الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جـامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم النفس

اضطراب التسوق القهري وعلاقته بالإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من فتيات مدينة غرداية

مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الليسانس

تخصص :علم النفس العيادي

من إعداد الطلبة(ة) :

- شريفي سعيد
- غشام نجاة
- قرادي نور الهدى

تحت إشراف :

الدكتورة بوبعاية يمينة

السنة الجامعية: 2026/2025


بسم الله الرحمن الرحيم

كلمــة شكــر شكر وتقدير – شكر وعرفان

﴿وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ﴾

سيدنا محمد ﷺ

كلمة شكر وتقدير بعد الشكر و الحمد لله سبحانه وتعالى على نعمته وفضله ودوام الصحة

والعافية ، والصلاة على رسول الله صلى الله عليه وسلم .وإذا كان لابد من الشكر فإننا

نتقدم بأسمى عبارات الشكر والامتنان للأستاذة المشرفة لما قدمته لنا من خلال توجيهاتها

وتحفيزاتها

الأستاذة :"بوبعاية يمينة"

التي كانت نعم السند فلها منا أخلص التقدير والعرفان والاحترام

كما نتقدم بالشكر الجزيل أيضا، إلى كل من ساعدنا من بعيد أو من قريب ونوجه تشكراتنا

إلى أفراد عينة البحث،على قبولهم الاجابة على أسئلتنا .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين إضطراب التسوق القهري و الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي لدى فتيات مدينة غرداية، و التعرف على كل من مستوى إضطراب التسوق القهري و الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي، التحقق من وجود علاقة بين االضطراب التسوق القهري وادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى فتيات مدينة غرداية عبر الفيسبوك في مجموعة" سعسقات حوانيت الثنية وزقاق الخياط والبلاد خاص بالنساء فقط " و إعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع فتيات من سن 18-35 بمدينة غرداية ، و البالغ عددهم (166) فتاة ، و أجريت الدراسة على عينة تكونت من (30) فتاة تم إختيارهم بطريقة قصدية و متاحة ، للتحقق من الدراسة إستخدمت الدراسة مقياس إضطراب التسوق القهري لـ شيماء عمر و أحمد أبو طربوش(2025)، و مقياس الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي لـ(2018)sahin ، تم التأكد من صلاحية الأدوات و ذلك بإعادة حساب الصدق و الثبات، كما استخدمت الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية المهمة منها الإحصاء الوصفي و معامل الإرتباط .

تم التوصل إلى النتائج التالية :

1. درجة إضطراب التسوق القهري متوسط لدى فتيات مدينة غرداية.
2. مستوى الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي متوسط لدى فتيات مدينة غرداية .
3. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إضطراب التسوق القهري و الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي لدى عينة فتيات مدينة غرداية .

كلمات المفتاحية : اضطراب التسوق القهري، الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي، الفتيات

Abstract:

The study aimed to identify the nature of the relationship between compulsive buying disorder and addiction to social networking sites among girls in the city of Ghardaia, and to identify both the level of compulsive buying disorder and addiction to social networking sites. It also sought to verify the existence of statistically significant differences in compulsive buying disorder and addiction to social networking sites among girls in the city of Ghardaia through Facebook in the group "Saasqat Hawanit Ethania, Zqaq El Khayat and El Bilad, Women Only." The study adopted the descriptive analytical method. The study population consisted of all girls aged 18–35 in the city of Ghardaia, numbering (166) girls. The study was conducted on a sample consisting of (166) girls selected through purposive and convenience sampling. To verify the study hypotheses, the study used the Compulsive Buying Disorder Scale by Shaimaa Omar and Ahmed Abu Tarboush (2025), and the Social Networking Sites Addiction Scale by Sahin (2018). The validity and reliability of the tools were confirmed by recalculating validity and reliability measures. The study also

used a set of important statistical methods, including descriptive statistics and the correlation coefficient.

The following results were reached:

1. The degree of compulsive buying disorder was moderate among girls in the city of Ghardaia.

2. The level of addiction to social networking sites was moderate among girls in the city of Ghardaia.

3. There is no statistically significant relationship between compulsive buying disorder and addiction to social networking sites among the sample of girls in the city of Ghardaia.

Keywords: Compulsive Buying Disorder, Addiction to Social Networking Sites, Girls.

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
شكر وتقدير	ت
ملخص الدراسة بالعربية	ث
ملخص الدراسة بالإنجليزية	ج
فهرس المحتويات	ح
قائمة الجداول	د
قائمة ملاحق	ر
مقدمة	3
القسم الأول : الجانب النظري للدراسة	
الفصل الأول : الإطار العام للدراسة	
1 –إشكالية الدراسة	7
2 –اهمية للدراسة	8
3 – اهداف للدراسة	8
4–تحديد المفاهيم و مصطلحات الدراسة	9
5 –الدراسات السابقة	11
6 –فرضيات الدراسة	16
7 –الخلفية النظرية لمتغيرات الدراسة	16
القسم الثاني : الجانب الميداني	
الفصل الثاني: منهجية الدراسة والإجراءات الميدانية	
تمهيد	26
1 –منهج الدراسة	26
2 –الدراسة الإستطلاعية	26
3 –حدود الدراسة	27
4 –مجتمع الدراسة الإستطلاعية	27

5 –عينة الدراسة	**27**
6 –أدوات الدراسة	**29**
7 –الأساليب الإحصائية للدراسة	**37**
الفصل الثالث : عرض وتحليل ومناقشة وتفسير نتائج الدراسة	
تمهيد	39
1 –عرض وتحليل ومناقشة وتفسير نتائج الفرضيات	39
1-1- **عرض وتحليل ومناقشة وتفسير نتائج الفرضية الأولى**	39
1-2- **عرض و تحليل و مناقشة وتفسير نتائج الفرضية الثانية**	41
1-3–عرض و تحليل ومناقشة وتفسير نتائج الفرضية الثالثة	42
2–إستنتاج عام	44
3–مقترحات وآفاق بحثية	44
خاتمة	45
قائمة المراجع	46
قائمة الملاحق	50

قائمــة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع العينة حسب متغير السن.	28
02	توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.	28
03	توزيع ابعاد التسوق القهري حسب ارقام العبارات	29
04	يوضح المقياس الخماسي لتحديد درجات الموافقة على كل عبارات المقياسين.	30
05	علاقة كل بعد من أبعاد مقياس اضطراب التسوق القهري بالدرجة الكلية	31
06	دلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة على الدرجات الدنيا والعليا المقياس	32
07	معامل ثبات مقياس اضطراب التسوق القهري بطريقة الاتساق الداخلي	32
08	ثبات مقياس اضطراب التسوق القهري بطريقة التجزئة النصفية .	33
09	ابعاد مقياس الادمان على مواقع التاواصل الاجتماعي	33
10	علاقة كل بعد من أبعاد مقياس الادمان على التواصل الاجتماعي بالدرجة الكلية المقياس	35
11	دلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة على الدرجات الدنيا والعليا الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي.	35
12	معامل ثبات مقياس الادمان على مواقع التواصل بطريقة الاتساق الداخلي.	36
13	ثبات مقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة التجزئة النصفية.	36
14	التحقق من شرط التوزيع الطبيعي بالنسبة للمتغيرين.	39
15	مستوى اضطراب التسوق القهري.	40
16	مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي	41

17	معامل الارتباط بين درجات أفراد عينة الدراسة على الدرجة الكلية المقياس اضطراب التسوق القهري ودرجة الكلية الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي	42

قائمـــة الملاحـــق:

الرقم	عنـوان الملحــق	الصفحة
01	**مقياس اضطراب التسوق القهري**	**54**
02	**مخرجات الصدق والثبات لمقياس اضطراب التسوق القهري**	**56**
03	**مقياس ادمان مواقع التواصل الاجتماعي**	**59**
04	**مخرجات الصدق والثبات لمقياس ادمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي**	**62**
05	**مخرجات الدراسة الاساسية و نتائج فرضيات الدراسة**	**64**

مقدمة :

يمثل التسوق و الشراء احد أنشطة الحياة اليومية و ضرورية، فمن الطبيعي أن يتسوق الفرد لشراء أغراضة الشخصية أو الدراسية أو المنزلية، و لكن كل هذا بإعتدال دون إسراف.

اما عندما يكون التسوق لإشباع رغبة وليس إشباع حاجة ملحة، أو مجرد تسوق لضياع الوقت و المال هنا يعرف بالشراء أو التسوق القهري.

حيث يعد اضطراب الشراء القهري أحد اضطرابات السلوك المالي يتضمن اضطراب الشراء

لقهري، واضطراب الاكتناز، والحرمان المالي، والاعتماد المالي، وإدمان العمل، واضطراب المقامرة، والتمكين المالي، والخيانة المالية إلا أنه من بين هذه الاضطرابات فقط اضطرابات الشراء والاكتناز والمقامرة هي التي تحتاج إلى تدخل علاجي من قبل متخصصين الصحة النفسية ولها أيضا محكات تشخيصية في الأدلة الخاصة بتشخيص الاضطرابات النفسية, وتبلغ نسبة انتشارة في الدول الغربية ما بين5,5 إلى 8٪ من السكان .(Archuleta, et al., 2016 ,P.75)

ويمثل هذا الاضطراب الانشغال المستمر بالشراء أو دافع لا يقاوم للشراء ولا يمكن التحكم به،

مرتبط بالشراء المتكرر لأكثر مما يتحمله أفرد ولأشياء لا يحتاجها أو التسوق لفترات أطول مما يلزم

(Williams & Grisham,2012)

ويعتبر الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي نوع من ألواع الإدمان على الإنترلت ويكون استخدامه قهرنا ويلتج عنه أضرار كبيرة في آداء الأفراد في مختلف مجالات الحياة وخاصة للأشخاص الذين عالو من مشاكل متعددة مثل اللجو، (Lee, et al.. 2021)، ويمكن أن تسمع لهم هذه المشاكل أن يشاركوا مشاعرهم وأفكارهم عليًا دون ذكر أسمائهم الحقيقية للهروب من التصادم مع المجتمع ويختاروا الطريق الأسلم ليتعدلوا عما لا يستطيعون قوله في عالم الواقع، باعتقادهم أن ذلك

بجنهم الالتقادات والغوطات التي يمكن أن يفرضها عليم المجتمع إن الأفراد الذين يعانون من لشاعر الدولية المتزايدة لديهم نزعة أعلى نحو إخفاء الذات، ما بودي بدوره إلى زيادة الشعور بالوحدة وغياب السعادة، وبعض الأشخاص يخشون لتعرض للايتزاز فيلجأون إلى إخقاء دواجم، وبعد فترة من الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يشعر الأفراد بالوحدة والانعزال عن المجتمع، وتعد مشكلة اللاحدين السوريين من أكثر المشكلات الاجتماعية تعقيدًا في القرن الحادي والعشرين، فاللاجئ يحتاج إلى جميع أنواع الدعم النقمي والطبي والاجتماعي، والحاجات الأساسية خاصة أن الأرمات الإنسانية لها تأثير بالغ على جميع فنات المجتمع وأنها توثر على جميع تواحي الحياة اليومية كافة (زيادة، 2017).

فالاستخدام المفرط للتكنولوجيا الحديثة من أكثر المؤثرات السلبية على الفرد، بحيث يصبع الشخص معتمدًا عليها بشكل قسري، وقد

يوثر سلبا على وطليقته ومدرسته وأدائه المبني والاجتماعي، وهذا ما يسعى بالإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي (زيادة، 2017).

الاجتماعية، ويعرضهم لخلل في علاقائهم الاجتماعية وصولًا للميل إلى الانصحاب والعزلة الاجتماعية التي تشكل تجربة عاطفية مرهقة يمز بها الفرد وتؤثر بشكل كبير على شخصيته وعلاقاته بمحيطه الاجتماعي، حيث يميل إلى الانعزال والابتعاد عن المشاركة الاجتماعية، وتعتبر من الطواهر التي توثر على الأفراد على المستويين الشخصي والاحتماعي في نفس الوقت. فالإنسان بطبيعته محلوق اجتماعي يميل إلى العيش في مجموعة يشعر فيها بالأمن والمان، حيث تشنع حاجته إلى الالتماء والاستقرار. وتنشأ شخصيته من خلالها ويستمد معايبره منها، وعندما لا يستطبع ذلك فإن علاقته لتأثر سلنا، حيث يبتعد عن المجموعة ويعيش في عزلة ووحدة (javeed, 2012).

ومن هذا المنطلق، ظهرت الحاجة إلى دراسة العلاقة بين اضطراب التسوق القهري والإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أن كلاهما يرتبطان بمحاولة إشباع حاجات نفسية وانفعالية كاهروب من القلق أو التوتر أو الشعور بالنقص. وتكمن أهمية هذه الدراسة في فهم طبيعة العلاقة

بين المتغيرين والكشف عن مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة السلوك الشرائي القهري لدى الأفراد، مما قد يساهم في وضع برامج توعوية وإرشادية تساعد على الحد من هذه الظواهر السلوكية الحديثة وآثارها النفسية والاجتماعية.

وتشمل الدراسة الحالية إضطراب التسوق القهري والإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة فتيات بمدينة غرداية، وكان الهدف التعرف على طبيعة العلاقة بين المتغيرين لدى أفراد العينة.

نضم الدراسة الحالية ثلاثة فصول موزعة كما يلي:

- الفصل الأول: تقديم موضوع الدراسة من خلال عرض إشكالية الدراسة، الأهمية والأهداف إضافة إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات وكذا الدراسات السابقة وفرضيات الدراسة.

- الفصل الثاني: يتم فيه التطرق إلى منهجية الدراسة والإجراءات الميدانية، حيث نتطرق المنهج المتبع والدراسة الاستطلاعية إضافة إلى حدود ومجتمع الدراسة وعينة الدراسة مع التعريف بالأدوات المعتمدة لجمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

- الفصل الثالث: يتم فيه عرض وتحليل النتائج ومناقشتها وتفسيرها وذلك في صوء الفرضيات والدراسات السابقة والإطار النظري للموضوع، وفي الأخير يتم تقديم الاستنتاج العام والخلاصة العامة للدراسة ومقترحات وآفاق بحثية في هذا الموضوع، وقائمة المراجع مرتبة أبجديا، ثم ملاحق الدراسة.

الفصل الأول:الإطار العام للدراسة

1-اشكالية الدراسة

2-اهمية الدراسة

3-اهداف الدراسة

4- تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة

5-الدراسات السابقة

6-فرضيات الدراسة

7-الخلفية النظرية لمتغيرات الدراسة

خلاصة الفصل

1. إشكالية الدراسة:

يشكل التسوق القهري احد الانماط الاستهلاكية المستحدثة التي برزت في ظل التحولات الاجتماعية والرقمية المتسارعة، حيث لم يعد الاستهلاك مجرد استجابة طبيعية للحاجات الاساسية، بل اصبح يتخذ في كثير من الحالات طابعا اندفاعيا وغير رشيد، يقوم على الشراء المتكرر لسلع كمالية دون حاجة حقيقية اليها. ويتمثل هذا السلوك في قضاء فترات طويلة في التسوق، سواء الواقعي او الالكتروني، بما يولد لدى الفرد شعورا مؤقتا بالرضا والارتياح سرعان ما يعقبه احساس بالندم والذنب والاضطراب النفسي. وقد ازداد حضور هذا النمط السلوكي في السنوات الاخيرة بفعل التوسع الكبير في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، التي اصبحت تشكل بيئة خصبة للعرض المستمر للصور والاعلانات والمؤثرين والنماذج الاستهلاكية الجاذبة.

وتشير المعطيات الاحصائية العالمية الى الارتفاع المتواصل في عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ارتفع عددهم من 3.256 مليار في يناير 2014 الى 3.484 مليار في يناير 2015، ثم الى 3.710 مليار في يناير 2016، وواصل الارتفاع ليصل الى 4.038 مليار في يناير 2017، ثم سجل 4.021 مليار في يناير 2018، وصولا الى 4.388 مليار في يناير 2019. ويعكس هذا الارتفاع حجم الاعتماد العالمي المتزايد على هذه المنصات، وما تفرضه من حضور يومي كثيف في حياة المستخدمين(كيوص وقدوري ,ص 6-7 ,2022).

وقد ادى هذا التعرض المتكرر للمحتوى الرقمي الى تعزيز الرغبة في التقليد والاقتناء، وجعل عملية الشراء اكثر ارتباطا بالمؤثرات الرقمية والانفعالية من ارتباطها بالحاجة الفعلية. كما ان الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي قد يسهم في تكريس هذا السلوك، من خلال زيادة التفاعل اليومي مع المحتويات الاستهلاكية وما تفرضه من ضغوط رمزية ونفسية على المستعملين، لاسيما الفتيات. ومن هنا تتبلور اشكالية الدراسة في محاولة فهم طبيعة العلاقة القائمة بين التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من الفتيات بمدينة غرداية.

التساؤلات الدراسة :

1. ما درجة اضطراب التسوق القهري لدى عينة الفتيات بمدينة غرداية؟
2. ما مستوى ادمان مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الفتيات بمدينة غرداية؟
3. هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اضطراب التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة فتيات مدينة غرداية ؟

2. أهمية الدراسة:

1. توضح دور الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الاندفاعية الشرائية من خلال الاعلانات والمؤثرين.
2. الكشف عن تأثير رؤية حياة الاخرين المثالية في زيادة الشعور بالنقص وبالتالي اللجوء للتسوق كتعويض نفسي.
3. المساهمة في وضع برامج علاجية سلوكية معرفية تستهدف كلا السلوكين معا بدل علاجهما بشكل منفصل.
4. توعية الأفراد خاصة الفتيات بخطورة التأثير بالمحتوى الاستهلاكي عبر المنصات الرقمية.
5. دعم الباحثين في تطوير أدوات قياس نفسية تربط بين الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك التسوقي القهري.
6. بالاضافة إلى حساسية هذا الموضوع الذي نتعامل معه من خلال المعلومات المقدمة عنه وإلى العينة التي تجرى عليها الدراسة.

3-أهداف الدراسة:

1. التعرف على درجة اضطراب التسوق القهري لدى فتيات مدينة غرداية .
2. التعرف على مستوى اضطراب الإدمان لدى عينة من فتيات مدينة غرداية.

3. الكشف عن العلاقة بين اضطراب التسوق القهري واضطراب الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من فتيات مدينة غرداية .

4. **تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:**

4 -1- مفهوم اضطراب التسوق القهري:

يعرف سلوك الشراء بأنه مجموع من العمليات العقلية والأنشطة البدنية المرتبطة بشراء المنتجات أو الخدمات والتي تمر في عدد من المراحل هي الاعتراف بالحاجة للمنتج، يليه البحث عن المعلومات حول هذا المنتج ، ثم تقييم المنتجات البديلة ، وأخيراً اختيار أحد المنتجات (VandenBos, 2015, p.150).

ويمثل التسوق القهري انه سلوك متكرر ومزمن يرتبط بالإلحاح الشديد والمتكرر على الشراء متبوعا بالراحة والسرور الفوري، ولكن يتبعه في كثير من الأحيان شعور بالندم والذنب بسبب الوعي بعدم ملائمة سلوك الانفاق و نتائجه السلبية .(Pacheco, et al. 2022, p.553)

هوعبارة عن شراء متكرر للأشياء عن دون الحاجة لها ، والتسوق لفترة طويلة عن الوقت من دون وعي او إدارة لعملية الشراء.(**sharma**)،**2009.p258**

ويعرف بأنه حالة متنامية من السلوك الاستهلاكي المختل يترتب عليه العديد من الآثار النفسية والمالية الضارة ويتميز برغبة ملحة في التسوق والشراء مع فقدان المقدرة على التحكم في سلوك التسوق المفرط (.Mirkohan, et al., 2021-Danesh).

وفي نفس السياق يشار إليه على أنه الانشغال المتكرر والمتواصل في كثير من الأحيان بالشراء أو لرغبة في شراء شيء ما يستحيل معه مقاومته مما يترتب عليه قضاء ساعات طويلة في تصفح مواقع لشراء عبر الإنترنت أو التسوق الفعلي دون شراء مما يؤدي لعرقلة الأداء اليومي الطبيعي للفرد (pl.2021 (Remer,

(Mirkohan, et al., 2021-Danesh).

يتضح من المفاهيم السابقة ان اضطراب التسوق القهري على انه سلوك متكرر ومفرط للشراء ولاكن لا يقتصر فقط على سلوك الشراء أو التسوق وإنما يشمل جميع مراحل وعمليات الشراء من الرغبة

الملحة والتي لا تقاوم في الشراء والتسوق، وسلسلة لشراء غير المخطط لها، وقضاء ساعات طويلة وإنفاق أموال كثيرة في التسوق والشراء مما يؤدي إلى خلل في الحياة الطبيعية.

التعريف الإجرائي: يعرف بأنه الدرجة التي تحصل عليها الفتيات بمدينة غرداية على أداة التسوق القهري التي تحدد مستويات تقدير استجابات المتحصل عليها من دراستنا .

5-2 -الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي:

تعريف الادمان :

I. **لغة:** المداومة على الشيء أو الاعتماد عليه

II. **اصطلاحا:** حظي مفهوم الادمان باهتمام كبير من طرف الباحثين والهيئات والمنظمات الدولية نظرا لوجود بعض الاختلافات بينهم فيما يخص التفسيرات النظرية في بعض الاحيان، يستخدم مفهوم الادمان كمرادف الإعتماد dependence، وفي احيان اخرى يخلط بينه وبين سوء الاستعمال. وهو التعود على استعمال شيء او الحاجة القهرية لاستعماله. **(هواري،2015،ص226)**

III. **تعريف الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي :**

ويُعرّف بأنه هو حالة نظرية لاستخدام مَرَضيّ للإنترنت تؤدي إلى اضطراب سلوكي، وهي ظاهرة منتشرة في جميع مجتمعات العالم تقريبًا بسبب توافر أجهزة الكمبيوتر في كل منزل، وإذا كان غير موجود في كل بيت يكفي الذهاب إلى صديق أو مقهى يوفر استخدام الإنترنت **(راغب، 2003)**.

وذكر كوس غريفيث **(Kuss & Griffiths, 2011)** أن الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي هو سلوك إدماني، وبتسم بعدة خصائص منها البروز، وتعديل المزاج، وأعراض الانسحاب، والصراع والانتكاس، ويشير السلوك الإدماني إلى العادات المتكررة التي تزيد من خطر الإصابة بمرض أو مشاكل اجتماعية لدى الشخص، لذلك فإن السلوكيات التي تسبب الإدمان مثل الإفراط في استخدام الإنترنت، أو مواقع التواصل الاجتماعي، أصبحت جزءًا من الحياة اليومية للطلبة، وقد يتضمن إدمان مواقع التواصل الاجتماعي تجاهل المشاكل الحقيقية للحياة، وإهمال الذات والقلق النفسي، وإخفاء الإدمان، وتقلب المزاج.

وهو اضطراب التحكم و السيطرة بالدافع أو الرغبة نحو استخدم الإنترنت لدى الشخص، والذي لا يتوافق مع تناول مسكر أو مخدر، بحيث يتسبب في مشكلات مهنية واجتماعية وشخصية ونفسية. (**Young, 2007**).

يعرفه أبو بكر (2005) بأنه حالة من الاستخدام المرضى غير التوافقى والذى يؤدى إلى اضطرابات فى السلوك والذى يستدل عليه من خلال عدد ساعات استخدام الشبكة للفرد نفسه فى البداية ومواصلة الجلوس على مواقع التواصل وإهماله للواجبات الاجماعية ، (**أبو بكر ، 2005 : ص 40**).

IV. التعريف الاجرائي للإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي:

هو الافراط في استخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مرفقة بعدم الشعور بهدر الوقت ومصحوبة بالرغبة التي لا يمكنه السيطرة عليها في التقليل من استخدام الانترنت ومواقعها وهو الدرجة التي يتحصل عليها الفرد من خلال استجاباته على مقياس ادمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (**sahin,2018**).

فتيات مدينة غرداية:

التعريف الإجرائي:

هن الإناث اللواتي يقطن بمدينة غرداية وتتراوح أعمارهن مابين 18-35 سنة، واللواتي شملتهن الدراسة الحالية باعتبارها الفئة المستهدفة للبحث.

5. الدراسات السابقة:

1. الدراسات التي تناولت اضطراب التسوق القهري:

- ✓ دراسة (حارون، 2022):

هدفت للكشف عن العلاقة بين التسوق القهري ومفهوم الذات لدى طلبة جامعة (القدس المفتوحة فرع رام الله والبيرة) لتوضح الفروق باختلاف المتغيرات سواء بالجنس ومكان السكن والمستوى الاقتصادي، والتي استخدم فيها الباحث المنهجية الوصفية (الارتباطي)، من خلال تطبيق مقياس التسوق القهري ومفهوم الذات، وكانت العينة مكونة من (365) طالب وطالبة من جامعة القدس

المفتوحة، وكانت نتائج الدراسة قد بينت فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات استجابات أفراد العينة على مقياس التسوق القهري والتي بينت في مجالين هما: المتعة الناتجة عن عملية الشراء والمشاعر السلبية الناتجة عن عملية الشراء والتي تعزى لمتغير الجنس لصالح الأنثى، وكذلك بينت نتائج هذه الدراسة وجود فروق ذي دلالة حصائية بين متوسطات مفهوم الذات الذي يعزى لمتغير الجنس لصالح الأنثى.

✓ دراسة Leite& Silva : (2016)

أشارت إلى أن نسبة إنتشار اضطراب الشراء القهري تتراوح بين 5 إلى 8%على مستوى العالم، وسعت الدراسة إلى تحديد منبأت الشراء القهري لدى السكان البرازيليين، ووصف العلاقات بين الشراء القهري وكل من الإكتئاب والقلق. استعمل مقياس الشراء القهري وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة دالة (منخفضة) بين اضطراب الشراء القهري وأعراض الإكتئاب، ولم توجد علاقة بين درجات الشراء القهري وبين متوسط الأجور، أو العمر؛ في حين كان الإكتئاب منبأ للشراء القهري، وكانت الإناث أكثر تعرضاً للشراء القهري مقارنة بالذكور.

✓ دراسة(2014) Li، Bi & Unger::

تناولت الدراية قياس مستوى انتشار ميول الشراء القهري بين الطلاب والطالبات الصينيين باستخدام الترجمة الصينية وقد طبق مقياس الشراء القهري الألماني وركزت الدراسة على تأثير الجنس والموقع والعمر، وبينت النتائج أن هناك ثلاثة أبعاد لاتجاهات الشراء القهري وهي ضعف التحكم بالاندفاع والجوانب التفاعلية أو التعويضية، وانخفاض العقلانية وفقًا للإنفاق النقدي، والذنب بعد الشراء. واظهرت نتائج الدراسة إلى أن حوالي 6،8%من العينة تظهر نمط شراء إلزامي، وأن الإناث أكثر تأثرًا.

2- الدراسات التي تناولت ادمان مواقع التواصل الاجتماعي:

✓ -دراسة كيوص وقدوري (2022):

بعنوان ادمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الاجتماعي لدى طلبة الجامعة. تهدف هده الدراسة إلى الكشف في العلاقة بين درجة الادمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى عينة الدراسة من طلبة جامعة غرداية.

استعملت منهج وصفي بشقية الارتباطي والتحليلي.تناولت الدراسة عينة من طلبة جامعة غرداية استخدمت مقياس ادمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من إعدادها وقد توصلت من خلال دراستها الى النتائج التالية أن درجة ادمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة مرتفعة وكذا يوجد علاقة تسهم في ادمان عينة الدراسة على استخدام تلك المواقع في شعورهم بالاغتراب الاجتماعي.

✓ دراسة بوبعاية 2020:

بعنوان مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نموذجا وعلاقته بظهور بعض المشكلات النفسية لدى طلاب الجامعة ,حيث هدفت الدراسة الى الكشف على مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا , ولدى عينة من طلبة جامعة محمد بوضياف المسيلة تستخدم موقع الفيسبوك واستخدمت منهج الوصفي التحليلي ,حيث شملت عينة الدراسة 558 طالب وطالبة يستخدمون الفيسبوك بجامعة محمد بوضياف المسيلة واستخدمت مقياس الادمان على الفيسبوك المعد من طرف الباحثة وبينت نتائج الدراسة ان مستوى الادمان على الفيسبوك لدى العينة من طلاب جامعة محمد بوضياف بالمسيلة متوسط وجود فروق دالة احصائيا في مستوى الادمان على الفيسبوك بين طلبة والطالبات من عينة الدراسة.

✓ دراسة سليمان، الظفري 2019:

هدفت الدراسة إلى معرفة نسبة انتشار الإدمان على مواقع التواصل لاجتماعي بين طلبة جامعة السلطان قابوس ، تكونت عينة الدراسة من 237 طالبا وطالبة منهم 67% من لطالبات ، 33% من الطلاب ، واستعمل مقياس الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعية من إعداد الباحثين ، واشارت نتائج الدراسة أن نسبة انتشار الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعة تصل إلى 1.21 ، وتبين ان أعراض" التحمل والصراع "هي الأكثر شيوعا لدى الطلبة ،وكشف تحليل التباين المتعدد ايضا عن عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين طلبة الجامعة في الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي وفقا للجنس.

✓ دراسة (Baltaci2019،):

تناولت العلاقة التنبؤية بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والقلق الاجتماعي والشعور بالوحدة والسعادة، وتم تطبيق الدراسة على عينة من طلاب الجامعات الحكومية بتركيا بلغ عددها (312)

توزعت بين (165) طالبة، و (147) طالب، اجرى الباحث مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، مقياس القلق، النموذج القصير لاستبيان أكسفورد للسعادة، والشكل القصير ل UCLA.

استبيان الشعور بالوحدة، أشارت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين مستويات إدمان وسائل التواصل الاجتماعي وكل من القلق الاجتماعي والشعور بالوحدة، ووجدت علاقة سلبية بين مستويات إدمان وسائل التواصل لاجتماعي ومستوى السعادة، بالإضافة إلى ذلك أظهرت النتائج ان القلق الاجتماعي ينبأ بمستويات إدمان وسائل لتواصل الاجتماعي.

✓ دراسة العوادة (2018):

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى الاغتراب النفسي لدى 150 طالبا من جامعة الكويت، وذلك من خلال: الكشف على كل من مستوى الاغتراب النفسي لدى طلاب جامعة الكويت وعلاقة مستخدمي شبكة التوصل الاجتماعي بمستوى الاغتراب النفسي.

تناول المنهج الوصفي للدراسات المسحية و50 طالبا للعينة الاستطلاعية وتم تقسيم عينة البحث إلى مجموعتين أحدهما من مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي والأخرى غير مستخدمة، قوام كل مجموعة 50 طالبا. أشارت نتائج الدراسة بأنه يتميز الطلاب غير المستخدمين لشبكة التواصل الاجتماعي مستوى اغتراب نفسي أعلى من مجموعة الطلاب مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي من الطلاب لكويتيين. ووجود علاقة عكسية بين استخدام شبكة التواصل الاجتماعي ومستوى الاغتراب النفسي لدى الطلاب الكويتيين. (**العوادة، 2018، ص209**) .

3 . الدراسات التي تناولت التسوق القهري وادمان مواقع التواصل الاجتماعي :

- دراسة (A 2016،Hudson) :

هدفت للكشف عن ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على سلوك الشراء القهري عبر الإنترنت، لدى عينة مكونة من 2220 طالباً جامعياً، 931 طلاب جامعة، 635 طلاب دراسات عليا، 654 طلاب القانون من جامعة سانت تومس بالولايات المتحدة الأمريكية. تم تطبيق

عليهم الأدوات التالية: أداة لاستخدام الإنترنت، مقياس الشراء القهري، اختبار إدمان الإنترنت. وأشارت النتائج إلى أن ثلث أفراد العينة كانوا يستخدمون مواقع الشبكات بدرجات مرتفعة، وتوصلت النتائج أيضاً إلى عدم وجود علاقة دالة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي والشراء القهري عبر الإنترنت وإدمان الإنترنت.

التعليق و التعقيب:

من خلال الدراسات السابقة فإن هناك دراسات عديدة قامت بدراسة نفس المتغيرات التي تم تناولها، كما أن هناك دراسات أخرى إعتمدت نفس العينة التي تم اعتمادها، وهناك دراسات شملت متغيرات و عينة الدراسة، و لهذا فهي لا تعد الأولى من نوعها حسب إطلاعي في الجزائر و حتى خارجها، وتتمثل أوجه التشابه و الإختلاف فيما يلي:

-من حيث مكان إجراء الدراسة: هناك تباين بين الدراسات من حيث مكان إجراء الدراسة حيث تم اجرائها في عدة ولايات في الجزائر مثل دراسة كيوص وقدوري في جامعة غرداية و أخرى خارجها مثل دراسة حارون التي أجريت في القدس المفتوحة فرع رام الله والبيرة.

-من حيث مجال الدراسة: جاءت كل الدراسات متشابهة من حيث مجال الدراسة بإعتبارها طبقت في المجال الدراسي الجامعات لكن دراستنا تميزت بمجال دراسة جديد ألا وهو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-من حيث الاهداف: هدفت معظم الدراسات السابقة على الكشف عن العلاقة بين متغيرات الدراسة لدى فئة المراهقين و الراشدين بالإضافة إلى السعي إلى معرفة الفروق بينهم.

-من حيث المنهج: تم إتباع خطوات المنهج الوصفي في أغلب الدراسات.

-من حيث العينة: تنوعت الدراسات في موضوعنا هذا إلا أن جميعها قد إشتركو في نفس الفئة من العينة و التي كانت على مستوى الجامعات أي ما بين المراهقة و الرشد.

-من حيث الأدوات: معظم الأدوات المستخدمة في الدراسات تمثلت في أداة الإستبيان التي تضمنت مقاييس مرتبطة بضطراب التسوق القهري و الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي.

-أسهمت الدراسات السابقة في توسيع آفاق الباحثين و تعميق فهمهم لموضوع الدراسة، كما كان لها دور فعال في تعزيز الجوانب النظرية و التطبيقية، وقد ساعدت كذلك في بلورة إشكالية الدراسة

بشكل أكثر وضوحا، وساهمت في وضع خطة منهجية دقيقة و إختيار أنسب لأساليب جمع البيانات، بما يضمن تحقيق أهداف الدراسة بكفاءة و موثوقية.

-تميزت الدراسة الحالية بكونها دراسة حديثة وجديدة، وقد ركزت على الفتيات من سن 18-35 حيث أنهن الأقرب من الموضوع أي مابين المراهقة والرشد و ذلك لدراسة مدى تأثير موضوع الدراسة عليهن لمعرفة الفروق في اضطراب التسوق القهري و الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي تعزى لمتغيرات العمر و الحالة الإجتماعية.

6-فرضيات الدراسة :

1. درجة اضطراب التسوق القهري متوسطة لدى عينة الدراسة
2. مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي متوسط لدى عينة الدراسة
3. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اضطراب التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة .

6. -1الخلفية النظرية لمتغيرات للدراسة لتسوق القهري:

أولا- نظرية المرض والعوامل البيولوجية:

ترى هذه النظرية أن الاضطرابات الإندفاعية كالشراء القهري، يتم فهمها على أساس الإختلال الوظيفي العصبي، وسلوكيات المكافأة؛ فالخلل في النواقل العصبية هرمون الدوبامين، وهرمون السيروتونين (مادتان لهم دور في تنظيم مزاج الفرد)، يؤدي إلى الشراء القهري. كما أن سلوكيات المكافأة تعني أن عملية الشراء تكون ممتعة وسارة، وتُحقق تغيراً في كيمياء المخ **(2010،2010; Dickie،workman)**

ثانيا – نظرية العوامل السيكودينامية والنفسية:

ترى هذه النظرية بأن الشراء القهري وسيلة للهروب من الانفعالات السالبة؛ حيث يحدث الشراء القهري كاستجابة للانفعالات السالبة، ويؤدي إلى تناقصها، وهذا التخفيف يتبعه زيادة في القلق. كما يعد الشراء القهري وسيلة للتعامل مع الأفكار غير السارة، والأحداث الأسرية الضاغطة كالطلاق، وميكانيزم للتعايش مع التوتر النفسي، بهدف الهروب أو التجنب

(2010Lejoyeux & Weinstie)

ثالثا – النظرية المعرفية والانفعالية:

تُرجع السلوك القهري إلى حالات مزاجية سالبة، واعتقادات خاطئة عن السلع المشتراه "أنها فريدة من نوعها، وفرصة لن تعوض"، واعتقادات خاطئة عن المحصلة النهائية للشراء "مشاعر السعادة، والتخلص من المشاعر السالبة"(**Marino & Muller ،2010Ertelt**)

رابعاً – نظرية التعلم الاجتماعي والعوامل السلوكية:

ترى بأن الأفراد الذين ليهم سلوك الشراء القهري، يتلقون تغذية راجعة موجبة خلال سلوكيات الشراء، تدعم سلوك الشراء لديهم، كما أن شراء الأشياء غالية لثمن، يُولد لديهم الشعور بالاحترام، والتقبل من الآخرين، وعندما يتم تعزيز هذه المشاعر بشكل موجب، فإن سلوك الشراء القهري من المحتمل أن يتكرر في المستقبل .(**2010Workman**)

- **أسباب التسوق القهري:**

الأسباب التي تدفع الفرد إلى التسوق القهري:

- **أسباب نفسية:** وهي المتعلقة بالضغوط التي يتعرض لها الفرد من التوتر والقلق، وعدم القدرة على مواجهة المشكلات، فيلجأ إلى التسوق القهري للتفريغ والتنفيس الانفعالي؛ لتخفيف التوتر الناتج عن الضغوط، ويلجأ للتسوق لا إرادياً دون إدراك ما ينتج عن ذلك من أمور، وقد تدفع

معتقدات واستراتيجيات في إدارة الضغوط والمواقف للجوء للشراء القهري.**islam et al**) .، **2018**)

- هناك عوامل تدفع الشخص إلى القيام بالشراء المتكرر اللاإرادي كالحرمان الشعوري، حيث يقوم الشخص بإشباع الحرمان الموجود عنده من خلال الشراء، هنا نجد أن عدم قدرة الفرد على التكيف بشكل صحيح مع المواقف التي تواجهه كالغضب أو الوحدة، فيستعد حينها الفرد للقيام بعملية الشراء تعويضاً لإحساسه بالنقص والحرمان ولتعطيه إحساساً بأنه يمتلك مقاليد السيطرة، فمن الأمور التي تدفع الفرد إلى الشراء المفرط حاجته في الحصول على القبول، ورغبته للمشاركة الفعالة بالأنشطة الاجتماعية (**البدران وآخرون، 2020**).

- وفيما يتعلق بالمتغيرات الاقتصادية والتي تتمثل في تواجد تسهيلات مقدمة من المشتري نحو الشراء القهري، المتمثل بمدى وجود التسهيلات المقدمة للفرد للقيام بعملية الشراء كالبطاقة الائتمانية (**حسن، 2016**).

6-2-الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي:

النظريات المفسرة للإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي:

1. النظرية المعرفية:

يقترح الاتجاه المعرفي أن المعارف سيئة التكيف كافية للتسبب في ظهور مجموعة من الأعراض المرتبطة بهذا الاضطراب أو إدمان الانترنت فالتشوهات المعرفية حول الذات تشمل الشك الذاتي. وانخفاض كفاءة الذات وتقدير الذات السلبي مثل " لا أشعر باحترام حينما لا أكون على الانترنت. ولكن عندما أكون على الانترنت فإنني افتخر بنفسي "(**عدلية ،2009، ص 41**).

وهذه التشوهات المعرفية التي يدركها الأفراد والذين يعانون من المشكلات النفسية يحملون إدراكات سلبية عن ذواتهم وعن شخصياتهم ويجعلهم يفضلون الإدماج والتفاعل في الأنشطة المختلفة التي يخدمها ويقدمها الانترنت لأنه يعد الانترنت اقل تهديد من التفاعل المباشر. (**العصيمي، 2010، ص 51**).

2. النظرية السلوكية:

تعتمد النظرية السلوكية بشكل كبير على الاشتراط الإجرائي وقانون الأثر حسب وجهة نظر سكينر. الذي يذكر أن تشكيلا لسلوك الذي يجلب المكافأة تم تعزيزه، ومن ثم يصبح سلوك نموذجي لكل فرد نتيجة للإشباع النفسي الناجم عن الأنشطة كالادمان على المخدرات والكحول وإدمان الانترنت وما تقدمه الشبكة للفرد من الراحة والمتعة النفسية بجانب أنها طريقة سهلة وبسيطة للهروب من الواقع . (**الصباحي وآخرون، 2010 ، ص100**)

فعلى سبيل المثال للشخص الذي يشعر بالخجل من مقابلة أناس جدد وأقاربه فانه يجد الانترنت يمثل له خبرة السرور والرضا والارتياح دون الحاجة للتفاعل المباشر وجها لوجه مع الآخر وهذا يمثل خبرة معززة في حد ذاتها. (**عديلة ، 2009 ، ص40**)

وهكذا فالممارسة والتكرار هي التي أوجدت إدمان الانترنت وفقا للاتجاه السلوكي . ومنه فان أي فرد يصبح عرضة الإدمان الانترنت في أي عمر وفي أي وقت وأيا كانت الطبقة الاجتماعية أو الثقافية للفرد بالنسبة له ليست فقط مجرد وجود الدافع أو الهدف في حد ذاته.

ولكن أيضا لابد من ممارسة هذا السلوك لمرات عديدة . لم يتم تدعيمه وتعزيزه بالشعور الداخلي الذي يتحقق للفرد بعد دخوله على الانترنت في كل مرة . (**أربوط، 2008 ، ص 108**)

3. النظرية الاجتماعية الثقافية:

الإدمان الانترنت يختلف باختلاف الجنس (ذكور-إناث) والعمر (طفل . شاب راشد .مسن .) وأيضا المستوى الاقتصادي (مرتفع . متوسط . منخفض) والمستوى الاجتماعي (متعلم . غير متعلم) و (ريف حضر) والانتماء و العرق والديانة والوطن لكل طبقة أو فئة منت ذلك الفئات إدمان معين من ناحية . أما الناس يستخدمون الانترنت في المقام الأول من اجل التفاعل الاجتماعي . والحاجة إلى التنشئة الاجتماعية ويبحثون عن أشخاص مشابهين لهم ليتواصلوا معهم كلما أرادوا ذلك من ناحية أخرى . ولكن لا يمكن فهم أي اضطراب نفسي إلا عندما ينظر إليه في إطار البيئة الثقافية وقد تمسكوا بحقيقة أن انتشار العديد من الاضطرابات النفسية تختلف وفقا للعمر و الطبقة الاجتماعية والخلفية الثقافية .

وعلى ذلك يرون أن السبب الرئيسي للسلوك اللاسوي ليس بمصطلحات النفس الإنسانية ولكن بمصطلحات المجتمع .(**العصيمي ، 2010 ، ص 53**)

وطبقا لهذا الاتجاه فان المجتمع هو السبب في السلوك اللاسوي . فالذي لا يموج في المجتمعات اليوم من اضطراب يجبر أفرادها على الانغماس في السلوك الشاذ والغريب للتكيف مع معايير وعادات هذا المجتمع التي تختلف من مجتمع إلى آخر ومن ثقافة إلى أخرى. ولذلك ركزت تفسيراتهم على البناء الأسري والتفاعل الأسري والتواصل والضغوط الاجتماعية والطبقات الاجتماعية .(**الهنيدي 2009،ص 67**)

4. النظرية الطبية:

يفترض هذا الاتجاه أن هناك أنواع من الشخصية الادمانية قائمة على أساس سلوكيات الأفراد تحكمها مجموعة من العوامل الوراثية المعينة والتي تؤدي إلى اختلالات في النواقل العصبية والهرمونية.

الفرد يكون لديه استعداد للإدمان فيحالة زيادة أو نقص لدى مكونات كيميائية ضرورية في المخ . **(الصباحي واخرون ، 2010 ، ص 101)**

5.النظرية السيكو دينامية:

يؤكد علماء هذه النظرية بان الإدمان يحدث نتيجة الربط بين خبرات الطفولة الصادقة وسمات الشخصية أو الاستعداد الوراثي للإدمان فقد يكون لدى بعض الأفراد استعداد فطري للإدمان أي مثل الكحول الهيروين الكوكايين .الجنس التدخين وغيرها ، إذا توفرت لظروف المواتية التي تؤدي إلى ذلك بسبب عوامل أو ظروف مهيأة وقد يصادف الفرد الضغوط المواتية أو مجموعة من الضغوط معا. فتحدث تأثيرها عليه ومن ثم يصبح عرضة لإدمان .(**القرني ، 2011 ، ص108)**

أسباب وعوامل إدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

أسباب إدمان الإنترنت متنوعة وكثيرة وكل شخص يختلف عن الآخر فيها، ويرجع ذلك إلى أمور كثيرة منها السن والجنس والبيئة والخلفية الثقافية، ومنها ما هو متعلق بطبيعة الشخصية أو طبيعة المواد المعروضة. فالهروب إلى المجتمعات الخيالية الافتراضية إلا وله أسباب ومن أهمها :

- **السرية:** إن الإمكانية التي توفرها الإنترنت في الحصول على المعلومات والتعرف علي الأشخاص دون الحاجة إلى تعريف النفس بالتفاصيل الحقيقية توفر شعورا لطيفا بالسيطرة، كما أن المقدرة على الظهور كل يوم بشكل آخر حسب اختيارنا تعتبر تحقيقا لحلم جامح عند الكثيرين. **(بن عمارة، 2014، ص90)**

- **الراحة:** الإنترنت وسيلة مريحة جدا ولا تتطلب الخروج من البيت أو السفر أو إيجاد المسوغات من أجل استعمالها، ويوفر هذا التيسير حضوراً عاليا وسهولة فيما يتعلق بتحميل المعلومات التي لم نكن نقدر على تحصيلها من دونها، كما أن الأجهزة الذكية وفرت الراحة التامة للاتصال في كل وقت.

- **الهروب:** يوفر الإنترنت الهروب من الواقع الحقيقي إلى واقع بديل. ومن الممكن للإنسان الذي يفتقر إلى الثقة بالنفس أن يصير شخصية جذابة بلا حدود، ويجد الإنسان الانطوائي لنفسه أصدقاء أو صديقات، ويستطيع كل إنسان أن يتبنى لنفسه هوية مختلفة كما يشاء، وأن يحصل من خلالها على كل ما ينقصه في الواقع الحقيقي.

- **الحرية والانعتاق:** ساهمت الإنترنت في تخليص الشباب من قيود المجتمع الصارمة، ووفرت لهم إطلاق العنان لرغباتهم الدفينة وقدمت لهم إغراء لا يمكن مقاومته، فالعلاقات العاطفية مثلا ممنوعة وغير متاحة بالنسبة للفتيات، بينما يمكنهن فعل ذلك في الإنترنت، بتبادل أحاديث قد تكون خارجة وقد تصل إلى حد المقابلات والزواج.

- **تأكيد الذات:** فمعاناة الشباب من شبح البطالة والفراغ الروحي والاكتئاب والشعور بالأهمية والقيمة كلها عوامل تدفعهم للإدمان الشبكي.

- **التنوع:** تنوع الخيارات مع عدم وضوح الهدف أو الغاية من الدخول للشبكة يجعل المتصفح ينجر من موقع لآخر، فقد يفاجئ بظهور إعلان ما، ثم يفتح المنتدى للحوار وهكذا يجد نفسه في حالة من الانجرار اللاشعوري. (**مختار، 2019، ص138-136**)

- **مساحة للرأي وحرية الموقف:** حيث تتيح هذه المواقع للأشخاص حرية التعبير عن آرائهم وقضاياهم.

- **البطالة أو الرغبة بتحسين الظروف المهنية:** تعمل بعض الشبكات إتاحة فرصة الحصول على وظيفة مناسبة، أو مجرد تسهيل إنجاز عمل أو مهنة ما.

- **جمع معلومات واكتساب الخبرة:** تمكن الشبكات المثقفين خاصة من الحصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية، وقد تكون أكثر حداثة من الكتب والدوريات.

- **الدعاية والإعلان:** تعد الشبكات الاجتماعية مراكز دعاية وإعلان مؤثرة، لأنها تولد لدى الشخص الرغبة الملحة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس، والنتيجة يقوم بتجربته على سبيل الفضول.

- **التقليد والمحاكاة:** تقليد ومجاراة الرفاق وإظهار الرجولة والنضج لدى الطلبة.

- الرغبة في إزالة التوترات النفسية الداخلية: كالقلق والتوتر والصراع والتأزم الداخلي.

- الرغبة في خوض التجربة: عادة ما يكون سبب لجوء الفرد إلى استخدام هذه المواقع للتجربة وحب الاستطلاع ولمعرفة ما هو خفي. (**النيرب، 2016، ص 58**)

- تأثير الأصدقاء والأصحاب: فحتى يبقي الشاب عضوا في الجماعة يجب أن يسايرهم في عاداتهم واتجاهاتهم، ويجد الشاب صعوبة في إيقاف الإدمان (حتى لو حاول ذلك) من أجل أن يظل مقبولا بين الأصدقاء ولا يفقد الاتصال بهم.

- **العوامل الاجتماعية**: تدل معظم الدراسات بما لا يدع مجالا للشك أن الشباب الذين يعيشون في أسر مفككة يعانون من المشكلات العاطفية والاجتماعية بدرجة أكبر من الذين يعشون في أسر سوية.(**العبيدي وبن دبيس، 2017، ص5**)

- **العوامل الثقافية**: كأن تتواجد في مجتمع متطور تقنيا فتضطر لاستعمال الإنترنت في العمل فذلك يمكن أن يشجع الإدمان على الإنترنت. (**اللحياني، 2018، ص196**)

- **الافتقاد للسند العاطفي**: عند المراهقين خاصة، يجعلهم يلهثون وراء الإشباع الوهمي واللذة المؤقتة من خلال الدردشة مع الغرباء. لاسيما مع انتشار مقاهي الإنترنت وتوفر السيولة المالية لديهم.

- **وسيلة للتفريغ الانفعالي**: توفر غرف الدردشة فرصة لتفريغ شحنات الغضب والكبت والعدوانية، فتصبح بذلك الملاذ الأمن والمنقد الأكبر لما يعتري النفس من مكبوتات اللاشعور وبكل ثقة، مما يؤدي إلى توهم الحميمية والألفة. (**حمودة، 2015، ص217**)

- **المعاناة من بعض الاضطرابات النفسية**: كالاكتئاب والعزلة والانسحاب والانطواء والقلق الاجتماعي وعدم القدرة على الدخول في الحوارات المباشرة مع المحيطين وانعدام الثقة بالنفس وفقدان الأمل وعدم الرضا عن الحياة وغياب العلاقات الحميمة مع الآخرين، ما يدفع الفرد المدمن للإنترنت إلى التعويض واللجوء إلى حوارات غير مباشرة. (**الطيار، 2016، ص 412**)

هذا وقد بينت الدراسات النفسية أن أكثر الأفراد تعرضا لخطر الإصابة بمرض إدمان شبكة الإنترنت، الذين يعانون من العزلة الاجتماعية والفشل في إقامة علاقات إنسانية طبيعية مع الآخرين والذين يعانون من مخاوف غامضة أو قلة احترام الذات، والذين يخافون من الاستهزاء أو السخرية من قبل الآخرين، هؤلاء هم أكثر الناس تعرضا للإصابة بهذا المرض، وذلك لأن العالم الإلكتروني قدم لهم مجالا واسعا لتفريغ مخاوفهم وقلقهم وإقامة علاقات غامضة مع الآخرين تخلق لهم نوعا من الألفة المزيفة، فيصبح هذا العالم الجديد الملاذ الآمن لهم من خشونة وقسوة عالم الحقيقة كما يعتقدون، حتى يتحول عالمهم هذا إلى كابوس يهدد حياتهم الاجتماعية، والشخصية للخطر. (**الزيدي، 2014، ص15**)

أعراض إدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- **الأعراض الجسدية الصحية:** تشمل التعب والخمول والأرق، والحرمان من النوم، وآلام الظهر والرقبة، والتهاب العينين. وعلى وجه الخصوص فإن زيارة المواقع الإباحية يؤدي للإثارة الجنسية، والكبت الجنسي، هذا بالإضافة لمخاطر الإشعاعات الصادرة عن شاشات أجهزة الاتصال الحديثة، وأيضا تأثير المجالات المغناطيسية الصادرة عن الدوائر الإلكترونية والكهربية.

- **الأعراض الأسرية والاجتماعية:** أظهرت العديد من الدراسات أن إدمان الإنترنت يؤثر على الحياة الاجتماعية والأسرية والمهنية للفرد، مثل عدم قضاء وقت كاف مع الأسرة والأصدقاء، والتأخر عن العمل.

- **الأعراض النفسية:** أظهرت العديد من الدراسات أن تلك الأعراض تشمل الوحدة، والإحباط والاكتئاب والقلق، وغيرها. (**الأسطل، 2011، ص35-34**) حيث يشعر مدمن الإنترنت بأنه في حالة من القلق والتوتر حين يفصل الكمبيوتر عن الإنترنت في حين يشعر بسعادة بالغة وراحة نفسية حين يرجع إلى استخدامه، كما أنه في حالة ترقب دائم لفترة استخدامه القادمة للإنترنت ولا يشعر بالوقت حين يكون على الإنترنت. ويحتاج مدمن الإنترنت إلى فترات أطول من الاستخدام ليشبع رغبته، كما أن جميع محاولاته للإقلاع عن الإدمان تبوء بالفشل. وكثيرا ما يستخدم هذه الوسيلة ليهرب من مشكلاته الخاصة. (**الطيار، 2016، ص 411**)

- **الأعراض الانسحابية:** حيث يعاني الفرد من اضطرابات سلوكية انفعالية (الهياج النفسي، الهياج الحركي، القلق، الأحلام، ارتعاش حركة اليدين... وغيرها)، وهذا بدوره يسبب اختلالا في الوظائف الحياتية، على ذلك يستخدم الإنترنت لتخفيف حدة الأعراض السابقة. (**عامر، 2013، ص 116**)

خلاصة الفصل:

تعرفنا خلال هذا الفصل على اضطراب التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تناول مختلف الجوانب التي تخصهم والنظريات المفسرة لهم واللأسباب المؤدية لهم وكذا أعراض الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي، وبذالك يمكن القول أن الإستخدام المفرط لمواقع التواصل الإجتماعي قد يشكل عاملا مساهما في ظهور أو زيادة إضطراب التسوق القهري، خاصة لدى فئة الفتيات.

الفصل الثاني: الإجراءات الميدانية للدراسة

تمهيد

1. منهج الدراسة

2. الدراسة الإستطلاعية

3. حدود الدراسة

4. مجتمع الدراسة

5. عينة الدراسة

6. أدوات الدراسة

7. أساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تمهيد :

من خلال العرض السابق للفصول النظرية السابقة نسعى في هذا الفصل الى توضيح الجانب المنهجي للدراسة الميدانية والمذي يتنضمن وصفا لمنهج الدراسة وحدودها وعينتها والادوات المستخدمة لجمع البيانات، واساليب معالجة البيانات الاحصائية المستخدمة للوصول الى النتائج النهائية

1. المنهج الدراسة:

تبنت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والذي يعتمد على وصف الظواهر وجمع البيانات الكمية حولها لغرض تحليلها وتفسيرها بشكل علمي دقيق.

انطلاقا من اشكالية الدراسة التي تبحث عن معرفة العلاقة بين اضطراب التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى فتيات مدينة غرداية، فإن المنهج الوصفي التحليلي هو اكثر المناهج ملائمة لهذه الدراسة لأنه يصف الظاهرة او واقع ما بدقة موضوعية اعتمادا على المعطيات (البيانات) التي تحلل تحليلا كميا (**مصطفى، 353، 2003**)

2. الدراسة الاستطلاعية:

وهي الممهدة للدراسة الأساسية وتمثل مجتمع الدراسة في جميع فتيات مدينة غرداية التي أعمارهن بين 18- 35 سنة

2-1 أهداف الدراسة الاستطلاعية:

- ضبط الاشكالية
- تحديد خصائص المجتمع والعينة
- الوقوف على بعض الصعوبات التي تواجهنا أثناء الدراسة
- التأكد من صلاحية مقياس اضطراب التسوق القهري (**شيماء عمر واحمد ابو طربوش ،2025**) ومقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي(**sahin،2018**)

2-2 إجراءات الدراسة الاستطلاعية:

قمنا ببناء استبيان إلكتروني مبدئي ثم نشرناه عبر الفيسبوك بغرض حساب الصدق والثبات للمقياسين اضطراب التسوق القهري (**شيماء عمر واحمد ابو طربوش ،2025**) ومقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي(**sahin،2018**)

3.2 نتائج الدراسة الإستطلاعية:

حساب الصدق والثبات التي نتطرق إليها في عنصر ادوات الدراسة

3 . حدود الدراسة:

1.3. الحدود المكانية: تمت الدراسة عبر موقع الفيس بوك في مجموعة "سعسقات حوانت الثنية وزقاق الخياط والبلاد خاص بالنساء فقط

2.3. الحدود الزمانية: فترة الدراسة الاستطلاعية(من 03\04\2026 الى 07\04\2026) ، وفترة الدراسة الأساسية (من 23\04\2026 الى 27\04\2026).

4.3 **الحدود البشرية:** جميع فتيات مدينة غرداية اللواتي يتفحصن موقع الفيسبوك في مجموعة "سعسقات حوانيت الثنية وزقاق الخياط والبلاد خاص بالنساء فقط".

4.مجتمع الدراسة الاستطلاعية :

جميع فتيات مدينة غرداية للواتي أعمارهن بين 18-35 سنة ويلجؤون الى مواقع الفيسبوك عبر مجموعة "سعسقات حوانت الثنية وزقاق الخياط والبلاد خاص بالنساء فقط"

5. عينة الدراسة:

5-1-عينة الدراسة الاستطلاعية :

تكونت من 30 فتاة واختيرو بطريقة قصدية متاحة .

5-2.عينة الدراسة الاساسية :

تم اختيار عينة قصدية متاحة من فتيات مدينة غرداية الذين يستخدمون موقع الفيسبوك بمجموعة "سعسقات حوانت الثنية وزقاق الخياط والبلاد خاص بالنساء فقط "تكونت من 166فتاة تختلف اعمارهم من 18سنة الى 35 سنة .

خصائص العينة الأساسية حسب متغير السن :

جدول رقم (1):توزيع العينة حسب متغير السن.

السن	العدد	النسبة%
من 18_22سنة	79	47،6
23_27سنة	77	46،4
28_35سنة	10	6،0
المجموع	166	100,0

من خلال الجدول رقم (01) يتضح أن عينة الدراسة تكونت من (79) فتاة تراوحت اعمارهن من (18_22سنة) بنسبة 47،6% و (77) منهن تراوحت أعمارهن من (23_27سنة) بنسبة 46،4 %،(10) فتيات تراوحت أعمارهن من (28_35سنة) بنسبة 6% .

خصائص العينة الأساسية حسب متغير الحالة الاجتماعية :

جدول رقم (2):توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة%
عزباء	109	65،7
متزوجة	49	29،5

مطلقة	8	4،8
المجموع	166	0،100

من خلال الجدول رقم (02) يتضح أن عينة الدراسة تكونت من (109) فتاة عزباء بنسبة 65،7% و (49) منهن متزوجات بنسبة 29،5 %،(08) فتيات مطلقات بنسبة 4،8% .

6. أدوات الدراسة :

1.6 مقياس إضطراب التسوق القهري (**شيماء عمر واحمد ابو طربوش ،2025**): تم الاستعانة بالعبارات الموجودة في دراسة (**ابو بكر والمعمري،2019**) والتي تحتوي على 28 عبارة وتتحدث عن (5) ابعد حول الشراء القهري :

جدول رقم (3): توزيع ابعاد التسوق القهري حسب ارقام العبارات

الابعاد	الفقرات
شراء اشياء لايحتاج اليها	4-3-2-1
مشاعر سلبية المترتبة على الشراء	8-7-6-5
متعة الشراء	14-13-12-11-10-9
السلوك القهري	19-18-17-16-15
الاندفاعية	24-23-22-21-20 28-27-26-25-

من إعداد الطلاب

تم تصحيح المقياس بإعطاء أعلى درجة في المقياس (05) وأدنى درجة (01) والفرق بينهما يمثل مدى الفئة مقسوم على عدد الفئات المطلوبة وهي كالتالي : (5-1)/5=0.80 وبناءا عليه تم تحديد الدرجات التالية للاستعانة بها في تفسير النتائج

مفتاح التصحيح :

غير موافق بشدة	1
غير موافق	2
محياد	3
موافق	4
موافق بشدة	5

تقدير استجابات العينة على المقاييس:

جدول رقم (4) يوضح المقياس الخماسي لتحديد درجات الموافقة على كل عبارات المقياسين.

تقدير الاستجابة للعبارات	المتوسط الحسابي يتراوح بين
منخفض جدا	]1-1.80[
منخفض	]1.80 -2.60[
متوسط	]2.60- 3.40[
مرتفع	]3.40- 4.20[
مرتفع جدا	]4.20-5 [

إعادة حساب صدق وثبات مقياس اضطراب التسوق القهري (شيماء عمر واحمد ابو طربوش ،2025)

– حساب صدق الاتساق الداخلي البنائي :

لقد تم حساب صدق الاتساق الداخلي البنائي للمقياس اضطراب التسوق القهري (شيماء عمر واحمد ابو طربوش ،2025) في الدراسة الحالية باستخراج معامل الارتباط كل بعد من أبعاد المقياس بالدرجة الكلية كما ظهر في الجداول التالية:

جدول رقم (5): علاقة كل بعد من أبعاد مقياس اضطراب التسوق القهري بالدرجة الكلية لمقياس

رقم البعد	الأبعاد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الدلالة
1	الاندفاعية	871،0	0.01	دال
2	السلوك القهري	876،0	0.05	دال
3	متعة الشراء	654،0	0.01	دال
4	شراء أشياء لا يحتاج إليها	386،0	0.01	دال
5	المشاعر السلبية المترتبة على الشراء	652،0	0.01	دال
الدرجة الكلية		**1**		

من خلال الجدول رقم 05 يتضح أن كل الأبعاد لها علاقة بالدرجة الكلية للمقياس ، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.386، 0.876) وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.01)، وذلك ما أكد صدق اتساق المحتوى البنائي لمقياس اضطراب التسوق القهري و يمكن تطبيقه في الدراسة الحالية.

– حساب الصدق التميزي (صدق المقارنة الطرفية) :

بأخذ (27%) من أدنى درجات من المقياس ، و نفس النسبة من أعلى درجات المقياس للعينة التي تكونت من (30) فتاة، بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجتين الدنيا والعليا حيث أسفر اختبار (ت) لدلالة الفروق في الدرجات على النتائج التالية:

جدول رقم (6): دلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة على الدرجات الدنيا والعليا لمقياس اضطراب التسوق القهري:

	المستوى	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	الدلالة
الدرجة الكلية	المجموعة الدنيا	8	75,1250	8,57634	-10,058	0.01	دال
	المجموعة العليا	8	114,3750	6,94751			

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن قيمة(ت) التي بلغت قيمتها (_12،604)دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.01) ، إذا **نستنتج أن مقياس اضطراب التسوق القهري له القدرة على التمييز في قياس ما أعد لأجله.**

حساب ثبات مقياس اضطراب التسوق القهري :

الثبات بمعامل الثبات ألفا كرومباخ:

تم حساب الثبات بمعامل ألفا كرمباخ

جدول رقم(7): معامل ثبات مقياس اضطراب التسوق القهري بطريقة الاتساق الداخلي

معامل ثبات ألفا كرومباخ		عدد العبارات
مقياس اضطراب التسوق القهري	0.912	28

من خلل الجدول نلاحظ أن معامل الثبات المقياس الذي قيمته (0.929) عالي جدا، ما يعني أن المقياس يتمتع بدرجة عالية جدا من الثبات.

- **الثبات بطريقة التجزئة النصفية:**

جدول رقم (8): ثبات مقياس اضطراب التسوق القهري بطريقة التجزئة النصفية .

معامل الارتباط بين النصفين	**0.624**
معامل الثبات الكلي جيثمان	**0.753**

تم حساب معامل الارتباط بين نصفي والذي بلغت قيمته (0.624) وبالتعويض في معادلة التصحيحية لجيثمان بلغت قيمة الثبات الكلي (0.753)، وهذا ما يدل على أن المقياس يتمتع بثبات عال.

2-6 – مقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي (shahin) 2018 :

قام الباحث (shahin) 2018 باعداده ويتكون من 29 فقرة يتم الاجابة عنها من خلال مقياس ليكارت ذو التدرج الخماسي من (1-5) وهده الفقرات موزعة على اربعة ابعاد هي :

الجدول (9) ابعاد مقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي

الابعاد	الفقرات
بعد الاقبال الافتراضي	5-4-3-2-1
بعد الاتصال الافتراضي	-11-10-9-8-7-6 14-13-12
بعد المشكلة الافتراضية	20-19-18-17-16-15 23-22-21-
بعد المعلومات الاقتراضية	27-26-25-24 29-28-

من إعداد الطلاب

مفتاح التصحيح :

غير موافق بشدة	1
غير موافق	2
محياد	3
موافق	4
موافق بشدة	5

إعادة حساب صدق وثبات مقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي (shahin) 2018

صدق المقياس : يقصد به أن يقيس الاختبار ما وضع من أجله، أي مدى صلاحية الاختبار لقياس هدف أو جانب محدد. (**أبو جادو، 2005 ، ص 399**)

– حساب صدق الاتساق الداخلي البنائي :

و يقصد بصدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان : مدى اتساق جميع فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي اليه اي ان العبارة تقيس ماوضعت لقياسه ولا تقيس شئ اخر .

لقد تم حساب صدق الاتساق الداخلي البنائي للمقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي ل (shahin) في 2018 الدراسة الحالية باستخراج معامل الارتباط كل بعد من أبعاد المقياس بالدرجة الكلية كما ظهر في الجداول التالية:

جدول رقم (10): علاقة كل بعد من أبعاد مقياس الادمان على التواصل الاجتماعي بالدرجة الكلية لمقياس

رقم البعد	الأبعاد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الدلالة
01	بعد الإقبال الافتراضي	0،886	0.01	دال
02	بعد الاتصال الافتراضي	0،801	0.05	دال
03	بعد المشكلة الافتراضية	0،898	0.01	دال
04	بعد المعلومات الافتراضية	0،773	0.01	دال
الدرجة الكلية		1		

من خلال الجدول يتضح أن كل الأبعاد لها علاقة بالدرجة الكلية للمقياس ، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.773، 0.898) وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.01)، وذلك ما أكد صدق اتساق المحتوى البنائي لمقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي و يمكن تطبيقه في الدراسة الحالية.

حساب الصدق التميزي (صدق المقارنة الطرفية) :

بأخذ (27%) من أدنى درجات من المقياس ، و نفس النسبة من أعلى درجات المقياس للعينة التي تكونت من (30) فتاة، بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجتين الدنيا والعليا حيث أسفر اختبار (ت) لدلالة الفروق في الدرجات على النتائج التالية:

جدول رقم (11): دلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة على الدرجات الدنيا والعليا الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي

	المستوى	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	الدلالة
الدرجة الكلية	المجموعة الدنيا	8	73,5000	4,07080	-12,604	0.01	دال
	المجموعة العليا	8	117,1250	8,90325			

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن قيمة(ت) التي بلغت قيمتها (_12،604)دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (0.01) ، إذا نستنتج أن مقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي له القدرة على التمييز في قياس ما أعد لأجله.

حساب ثبات مقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي :

الثبات بمعامل الثبات ألفا كرومباخ:

تم حساب الثبات بمعامل ألفا كرمباخ

جدول رقم (12): معامل ثبات مقياس الادمان على مواقع التواصل بطريقة الاتساق الداخلي

معامل ثبات ألفا كرومباخ		عدد العبارات
مقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي	0.929	29

من خلل الجدول نلاحظ أن معامل الثبات المقياس الذي قيمته (0.929) عالي ، ما يعني أن المقياس يتمتع بدرجة عالية جدا من الثبات.

- **الثبات بطريقة التجزئة النصفية:**

جدول رقم (13): ثبات مقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة التجزئة النصفية .

معامل الارتباط بين النصفين	**0.735**
معامل الثبات الكلي سبارمان براون	**0.847**

تم حساب معامل الارتباط بين نصفي والذي بلغت قيمته (0،735) وبالتعويض في معادلة التصحيحية لسبارمان براون بلغت قيمة الثبات الكلي (0.847)، وهذاما يدل على أن المقياس يتمتع بثبات عال.

7. الاساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة :

– الأساليب المستخدمة في الدراسة بالاستعانة بالحزمة الإحصائية :SPSS22

- الاحصاء الوصفي (التكرارات –النسب المؤوية والمتوسطات الحسابية و الانحرافات، المعيارية)
- اختبار **كولموغروف سميرنوف لاختبار شرط التوزيع**.
- **اختبار ت لعينة واحدة لحساب الفرضية الأولى والثانية**
- اختبار ت لعينتين مستقلتين لحساب الصدق التميزي .
- معامل الارتباط بارسون لحساب صدق الاتساق الداخلي و الفرضية الثالثة.
- معامل الثبات الفاكروماخ لحساب الثبات.

الفصل الثالث : عرض وتحليل ومناقشة وتفسير النتائج

1. مناقشة وتفسير نتائج الفرضيات

2. استنتاج عام

3. الخلاصة العامة

4. مقترحات وآفاق بحثية

تمهيد :

يتم في هذا الفصل عرض النتائج المتحصل عليها بعد تطبيق الأدوات على عينة الدراسة والمتمثلة في فتيات مدينة غرداية، وذلك بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة ، ثم تحليلها ومناقشتها استنادا إلى نتائج الدراسات السابقة و بعض ما جاء في الفصول النظرية .

قبل البدء في مرحلة معالجة الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المختلفة والملائمة وجب أولا التحقق من **شرط التوزيع الطبيعي** بالنسبة للمتغير محل الدراسة الحالية والمتمثل في (**اضطراب التسوق القهري ،الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي**) والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (14)التحقق من شرط التوزيع الطبيعي بالنسبة للمتغيرين.

المتغير	Kolmogorov-Smirnov[a]			القرار
	الاحصاءات	درجة الحرية	مستوى الدلالة	
اضطراب التسوق القهري	,064	106	,200*	غير دال
الادمان على مو اقع التواصل الاجتماعي	,083	106	,072	غير دال

من خلال المعطيات المبينة بالجدول أعلاه نلاحظ وبناء على قيمة اختبار **كولموغروف سميرنوف** بالنسبة للمتغيرين محل الدراسة (**اضطراب التسوق القهري _ الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي**)، جاءت غير دالة عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، مما يجرنا إلى القول بأن البيانات للمتغيرين تتوزع توزيعا طبيعيا وبالتالي فإن كل الأساليب الإحصائية التي ستستخدم في معالجة مختلف فرضيات وتساؤلات الدراسة الحالية هي **أساليب بارامترية**. كما هو موضح في الشكل التالي:

1-عرض وتحليل ومناقشة وتفسير نتائج الفرضيات:

1- 1عرض وتحليل ومناقشة وتفسير نتائج الفرضية الأول:

نصت الفرضية الأولى على أن: **مستوى اضطراب التسوق القهري متوسط لدى عينة من فتيات مدينة غرداية .**

ولاختبار الفرضية الأولى تم استخدام اختبار ($T_{.test}$) لعينة واحدة للمقارنة بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة في الدرجة الكلية لمقياس اضطراب التسوق القهري مع المتوسط النظري ، فكانت النتيجة كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) : مستوى اضطراب التسوق القهري .

الجدول رقم (15) : مستوى اضطراب التسوق القهري .									
المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط النظري	الفرق بين المتوسطين	درجة الحرية	قيمة اختبار "T"	مستوى الدلالة	القرار	المستوى
اضطراب التسوق القهري	3,25	,706	3	,249	165	4,549	0.01	دال احصائيا	متوسط]3.40- 2.60[

حيث وبعد استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس اضطراب التسوق القهري ومقارنته بالمتوسط النظري تبين أن متوسط درجات أفراد مجتمع الدراسة في **المقياس بلغ (3،25)** وبانحراف معياري قدره **(0،706)** ، وعند إجراء المقارنة بين المتوسط الحسابي المتحقق (المحسوب) والمتوسط النظري البالغ **(3)** ، حيث أن الفرق بين المتوسطين بلغ **(0،249)** ، كما أن المتوسط الحسابي ينتمي الى المجال]2.60 -3.40[أي المستوى المتوسط وباستخدام الاختبار التائي لعينة واحدة كوسيلة إحصائية في المعالجة، تبين أن الفرق دال إحصائيا بين كلا الوسطين المحسوب والنظري لصالح المحسوب ، وما يؤكد ذلك هو قيمة (t) التي بلغت**(4،549)** وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (α=0.01). وعليه نستنتج : **مستوى اضطراب التسوق القهري متوسط لدى عينة من فتيات مدينة غرداية**

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (حارون، 2022) ودراسة (مريم بنت حميد اللحياني و خولة بنت جميل الانصاري ،2021)الى ان مستوى اضطراب التسوق القهري متوسط لدى فتيات مدينة غرداية

ويدل هدا على وجود نزعة نحو الشراء بهدف التخفيف من التوتر او تحقيق اشباع نفسي مؤقت ،كما قد يرتبط هذا السلوك بالحاجة الى تحسين المزاج او الهروب من الضغوط النفسية خاصتا مع التعرض المستمر لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي التي تعزز الرغبة في الاستهلاك والمقارنة الاجتماعية ،دون ان يصل الاضطراب الى مستوى حاد او مرضي شديد .

وهذا يتوافق مع الاطار النظري وماطرحه (Marino&Nuller،Ertelt) في النظرية المعرفية والانفعالية حيث ان مستوى اضطراب التسوق القهري لدى فتيات مدينة غرداية متوسط، مما يدل على وجود ميل نحو الانشغال بعملية الشراء واستخدامها كوسيلة لتحسين المزاج والتخفيف من المشاعر السلبية ، دون ان يصل ذالك الى درجة شديدة من فقدان التحكم الكامل بالسلوك الشرائي . كما يرتبط هدا المستوى بوجود بعض المعتقدات المعرفية الخاطئة حول السلع والشراء، مثل اعتبار التسوق مصدرا للسعادة او التعويض النفسي ، الامر الذي يدفع الفتيات الى تكرار سلوك الشراء بشكل اندفاعي نسبي رغم ادراكهن لبعض نتائجه السلبية .

1-2 عرض وتحليل ومناقشة وتفسير نتائج الفرضية الثانية :

نصت الفرضية الثانية على أن: مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي متوسط لدى عينة الدراسة .

ولاختبار الفرضية الجزئية الثانية تم استخدام اختبار (T_{test}) لعينة واحدة للمقارنة بين المتوسط الحسابي لأفراد العينة في الدرجة الكلية لمقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي ، مع المتوسط النظري للقائمة ، فكانت النتيجة كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) : مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (00) : مستوى الادمان على مو اقع التواصل الاجتماعي									
المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط النظري	الفرق بين المتوسطين	درجة الحرية	قيمة اختبار "T"	مستوى الدلالة	القرار	المستوى
الادمان على مو اقع التواصل الاجتماعي	3,114	,634	3	,114	165	2,327	0.05	دال احصائيا	متوسط]2.60- 3.40[

حيث وبعد استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس الوحدة النفسية ومقارنته بالمتوسط النظري تبين أن متوسط درجات أفراد مجتمع الدراسة في المقياس بلغ (3،114) وبانحراف معياري قدره (0،634) ، وعند إجراء المقارنة بين المتوسط الحسابي المتحقق (المحسوب) والمتوسط النظري البالغ (3) ،

حيث أن الفرق بين المتوسطين بلغ (0،114) ، كما أن المتوسط الحسابي ينتمي الى المجال[2.60 – 3.40[أي المجال المتوسط وباستخدام الاختبار التائي لعينة واحدة كوسيلة إحصائية في المعالجة، تبين أن الفرق دال إحصائيا بين كلا الوسطين المحسوب والنظري لصالح المحسوب ، وما يؤكد ذلك هو قيمة (t) التي بلغت (2،327) وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (α=0.05). وعليه نستنتج : مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي متوسط لدى عينة الدراسة .

لقد اتفقت دراسة كيوص وقدوري 2022 مع دراستنا الحالية الى ان مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي متوسط

لقد اتفقت(**دراسة كيوص وقدوري 2022**)مع دراستنا الحالية الى ان مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي متوسط حيث يتم استخدامها للتسلية والتواصل بكثرة ، مع وجود بعض القدرة على التحكم في مدة الاستخدام ،اضافة الى تاثير الرقابة الاسرية والالتزامات اليومية الي حدت من ارتفاع من مستوى الادمان كما تشير نتائج الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى فتيات مدينة غرداية بمستوى متوسط فان هده المواقع اصبحت وسيلة اساسية للتواصل والترفيه ومتابعة مختلف المحتويات اليومية ، مما ادى الى تكرار استخدامها بشكل مستمر .الا ان هذا الاستخدام لم يصل الى درجة الادمان الشديد بسبب بقاء قدر من التحكم في مدة الاستعمال ، اضافة الى تاثير الرقابة الاسرية والالتزامات الدراسية والاجتماعية التي ساهمت في الحد من الافراط في الا ستخدام .

– عرض وتحليل ومناقشة وتفسير نتائج الفرضية الثالثة :

نصت الفرضية العامة على أن:لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين اضطراب التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة .

وبعد المعالجة تم الحصول على النتائج التالي:

جدول رقم (17) : معامل الارتباط بين درجات أفراد عينة الدراسة على الدرجة الكلية لمقياس اضطراب التسوق القهري ودرجة الكلية الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي.

اضطراب التسوق القهري	العينة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	القرار
الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي	166	0،054	0،585	غير دال

يتضح من الجدول رقم (17) أن قيمة معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لمقياس اضطراب التسوق القهري و الدرجة الكلية لمقياس الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي والتي بلغت (0،054)غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (α=0.05) ، **نستنتج أنها لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين** اضطراب التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة.

لقد اتفقت (دراسة Hudson,A,2016-) مع دراستنا الحالية الى انه لاتوجد ذات دلالة احصائية بين اضطراب التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة .

عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين اضطراب التسوق تاقهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى فتيات مدينة غرداية بكون كل متغير يتاثر بعوامل نفسية واجتماعية مختلفة فالتسوق القهري قد يرتبط بالحاجات الانفعالية والرغبة في التخفيف من التوتر ،بينما يرتبط الادمان على مواقع التواصل بدوافع التواصل والترفيه وقضاء الوقت . كما ان ضعف معامل الارتباط يدل على هشاشة العلاقة بين المتغيرين وكذا ضعفه يدل على ان ارتفاع احد المتغيرين لا يؤدي بالضرورة الى ارتفاع الاخر ،مما يشير الى استقلالية نسبية بينهما داخل عينة الدراسة.

رغم اشتراكهما بالطابع السلوكي الا انهما يخضعان لمحددات نفسية واجتماعية مختلفة ،فاضطراب التسوق القهري يرتبط اساسا بالدوافع الانفعالية الداخليةكالتوتر والفراغ النفسي والرغبة في خلط المشاعر والسلبية وتحقيق الاشباع المؤقت من خلال التسوق . بالمقابل، يرتبط الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي بدوافع التفاعل الاجتماعي والترفيه والبحث عن القبول والمتعة المستمرة بالمحتوى الرقمي . وعليه ،فان الاستخدام المكثف بمواقع التواصل لايؤدي بالضرورة الى سلوك تسوقي قهري لان كل متغير يتاثر ببنية دافعية خاصة به

الاستنتاج العام :

2.نستنتج من الدراسة الحالية ان :

مستوى التسوق القهري متوسط لدى عينة من فتيات مدينة غرداية كان متوسطا مما يدل على ان مجتمع العينة الاساسية يمارسون سلوكيات تسوقية باندفاعية بدرجة غير مرتفعة كما تبين ان مستوى الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى افراد العينة كان متوسطا كذلك ، وهو ما يعكس الاستخدام المتكرر لهده المواقع دون الوصول الى درجة الادمان الشديد مايعكس انتشارا نسبيا لهذين المتغيرين لدى افراد العينة دون ان يبلغا نستوى مرتفعا اضافة الى انه لاتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اضطراب التسوق القهري والادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة ،مما يشير الى ان اضطراب التسوق القهري لايتاثر مباشرة بدرجة الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى افراد العينة .وقد يعود ذلك الى تدخل عوامل نفسية او اجتماعية او اقتصادية اخرى تسهم في ظهور هذا الاضطراب والتحكم فيه.

3. مقترحات وافاق بحثية :

1- تصميم برنامج إرشادي وعلاجي لتقليل من إضطراب التسوق القهري.

2- إعداد حملات توعوية حول مخاطر الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي.

3- الإستفادة من نتائج الدراسة في وضع برامج وقائية للفتيات والمراهقات.

4- دراسة تأثير الوضع الإقتصادي للأسرة على السلوك الشرائي القهري.

5- إجراء دراسة مقارنة بين فتيات مدينة غرداية ومدن جزائرية أخرى لاضطراب التسوق القهري .

6- إجراء دراسة مقارنة بين فتيات مدينة غرداية ومدن جزائرية أخرى لادمان على مواقع التواصل الاجتماعي .

7- فتح المجال لدراسات تربط التسوق القهري بمتغيرات نفسية أخرى مثل الوحدة النفسية أو الضغط النفسي.

تناولت هذه الدراسة موضوع اضطراب التسوق القهري وعلاقته بالإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من الفتيات بمدينة غرداية، وذلك بهدف الكشف عن طبيعة العلاقة بين المتغيرين في ظل الانتشار الواسع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها المتزايد على السلوك النفسي والاستهلاكي للأفراد. ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي واستخدام أدوات مناسبة لجمع البيانات وتحليلها.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين اضطراب التسوق القهري والإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن الاستخدام المفرط لهذه المواقع يسهم في زيادة السلوك الشرائي القهري نتيجة التأثر بالإعلانات الرقمية والمحتويات الاستهلاكية والمؤثرين. كما أظهرت النتائج أن بعض الأفراد يلجؤون إلى التسوق للتخفيف من الضغوط النفسية والتوتر وتحقيق شعور مؤقت بالراحة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على أحد الاضطرابات السلوكية الحديثة المرتبطة بالتطور التكنولوجي، مما يستدعي ضرورة التوعية بالاستخدام المعتدل لمواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز الثقافة النفسية والاستهلاكية لدى الشباب، إضافة إلى تشجيع المزيد من الدراسات التي تهتم بالآثار النفسية والاجتماعية للإدمان الرقمي والسلوك الاستهلاكي القهري.

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع:

1. إبراهيم بن سالم الصباحي . وأخر (2010) : إدمان الانترنت ودوافع استخدامه في علاقتهما بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة . المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل .كلية العلوم الإنسانية والإدارية المجلد الحادي عشر . العدد الأول.

2. أحمد محمد ، أبو بكر (2005) : إدمان الانترنت وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة ، مجلة البحث فى التربية فى علم النفس ، المجلد 18 ، العدد 3 ، جامعة عين شمس ،كلية البنات ، بشرى.

3. ارنوط بشرى . إسماعيل (2008) : جودة الحياة وأساليب مواجهة الضغوط وعلاقتهما بقلق الموت والاكتئاب لدى المسنين . مجلة علم النفس المعاصر والعلوم الإنسانية .

4. الأسطل، يعقوب يونس خليل (2011)، المشكلات النفس اجتماعية والانحرافات السلوكية لدى المترددين على مراكز الإنترنت بمحافظة خان يونس، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين

5. البدران، هناء، العبادي، هناء (هناء (2020). قياس إدمان التسوق قسم الإرشاد النفسي والتو جيه التربوي، مجلة رماح للبحوث والدراسات، 145 _126 ،44.

6. بن عمارة، سمية (2014)، الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى الشباب المدمن على الإنترنت: دراسة استكشافية وتحليلية لدى عينة من الشباب بمناطق الجنوب الجزائري أطروحة دكتوراه علوم في علم نفس الاجتماعي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، الجزائر.

7. بوبعاية، يمينة. (2019-2020). مستوى الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" أنموذجًا وعلاقته بظهور بعض المشكلات النفسية لدى طلاب الجامعة: دراسة

ميدانية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة (أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله، الجزائر).

8. جمال محمد. الهندي (2009) : الاستخدامات التربوية للانترنت واهم معوقاتها . ط 1. المكتبة العصرية للنشر والتوزيع .مصر.

9. حسن شحاته، زينب النجار، وحامد عمار. (2003). معجم المصطلحات التربوية والنفسية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية

10. حسن، نسرين، فاروق نسرين، فاروق (2016 .2016).إطار مقترح للعوامل المؤثرة على المستهلك المصري لتبني سلوك الشراء القهري – باستخدام بطاقات الائتمان كمتغير وسيط. رسالة دكتوراه غير منشورة (.جامعة المنصورة :المنصورة: كلية التجارة)

11. حمودة، سليمة (2015)، الإدمان على الإنترنت: اضطراب العصر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة قاصدي مرباح، المجلد07، العدد 21،

12. الزيدي، أمل بنت علي بن ناصر (2014)، إدمان الإنترنت وعلاقته بالتواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي لدى طلبة جامعة نزوى، رسالة ماجستير في التربية، تخصص إرشاد نفسي، جامعة نزوى، سلطنة عمان.

13. راغب، نبيل. (2003). أخطر مشكلات الشباب. دار غريب للنشر والتوزيع.

14. سلطان عائض ، مفرح العصيمي (2010) : إدمان الانترنت و علاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض . رسالة ماجستير في العلوم الاجتماعية تخصص الرعاية والصحية النفسية نايف العربية للعلوم الأمنية . كلية الدراسات العليا . قسم العلوم الإدارية.

15. الطيار، فهد بن علي (2016)، إدمان الإنترنت وعلاقته بأساليب المعاملة الوالدية لدى عينة من طلاب جامعة الملك سعود، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد05، العدد03، ص.ص404/446.

16. عامر، عبد الناصر السيد (2013)، أسباب وعواقب إدمان الإنترنت، مدخل نموذج المعادلة البنائية، مجلة رسالة الخليج العربي، مكتب التربية لدول الخليج (128). العبيدي، ناصر بن صالح وبن دبيس، سعيد (2017)، أثر برنامج إرشادي لخفض درجة إدمان الإنترنت لدى طلاب المرحلة الثانوية في الرياض، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجموعة الدولية للاستشارات والتدريب، الجمعية الأردنية لعلم النفس، المجلد06، العدد05، ص.ص1/16.

17. غالمي .عدلية (2009) : الإدمان على الانترنت وعلاقته بالسلوك ذو العلاقة بالصحة لدى شباب الانترنت بمدينة بسكرة . رسالة ماجستير غ منشورة . دراسة ميدانية لبعض رواد المقاهي . جامعة الحاج لخضر باتنة

18. كيوص ربيحة. (2021-2022). إدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الاجتماعي لدى طلبة الجامعة: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غرداية (أطروحة دكتوراه، جامعة غرداية، الجزائر).

19. اللحياني، مريم حميد أحمد (2018)، القيمة التنبؤية للعزلة الاجتماعية والعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية للإدمان على الإنترنت لدى طالبات جامعة أم القرى في مكة المكرمة، جلة للغلوم التربوية والنفسية، عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي بجامعة البحرين، المجلد19، العدد01.ص191/224.

20. 20.محمد بن سالم.محمد القريني (2011): إدمان الانترنت وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية لدى عينة من طلاب جامعة الملك العزيز . مجلة كلية التربية . جامعة المنصورة .العدد 85 . الجزء الثالث

21. 21 مختار، وفيق صفوت (2019)، الأطفال والشباب وإدمان الإنترنت، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ط01، الجيزة مصر

22. 22. النيرب، نسرين محمود محمد (2016)، الشعور بالوحدة النفسية وعلاقتها بالنسق القيمي لمدمني مواقع التواصل الاجتماعى من طلبة الجامعات بمحافظات غزة، رسالة ماجستير صحة نفسية ومجتمعية، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين

23. هواري حمزة :مواقع التواصل الإجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي ،مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية ، العدد 20، سبتمبر 2015 ،جامعة الجزائر 3، الجزائر

24. Archuleta, K. L., Britt, S. L., & Klontz, B. T. (2016). Financial therapy. In J. J. Xiao (Ed.), Handbook of consumer finance research (pp. 73–82). Springer, Cham.

25. Danesh-Mirkohan, R. A., Taklavi, S., & Kazemi, R. (2021). Comparing the effectiveness of acceptance and commitment therapy with mindfulness-based cognitive therapy on self-control and emotional flexibility in women with compulsive buying. Rooyesh-e-Ravanshenasi Journal, 10(5).

26. Dickie, J. (2011). A phenomenological study of the experience and meaning of compulsive buying and mood and/or anxiety disorders. Northcentral University.

27. Ertelt, T., Marin, J., & Müller, A. (2011). Etiology of compulsive buying. In A. Müller & J. Mitchell (Eds.).

28. Islam, T., Sheikh, Z., Hameed, Z., Khan, I., & Azam, R. (2018). Social comparison, materialism and compulsive buying based on stimulus-response model: A comparative study among adolescents and young adults. Young Consumers, 19(1), 19–37.

29. Javeed, Q. (2012). A study of loneliness and self-concept of male and female adolescents. Indian Stream Research Journal, 2(4), 1–4.

30. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction: A review of the psychological literature. International Journal of Environmental Research and Public Health, 8(9), 3528–3552. https://doi.org/10.3390/ijerph8093528

31. Lee, E. S., Lee, M., Jun, J. Y., & Park, J. (2021). Reciprocal prediction between impulsivity and problematic internet use among North Korean refugee youths in South Korea by gender and adverse childhood experience. Psychiatry Investigation, 18.

32. Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive buying. The American Journal of Drug and Alcohol Abuse, 36(5), 248–253.

33. Pacheco, D. C., Moniz, A. I. D. S. A., Caldeira, S. N., & Silva, O. L. (2022). "Cannot stop buying": Integrative

review on compulsive buying. In A. Mesquita et al. (Eds.), Perspectives and Trends in Education Technology, pp. 551–560. https://doi.org/10.1007/978-981-16-5063-5_46

34. Remer, L. (2021). Compulsive buying. In S. S. Idowu et al. (Eds.), Encyclopedia of Sustainable Management. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02006-4_935-1

35. VandenBos, G. R. (Ed.). (2015). APA dictionary of psychology (2nd ed.). American Psychological Association.

36. Williams, A. D., & Grisham, J. R. (2012). Impulsivity, emotion regulation, and mindful attentional focus in compulsive buying. Cognitive Therapy and Research, 36(5), 451–457.

Workman, L. (2010). The essential structure of compulsive buying: A phenomenological inquiry. Utah State University, Logan.

Young, K. (2007). Cognitive behavior therapy with internet addiction: Treatment outcomes and implications. CyberPsychology and Behavior, 10(5), 671–679.

قائمة الملاحق

ملحق (1):مقياس اضطراب التسوق القهري

تحية طيبة وبعد

في اطار اعداد مذكرة في علم النفس العيادي .نقوم باجراء دراسة .نرجو منكن التفضل بالاجابة على العبارات بكل صدق وموضوعية

مع العلم ان جميع المعلومات المقدمة ستبقى سرية وتستعمل لاغراض البحث العلمي فقط

نشكركن جزيل الشكر على تعاونكن ومساهمتكن في انجاح هدا البحث

الجنس : ذكر( ) الانثى( )

السن : من 18–5 سنة اكثر من 2 سنة

الحالة الاجتماعية : عزباء متزوجة ارملة مطلقة

1. مقياس اضطراب التسوق القهري :

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محياد	موافق	موافق بشدة
1	اشتري بعضائع لا احتاج لها					
2	اندفع بالشراء بالرغم من عدم احتياجي للاشياء المشتراة					
3	انجدب للمشتريات المعروضة وحتى ان لم تكن مفيدة لي					
4	قد اشتري الاغراض لرفاقي للحصول على الاستمتاع في الشراء					
5	اندم بعد شراء اشياء لااحتاج لها					
6	اشعر بالضيق عندما افقد كل نقودي في عملية الشراء					
7	اتمنى لو اعود الى السوق مرة اخرى ولا اشتري					

	شيئ مما اشتريته					
8	عندما اعود للمنزل بعد عملية الشراء اسئل نفسي لماذا اشتريتو هده الاشياء؟					
9	اشعر بالسعادة العامرة بعد عملية الشراء					
10	استمتع بعملية الشراء					
11	تزداد ثقتي بنفسي بعد عملية الشراء					
12	الجأ للشراء لتحسين حالتي المزاجية					
13	الشراء يشعرني بالسعادة					
14	تتحسن حالتي النفسية بعد الشراء					
15	اشعر بتعكر المزاج اذا منعت من الذهاب الى السوق					
16	افكر بصفة مستمرة بالشراء					
17	يزداد نهمي للشراء عند رؤية السلع او اعلانتها					
18	افقد السيطرة على نفسي اثناء عملية التسوق					
19	تنتابني رغبات ملحة في الشراء					
20	عندما اذهب الى السوق فانني اصرف كل نقودي دون ان لادرك ذلك					
21	اشعر ان شيئ داخلي يدفعني للذهاب للتسوق					
22	افاجئ بعد عملية التسوق ان رصيدي نفذ					
23	عندما اكون بالسوق لا استطيع منه نفسي عن الشراء					
24	اعجز عن الالتزام بمبلغ محدد اثناء عملية الشراء					
25	لا استطيع مقاومة مغريات الشراء					
26	اشعر بارغبة تلقائية في الشراء					
27	تتراكم عليا الديون جراء كثرة الشراء					
28	قد افلس في نهاية الشهر بعد عملية الشراء غير المحسوبة					

ملاحق (2): مخرجات الصدق والثبات لمقياس اضطراب التسوق القهري

Reliability Statistics ثبات

Cronbach's Alpha	N of Items
912.	28

Reliability Statistics الثبات بطريقة التجزئة النصفية

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	808.
		N of Items	14[a]
	Part 2	Value	905.
		N of Items	14[b]
		Total N of Items	28
		Correlation Between Forms	624.
Spearman-Brown Coefficient		Equal Length	768.
		Unequal Length	768.
		Guttman Split-Half Coefficient	753.

Correlations الصدق البنائي

		تسوق
الاندفاعية	Pearson Correlation	871**.
	Sig. (2-tailed)	000.
	N	30
السلوكالقهري	Pearson Correlation	876**.
	Sig. (2-tailed)	000.

	N	30
متعة الشراء	Pearson Correlation	654**،
	Sig. (2-tailed)	000،
	N	30
المشاعرالسلبية	Pearson Correlation	386*،
	Sig. (2-tailed)	035،
	N	30
أشباء	Pearson Correlation	652**،
	Sig. (2-tailed)	000،
	N	30
تسوق	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

الصدق **Group Statistics**

الفئة	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean

الدرجة	الدنيا	8	1250،75	57634،8	03219،3
	العليا	8	3750،114	94751،6	45631،2

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	Df
الدرجة	Equal variances assumed	282،	604،	058،-10	14
	Equal variances not assumed			058،-10	422،13

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference
					Lower
الدرجة	Equal variances assumed	000،	25000،-39	90227،3	61953،-47
	Equal variances not assumed	000،	25000،-39	90227،3	65348،-47

ملحق (3):قياس ادمان مواقع التواصل الاجتماعي

السن :

القسم :

المعدل الدراسي:

من فضلك جاوب على العبارات التالية بوضع (×) في الخانة المناسبة ونرجو منك الاجابة بكل صدق وشفافية على العبارات التي يتضمنها

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	انا احرص على متابعة حسابي على مواقع التواصل الاجتماعي					
2	ابحث عن الاتصال بشبكة الانترنت في كل مكان لكي اتصل بحسابي على مواقع التواصل الاجتماعي					
3	اول شئ افعله عندما استيقظ من النوم هو مشاهدة حسابي في مواقع التواصل الاجتماعي					
4	ارى مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة هروب من العالم الحقيقي					
5	الحياة بدون مواقع التوصل الاجتماعي تصبح بلا معنى بالنسبة لي					
6	انا افضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حتى اشعر انا هناك شخص ما حولي					
7	انا افضل الصدقات على مواقع التواصل الاجتماعي على الصدقات في الحياة الطبيعية					

8	اعبر عن نفسي افضل لاشخاص الذين اتواصل معهم على مواقع التواصل الاجتماعي					
9	انا ابدو كما اريد ان اكون اثناء التواصل مع الاخرين					
10	انا في الواقع افضل التواصل مع الاخرين على مواقع التواصل الاجتماعي					
11	لا يمكنني التخلي على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالرغم استياء اسرتي					
12	ارغب قضاء بعض الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي عندما اكون وحدي					
13	افضل الاتواصل الافتراضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على التواصل الحقيقي					
14	الصفحات والانشطة التي اتابعها في مواقع التواصل الاجتماعي ترتبط في انشطتي اليومية					
15	لا اقوم بحل واجباتي المدرسية لانني اقضي الكثير من الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي					
16	اشعر بالسوء اذا اضطررت لتقليل الوقت الذي اقضيه على مواقع التواصل الاجتماعي					
17	اشعر بالتعاسة عندما لا اكون متصلا في حسابي على مواقع التواصل الاجتماعي					
18	الشبكات الاجتماعية تثير اهتمامي					
19	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متكرر لدرجة انني اتلقى الانتقاد من اسرتي					

20	دائما ما ياسرني العالم الغامض لمواقع التواصل الاجتماعي					
21	لا الاحظ انني جائع او عطش عندما اكون متصلا على مواقع التواصل الاجتماعي					
22	الاحظ ان انتاجي قد تضائل بسبب مواقع التواصل الاجتماعي					
23	لدي مشاكل جسدية بسبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي					
24	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي حتى عند السير على الطريق لكي اكون على علم فوري بالتطورات					
25	احب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لابقى على علم بما حدث					
26	اتصفح مواقع التواصل الاجتماعي لابقى على اطلاع حول ما تشاركه المجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي					
27	اقضي المزيد من الوقت على مواقع التواصل الاجتماعي لرؤية بعض الاعلانات الخاصة (مثل اعياد الميلاد)					
28	ابقى دائما متصلا في مواقع التواصل الاجتماعي لانها تجعلني على اطلاع بالامور المتعلقة بدوراتي ودراساتي او المهام (مثل الوجبات المنزلية . انشطة)					
29	انا دائما نشطا على شبكات التواصل الاجتماعي لاطلع على الفور على 36مايتشاركه معي الاقارب والمعارف					

ملاحق (4):مخرجات الصدق والثبات لمقياس ادمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
929.	29

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	883.
		N of Items	15[a]
	Part 2	Value	881.
		N of Items	14[b]
		Total N of Items	29
		Correlation Between Forms	735.
Spearman-Brown Coefficient		Equal Length	847.
		Unequal Length	847.
		Guttman Split-Half Coefficient	846.

		الادمان
بعد1	Pearson Correlation	886**.
	Sig. (2-tailed)	000.
	N	30
بعد2	Pearson Correlation	801**.
	Sig. (2-tailed)	000.
	N	30
بعد3	Pearson Correlation	898**.

	Sig. (2-tailed)	000،
	N	30
بعد4	Pearson Correlation	773**،
	Sig. (2-tailed)	000،
	N	30
الادمان	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

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

Group Statistics

	الفئة	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الدرجة	الدنيا	8	5000،73	07080،4	43925،1
	العليا	8	1250،117	90325،8	14777،3

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	Df
الدرجة	Equal variances assumed	025،3	104،	604،-12	14
	Equal variances not assumed			604،-12	804،9

Independent Samples Test

	t-test for Equality of Means

		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference
					Lower
الدرجة	Equal variances assumed	000.	62500.-43	46120.3	04854.-51
	Equal variances not assumed	000.	62500.-43	46120.3	35796.-51

ملحق رقم (5):مخرجات الدراسة الاساسية ونتائج فرضيات الدراسة

السن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	من 18_22سنة	79	6.47	6.47	6.47
	23_27سنة	77	4.46	4.46	0.94
	28_35سنة	10	0.6	0.6	0.100
	Total	166	0.100	0.100	

الحالة الاجتماعية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	عزباء	109	7.65	7.65	7.65
	متزوجة	49	5.29	5.29	2.95
	مطلقة	8	8.4	8.4	0.100
	Total	166	0.100	0.100	

أكثر لمواقع استخداما للتسوق

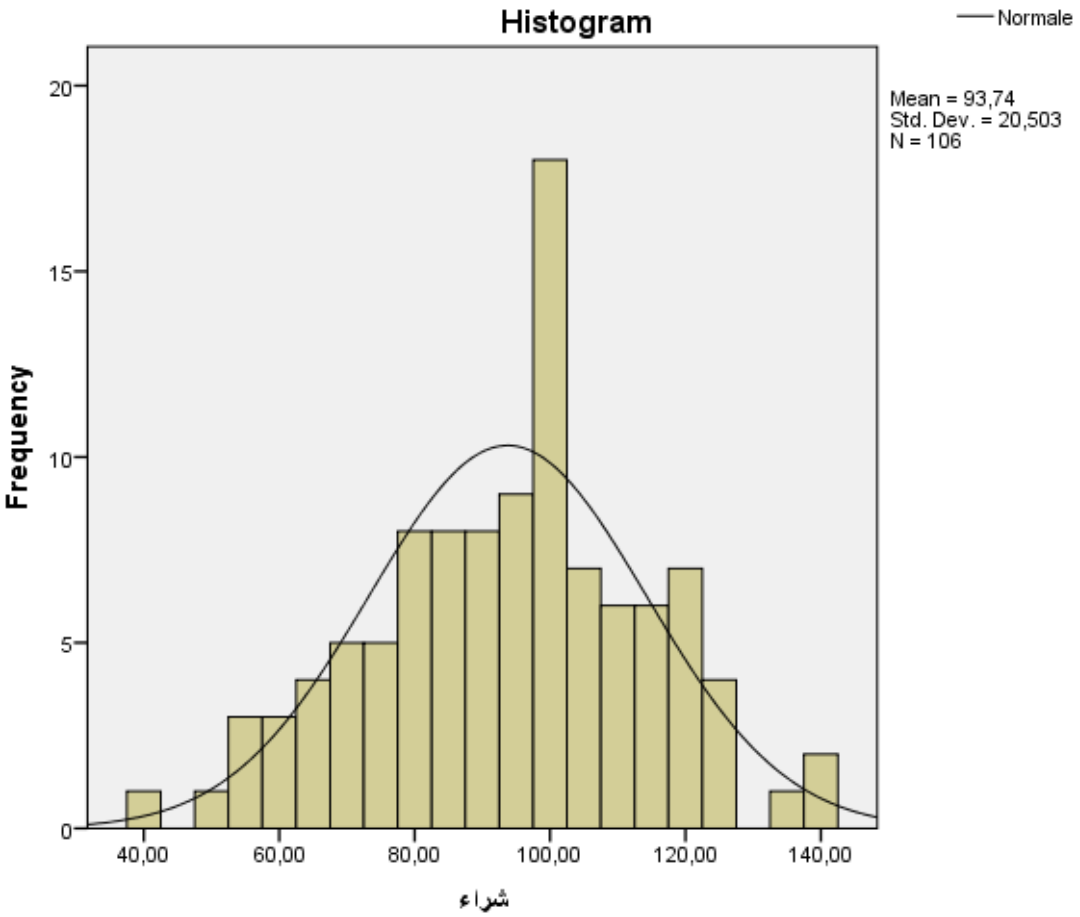
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أنستغرام	117	5،70	5،70	5،70
	فيسبوك	21	7،12	7،12	1،83
	تيمو	18	8،10	8،10	0،94
	تيكتوك	4	4،2	4،2	4،96
	أمازون	6	6،3	6،3	0،100
	Total	166	0،100	0،100	

اختبار اعتدالية التوزيع **Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
شراء	064،	106	200*،	991،	106	750،
ادمان	083،	106	072،	975،	106	046،

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction



One-Sample Statistics الفرضية 1

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
شراء	166	25،3	706،	055،

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
شراء	549،4	165	000،	249،	14،	36،

One-Sample Statistics الفرضية 2

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
مادمان	166	1147،3	63482،	04927،

One-Sample Test

	Test Value = 3					
					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
مادمان	327،2	165	021،	11467،	0174،	2120،

Correlations الفرضية 3

		شراء	ادمان
شراء	Pearson Correlation	1	054،
	Sig. (2-tailed)		585،
	N	106	106
ادمان	Pearson Correlation	054،	1
	Sig. (2-tailed)	585،	
	N	106	166


الحمد لله