون

المجال	الرتبة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
مراقبة التهديد	1	719	3.40	.84	متوسط
التجنب	2	719	2.62	.75	متوسط
المقياس ككل		719	2.93	.71	متوسط

يتضح من الجدول (7) بأن قلق المظهر لدى النساء في محافظة عجلون بحسب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة بشكل كلي كان بمستوى متوسط، وذلك بمتوسط حسابي لمستوى قلق المظهر (2.93)، وانحراف معياري (.71)، كما يتبين بأن مجال مراقبة التهديد كأحد مجالات قلق المظهر قد كان بالمرتبة الأولى، وبمستوى قلق مظهر متوسط، بمتوسط حسابي (3.40)، وانحراف معياري (.75)، في حين كان مجال التجنب بالمرتبة الثانية وبمستوى قلق مظهر متوسط، بمتوسط حسابي (2.62)، وانحراف معياري (.84).
أما فيما يتعلق بالأبعاد فكانت النتائج كالآتي:
أولاً: مجال التجنب

يشير الجدول (8) إلى المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعيارية لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات قلق المظهر في مجال التجنب.

جدول 8: المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعيارية لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات قلق المظهر في مجال التجنب

رقم الفقرة	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
5	1	أحاول التغيير في مظهري	3.31	1.21	متوسط
3	2	أبرر شكلي الآن بما حدث في السنوات السابقة.	2.89	1.22	متوسط
9	3	أحاول إخفاء بعض جوانب مظهري في بعض المواقف	2.71	1.23	متوسط
4	4	أتجنب مشاهدة نفسي في الصور أو مقاطع الفيديو الخاصة بي.	2.44	1.21	متوسط
8	5	أقارن مظهري بالآخرين	2.26	1.13	منخفض
10	6	أتجنب المواقف أو الناس بسبب مظهري	2.09	1.11	منخفض
		المجال ككل	2.62	.84	متوسط

يتضح من الجدول (8) بأن الفقرة ذات الرقم (5) والتي تنص على (أحاول التغيير في مظهري) قد حصلت على المرتبة الأولى من بين جميع الفقرات في مجال التجنب، بمتوسط حسابي (3.31)، وانحراف معياري (1.21) ومستوى قلق مظهر متوسط، في حين حصلت الفقرة ذات الرقم (10) والتي تنص على (أتجنب المواقف أو الناس بسبب مظهري) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.09)، وانحراف معياري (1.11)، ومستوى قلق مظهر منخفض.

ثانياً: مجال مراقبة التهديد

يشير الجدول (9) إلى المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً، والانحرافات المعيارية لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات قلق المظهر في مجال مراقبة التهديد.

جدول 9: المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعيارية لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات قلق المظهر في مجال مراقبة التهديد

رقم الفقرة	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
6	1	أركز على ما أشعر به اتجاه مظهري، وليس ما يراه المحيطين بي	3.92	1.08	مرتفع
1	2	أفكر دائماً في كيفية تعديل أو تغيير مظهري	3.52	1.20	متوسط
7	3	أحرص على تفقد مظهري بين الحين والآخر مثال (النظر المستمر في المرآة، التقاط الصور)	3.26	1.21	متوسط
2	4	أهتم برأي الآخرين حول مظهري.	2.92	1.22	متوسط
		المجال ككل	3.40	.75	متوسط

يتضح من الجدول (9) بأن الفقرة ذات الرقم (6) والتي تنص على (أركز على ما أشعر به اتجاه مظهري، وليس ما يراه المحيطين بي) قد حصلت على المرتبة الأولى من بين جميع الفقرات في مجال مراقبة التهديد، بمتوسط حسابي (3.92)، وانحراف معياري (1.08) ومستوى قلق مظهر مرتفع، في حين حصلت الفقرة ذات الرقم (2) والتي تنص على (أهتم برأي الآخرين حول مظهري) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.92)، وانحراف معياري (1.22)، ومستوى قلق متوسط. وتُفسر الباحثة هذه النتيجة في المقام الأول إلى أنّ النساء قد اكتسبن هذه السمة من العوامل الأسرية التي تلعب دوراً كبيراً في امتلاك الأفراد للسمات؛ حيث تُشكل الانتقادات السلبية، والمشكلات الأسرية، والحماية، أو الإهمال الزائد مشاعر نقص لديهنّ؛ مما يدفعهنّ لتعويض النقص بالاهتمام بمظهرهن، وهذا ما أكده نور الدين (2010) في دراسته بأنّه: ينشأ قلق المظهر من البيئة الأسرية المعتلة التي لا تشبع حاجات أفرادها، مما تولد مشاعر النقص لدى أبنائها، وتدني تقدير الذات، وعدم القدرة على التعبير عن الذات، كما قد تُعزى الباحثة هذه النتيجة إلى العوامل الاجتماعية التي تُحدد الجمال، والاهتمام بالمظهر معياراً للقبول والاستحسان، والحصول على الاهتمام، والمكانة الاجتماعية، وقد تُعزى النتيجة أيضاً للضغوطات النفسية التي تواجههنّ في

العمل أو الأسرة؛ مما يدفعهنّ للهروب من تلك الضغوطات إلى الاهتمام بالمظهر، وجعله في المقام الأول؛ لتحسين من الحالة المزاجية، وتحقيق الراحة النفسية، وكذلك قد تُعزى النتيجة إلى علاقات الصداقة المكونة في العمل أو الدراسة أو المجتمع، فعندما تتشارك الحديث والتخوفات حول مظهرها قد يُعزز من السمة أو يُساهم في اكتسابها، ومن المتوقع أنّ هذه الأحاديث قد تُخفف من وطأة القلق، بأنهنّ لسنّ الوحيدات اللواتي يشعرنّ بذلك؛ كما قد يسعينّ لإيجاد حلول لتخفيف من هذا القلق، ويدعمنّ بعضهنّ البعض بعضاً، وقد تُعزى الباحثة هذه النتيجة إلى اهتمام النساء بآراء الآخرين حول مظهرها، وتخوفها من انتقاد مظهرها؛ فتتجنب المواقف الاجتماعية التي من الممكن أن تُشعرها بأنها مراقبة، أو أنّه يتم التحدث حول مظهرها وشكلها، أو تلجأ إلى سلوكيات التعويضية كالرياضة وعمليات التجميل، وهذا ما أشار له الدقوسي (2006) بأن قلق المظهر يؤثر في الأنماط السلوكية (التجنبية والإقدامية والإحجامية).

كما قد تُعزى النتيجة إلى حرص المرأة وانشغالها بتفقد مظهرها بين الحين والآخر، مثل: النظر المستمر في المرأة أو الأسطح العاكسة، والتقاطها للصور، وعمل تعديلات عليها، ومقارنة مظهرها بالآخرين؛ مما يُعزز سمة قلق المظهر لديها، كما تلعب وسائل الإعلام دوراً في تعزيز السمة بعرض منتجات التجميل، أو الملابس أو الاهتمام بالجسم بطريقه مشوقه للتجربة، وقد تُعزى النتيجة لتدني تقدير الذات واحترامها؛ مما قد يزيدنّ أنفسهنّ بأحاديث ذاتية سلبية؛ وهذا ما أكدته الدراسة التي أجراها (Gobel et al., 2023)؛ حيثُ أظهرت النتائج أنّ هناك اختلافاً في درجات مقياس تقدير الذات لدى النساء بصورة كبيرة وفقاً لصورة الجسم ومؤشر كتلة الجسم وتكرار الوزن، ووجد أنّ قلق المظهر الاجتماعي يرتبط عكسياً بتقدير الذات، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة علي (2020) التي أشارت إلى وجود دلالة إحصائية لقلق المظهر تبعاً لمتغير الجنس لصالح الإناث.

نتائج السؤال الثاني: ما مستوى الشراء القهري لدى عينة من النساء في محافظة عجلون؟
للإجابة عن هذا السؤال فقد تم حساب المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمستوى الشراء القهري لدى عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون والجدول رقم (10) يوضح ذلك.

جدول 10: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري مرتبة تنازلياً لمستوى الشراء القهري لدى عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون

المجال	الرتبة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
متعة الشراء	1	719	2.56	.58	مرتفع
الاندفاعية	2	719	1.96	.54	متوسط
المشاعر السلبية المترتبة على الشراء	4	719	1.74	.54	متوسط
الشراء أشياء لا تحتاج لها	5	719	1.68	.59	متوسط
المقياس ككل	3	719	1.91	.47	متوسط

يتضح من الجدول (10) بأن الشراء القهري لدى النساء في محافظة عجلون بحسب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة بشكل كلي كان بمستوى متوسط، وذلك بمتوسط حسابي لمستوى الشراء القهري ككل (1.91)، وانحراف معياري (.47)، كما يتبين بأن مجال متعة الشراء كأحد مجالات الشراء القهري قد حصل على المرتبة الأولى بمستوى شراء قهري مرتفع، بمتوسط حسابي (2.56)، وانحراف معياري (.58).

أما فيما يتعلق بالأبعاد فكانت النتائج كالآتي:

أولاً: الاندفاعية

يشير الجدول (11) إلى المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعيارية لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات الشراء القهري في مجال الاندفاعية.

جدول 11: المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعياري لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات الشراء القهري في مجال الاندفاعية

رقم الفقرة	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	1	أشعر أنّ لدي رغبة داخلية تدفعني للذهاب للتسوق	2.26	.70	متوسط
4	2	أشعر برغبة تلقائية في الشراء	2.23	.74	متوسط
2	3	عند التسوق، أنفق ما أمتلك من المال دون أن أشعر بذلك	2.14	.73	متوسط
5	4	لا أستطيع منع نفسي من الشراء، خلال التواجد في أماكن التسوق.	2.05	.76	متوسط
7	5	عند التسوق أتجاوز المبلغ المرصود للتسوق	1.99	.77	متوسط
3	6	أتفاجأ بنفاد نقودي عند التسوق.	1.98	.76	متوسط
6	7	أعجز عن مقاومة مغريات الشراء	1.95	.76	متوسط
9	8	أعرض للإفلاس نهاية كل شهر بعد عمليات شراء غير محسوبة.	1.63	.75	منخفض
8	9	تتراكم عليّ الديون جراء كثرة التسوق.	1.41	.66	منخفض
		المجال ككل	1.96	.54	متوسط

يتضح من الجدول (11) بأن الفقرة ذات الرقم (1) والتي تنص على (أشعر أنّ لدي رغبة داخلية تدفعني للذهاب للتسوق) قد حصلت على المرتبة الأولى من بين جميع الفقرات في مجال المعايير العالية، بمتوسط حسابي (2.26)، وانحراف معياري (.70)، ومستوى شراء قهري متوسط، في حين حصلت الفقرة ذات الرقم (8) والتي تنص على (تتراكم عليّ الديون جراء كثرة التسوق) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.41)، وانحراف معياري (.66)، ومستوى شراء قهري منخفض.

ثانياً: مجال متعة الشراء

يشير الجدول (12) إلى المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعياري لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات الشراء القهري في مجال متعة الشراء.

جدول 12: المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعياري لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات الشراء القهري في مجال متعة الشراء

رقم الفقرة	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
10	1	أستمتع بعملية الشراء وتتحسن نفسياتي بعد التسوق.	2.49	.66	مرتفع
11	2	أشعر بسعادة غامرة بعد عملية الشراء.	2.49	.65	مرتفع
13	3	تزداد ثقتي بنفسي بعد عملية الشراء.	2.05	.80	متوسط
14	4	ألجأ للشراء لتحسين حالتي المزاجية.	1.98	.78	متوسط
		المجال ككل	2.25	.58	مرتفع

يتضح من الجدول (12) بأن الفقرة ذات الرقم (10) والتي تنص على (أستمتع بعملية الشراء وتتحسن نفسياتي بعد التسوق) قد حصلت على المرتبة الأولى من بين جميع الفقرات في مجال متعة الشراء، بمتوسط حسابي (2.49)، وانحراف معياري (.66)، ومستوى شراء قهري مرتفع، في حين حصلت الفقرة ذات الرقم (14) والتي تنص على (ألجأ للشراء لتحسين حالتي المزاجية) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.98)، وانحراف معياري (.78)، ومستوى شراء قهري متوسط.

ثالثاً: مجال شراء أشياء لا أحتاج لها

يشير الجدول (13) إلى المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعياري لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات الشراء القهري في مجال شراء أشياء لا أحتاج لها.

جدول 13: المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعياري لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات الشراء القهري في مجال شراء أشياء لا أحتاج لها

رقم الفقرة	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
18	1	قد أشتري أشياء للآخرين، للشعور بالاستمتاع من الشراء .	1.91	.78	متوسط
19	2	أنجذب للمشتريات المعروضة؛ حتى وإن لم تكن مفيدة لي.	1.63	.74	منخفض
17	3	أندفع في الشراء؛ رغم عدم حاجتي للأشياء المشتراة.	1.61	.71	منخفض
15	4	أشتري أشياء لا أحتاج لها.	1.56	.71	منخفض
		المجال ككل	1.68	.59	متوسط

يتضح من الجدول (13) بأن الفقرة ذات الرقم (18) والتي تنص على (قد أشتري أشياء للآخرين، للشعور بالاستمتاع من الشراء) قد حصلت على المرتبة الأولى من بين جميع الفقرات في مجال شراء أشياء لا أحتاج لها، بمتوسط حسابي (1.91)، وانحراف معياري (.78)، ومستوى شراء قهري متوسط، في حين حصلت الفقرة ذات الرقم (15) والتي تنص على (أشتري أشياء لا أحتاج لها) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.56)، وانحراف معياري (.71)، ومستوى شراء قهري منخفض.

رابعاً: مجال المشاعر السلبية المترتبة على الشراء القهري

يشير الجدول (14) إلى المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعياري لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات الشراء القهري في مجال المشاعر السلبية المترتبة على الشراء.

جدول 14: المتوسطات الحسابية مرتبة تنازلياً والانحرافات المعياري لدرجة استجابة أفراد عينة الدراسة من نساء محافظة عجلون على فقرات الشراء القهري في مجال المشاعر السلبية المترتبة على الشراء

رقم الفقرة	الرتبة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
16	1	أندم بعد شراء أشياء لا أحتاج إليها.	1.86	.77	متوسط
21	2	أشعر بالضيق عندما أصرف كل نقودي في عملية الشراء.	1.84	.76	متوسط
20	3	عندما أعود للمنزل بعد عملية الشراء، أسأل نفسي لماذا اشتريت هذه الأشياء.	1.70	.73	متوسط
22	4	أتمنى العودة إلى السوق مرة أخرى، ولا أشتري شيء مما اشتريته.	1.67	.75	متوسط
12	5	يسوء مزاجي إذا لم أذهب للتسوق.	1.65	.74	منخفض
		المجال ككل	1.74	.54	متوسط

يتضح من الجدول (14) بأن الفقرة ذات الرقم (16) والتي تنص على (أندم بعد شراء أشياء لا أحتاج إليها) قد حصلت على المرتبة الأولى من بين جميع الفقرات في مجال المشاعر السلبية المترتبة على الشراء، بمتوسط حسابي (1.86)، وانحراف معياري (.77)، ومستوى شراء قهري متوسط، في حين حصلت الفقرة ذات الرقم (12) والتي تنص على (يسوء مزاجي إذا لم أذهب للتسوق) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.65)، وانحراف معياري (.74)، ومستوى شراء قهري منخفض.

وتُفسر الباحثة هذه النتيجة إلى أنّ النساء قد اكتسبن سلوك الشراء القهري من خلال البيئة الأسرية خاصة التي تعمل على تلبية احتياجات أفرادها، وتقديم التعزيز المادي عند قيامهم بسلوكيات إيجابية وناجحة، كما قد تسهم الانتقادات التي تسمعها المرأة من أسرتها أو البيئة المحيطة بها من الأصدقاء أو زملاء العمل من سلوكيات الشراء القهري، وقد تُعزى النتيجة إلى الحالة المزاجية والضغطات النفسية التي تمر بها المرأة خلال فترة ما، وقد تؤدي دوراً كبيراً في زيادة سلوك الشراء القهري لديها فتمتعة الشراء تخلصها من مشاعر القلق والتوتر، وتجعلها تشعر بالسعادة؛ فتلجأ إلى عمليات الشراء حتى لو كانت هذه السعادة لحظية. وهذا ما أكدته دراسة

(Muller et al., 2012، دريشي (2015))، وقد يلعب الحرمان في مرحلة الطفولة إلى الاندفاعية في الشراء، والقيام بسلوكيات تعويضية قهرية، مثل: زيارة الأسواق بكثرة، والشعور برغبة داخلية للتسوق، وإنفاق ما يملكن من نقود في سبيل تعويض ما احتاجت إليه في الماضي، وشراء أشياء لا تحتاج إليها، وهذا ما أكدته دراسة (شارما) وآخرون ((Sharma et al., 2009)، علاوة على ذلك قد تُعزى النتيجة إلى توافر أوقات الفراغ لدى بعضهم والذي يسهم في زيادة متعة التسوق، علاوة على عمليات الترويج، والتخفيضات نهاية الموسم للسلع المشتراة، وعرضها بطريقة جذابة وبأقل الأسعار؛ وتتنظر إليها المرأة بأنها فرصة تستحق أن تُغتتم لامتلاك تلك القطع والاستحواذ عليها وهذا ما أكدته دراسة (عبيدات والضمور، 2010).

كما قد تُعزى النتيجة إلى حُب المرأة بالتفرد في اقتناء بعض القطع الباهظة الثمن والفريدة والتي تميزها عن غيرها؛ مما يدفعها إلى شرائها باستمرار فتشكل لها ضائقات مالية، وتراكم للديون وهذا ما أكدته دراسة (أبو المجد وكمال، 2022)، كما تلعب الحالة الاجتماعية دوراً في اكتساب سلوك الشراء القهري كالعزباء مثلاً يُكثر تردها على الأسواق، وتعجز عن مقاومة مغريات الشراء بعكس المتزوجة التي لا تخرج للأسواق إلا عند الضرورة؛ حيثُ جاءت نتيجة دراسة أبو المجد وكمال (2022) مؤكدة ذلك أنّ الأرامل والعزباء على التوالي هنّ أعلى نسبة تتمتع بالشراء القهري. وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة السيد (2016) والتي أشارت إلى وجود فروقاً دالة إحصائياً بين الذكور والإناث من طلاب الجامعة في الشراء القهري لصالح الإناث، وتتفق مع نتائج دراسة (باتاشاريا وباساك) Battacharya & Basak (2016)؛ الربيعي (2019)، خطيبة (2022) والتي أشارت إلى أنّ مستوى الشراء القهري على المقياس الكلي كان متوسطاً. نتائج السؤال الثالث: ما القدرة التنبؤية لقلق المظهر والكمالية بالشراء القهري لدى عينة من النساء في محافظة عجلون؟

بهدف الكشف عن القدرة التنبؤية لمستوى قلق المظهر بالشراء القهري لدى أفراد عينة الدراسة؛ تم حساب قيم معاملات الارتباط الخطية البينية للمتغيرات المُتنبئة (المستقلة: قلق المظهر)، والمتغير المتنبأ به (التابع: الشراء القهري) لدى عينة من النساء في محافظة عجلون، كما هو مبين في الجدول (15).

جدول (15): مصفوفة معاملات الارتباط البينية بين المتنبئات وبين المتنبئات والمحك

المتغير	قلق المظهر
الشرء القهري	0.304*

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)

يتضح من الجدول (15) أن (قلق المظهر) ارتبط مع المحك (الشرء القهري) بعلاقة موجبة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) تراوحت قيمتها (0.304).

وللكشف عن نسبة التباين التي فسرتها المتغير المتنبئ؛ تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد باعتماد أسلوب الخطوة (Stepwise) في إدخال المتغير المتنبئ إلى المعادلة الانحدارية في النموذج التنبؤي، كما هو مبين في الجداول (16-17).

جدول (16): نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لأثر المتغيرات المتنبئة على الشرء القهري

النموذج الفرعي	R	R ²	R ² المعدل	الخطأ المعياري للتقدير	إحصاءات التغير			
					التغير في R ²	F التغير	درجة حرية البسط	درجة حرية المقام
1	0.30	0.09	0.09	0.451	0.09	73.03	1	717
						0		

1: المتنبئات: (ثابت الانحدار)، قلق المظهر

*دالة إحصائية على مستوى ($\alpha=0.05$)

يتضح من الجدول (16) أن النموذج التنبؤي للمتغير المتنبئ بالمتغير المتنبئ به (الشرء القهري)، قد كان دالاً إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) مُفسراً ما مقداره (9.20%)؛ حيث كانت نسبة التباين المفسر لقلق المظهر له دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) مُفسراً ما مقداره (9.20%) من التباين المُفسر الكلي للنموذج التنبؤي.

كما تم حساب أوزان الانحدار اللامعيارية والمعيارية وقيم اختبار (t) المحسوبة للمتغير المستقل (المتنبئ) بالمتغير المتنبأ به (التابع) لدى عينة من النساء في محافظة عجلون في النموذج التنبئي، كما هو مبين في الجدول (17).

جدول (17): الأوزان اللامعيارية والمعيارية للمتغير المتنبئ بالشراء القهري لدى عينة من النساء في محافظة عجلون

الدلالة الاحصائية	t	الأوزان المعيارية	الأوزان اللامعيارية		المتنبئات
		B	الخطأ المعياري	B	
0.000*	18.708		0.071	1.328	ثابت الانحدار
0.000*	8.546	0.304	0.023	0.201	قلق المظهر

*دالة إحصائية على مستوى (0.05)

يتضح من الجدول (17) أن مستوى الشراء القهري يزداد بمقدار (0.304) من الوحدة المعيارية كلما ارتفع مستوى قلق المظهر بمقدار وحدة معيارية (انحراف معياري) واحدة، وبالتالي تكون معادلة الانحدار للتنبؤ بالشراء القهري كما يأتي:

$$y = 1.328 + 0.201x_1$$

حيث:

y : الشراء القهري، x_1 : قلق المظهر.

وتُعزى الباحثة هذه النتيجة إلى إمكانية تفسيرها من خلال ارتباط أبعاد قلق المظهر مع أبعاد الشراء القهري؛ حيثُ سلوك التجنب الذي يتمثل بالاهتمام برأي الآخرين حول المظهر، وتجنب المواقف والناس خوفاً من انتقاد المظهر، والحرص على تفقد المظهر باستمرار من خلال الصور أو المرآة يجعل المرأة تشعر بمشاعر سلبية، والمحاولة في تغيير من مظهرها؛ فتميل إلى الاندفاعية في الشراء، والتردد إلى الأسواق، وشراء أشياء لا تحتاج إليها فقط في سبيل نيل اهتمام الآخرين بها وإعجابهم.

كما أنّ سلوكيات مراقبة التهديد تجعلها تميل إلى التفكير الدائم في تغيير مظهرها وإخفاء بعض جوانب منه من خلال الانجذاب للمشتريات المعروضة والشراء بنهم مما يشعرها بمشاعر سلبية بعد عمليات الشراء؛ كالشعور بالحزن والضيق بعد نفاذ النقود، أو تراكم للديون فقط من أجل تحسين من المظهر والحالة المزاجية، والشعور بالندم وتأنيب الضمير عند شراء أشياء لا تحتاج إليها، وتُعزي الباحثة هذه النتيجة أيضاً للضغوطات الاجتماعية التي قد تتعرض لها المرأة سواء داخل منزلها أو خارجه، بتعرضها الدائم للانتقاد على المظهر والذي قد يُزعزع ثقتها بنفسها ويُشعرها بالنقص والدونية، مما يدفعها للميل إلى الشراء؛ لتحسين من المظهر، وكسب استحسان الآخرين لها، وتتوه الباحثة على عدم قدرتها في الحصول على دراسات تدعم هذه النتائج.

التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة، توصي الباحثة بالآتي

- 1- إجراء دراسات للكشف عن مستوى كل من قلق المظهر والشراء القهري على فئة النساء في مختلف محافظات المملكة.
- 2- إجراء دراسات على فئات مختلفة من فئات المجتمع لنفس المتغيرات (قلق المظهر، الشراء القهري).
- 3- إجراء دراسات مشابهة تتناول الشراء القهري، وعلاقتها بمتغيرات مختلفة لدى النساء، مثل: الحالة المزاجية، الحرمان الطفولي.
- 4- تنفيذ برامج إرشادية وقائية حول قلق المظهر للتوعية بخطورة تطور السمة، والحد منها قدر الإمكان.
- 5- تنفيذ برامج إرشادية وقائية حول الشراء القهري، والدوافع الكامنة وراء سلوكيات الشراء، والتوعية بخطورة تطور السلوك، والحد منه قدر الإمكان.

المراجع العربية

- أبو المجد، حسن محمود وكمال، ياسمين رمضان. (2022). فعالية برنامج قائم على نموذج وقف فرط التسوق في خفض اضطراب الشراء القهري لدى طلاب كلية التربية بقنا. مجلة جنوب الوادي الدولية للعلوم التربوية. 220-281، (9)5،
- أبو بكر، نشوة والمعمري، أحمد. (2019). الخصائص السيكومترية لمقياس الشراء القهري (البنية العاملية للشراء القهري). المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية 342-323، 11،
- حسين، فريدة مصطفى وموسى، محمود علي. (2021). الإسهام النسبي للحالة المزاجية للمستهلك كمنبئ بسلوكيات الشراء في ظل جائحة كورونا. المجلة العربية للدراسات الأمنية، (2)37، 161-177.
- خطابية، سهام. (2022). القدرة التنبؤية لمصادر الضغوط النفسية والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية في الشراء القهري لدى الإناث (رسالة ماجستير)، كلية التربية، اليرموك.
- خميس، شيماء. (2010). السلوك المظهري وعلاقة بالخلج لدى طالبات المرحلة الأولى في كليات التربية الرياضية في جامعات الفرات الأوسط. مجلة علوم التربية الرياضية. (2)3،
- دربشي، جميلة. (2015). اضطراب الشراء القهري وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية الأخرى. دراسات عربية في التربية وعلم النفس. 341-371، (57)،
- الدقوسي، مجدي. (2006). اضطراب صورة الجسم. مكتبة الأنجلو المصرية.
- الربيعي، طالب. (2019). الإدمان على التسوق لدى الإناث: دراسة ميدانية. مجلة العلوم النفسية والتربوية. 126-173، (139)1،
- السيد، سارة رجب. (2016). الشراء القهري وعلاقته بتقدير الذات لدى عينة من طلاب الجامعة. مجلة دراسات عربية. 1-36، (1)15،
- سبيلبيرجر، جورستش، لوشين، فاج، وجاكوبز (1983). دليل تعليمات قائمة القلق (الحالة والسمة) (أحمد عبد الخالق، ترجمة؛ ط2). دار نشر الثقافة. (1992).
- عبيدات، أحمد والضمور، هاني. (2010). العوامل المؤثرة في الشراء الإدماني لدى ربات البيوت الأردنيات: دراسة حالة. مجلة دراسات العلوم الإدارية. 441-464، (2)37،
- عطية، شريف وسليمان، سحر. (2021). الإقبال على بعض مستحدثات التسوق وعلاقته بالإدمان الشرائي لربة الأسرة. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية. 1147-1218، (34)7

- علي، إسرائ. (2020). قلق المظهر وعلاقته بالإخفاقات المعرفية لدى طلبة جامعة سومر. مجلة العصر للعلوم الإنسانية والاجتماع، 48-28، (3)
- الليحاني، مريم والأنصاري، مريم. (2021). الشراء القهري كمتبئ للاكتئاب لدى طالبات ومنسوبات جامعة أم القرى. مجلة العلوم التربوية والنفسية. 1491-1523، (3)، 14،
معمرية، بشير. (2009). القلق الاجتماعي (المواقف المثيرة... نسبة الانتشار... الفروق بين الجنسين وبين المراحل العمرية). مجلة شبكة العلوم النفسية العربية، -135، (22)، 21
149.
- مقطاف، سيما والمومني، رائد. (2011). أثر عناصر المزيج الترويجي على الإدمان الشرائي عند المرأة الأردنية. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. 58-33، (11)، 11،
نور الدين، زعتر. (2010). سلسلة الأمراض النفسية: القلق (ط1). دار الأوراسية.

المراجع الأجنبية

- Bhattacharya, S., & Basak, A. (2016). Compulsive Buying Behavior, Attitude Towards Money, Satisfaction with Life and Self-Esteem –A Study on Single and Married Women. *Psychology Journal*, 6(3), 445-447.
[https://www.worldwidejournals.com/indian-journal-of-applied-research-\(IJAR\)/recent_issues_pdf/2016/March/March_2016_1492085497__134.pdf](https://www.worldwidejournals.com/indian-journal-of-applied-research-(IJAR)/recent_issues_pdf/2016/March/March_2016_1492085497__134.pdf)
- Gobel, P., Anlier, N., Yilmaz, S. & Kocabas, U. (2023). Social Appearance Anxiety and Self-esteem in Women: Could Body Mass Index Have a Mediating Role? *Behavioral Psychology/ Psicologia Conductual*, 31(1), 20-37.
<https://dio.org/10.51668/bp.8323102n>
- Harnish, R., Gump, J., Brides, K., Slack, F., Rottschaefer, K. (2019). Compulsive Buying: The Impact of Attitudes Toward Body Image, Eating, Disorder, and Physical Appearance Investment. *Mental & Physical Health*. 122(5), 1632-1650.
<https://doi.org/10.1177/0033294118789042>
- Kingsley, J. (2019). *Appearance Anxiety: A Guide to Understanding Body Dysmorphic Disorder for Young People, Families and Professional*. London.

- Miltenberger, R., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., Faber, R., & Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*. 34(1), pp 1-9. [https://doi.org/10.1016/s0005-7916\(03\)00002-8](https://doi.org/10.1016/s0005-7916(03)00002-8) .
- Monro, F, Huon, G. (2005). Media-Portrayed Idealized Images, Body Shame, and Appearance Anxiety. *International Journal of Eating Disorders*. 38(1), pp85-90. <https://doi.org/10.1002/eat.20153>.
- Muller, A., Mitchell, J., Crosby, R., Cao, L., Johnson, J., Claes, L., & Zwaan, M. (2012). Mood states preceding and following compulsive buying episodes: an ecological momentary assessment study. *Psychiatry Research*. 200(2-3), pp575-580. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2012.04.015>
- Raghavan, D., Hasmina, F. (2022). Appearance Anxiety and Social Interaction Anxiety among Late Adolescents. *Indian Journal of Health & Wellbeing*, 13(3), 388-392. <https://iahrw.org/our-services/journals/indian-journal-of-health-wellbeing/>
- Sharma, V., Narang, K., Rajender, G., & Bhatia, M.S. (2009). Shopaholism (Compulsive buying)-A New Entity. *Delhi Psychiatry Journal*. 12(1), pp 110-113. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/sea-158930> .
- Veale, D., Eshkevaria, E., Kanakama, N., Ellisona, N., Costa, A., & Werner, T. (2014). The Appearance Anxiety Inventory: Validation of a Process Measure in the Treatment of Body Dysmorphic Disorder. *Behavioural and Cognitive Psychotherapy*, 42, 605-616.
- Yubei, X., Mingfan, L., & Biyun, W. (2023). The Effect of Social Appearance Anxiety on the Online Impulse Purchases of Fashionable Outfits Among Female College Students During Pandemic Periods: The Mediating Role of Self-Control and the Moderating Role of Subjective Socioeconomic Status. *Psychology Research & Behavior Management*, 16, 303-318. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S392414>.

Yursever, I., Matusiak, T., Szepietowska, M., Veale, D., & Szepietomski, J. (2022). Appearance Anxiety Inventory (AAI): Creation and Validation of the Polish Language Version. *Advances in Dermatology and Allergology*. 39(5).940–943.
<https://doi.org/10.5114/ada.2021.112767>