

---

## نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با رفتار خرید اجباری نوجوانان دختر

---

سلیمان زارعی<sup>۱</sup>

### چکیده

رفتار خرید اجباری یک رفتار بالقوه خطرناک و اعتیادی است که سبب مجموعه‌ای از پیامدهای منفی روان‌شناختی و اجتماعی می‌شود. از این رو، پژوهش حاضر باهدف تعیین نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با رفتار خرید اجباری انجام شد. پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه شهر نورآباد در سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹ بود. از این جامعه تعداد ۳۰۷ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از ابزار سنجش خانواده، مقیاس خرید اجباری ادواردز، پرسشنامه خودمهارگری و مقیاس حرمت خود روزنبرگ گردآوری و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شد. نتایج نشان داد اثر مستقیم عملکرد خانواده بر رفتار خرید اجباری مثبت معنادار و اثر مستقیم حرمت خود و خودمهارگری بر رفتار خرید اجباری منفی معنادار است. همچنین، نتایج نشان داد که نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه عملکرد خانواده با رفتار خرید اجباری معنادار است. بر اساس یافته‌ها، می‌توان نتیجه گرفت عملکرد خانواده، حرمت خود و خودمهارگری مؤلفه‌های مهم اثرگذار بر رفتار خرید اجباری در نوجوانان دختر است.

**کلید واژه‌ها:** حرمت خود، خودمهارگری، رفتار خرید اجباری، عملکرد خانواده

### مقدمه

برای برخی افراد و در موقعیت‌های خاصی خرید کردن ممکن است بدون برنامه و ناگهانی باشد و با تمایل قوی و احساس لذت یا هیجان همراه باشد. این نوع رفتار خرید مکرر، مزمن و افراط گونه به‌عنوان رفتار خرید اجباری<sup>۱</sup> شناخته می‌شود (یوئن، وانگ، ما و لی<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). اگرچه رفتار خرید اجباری به‌طور مشخصی در راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روان‌شناختی توصیف نشده است، اما ملاک‌های تشخیصی شامل اشتغال ذهنی مکرر با خرید، عدم کنترل تکانه در خرید کردن، خرید مکرر وسایل غیر لازم و خرید مفرط در نبود دوره‌های مانیا و هیپومانیا، برای آن مطرح شده است (ماکارون-اگلن و اسکوفیلد<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد افراد مبتلا به رفتار خرید اجباری پیامدهای نامطلوب از جمله احساس گناه، اختلال در عملکرد تحصیلی، مشکلات مالی، تعارضات خانوادگی، رابطه منفی با والدین، اختلالات خوردن و خواب و حتی اقدام به خودکشی را گزارش کرده‌اند (آتولکار و کساری<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸).

با توجه به پیامدهای منفی ذکر شده برای رفتار خرید اجباری، شناسایی مدل‌هایی برای درک بافت‌های دخیل در پیدایش و تداوم این رفتار ضروری است. در این بین، یکی از عوامل خطر برای رفتار خرید اجباری، عملکرد خانواده<sup>۵</sup> است (کروپلوسکی، سچسنياک، فارمانسکا و گوژسکا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹). عملکرد خانواده که بر اساس نظریه تعاملی خانواده مطرح شده است به‌طور کلی ماهیت و انسجام روابط خانوادگی و نقش تعارضات بین نسلی در زندگی نوجوانان را مورد بحث قرار می‌دهد که مطرح می‌کند هرچه تعارض بین والدین و نوجوانان بیش‌تر باشد، آن‌ها مشکلات درون‌سازی و برون‌سازی شده بیش‌تری مانند افسردگی، پرخاشگری و رفتارهای خطر ناسالم را نشان می‌دهند (بادن شریل، لوچمان، دکوستر و استرومیر<sup>۷</sup>، ۲۰۱۷). در همین راستا، برخی پژوهشگران عنوان می‌کنند نوجوانانی که در خانواده‌های دارای تعارض

- 
1. compulsive buying behavior
  2. Yuen, Wang, Ma and Li
  3. Maccarrone-Eaglen and Schofield
  4. Atulkar and Kesari
  5. family functioning
  6. Kroplewski, Szczesniak, Furmanska and Gojska
  7. Baden Sherrill, Lochman, DeCoster and Stromeyer

رشد کرده‌اند بیشتر مادی‌گرا بوده و سطح بالایی از رفتار خرید اجباری و مصرف وسواسی را گزارش کرده‌اند (آتولکار و کساری، ۲۰۱۸). همچنین، نوجوانان دارای رفتار خرید اجباری، برخی پویایی‌های خاص خانواده، از جمله کنترل‌گری بیش‌از‌حد، عدم پاسخگویی هیجانی، روابط تعارض‌آمیز والدین و همچنین انتظارات بالایی والدین را در پدیدآیی رفتار خرید خود مؤثر دانسته‌اند (بوهرلر، ۲۰۲۰).

باوجوداین، درک یا تجربه روابط خانوادگی غیر رضایت‌بخش، ممکن است به‌طور مستقیم منجر به رفتار خرید اجباری نشود، زیرا شکل‌گیری رفتارها خرید اجباری ممکن است متأثر از عواملی باشد که با تأثیرپذیری از عملکرد خانواده به رفتار خرید اجباری منجر می‌شوند (ساد و متاوی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵). دراین‌بین، حرمت خود<sup>۲</sup> که بر اساس نظریهٔ تعاملی خانواده پایه‌های آن برمبنای کنش‌های خانواده از قبیل تعارضات و انسجام والدینی شکل می‌گیرد، از عواملی است که می‌تواند بر طیف وسیعی از رفتارهای نوجوانان تأثیرگذار باشد (گویا، کاناوارو و موریرا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). در همین راستا، پورنپیتاکپان، یوان و هان<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) در مطالعهٔ خود به این نتیجه رسیدند که تعارض حل‌نشده والد - فرزند می‌تواند باعث رشد منفی حرمت خود شود و متعاقباً به کاهش بهزیستی، مادی‌گرایی و خرید وسواسی منجر شود. در کنار موارد مطرح شده، مطالعه نشان می‌دهد که بین حرمت خود پایین و رفتار خرید اجباری رابطهٔ معناداری وجود دارد و افرادی که حرمت خود پایینی دارند، در خریدن کالای گران‌قیمت افراط می‌کنند، زیرا آن‌ها در بافت خانواده با این باور رشد کرده‌اند که ارزش وجودی افراد با ثروت مادی سنجیده می‌شود (آدامچیک، کاپتیلو-پونس و سزجیلسکی<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰). درمجموع، مرور ادبیات گذشته نشان می‌دهد نوجوانانی که با والدین خود تعارض بیشتری دارند، عموماً حرمت خود پایینی دارند و برخی رفتاری ناسالم از قبیل رفتار خرید اجباری را شکل می‌دهند تا به‌طور موقت حرمت خود پایین و اضطراب آن‌ها را تسکین دهد (لیئو، کسینان و وازسونی<sup>۶</sup>، ۲۰۱۸).

- 
1. Saad and Metawie
  2. self- esteem
  3. Gouveia, Canavarro and Moreira
  4. Pornpitakpan, Yuan and Han
  5. Adameczyk, Capetillo-Ponce and Szczygielski
  6. Liu, Ksinan and Vazsonyi

۱۱۶ ..... نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با ...

از دیگر عوامل خطر در رفتار خرید اجباری، خودمهارگری<sup>۱</sup> است (سیوی، مراد و هوگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). بر اساس چهارچوب نظریه شناختی اجتماعی، رفتارهای کنترل نشده مصرف‌کنندگان از قبیل رفتار خرید اجباری ریشه در کاهش خودمهارگری افراد دارد (جاپوترا، اکینسی و سیمکین<sup>۳</sup> ۲۰۱۹). همچنین، بر اساس نظریه کنترل اجتماعی هیرشی<sup>۴</sup> (۱۹۶۹) هرچه نوجوانان روابط نزدیک‌تری با والدین داشته باشند، بیشتر به آن‌ها دل‌بستگی پیدا می‌کنند و کمتر احتمال ارتکاب رفتارهای پرخطر در آن‌ها وجود دارد. علاوه بر این، این نظریه مطرح می‌کند که در خانواده‌ای با عملکرد مطلوب و انسجام بالا نوجوانان خودمهارگری بیشتر و احساس شایستگی فردی قوی‌تری را تجربه می‌کنند (یون، کیم و کوان<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶). در همین راستا، کیم، مین، مین، لی و یو<sup>۶</sup> (۲۰۱۸) و کو، تانگ، جان و کن<sup>۷</sup> (۲۰۲۰) بیان می‌کنند زمانی که افراد در بافت خانواده هیجان‌های مثبت دریافت کنند و در حالت هیجانی مطلوبی قرار داشته باشند، به میزان جالب توجهی رفتارهای خرید کنترل نشده آن‌ها کاهش می‌یابد. در نقطه مقابل اگر افراد در بافت خانواده مورد بی‌توجهی مداوم قرار بگیرند، به دلیل این تنش‌ها کنترل خود را در برخی رفتارها از جمله خرید اجباری از دست می‌دهند.

در کنار موارد مطرح شده، مطالعات نشان می‌دهند که سن شروع رفتار خرید اجباری در اواخر دوره نوجوانی و قبل از ۲۰ سالگی است و دختران بیشتر از پسران رفتار خرید اجباری را گزارش کرده‌اند (ماراز، گریفیث و دمتروویس<sup>۸</sup>، ۲۰۱۶). همچنین، نرخ شیوع رفتار خرید اجباری گزارش شده در ادبیات مربوط به جمعیت عادی نوجوانان نشان می‌دهد که شیوع آن در ایالات متحده ۵/۸ درصد، در آلمان ۸ درصد، در اسپانیا ۷/۱ درصد، در ایتالیا ۱۱/۳ درصد و در چین ۱۹ درصد بوده است که بین ۷۰ تا ۹۰ درصد این افراد مؤنث بوده‌اند (مراد و سیوی<sup>۹</sup>، ۲۰۲۰). لذا، با توجه به شیوع رفتار خرید اجباری در نوجوانان دختر و تقدم امر پیشگیری از

- 
1. self- control
  2. Cui, Mrad and Hogg
  3. Japutra, Ekinici and Simkin
  4. Hirshci's Social Control Theory
  5. Yun, Kim and Kwon
  6. Kim, Min, Min, Lee and Yoo
  7. Koh, Tang, Gan and Kwon
  8. Maraz, Griffiths and Demetrovics
  9. Mrad and Cui

اختلالات در این قشر، ضرورت دارد پژوهش‌های بیشتری در خصوص سبب‌شناسی این اختلال به‌منظور ارائه راهکارهای برای پیشگیری از آن انجام شود. ازاین‌رو، هدف پژوهش حاضر این است که در قالب یک مدل نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده و رفتار خرید اجباری به محک آزمون گذاشته شود تا به رفع خلأ پژوهشی در خصوص روابط غیرمستقیم و افزایش دانش موجود در خصوص روابط مستقیم بین متغیرها کمک کند. مدل مفهومی پژوهش حاضر در شکل ۱ ارائه‌شده است. بر اساس الگوی مفهومی پژوهش فرضیه‌های زیر تدوین شده است:

۱. عملکرد خانواده بر رفتار خرید اجباری اثر مستقیم دارد.
۲. عملکرد خانواده از طریق حرمت خود بر رفتار خرید اجباری اثر غیرمستقیم دارد.
۳. نشانگان افسردگی از طریق خودمهارگری بر رفتار خرید اجباری اثر غیرمستقیم دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

## روش

پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه شهرستان نورآباد در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۳۹۸ بود. برای تعیین حجم نمونه بر اساس دیدگاه کلین<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) که عنوان می‌کند در مدلیابی معادلات ساختاری حجم نمونه موردقبول باید حداقل ۱۰ و حداکثر ۲۰ برابر تعداد پارامترها باشد. در پژوهش حاضر با احتساب مجموع ۳۰ پارامتر (۵ مسیر مستقیم، ۱۱ خطا، ۱۴ بار عاملی) باید حداقل ۳۰۰ نفر انتخاب شود که با بیش برآورد تعداد ۳۲۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌برداری خوشه‌ای چندمرحله‌ای به‌عنوان نمونه نهایی انتخاب شد. شایان ذکر است که پس از اجرای پرسشنامه‌ها

۱۱۸ ..... نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با ...

تعداد ۱۸ پرسشنامه با استفاده از «فاصله مهالانوبیس»<sup>۱</sup> به‌عنوان داده پرت مشخص و از روند پژوهش حذف شد و در نهایت داده‌های مربوط به ۳۰۷ نفر تحلیل شد. در این پژوهش از ابزارهای زیر استفاده شد:

۱. ابزار سنجش خانواده<sup>۲</sup> (FAD): ابزار سنجش خانواده دارای ۶۰ گویه است که بنا بر الگوی عملکرد خانواده مک مستر توسط اپستاین، بالدوین و بیشاپ<sup>۳</sup> (۱۹۸۳) تدوین شده است. این ابزار بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی شش بعد تحت عنوان حل مسأله<sup>۴</sup> (گویه‌های ۶۰-۵۰-۳۸-۲۴-۱۲-۲)، روابط<sup>۵</sup> (گویه‌های ۵۹-۵۲-۴۳-۲۹-۱۸-۱۴-۳)، نقش‌ها<sup>۶</sup> (سوالات ۵۳-۴۵-۴۰-۳۴-۳۰-۲۳-۱۵-۱۰-۴)، پاسخگویی عاطفی<sup>۷</sup> (گویه‌های ۵۷-۴۹-۳۹-۳۵-۲۸-۱۹-۹)، مشارکت عاطفی<sup>۸</sup> (گویه‌های ۵۴-۴۲-۳۷-۳۳-۲۵-۲۲-۱۳-۵)، کنترل رفتاری<sup>۹</sup> (گویه‌های ۴۸-۴۷-۴۴-۳۲-۲۷-۲۰-۱۷-۷-۵۵-۵۸) و یک نمره کلی عملکرد خانواده را می‌سنجد. نمره‌گذاری با استفاده از مقیاس ۴ درجه‌ای لیکرتی (از کاملاً موافق=۱ تا کاملاً مخالف=۴) انجام می‌شود. دامنه نمرات بین ۶۰ تا ۲۴۰ است. در این ابزار نمرات بالاتر نشان‌دهنده عملکرد ناسالم‌تر است. اپستین و همکاران (۱۹۸۳) روایی هم‌زمان و پیش‌بین ابزار سنجش خانواده را از طریق همبستگی با مقیاس رضایت زناشویی لاک-والاس تأیید کردند. همچنین، آن‌ها دامنه ضریب آلفای کرونباخ خرده مقیاس‌ها و کل ابزار را در دامنه ۰/۷۲ تا ۰/۹۲ گزارش کرده‌اند (نقل از زاده‌محمدی و ملک خسروی، ۱۳۸۵). ذوالفقاری و همکاران (۱۳۹۷) ضمن تأیید ساختار چندبعدی این ابزار در بین بیماران مبتلا به اختلال خوردن، اعتبار این ابزار را با استفاده از روش باز آزمایی برای کل ابزار ۰/۹۴ گزارش کرده‌اند. در پژوهش حاضر نیز همسانی درونی ابزار با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس حل مسئله ۰/۸۱، روابط ۰/۸۵، نقش‌ها ۰/۷۶، پاسخگویی عاطفی ۰/۸۱، مشارکت عاطفی ۰/۷۶،

1. Mahalanobis distance
2. Family Assessment Device
3. Epstein, Baldwin and Bishop
4. Problem solving
5. Communication
6. Roles
7. Affective Responsiveness
8. Affective Involvement
9. Behavior Control

کنترل رفتاری ۰/۸۵ و برای کل ابزار به برابر با ۰/۸۳ به دست آمد.

۲. **مقیاس خرید اجباری ادواردز<sup>۱</sup> (ECBS):** این مقیاس در ۲۹ گویه تدوین شده است که با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی پنج مؤلفه تمایل به خرید<sup>۲</sup> (۱۰ گویه)، تخریب عملکرد<sup>۳</sup> (۶ گویه)، احساس گناه بعد از خرید<sup>۴</sup> (۴ گویه)، وسواس در خرید<sup>۵</sup> (۵ گویه) و احساس در مورد خرید<sup>۶</sup> (۴ گویه) را شامل می‌شود. نمره‌گذاری مقیاس با استفاده از مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرتی (از کاملاً مخالف=۱ تا کاملاً موافق=۵) انجام می‌شود و برای گویه‌های ۵، ۶، ۷ برعکس انجام می‌شود. مجموع نمرات ۵ خرده مقیاس نمره کلی را ارائه می‌دهد. دامنه نمرات بین ۲۹ تا ۱۴۵ است که هرچه نمره بالاتر باشد، نشان‌دهنده شدت بیشتر این رفتار است. ادواردز (۱۹۹۲) با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی ساختار پنج عاملی این آزمون و روایی سازه آن را تأیید کرده است و پایایی مقیاس و خرده مقیاس‌های آن را با استفاده از آلفای کرونباخ در دامنه ۰/۷۸ تا ۰/۹۱ گزارش کرده است. دامادنزاد (۱۳۹۴) در بررسی روایی هم‌زمان مقیاس، همبستگی آن با پرسشنامه افسردگی بک (BDI) را معنادار گزارش کرده است. در پژوهش حاضر نیز همسانی درونی مقیاس با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس تمایل به خرید ۰/۸۹، تخریب عملکرد ۰/۸۳، احساس گناه بعد از خرید ۰/۷۹، وسواس در خرید ۰/۸۱، احساس به خرید ۰/۷۶ و برای کل آزمون برابر با ۰/۸۲ به دست آمد.

۳. **پرسشنامه خودمهارگری<sup>۷</sup> (SCQ):** این پرسشنامه را تانگنی، بامیستر و بون<sup>۸</sup> (۲۰۰۴) طراحی کرده‌اند. دارای ۳۶ گویه است که پاسخ به گویه‌های آن در یک طیف لیکرت ۵ درجه‌ای (اصلاً شباهت ندارد=۱ تا شباهت خیلی زیاد=۵) مرتب شده است. دامنه نمرات بین ۳۶ تا ۱۸۰ است که نمرات بالاتر نشان‌دهنده سطوح بالای خودمهارگری فرد است. تانگنی و همکاران (۲۰۰۴) ضریب پایایی آلفای کرونباخ را در دو مطالعه جداگانه در بین دانشجویان به ترتیب

- 
1. Edwards Compulsive Buying Scale
  2. Tendency to spend
  3. Dysfunctional spending
  4. Post-purchase guilt
  5. Compulsion to spend
  6. Feelings about shopping
  7. Self- control Questionnaire
  8. Tangney, Baumeister and Boone

۱۲۰ ..... نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با ...

۰/۸۳ و ۰/۸۹ گزارش کرده‌اند که نشان‌دهنده همسانی درونی مطلوب است. موسوی‌مقدم، هوری، امیدی و ظهیری (۱۳۹۳) ضریب روایی همگرایی پرسشنامه را با مقیاس پاسخ‌های هیجانی بهینه معنادار گزارش کرده‌اند. آتش‌افروز (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای در بین دانشجویان پایایی ابزار را با استفاده از روش دومینمه سازی برابر با ۰/۶۴ گزارش کرده است. در پژوهش حاضر نیز همسانی درونی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۰ به دست آمد.

۴. **مقیاس حرمت خود روزنبرگ<sup>۱</sup> (RSES):** این مقیاس شامل ۱۰ گویه است. شیوه نمره‌گذاری این مقیاس برای ماده‌های ۱ تا ۵ به صورت کاملاً مخالفم = صفر، مخالفم = ۱، موافقم = ۲ و کاملاً موافقم = ۳ و برای ماده‌های ۶ تا ۱۰ برعکس است. دامنه نمرات بین صفر تا ۳۰ است که نمره بالاتر در این مقیاس نشان‌دهنده حرمت خود بیشتر است. روزنبرگ (۱۹۶۱) اعتبار و روایی مقیاس را محاسبه کرده است و ضرایب آلفای کرونباخ برای این مقیاس را در نوبت اول ۰/۸۷ برای مردان و ۰/۸۶ برای زنان و در نوبت دوم ۰/۸۸ برای مردان و ۰/۸۷ برای زنان گزارش کرده است. محمدی و همکاران (۱۳۸۴) همبستگی مقیاس حرمت خود روزنبرگ با مقیاس حرمت خود کوپر اسمیت را ۰/۶۱ گزارش کرده‌اند. آن‌ها همچنین، اعتبار آزمون را با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در بین دانشجویان ۰/۶۹ گزارش کرده‌اند. در پژوهش حاضر نیز همسانی درونی مقیاس با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۱ به دست آمد.

## یافته‌ها

بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان داد که میانگین و انحراف استاندارد سن نوجوانان به ترتیب برابر با ۱۶/۴۲ و ۱/۲۷ بود. جدول ۱ در کنار پرداختن به میانگین و انحراف استاندارد نمرات آزمودنی‌ها نشان می‌دهد که کجی توزیع نمره‌ها در دامنه (۱ و ۱) و کشیدگی در دامنه (۲ و ۲-) قرار دارد؛ بنابراین، بر اساس این آماره‌ها نرمال بودن توزیع نمرات تأیید می‌شود. همچنین، ماتریس همبستگی جدول ۱ نشان می‌دهد بین عملکرد خانواده با رفتار خرید اجباری رابطه مثبت، بین خودمهارگری و حرمت خود با رفتار خرید اجباری رابطه منفی معنادار وجود



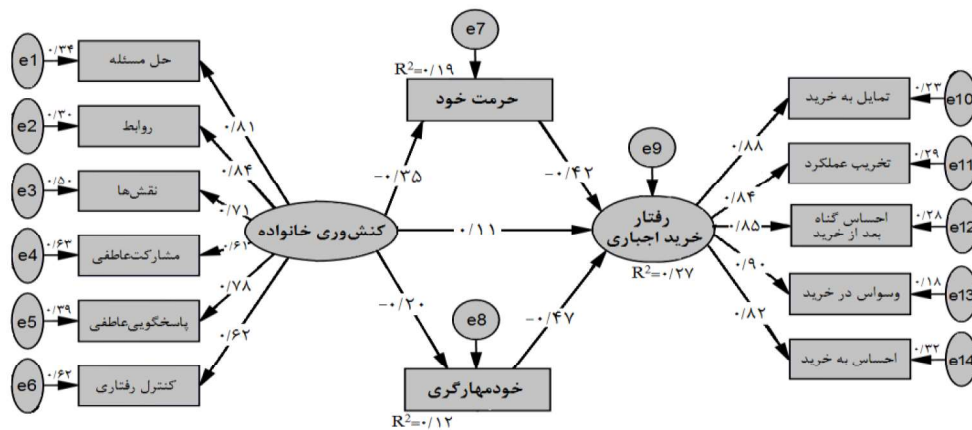
دارد. با توجه به تأیید ارتباط معنادار بین متغیرها، امکان بررسی نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با رفتار خرید اجباری فراهم است.

جدول ۱: آماره‌های توصیفی و ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	کجی	کشیدگی	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)
(۱) عملکرد خانواده	۱۰۹/۲۱	۱۲/۸۶	۰/۶۸	۱/۷۹	۱			
(۲) حرمت خود	۴/۸۹	۳/۵۱	-۰/۸۲	-۰/۸۱	-۰/۴۷**	۱		
(۳) خودمهارگری	۸۵/۳۷	۹/۰۴	-۰/۷۴	-۱/۵۰	-۰/۳۹**	۰/۴۲**	۱	
(۴) رفتار خرید اجباری	۷۳/۶۲	۷/۳۹	۰/۹۱۳	۱/۸۹	۰/۲۱**	-۰/۵۸**	-۰/۵۲**	۱

\*\*  $p < ۰/۰۱$

شکل ۲ مدل پژوهش بر اساس ضرایب استانداردشده ( $\beta$ ) را نشان می‌دهد و در جدول ۲ شاخص‌های برازش مدل گزارش شده‌اند.



شکل ۲: مدل آزمون شده اثر عملکرد خانواده بر رفتار خرید اجباری با میانجی‌گری حرمت خود و خودمهارگری

بررسی شاخص‌های برازش مدل در نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که تمامی

شاخص‌های برازش به‌دست‌آمده از مطلوبیت بالایی برخوردارند.

۱۲۲ ..... نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با ...

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل معادله ساختاری

شاخص		شاخص‌های برازش مطلق		شاخص‌های برازش تطبیقی	
مقادیر الگو	GFI	AGFI	CFI	NFI	CMIN/DF
مقادیر الگو	۰/۹۳	۰/۸۷	۰/۹۴	۰/۹۱	۲/۸۳
دامنه	بیش‌تر از	بیش‌تر از	بیش‌تر از	بیش‌تر از	کم‌تر از ۳
پذیرش	۰/۹۰	۰/۸۰	۰/۹۰	۰/۹۰	کم‌تر از ۰/۸

بر اساس نتایج جدول ۳ اثر مستقیم عملکرد خانواده بر حرمت خود ( $\beta = -0.352$ ,  $P < 0.001$ ) منفی معنادار است. اثر مستقیم عملکرد خانواده بر خودمهارگری ( $\beta = -0.201$ ,  $P < 0.001$ ) مثبت معنادار است. اثر مستقیم عملکرد خانواده ( $\beta = 0.11$ ,  $P < 0.01$ ) بر رفتار خرید اجباری مثبت معنادار و اثر مستقیم متغیرهای حرمت خود ( $\beta = -0.422$ ,  $P < 0.001$ ) و خودمهارگری ( $\beta = -0.471$ ,  $P < 0.001$ ) بر رفتار خرید اجباری منفی معنادار است و این سه متغیر در مجموع توانایی تبیین ۲۷ درصد از واریانس رفتار خرید اجباری را دارند. همچنین، نتایج (جدول ۳) نشان می‌دهد که اثر غیرمستقیم عملکرد خانواده از طریق نقش واسطه‌ای حرمت خود ( $\beta = 0.148$ ) و نقش واسطه‌ای خودمهارگری ( $\beta = 0.094$ ) بر رفتار خرید اجباری مثبت است و هر دو مسیر غیرمستقیم در سطح  $P < 0.01$  معنادار هستند. شایان ذکر است که جهت بررسی معناداری اثرهای غیرمستقیم، از آزمون بوت استراپ استفاده شد.

جدول ۳: اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و واریانس تبیین شده متغیرها

مسیرها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	واریانس تبیین شده
بر حرمت خود از:				۰/۱۹
عملکرد خانواده	-۰/۳۵**	-	-۰/۳۵**	
بر خودمهارگری از:				۰/۱۲
عملکرد خانواده	-۰/۲۰**	-	-۰/۲۰**	
بر رفتار خرید اجباری:				۰/۲۷
عملکرد خانواده	۰/۱۱*	-	۰/۱۱*	
حرمت خود	-۰/۴۲**	۰/۱۴*	-۰/۲۷**	
خودمهارگری	-۰/۴۷**	۰/۰۹*	-۰/۳۷**	

$P < 0.001$  \* \* \*     $P < 0.01$  \*

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف تعیین نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه عملکرد خانواده با رفتار خرید اجباری در بین نوجوانان دختر انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که عملکرد خانواده بر رفتار خرید اجباری اثر مثبت مستقیم دارد، به این معنی افرادی که ارزیابی مثبتی از عملکرد خانواده دارند کم‌تر درخطر ابتلا به رفتار خرید اجباری قرار دارند. این نتیجه با مطالعه آتولکار و کساری (۲۰۱۸) همسو است که نشان می‌دهند نوجوانان مبتلا به رفتار خرید اجباری بیشتر در خانواده‌های متعارض رشد کرده‌اند و باورهای ناسازگاری درباره برخی پویایی‌های خاص خانواده خود دارند. در تبیین این موارد می‌توان بیان داشت عملکرد خانواده به‌عنوان یک جنبه مهم محیط خانواده سلامت جسمانی، اجتماعی و هیجانی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد (کروپلوسکی و همکاران، ۲۰۱۹). درواقع آنچه درون خانواده اتفاق می‌افتد در کنار چگونگی عملکرد آن می‌تواند یک عامل کلیدی در ایجاد انعطاف‌پذیری و کاهش خطرات مرتبط با رویدادها و شرایط نامناسب در محیط‌های مختلف باشد. لذا، می‌توان انتظار داشت که عملکرد مطلوب و بهنجار خانواده مخصوصاً در شاخص‌های مانند ارتباط، حل مسئله و پاسخگویی عاطفی بتواند سلامت روانی و رضایت افراد خانواده در حیطه‌های مختلف را به همراه داشته باشد. در سوی مقابل اگر خانواده عملکرد ضعیف داشته باشد باعث گسستگی و جدایی عاطفی اعضای خانواده و فقدان صمیمیت، سطح پایین کیفیت زندگی و از بین رفتن مرزها بین اعضای خانواده می‌شود که در نتیجه این عوامل مطابق با مطالعه بوهلر (۲۰۲۰) می‌توانند ناسازگاری و مشکلاتی را برای اعضای خانواده از جمله رفتار خرید اجباری، ایجاد کنند.

در بخش دیگر نتایج نشان داد که حرمت خود در رابطه بین عملکرد خانواده با رفتار خرید اجباری نقش واسطه‌ای دارد. این یافته با نتایج مطالعه آدامچیک، کاپتیلو-پونس و سزجیلسکی (۲۰۲۰) همسو است که مطرح می‌کنند افراد مبتلا به رفتار خرید اجباری حرمت خود پایینی دارند و در اکثر مواقع آن را با یک رابطه بد والد-فرزند و وقایع آسیب‌زای زندگی خانوادگی مرتبط می‌دانند. همچنین، در همسویی با پژوهش حاضر مطالعه لیئو و همکاران (۲۰۱۸) مطرح می‌کنند افرادی که حرمت خود پایینی دارند، در فضای خانوادگی با ارزش‌های مادی‌گرایانه پرورش یافته‌اند و ارزش اجتماعی آن‌ها با خرید فراوان و وسایل لوکس مشخص می‌شود،

۱۲۴ ..... نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با ...

در نتیجه زمانی که مادی‌گرایی مهم‌ترین عامل در نظام ارزشی فرد باشد، جهت ترمیم حرمت خود تضعیف شده امکان گرایش به رفتارهای ناسالم مانند رفتار خرید اجباری وجود دارد. در کنار موارد مطرح شده می‌توان بیان داشت که فضای مطلوب و کارآمد خانواده باعث می‌شود که سطح بالایی خود ارزشمندی و حرمت خود در افراد شکل گیرد و در نتیجه این افراد می‌توانند نسبت به رخدادهای منفی خانوادگی گذشته خود یک نگرش مثبت‌تر اتخاذ کنند و امکان موفقیت احتمالی در موقعیت‌های آینده از جمله غلبه بر یک رفتار تکانشی مانند خرید اجباری را بیشتر برای خود متصور شوند. همچنین، در تبیین این نتایج شایان ذکر است که مطابق با دیدگاه گوویا و همکاران (۲۰۱۸) عملکرد نامطلوب خانواده می‌تواند در افراد احساس شایستگی شخصی و کارآمدی را کاهش دهد که از ابعاد مهم حرمت خود هستند و در نتیجه این افراد در مواجهه با چالش‌ها و تنش‌های دوران نوجوانی به جای اتخاذ راهبردهای انطباقی و سازگارانه بیشتر آسیب‌پذیر باشند و به منظور تسکین استرس‌های ایجاد شده، به رفتارهای از قبیل خرید اجباری روی بیاورند.

در بخش دیگر نتایج نشان داد که خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با رفتار خرید اجباری نقش واسطه‌ای دارد. این یافته با نتایج مطالعه کیم و همکاران (۲۰۱۸) همسو است که مطرح می‌کنند نوجوانان در بافت خانوادگی منسجم و مطلوب خودمهارگری بیشتر در برابر برخی رفتارهای تکانشی خود از جمله خرید اجباری و مفرط را دارند. همچنین، در همسویی با پژوهش حاضر، مطالعه یون و همکاران (۲۰۱۶) مطرح می‌کنند نوجوانانی که روابط منسجم با والدینشان دارند و در محیط خانواده هیجان‌های مثبت دریافت کنند به دلیل مهارگری بالا در مواجهه با فشارهای روان‌شناختی گرایش کم‌تری به رفتار خرید اجباری نشان می‌دهند. در کنار موارد مطرح شده، در تبیین این یافته می‌توان مطرح کرد که عملکرد سالم خانواده مخصوصاً پاسخگویی عاطفی و ارتباط مؤثر باعث می‌شود افراد احساس شایستگی کنند و این احساس شایستگی در شکل‌گیری خودمهارگری عامل بسیار مهمی است که مطابق با نظریه کنترل اجتماعی هیرشی (۱۹۶۹) می‌تواند از بروز مشکلات رفتاری متعددی از جمله رفتار خرید اجباری جلوگیری کند. علاوه بر این، هرچه خانواده وظایف و عملکردهایش را به شکل مثبت‌تری ایفا کند، به احتمال بیشتری اعضای آن به خصوص فرزندان نوجوان دارای من رشد یافته‌تر و در نتیجه خودمهارگری بهتری خواهند بود (کو و همکاران، ۲۰۲۰)؛ بنابراین،

طبیعی است وقتی فرزندان در نتیجه کنش مطلوب خانواده به خودمهارگری دست یابند، در برابر تکانه‌ها و وسوسه‌ها، بهتر می‌توانند رفتارشان را در زمینه‌های مختلف از جمله خرید مهار کنند.

در خصوص محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان بیان کرد که این پژوهش صرفاً در بازه زمانی پاییز ۹۸ و بر روی دانش‌آموزان دختر نوجوان مقطع دوم متوسطه شهر نورآباد انجام شده است که تعمیم نتایج به کل دانش‌آموزان و دانش‌آموزان پسر باید با احتیاط انجام شود. لذا پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های با نمونه‌های پسر و در تمام مقاطع مختلف انجام شود که به غنای اطلاعات کمک شود. همچنین، مطالعه حاضر یک طرح مقطعی بود، لذا پیشنهاد می‌شود که با استفاده از مطالعات طولی و همچنین رویکردهای کیفی به درک کامل‌تر این متغیرها بیفزاید. در نهایت اینکه، نتایج این مطالعه برای نوجوانان و متخصصان حوزه نوجوانان چندین پیشنهاد کاربردی دارد. ابتدا اینکه بر اساس یافته‌ها می‌توان بیان داشت که از طریق تقویت حرمت خود و خودمهارگری می‌توان به نوجوانان کمک کرد که رفتارهای مشکل‌زای خود را مدیریت کنند، زیرا تقویت حرمت خود و خودمهارگری منابعی قابل ارتقای دهند. دوم اینکه، نتایج مطرح می‌کنند که عملکرد مطلوب خانواده باعث می‌شود که نوجوانان احساس حرمت خود مطلوب و میزان خودمهارگری بالایی داشته باشند، بنابراین، بسیار ضروری است که جهت پیشگیری و مداخله در رفتار خرید اجباری نوجوانان اصلاح عملکرد خانواده مدنظر قرار گیرد.

## تشکر و قدردانی

این پژوهش به طور مستقل انجام شده است. مجوز اجرای آن از سوی آموزش و پرورش شهر نورآباد صادر شده است. بدین وسیله از مسئولان اداره آموزش و پرورش، دانش‌آموزان شرکت‌کننده در مطالعه و همچنین مدیران و معلمان مدارس تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

## حمایت مالی

پژوهش حاضر با هزینه شخصی انجام شده است و از حمایت سازمان آموزش و پرورش برخوردار نبوده است.

۱۲۶ ..... نقش واسطه‌ای حرمت خود و خودمهارگری در رابطه بین عملکرد خانواده با ...

## منابع

آتش افروز، عسکر (۱۳۹۶). بررسی رابطه مدل عملکرد خانواده و استفاده مشکل‌زا از اینترنت با میانجی‌گری‌های خودکنترلی و هوش هیجانی. مشاوره کاربردی، ۷(۱): ۸۰-۶۵.  
دامادنژاد، شهرزاد (۱۳۹۴). بررسی روایی و پایایی مقیاس خرید اجباری ادواردز. فصلنامه شخصیت و تفاوت‌های فردی، ۴(۷)، ۱۴۸-۱۲۳.

ذوالفقاری، حمید، سیدزاده‌دلویی، سیدایمان، فرخی، حسین، مصطفی پور، وحید، علیشاهی، عارفه و مافی‌اصل، سپیده (۱۳۹۷). مقایسه عملکردهای خانوادگی بیماران اختلال خوردوخوراک با افراد سالم بر اساس مدل مک‌مستر. مجله مطالعات ناتوانی، ۸(۱۵)، ۶۷-۵۹.

زاده محمدی، علی و ملک خسروی، غفار (۱۳۸۵). بررسی مقدماتی ویژگی‌های روان‌سنجی و اعتبار یابی ابزار سنجش خانواده. خانواده و پژوهش، ۲(۵)، ۹۰-۶۹.

محمدی، مسعود، جزایری، علی رضا، رفیعی، امیرحسین، جوکار، بهرام. و پورشهباز، عباس (۱۳۸۴). بررسی متغیرهای خانوادگی و فردی در افراد در معرض خطر سوء مصرف مواد. مجله توان‌بخشی، ۶(۱)، ۳۶-۳۱.

موسوی مقدم، سید رحمت‌الله، هوری، سهیلا، امیدی، عباس و ظهیری‌خواه، ندا (۱۳۹۳). بررسی رابطه هوش معنوی با خودکنترلی و مکانیسم‌های دفاعی در دانش‌آموزان دختر سال سوم متوسطه. فصلنامه علوم پزشکی ایلام، ۲۵(۱)، ۶۴-۵۹.

Adamczyk, G., Capetillo-Ponce, J. and Szczygielski, D. (2020). Compulsive Buying in Poland. An Empirical Study of People Married or in a Stable Relationship. *Journal of Consumer Policy*, 43(3), 593-610.

Atashafrouz, A. (2017). Study of the relationship model of family function and problematic Internet with the mediating of self-control and emotional intelligence. *Biannual Journal of Applied Counseling*, 7(1), 65-80 (Text in Persian).

Atulkar, S. and Kesari, B. (2018). Role of consumer traits and situational factors on impulse buying: Does gender matter? *International Journal of Retail and Distribution Management*, 46(4), 386-405.

Baden Sherrill, R., Lochman, J. E., DeCoster, J. and Stromeyer, S. L. (2017). Spillover between interparental conflict and parent-child conflict within and across days. *Journal of Family Psychology*, 31(7), 900-909.

Buehler, C. (2020). Family Processes and Children's and Adolescents' Well-Being. *Journal of Marriage and Family*, 82(1), 145-174.

Cui, C.C., M. Mrad, M. and Hogg, M. K. (2018). Brand addiction: Exploring the concept and its definition through an experiential lens. *Journal of Business*

- Research*, 87: 118-127. [<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.02.028>]
- Damadnejhad, Sh. (2015). Evaluating the validity and reliability of Edwards's compulsive buying scale (ECBS). *Journal Personality and Individual Differences*, 4(7), 123-148 (Text in Persian).
- Gouveia, M. J., Canavarro, M. C. and Moreira, H. (2018). Is mindful parenting associated with adolescents' emotional eating? The mediating role of adolescents' self-compassion and body shame. *Frontiers in Psychology*, 9: 2004. [<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02004>]
- Hirshci, T. (1969). *Causes of Delinquency*. Las Angeles, CA: University of California Press.
- Japutra, A., Ekinici, Y. and Simkin, L. (2019). Self-congruence, brand attachment and compulsive buying. *Journal of Business Research*, 99: 456-463. [<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.08.024>]
- Kim, H. J., Min, J. Y., Min, K. B., Lee, T. J. and Yoo, S. (2018). Relationship among Family Environment, Self-Control, Friendship Quality, and Adolescents' Smartphone Addiction in South Korea: Findings from Nationwide Data. *PLoS One*, 13(2): e0190896.
- Klein, R. B. (2011). *Principals and practice of structural equation modeling*. New York, NY: Guilford.
- Koh, Y. W., Tang, C. S., Gan, Y. Q. and Kwon, J. Y. (2020). Depressive symptoms and self-efficacy as mediators between life stress and compulsive buying: A cross-cultural comparison. *Journal of Addiction Recovery*, 3(1),: 1017- 1025.
- Kroplewski, Z., Szczesniak, M., Furmanska, J., and Gojska, A. (2019). Assessment of family and disorders- the role of esteem. *Frontiers in Psychology*, 24(4), 19-33.
- Liu, D., Ksinan, A. J. and Vazsonyi, A. T. (2018). Maternal support and deviance among rural adolescents: the mediating role of self-esteem. *Journal Adolescence*, 22: 62-71. [<https://www.x-mol.com/paperRedirect/1213052485836673047>]
- Maccarrone-Eaglen, A. and Schofield, P. (2018). A Cross-cultural and Cross-gender Analysis of Compulsive Buying Behavior's Core Dimensions. *International Journal of Consumer Study*, 42, 173-85. [<https://doi.org/10.1111/ijcs.12396>]
- Maraz, A., Griffiths, M. D. and Demetrovics, Z. (2016). The prevalence of compulsive buying in nonclinical populations: a systematic review and meta-analysis. *Addiction*, 111(3), 408-419.
- Mohammadi, M., Jazayeri, A. R., Rafiei, A. H., Jokar, B., and Pourshahbaz, A. (2005). Family and Individual Factors in the at Risk Population. *Jrehab*, 6 (1), 31-36 (Text in Persian).
- Mousavimoghadam, S. R., Hour, S., Omidi, A. and Zahirikhah, N. (2015) Evaluation of relationship between intellectual intelligence and self-control, and

- defense mechanisms in the third year of secondary school girls. *Medicine Sciences*, 25 (1), 59-64 (Text in Persian).
- Mrad, M. and Cui CC. (2020). Comorbidity of compulsive buying and brand addiction: An examination of two types of addictive consumption. *Journal of Business Research*, 113: 399-408. [<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.023>]
- Pornpitakpan, C., Yuan, Y. and Han, J. H. (2017). The effect of salespersons' retail service quality and consumers' mood on impulse buying. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 25(1), 2-11.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F. and Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72 (2), 271-324.
- Yuen, K, F., Wang, X., Ma, F. and Li, K, X. (2020). The psychological causes of panic buying following a health crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3513-3527.
- Yun, I., Kim, S. G. and Kwon, S. (2016). Low self-control among South Korean adolescents: A test of Gottfredson and Hirschi's generality hypothesis. *International journal of offender therapy and comparative criminology*, 60(10), 1185-208.
- Zademohammadi, A. and Malek khosravi, Gh. (2013). Psychometrics characteristics and Validation of Family Assessment Device (FAD). *Journal of Family Research*, 2(1), 69-89 (Text in Persian).
- Zolfaghari, H., Seyedzadeh Dalooiyi, S. I., Farrokhi, H., Mostafapour, V., Alishahi, A. and Mafi Asl, S. (2019). Comparison of the Family Functions of Patients Feeding and Eating Disorders with Healthy Individuals Based on the McMaster Model. *Mejds*, 8: 59-59 (Text in Persian).



---

**The Mediating Role of Self-Esteem and Self- Control in the  
Relationship between Family Functioning and Compulsive  
Buying Behavior of Female Adolescents**

---

Salman Zarei<sup>1</sup>

**Abstract**

Compulsive buying is a potentially dangerous and addictive behavior that causes a series of negative psychological and social consequences. So, the aim of current study was to investigate the mediating role of self-esteem and self- control in the relationship between family functioning and compulsive buying behavior. The research design was descriptive – correlational. From the female adolescents’ population of Nourabad high school students in academic year of 2019-2020, a total of 307 subjects were selected via multistage cluster sampling method and were tested by Family Assessment Device, Edwards Compulsive Buying Scale, Self- control Questionnaire and Rosenberg Self-esteem Scale. To analyze the data structural equation modeling were conducted. The results showed that direct effect of family functioning on compulsive buying behavior was significantly positive, the direct effect of self-esteem and direct effect of self-control on compulsive buying behavior were significantly negative. Also, results showed that the mediating role of self-esteem and self-control in the relationship between family functioning and compulsive buying behavior was significant. Based on the findings, it can be concluded that family functioning, self-esteem, and self- control are important factors affecting female adolescents’ compulsive buying Behavior.

**Keywords:** Compulsive buying behavior, family functioning, self- control, self- esteem.

---

1. Assistant professor, Psychology department, Lorestan University, Khorramabad, Iran. Zarei.s@lu.ac.ir

DOI:10.22051/PSY.2021.33896.2356

[https://psychstudies.alzahra.ac.ir/article\\_5502.html](https://psychstudies.alzahra.ac.ir/article_5502.html)