PARAYLA SAADET OLUR MU?: KOMPULSİF ÇEVRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞIYLA İLGİLİ DEĞİŞKENLERİN İNCELENMESİ VE BERGEN ALIŞVERİŞ BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ'NİN TÜRKÇE UYARLANMASI

YASEMİN BOZDAĞ TÜRKER

TARAFINDAN

YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜNE
SUNULAN TEZ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZ

OCAK, 2019

Sosyal Bilimler Enstitü Onayı

_____

Doç. Dr. Seyfullah YILDIRIM
Enstitü Müdürü V.

Bu tezin Yüksek Lisans Derecesi için gereken tüm şartları sağladığını tasdik ederim.

_____

Prof. Dr. Cem Şafak ÇUKUR
Ana Bilim Dalı Başkanı

Okuduğumuz ve savunmasını dinlediğimiz bu tezin bir Yüksek Lisans Derecesi için gereken tüm kapsam ve kalite şartlarını sağladığını beyan ederiz.

_____

Doç. Dr. Özden YALÇINKAYA ALKAR
Danışman

Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Özlem BOZO ÖZEN	(ODTÜ, Psikoloji)	_____
Doç. Dr. Özden YALÇINKAYA ALKAR	(AYBÜ, Psikoloji)	_____
Dr. Öğr. Üyesi Emine İNAN	(AYBÜ, Psikoloji)	_____

Bu tez içerisindeki bütün bilgilerin akademik kurallar ve etik davranış çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu beyan ederim. Ayrıca bu kurallar ve davranışların gerektirdiği gibi bu çalışmada orijinal olmayan her tür kaynak ve sonuçlara tam olarak atıf ve referans yaptığımı da beyan ederim; aksi takdirde tüm yasal sorumluluğu kabul ediyorum.

Ad Soyad: Yasemin Bozdağ Türker

İmza:

ÖZET

PARAYLA SAADET OLUR MU? : KOMPULSİF ÇEVRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞIYLA İLGİLİ DEĞİŞKENLERİN İNCELENMESİ VE BERGEN ALIŞVERİŞ BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ'NİN TÜRKÇE UYARLANMASI

Bozdağ Türker, Yasemin
Yüksek Lisans, Psikoloji Bölümü
Tez Yöneticisi: Doç. Dr. Özden Yalçınkaya Alkar
Ocak 2019, 112 sayfa

Bu çalışmada internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon-anksiyete-stres değişkenlerinin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilişkisi araştırılmıştır. Araştırmaya Türkiye'nin farklı illerinden toplam 578 gönüllü kişi katılmıştır. Araştırmanın ilk adımında 'Bergen Shopping Addiction' ölçeğinin çevrimiçi alışverişlerde kullanılmak üzere Türkçe uyarlama çalışması için geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılmıştır. Sonraki adımda ise; kompülsif çevirimiçi satın alma davranışını çalışma değişkenlerinin ne derece yordadaığı regresyon analizi kullanılarak belirlenmiştir. Daha sonra ise kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ve ilişkili değişkenler arasındaki olası aracı değişkenlerin rolünü belirleyebilmek amacıyla aracı değişken (mediatör) modelleri test edilmiştir (Hayes, 2013). Sonuçlar internet bağımlılığı, dürtüsellik, depresyon-anksiyete-stres ve materyalizmin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını yordadığını göstermiştir. Ayrıca internet bağımlılığının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerindeki dolaylı etkisinin materyalizm; depresyon-anksiyete-stresin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerindeki dolaylı etkisinin ise internet bağımlılığı aracı rolüyle olduğu görülmüştür. Son olarak araştırmanın sonuçları, güçlü yönleri, kısıtlılıkları ve gelecek çalışmalar için öneriler literatür ışığında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı, Çevrimiçi Alışveriş Bağımlılığı, Psikolojik Değişkenler

ABSTRACT

CAN MANY BUY HAPPINESS? INVESTIGATİON OF VARIABLES RELATED COMPULSIVE ONLINE BUYING BEHAVIOR AND ADAPTATION OF BERGEN SHOPPING ADDICTION SCALE TO THE COMPULSIVE ONLINE SHOPPING BEHAVIOR

Bozdağ Türker, Yasemin
M.A., Department of Psychology
Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Özden Yalçınkaya Alkar
January 2019, 112 pages

In this study, the relationship of internet addiction, impulsivity, materialism, loneliness, life satisfaction, depression-anxiety-stress variables with compulsive online buying behavior was investigated. Totaly 578 volunteers from several city of Turkey participated to this research. In the first stage of research, validity and reliability analysis of Turkish adaption work of Bergen hopping Scale was done for the usage of online buying. In the next stage; mediator model was tested to determine its role on study variables and compulsive online buying behavior (Hayes, 2013). The findings have shown that; internet addiction, impulsivity, depression-anxiety-stress and materialism predicts compulsive online buying behavior. In addition, the indirect effect of internet addiction on compulsive online buying behavior through materialism; the indirect effect of depression-anxiety-stress on compulsive online buying behavior was found to be mediated by the role of internet addiction. Finally, the results of the study, its strengths, limitations and recommendations for future studies was discussed in the light of the literature.

Keywords: Compulsive Online Buying Behavior, Online Shopping Addiction, Psychological Variables



Aileme…

TEŞEKKÜR

Öncelikle, araştırmamın her aşamasında sabırla yol gösteren, mesleki bilgi ve becerisini esirgemeden tüm desteğini hissettiren her daim örnek aldığım çok değerli hocam, tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Özden Yalçınkaya Alkar'a şükranlarımı sunarım. Benden yardımlarını ve emeklerini esirgemediği için çok teşekkür ederim. Ayrıca bu süreçte beni destekleyen ve anlayış gösteren hocam Sayın Prof. Dr. Ayşe Bora Tokçaer'e teşekkürü bir borç bilirim.

Hayatımdaki tüm zorlu süreçlerinde olduğu gibi bu çalışmamada da, her zaman fedakârlıklarıyla yanımda olan, varlıklarıyla kendimi hep çok şanslı hissettiğim canım babam, annem ve kardeşlerime ayrı ayrı teşekkür ederim. Her zaman olduğu gibi benihiçbir zaman yalnız bırakmadınız… Bendeki yeri ve önemi tartışılmaz olan ve bu sürecin başından sonuna kadar sonsuz sabır gösteren, desteğini bir an olsun benden esirgemeyen canım eşim… Varlığın ve sevgin için tüm kalbimle sana teşekkür ederim.

Son olarak, çalışma süresince bana hep destek olan biricik kuzenim Fatma Özmen ve canım dostum Kübra Kurtoğlu'na çok teşekkür ediyor ve sevgilerimi sunuyorum. Hepiniz iyi ki varsınız..

İÇİNDEKİLER

İNTİHAL.....iii
ÖZET.....iv
ABSTRACT.....v
İTHAF.....vi
TEŞEKKÜR.....vii
İÇİNDEKİLER.....viii
TABLO LİSTESİ xii
ŞEKİL LİSTESİ xiii

1. GİRİŞ 1
1.1. Kompulsif Satın Alma.....1
1.1.1. Kompulsif Satın Alma Tanımı ve Tarihçesi.....2
1.1.2. Epidemiyoloji.....4
1.1.3. Etiyoloji.....5
1.1.4. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma 7
1.2.İnternet Bağımlılığı 8
1.2.1.İnternet Bağımlılığı.....8
1.2.2.İnternet Bağımlılığı ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma.....10
1.3.Dürtüsellik.....11
1.3.1.Dürtüsellik.....11
1.3.2. Dürtüsellik ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma.....12
1.4.Materyalizm.....13

1.4.1. Materyalizm.....13
1.4.2. Materyalizm ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma.....14
1.5. Yalnızlık.....15

1.5.1.Yalnızlık.....15
1.5.2. Yalnızlık ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma.....17
1.6. Yaşam Doyumu.....19
1.6.1.Yaşam Doyumu 19
1.6.2.Yaşam Doyumu ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma.....20
1.7. Depresyon-Anksiyete-Stres.....21
1.7.1.Depresyon 21
1.7.2.Anksiyete.....22
1.7.3.Stres.....23
1.7.4.Depresyon-Anksiyete-Stres ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma.....23
1.8.Çalışmanın Amacı 25
1.9. Çalışmanın Hipotezleri.....26
2. ÇALIŞMA 1: BERGEN SHOPPİNG ADDİCTİON SCALE (BSAS): TÜRK YETİŞKİN ÖRNEKLEMİNDE PSİKOMETRİKÖZELLİKLER.....28
3. ÇALIŞMA 1: YÖNTEM.....31
3.1. Katılımcılar.....31
3.2.Veri Toplama Araçları.....33
3.2.1. Demografik Bilgi Formu.....33
3.2.2. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği 3.5.2. (KÇSA).....33
3.2.2. Young İnternet Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Form (YİBT-KF).....34
3.2.2. UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği.....34
3.2.2. Materylizm Merkeziyetçilik Alt Ölçeği 34
3.2.2. UCLA-LS Yalnızlık Ölçeği.....35
3.2.2. Yaşam Doyumu Ölçeği.....35
3.2.2. Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği (DASS-21).....35
3.3.İşlem.....36

3.5.Veri Analizi.....36
4. ÇALIŞMA 1: BULGULAR.....37
4.1. KÇSA'nın Geçerlik Çalışmasına İlişkin Bulgular…….....37
4.1.1. Yapı Geçerliği.....37
4.1.2. Açımlayıcı Faktör Analizi.....37
4.2. KÇSA'nın Güvenirlik Çalışmasına İlişkin Bulgular.....41
4.2.1. İç Tutarlık Güvenirliği.....41
4.3. KÇSA Alt Ölçeklerinin Korelasyonu.....41
4.4. Çalışmada Kullanılan Değişkenlerde Ortalama, Standart Sapma ve Minimum-Maksimum Değerleri …….…….....42
5. ÇALIŞMA 1: TARTIŞMA.....44
6. ÇALIŞMA 2.....47
7. ÇALIŞMA 2: YÖNTEM.....48
7.1. Katılımcılar.....48
8. ÇALIŞMA 2 BULGULAR.....51
8.1.Çalışmada Çalışmada Yer Alan Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri.....51
8.2. Çalışmada Yer Alan Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizleri 52
8.3. Çalışma Değişkenleri Açısından Grup Karşılaştırmaları.....55
8.3.1.Cinsiyete Göre Kompulsif Çevrmiçi Satın Alma Davranışı: T Test.....55
8.3.2. Medeni Hal Durumuna Göre Kompulsif Çevrmiçi Satın Alma Davranışı: T Test…….…55
8.3.3.Eğitim Durumuna Göre Çalışma Değişkenlerinin Farklılıkları: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) 57
8.3.4.Gelir Durumuna Göre Çalışma Değişkenlerinin Farklılıkları: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) 57
8.3.5.Alışveriş Sıklığına Göre Çalışma Değişkenlerinin Farklılıkları: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) 59
8.4.Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışını Yordayan Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi.....62

8.5. Materyalizmin İnternet Bağımlılığı Değişkeni ile Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Arasındaki Aracı Değişken (Mediator) Rolünün İncelenmesi.....65
8.6. İnternet Bağımlılığının Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeni ile Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Arasındaki Aracı Değişken (Mediator) Rolünün İncelenmesi.....67
9. ÇALIŞMA 2: TARTIŞMA.....69
9.1. Çalışmadaki Demografik Değişkenler Açısından Grup Karşılaştırmaları.....69
9.2. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı İle İlişkili ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışını Yordayan Değişkenlerin Yorumlanması.....73
9.3. Materyalizmin İnternet Bağımlılığı İle Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Arasındaki Aracı Değişken (Mediator) Rolünün Yorumlanması.....77
9.4. İnternet Bağımlılığının Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeninin İle Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Arasındaki Aracı Değişken (Mediator) Rolünün Yorumlanması.....78
9.5. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Öneriler 79
10. SONUÇ.....82
KAYNAKÇA.....85
EKLER.....102
A. Demografik Bilgi Formu.....102
B. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA).....103
C. Young İnternet Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Form (YİBT-KF).....105
D. UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği.....106
E. Materylizm Merkeziyetçilik Alt Ölçeği 107
F. UCLA-LS Yalnızlık Ölçeği.....108
G. Yaşam Doyumu Ölçeği.....109
H. Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği (DASS-21).....110
I. Etik Kurul Onayı).....111
J. Tez Fotokobisi İzin Formu.....112

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.Sosyodemografik Değişkenler ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Almaya İlişkin Örneklem Özellikleri……32
Tablo 2. Açımlayıcı Faktör Analizine Göre Alt Faktörler ve Maddelere Göre Faktör Yükleri.....40
Tablo 3.Ölçeklerde Ortalama, Standart Sapma ve Minimum-Maksimum Değerleri……...42
Tablo 4. KÇSA Alt Faktörleri ile Kullanılan Diğer Ölçeklerin Korelasyonu……..43
Tablo 5.Sosyodemografik Değişkenler ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Almaya İlişkin Örneklem Özellikleri……....49
Tablo 6.Ölçeklerde Ortalama, Standart Sapma ve Minimum-Maksimum Değerleri……...51
Tablo 7.Çalışmada Yer Alan Değikenlerin Korelasyon Matrisi……..54
Tablo 8. Gelir Durumuna Göre Çalışma Değişkenleri Arasındaki Farklılıklar ….…….59
Tablo 9. Çevrimiçi Alışveriş Sıklığına Göre Çalışma Değişkenleri Arasındaki Farklılıklar ……..….61
Tablo 10. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışının Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik RegresyonAnalizi Sonuçları…….64
Tablo 11. Materyalizm Aracılığı İle İnternet Bağımlılığının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Dolaylı Etkisi Katsayıları……66
Tablo 12. İnternet Bağımlılığı Aracılığı İle Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeninin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Dolaylı Etkisi Katsayıları……...68

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Materyalizm Aracılığı İle İnternet Bağımlılığının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Dolaylı Etkisi……...…….65
Şekil 2. İnternet Bağımlılığı Aracılığı İle Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeninin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Dolaylı Etkisi…….……67

BÖLÜM 1

GİRİŞ

İnsanların çağlar boyu birtakım şeyler alabilmek için çeşitli motivasyon kaynakları olmuştur. Özellikle ihtiyaç duydukları ürünlerle birlikte zamanın modasına uyma, statü kazanma, popüler olma ve takip ettikleri kişileri taklit etme gibi amaçlar için dealışveriş yapılmaktadır (Odabaşı, 2006). Öyle ki bu alışverişlerin günümüz ruhuyla buluştuğunda takıntı ve bozukluk boyutuna ulaşmaları hiçte zor olmamaktadır. Ancak bu durum yüzyıllardır süregelmesine rağmen hala yeterince araştırılmamış, uzmanlar yalnızca bir bağımlılık çeşidi olarak görmeye devam etmiştir (Tamam, Diller ve Özpoyraz, 1998).

Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı, günümüzde internet tabanlı platformlara sıçradığı için çok daha ciddi problemler doğurmaktadır. Bu noktada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını etkileyebilecek değişkenlerin incelenmesi önem kazanmaktadır. Ayrıca ülkemizde bu davranış için geliştirilen birölçek bulunmamaktadır. Bu çalışmada böyle bir ölçek geliştirilmesi ve kompulsif çevrimçi satın alma davranışıylailişkili olabileceği düşünülen değişkenlerin ele alınması amaçlanmıştır.

Araştırmanın amacına uygun olarak bu bölümde öncelikle kompulsif satın alma ve kompulsif çevrimçi satın alma davranışı hakkında detaylı bilgi sunulmuştur. İkinci olarak internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon anksiyete ve stres değişkenlerine dair alanyazın bilgisi verilmiştir. Bununla beraber tüm değişkenlerin kompulsif satın alma davranışı ile ilişkilerine de değinilerek, kompulsif çevrimçi satın alma davranışına yönelik muhtemel ilişki sonuçları tartışılmıştır. Son olarak, araştırmanın amaçları ve hipotezlerine yer verilmiştir.

1.1.Kompulsif Satın Alma

1.1.1.Kompulsif Satın Alma Tanımı ve Tarihçesi

Kompulsif (zorlayıcı) satın alma davranışı, klinik olarak ilk kez Bleuler ve Kraepelin tarafından 20.yy başlarında patolojik bir rahatsızlık olarak tanımlanmıştır (Tamam ve ark., 1998). Ardından daha derin betimlemelere ihtiyaç duyulmuş ve konu üzerine yoğunlaşılmıştır. Frost, Kim, Morris, Bloss, Murray-Close ve Steketee (1998) kompulsif satın almayı bireyin yoğun olarak satın alma güdüsü hissettiği ve bunu engelleyemediği için zamanla sosyal ve mali açıdan olumsuz sonuçlarla karşılaştığı bir davranış olarak tanımlamıştır. Bir başka deyişle, satın alma isteği kontrol edilememekte ve sonunda önemli problemlere sebep olmaktadır (Korur ve Kimzan, 2016). Bu kişiler daima satın alma davranışıyla meşgul olma eğilimindedir (Ridgway, Kukar-Kinney ve Monroe, 2008). Görece normal sınırlarda alışveriş yapanlarla kıyaslandığında satın alma eyleminin doğurduğu olumsuz sonuçlar, yoğunluk ve sıklık seviyelerinde belirgin farklar olduğu görülmektedir (Kellett ve Bolton, 2009). Çünkü zamanla herkes için lüks kategorisine girebilecek ürünleri bile ihtiyaç olarak nitelendirmekte ve onlara karşı büyük bir satın alma arzusu duyulmaktadır (Kellett ve Bolton, 2009).

Kompulsif satın alma davranışı için geçmişten günümüze birçok terminoloji geliştirilmiştir. İlk zamanlar satın alma manisi ya da oniomani adıyla anılırken (Pazarlis, Katsigiannopoulos, Papazisis, Bolimou ve Garyfallos, 2008); daha sonra kompulsif tüketim (Hirschman, 1992), dürtüsel satın alma (Baumeister, 2002), satın alma bağımlılığı (Sussman, Lisha ve Griffiths, 2010) ve kompulsif satın alma (McElroy, Keck Jr, Pope Jr, Smith ve Strakowski, 1994) gibi çeşitli terimler kullanılmıştır. Bu çalışma boyunca ise kavram, "kompulsif (zorlantı) satın alma bozukluğu" olarak ele alınacaktır. Terminolojideki bu zenginliğin sebebi uzmanların bozukluğu farklı kategorilerin altında

birleştirmesinden ve ölçütlerini net bir şekilde kavramsallaştırılamamasından kaynaklanmaktadır (Clark ve Calleja, 2008).

Yine kompülsif satın alma davranışını Hollander, Kwon, Stein ve Broatch (1996) obsesif kompulsif bozukluğunun bir parçası; Lejoyeux, Ades, Tassain ve Solomon (1996) duygudurum bozukluğu; McElroy ve arkadaşları (1994) dürtü kontrol bozukluğu; Frost ve arkadaşları (1998) ise kontrolsüz istifleme davranışı olarak sınıflandırmaktadır. Ancak hangi kategoride olması gerektiğine dair kesin bir kanıya henüz varılamamıştır. Bu nedenle tanının kendi başına psikolojik bir bozukluk olarak daha fazla incelenmesi gerekmektedir (McElroy ve ark, 1994).

Kompulsif satın alma davranışı için bazı klinik tanı kriterleri öne sürülmüştür. Sıklıkla satın alma ile meşgul olmak ya da karşı koyamamak, müdahaleci ve/veya anlamsız dürtülere sahip olmak, sıklıkla gereksiz veya fazla miktarda mal satın almak, amaçlanan süreden daha uzun süre alışveriş yapmak, zaman içinde sosyal ve finansal problemlerle karşılaşmak (Koran, Faber, Aboujaoude, Large ve Serpe, 2006) bunlardan bazılarıdır. Bu davranışın ortaya çıkması için Lejoyeux ve arkadaşları (1996) dürtüsellik ve satın alma davranışının tekrarını vurgularken; Andreassen (2014) satın alma motivasyonu yüksek kişilerin daha çok tehlikede olacağını savunmuştur. Kompulsif satın alma davranışının en karakteristik özelliğinin güçlü bir satın alma arzusu ve ardından yaşanan rahatlama hissi olduğu düşünülmektedir (Miltenberger, 2003). Ayrıca bu davranışı kontrol edebilmek adına deneyimlenen başarısız girişimler de önemli ölçüttür (Clark ve Calleja 2008). Diğer bir deyişle, bu kişiler satın alma güdülerine direnemezler (Baumeister, 2002) ve sonunda Christenson ve arkadaşlarının (1994) belirttiği gibi çevreden alınan eleştiriler (% 33.3), suçluluk (% 45.8), cezai sorunlar (% 8.3), yasal ve mali (% 8.3) problemler, borçlanma (%58.3) ve iflas (%41.7) gibi durumlarla karşılaşırlar. O'Guinn ve Faber (1989) bu durumun intihar girişimlerine dahi sebep olabildiğini savunmaktadır. Bu nedenle davranışın endişe verici olduğu görülmüştür (Ridgway, Kukar-Kinney ve Monroe, 2008) ve bu kadar ciddi etkilerinin olması araştırmacıların dikkatini çekmiştir (Black, 2007). Bu yüzden kompulsif satın alma davranışının önemi zamanla gündeme gelmiş ve söz konusu tutum için bir farkındalık oluşmuştur (Abott, 2012). Geleneksel kompulsif satın alma

davranışı için yapılan araştırmalarda bireylerin aldığı tipik ürünler arasında sırasıyla giyim, ayakkabı, mücevher, kozmetik ve ev eşyaları bulunmaktadır (Miltenberger, 2003). Çalışmalar bu bozukluğa sahip bireylerin genelde seçilen belli bir ürün üzerine yoğunlaştıklarını göstermekle birlikte, çoğunun çekicilik namına sahip olunan ürünler olduğu görülmüştür (Kellett ve Bolton, 2009). Fakat böyle bir çalışma çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı için bulunmamaktadır. Ancak araştırıldığı takdirde ürün isimlerinin ve sırasının değişen teknoloji çağıyla beraber farklılaşabileceği tahmin edilmektedir.

1.1.2. Epidemiyoloji

Kompulsif satın alma davranışına dair yeterli sayıda sistematik çalışma yapılmaması ve tanı kriterlerinin bulunmaması nedeniyle epidemiyolojisi hakkında tam olarak bilgi sahibi olunamamaktadır. Ancak Tamam ve arkadaşları (1998) günümüzde alışveriş yapmanın boş zaman aktivitesine dönüştüğünü savunmuş ve bu nedenle her geçen gün yaygınlığının artacağını öngörmüştür. Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) verileri, ülkemizde 16-74 yaş arasındaki kişilerin 2016 yılında %20.9 olan internet alışveriş oranının 2017 yılında %24.9'a yükseldiğini saptamıştır.Yapılan bir araştırmada ülkemizde en sık rastlanan dürtü kontrol bozukluğunun kompulsif satın alma davranışı olduğu belirlenmiştir (Karakuş ve ark., 2011).

Kompulsif satın alma davranışının epidemiyolojisi için Amerika'da yapılan bir araştırmada yaygınlığının %1.8 ile 8.1 arasında olduğu görülmüştür (Black, 2001). Kısa bir süre sonra tekrarlanan benzer bir çalışmada ise %5.8 olarak bulunmuş (Koran ve ark., 2006) ve her geçen yıl bu kişilerin sayısının arttığı belirtilmiştir. Bu oran Birleşik Krallıklarda %13.5 (Dittmar, 2005); İtalyada ise %11 (Villella ve ark., 2011) olarak bulunmuştur. Bu noktada kompulsif satın alma davranışının dünya çapında yaygın bir şekilde görüldüğü ve kronik olarak varlığını sürdürebileceği düşünülmektedir (Maraz ve ark., 2015). Ancak bulgulara rağmen McElroy ve arkadaşları (1995), çalışmalarda bireylerin bu davranışlarını utanarak gizlediklerini belirtip sonuçların hala gerçeği yansıtmadığını savunmaktadır.

Kompulsif satın alma davranışının başlama yaşının genel olarak 17.5 ile 30 yaş arasında olduğu saptanmıştır (McElroy ve ark. 1995). Bu bilgiye dayanarak yakın geçmişte yapılan araştırmalarda bu bilgilere paralel sonuçlar rapor edilmiştir (Koran ve ark., 2006; Schlosser, Black, Repertinger ve Freet, 1994). Öte yandan cinsiyet farkına yönelik birçok çalışmada kadınların erkeklerden daha çok kompulsif satın alma davranışı sergilediği görülmüştür (Dittmar, 2004; Harvanko ve ark., 2013). Odlaug ve Grant, (2010) tarafından yapılan bir araştırmada kadınlarda (% 2.6) erkeklerden (%0.4) daha yaygınken; aynı şekilde Claes, Bijttebier, Mitchell, de Zwaan ve Mueller'in (2010) yaptığı çalışmada da kadınlardaki yaygınlık oranının (%5.6) çok daha fazla olduğu bulunmuştur. Ancak Kellett ve Bolton (2009), kompulsif satın alma seviyelerinin cinsiyet ayrımı olmaksızın eşit olduğunu savunmuştur.

Bu bilgiler ışığında, epidemiyolojinin çevrimiçi alışverişler için de geçerli olabileceği düşünülse de Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) tarafından yapılan deneysel bir çalışmada bu durum tersine erkeklerin kadınlardan daha sık internetten alışveriş yaptığı görülmüştür. Bu bulgular bize kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının cinsiyet dağılımı hakkında ipucu sunmakla birlikte, genelleme yapılabilmesi için çok daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğuna işaret etmektedir.

1.1.3. Etiyoloji

Kompulsif satın alma davranışının tıpkı epidemiyolojisi gibi etiyolojisi de kısıtlı çalışmalar nedeniyle henüz istenilen düzeyde açıklığa kavuşmamıştır. Bozukluğa dair bahsedilen terimsel farklılıklara rağmen araştırmacılar davranış özellikleri ve eşlik eden diğer bozukluklar konusunda biraz da olsa hem fikir olabilmiştir. Genel anlamda bu davranışın kaygı, madde kullanımı ve yeme bozuklukları gibi diğer psikolojik bozukluklarla da eştanı gösterdiği düşünülmektedir (Schlosser ve ark., 1994).

Bu davranış özellikle psikolojik sorunlardan beslenmektedir (Hirschman, 1992). Kompulsif satın alma bozukluğu tanısı konan hastaların %28 ile %100'ünün başta majör depresyon olmak üzere duygudurum bozukluğu tanısı aldığı çalışmalar mevcuttur (Lejoyeux ve ark., 1996; McElroy ve ark.,1995). Kişinin aile hayatı, çevresel koşulları, bilişsel durumu ve obsesif düşünce tarzının bu bozukluğu tetikleyebileceği de düşünülmektedir (Kellett ve Bolton, 2009). Özellikle yapılan araştırmalarda olumsuz yaşam olaylarının tekrarlayıcı kompulsif satın alma davranışına sebep olduğu görülmüştür (O'Guinn ve Faber, 1989).

Alanyazında kompulsif satın alma davranışının 'satın alma bağımlılığı' olarak da ele alındığı görülmektedir (Zhao, Tian ve Xin, 2017). Faber ve O'Guinn (1992), bozukluğun zamanla hem birey hem çevresine zarar verebildiğine ve bir bağımlılıkla sonuçlandığına dikkat çekmektedir. Zira Black (2007) tarafından yapılan bir çalışmada, kompulsif satın alma davranışı gösteren bireylerin %74'ü alışveriş sırasında bu davranışı kontrol edemediklerini dile getirmiştir. Koran ve arkadaşları'nın (2006) Birleşik Devletler'de yaptıkları araştırmada bu bozukluğa sahip bireylerin çoğunun yıllık 50.000 doların altında gelir düzeyine sahip genç bireyler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak değişkenler arası gösterilen bu ilişki yüksek oranda tutarsızlıklar içermektedir. Örneğin Mueller ve arkadaşları (2010) gelir düzeyi ve kompulsif satın alma davranışı arasında herhangi bir ilişki olmadığını; Black (2007) ve Koran ve ark. (2006) ise bu değişkenler arasında negatif yönde bir ilişki olduğunu savunmaktadır.

Özetle, kompulsif satın alma davranışında etiyolojik faktörler açısından farklı türden birçok açıklama mevcuttur. Ancak bu doğrultuda kesin bir bilginin varlığından söz etmenin şuan için erken olduğu düşünülmüştür.

1.1.4. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma

Dünyada neredeyse herkes için günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan internet, insan davranışlarını muazzam seviyede etkileyen bir kitle iletişim aracıdır. Hayatımızda ders çalışma, iletişim kurma, eğlenme ve daha birçok faaliyet alanında kendine son derece önemli yer edinmiştir (Lee, Ko ve Chou, 2015). Günümüzde internet ortamında bir şeyler satın alma da bu aktiviteler arasında en önemlilerinden biridir (Amichai-Hamburger ve Ben-Artzi, 2003). Özellikle pazarlama alanında yaşanan yeni uygulamalar ve alternatif yöntemler son on yılda alışveriş sürecini değiştirmeyi başarmıştır (Rose ve Dhandayudham, 2014). "Çevrimiçi satın alma davranışı" olarak tanımlanan bu yeni alışveriş ortamı, geleneksel alışveriş tarzının yerini almaya başlamıştır. Araştırmalar göstermektedir ki internetten alışveriş yapmak, elektronik posta göndermek ve internette surf yapmaktan sonra en çok kullanılan üçüncü internet aktivitesidir (Saydan, 2008). Nitekim internetten yapılan alışverişlerdeki artışlar da bu iddianın somut kanıtıdır (Rose ve Dhandayudham, 2014). Bu duruma bir de alışveriş sitelerinin kullanım kolaylığı, teşvik edici bildirimler, siteyi yeniden ziyaret etmeye yönelik konsept ve daha çok ürün satın almaya iten akışı eklendiğinde bozukluğa ideal bir zemin hazırlanmaktadır (Bridges ve Florsheim, 2008). Wang ve Yang'a göre (2008) bozukluğun çevrimiçi alışverişlerde artık sıkça rastlanıyor olması ve bu nedenle form değiştirmesi bu durumu çekici kılmaktadır. Geleneksel kompulsif satın alma davranışı bu denli yaygınken bir de internet kolaylığı sayesinde ulaşım, zaman, emek vb. caydırıcı tüm etkenlerin devre dışı kalması durumun ne kadar yıkıcı sonuçlar doğurabileceğinin ve gözden kaçırılmayacak kadar önemli bir ayrıntı haline geldiğinin kanıtıdır (Wallace, 2014).

Her ne kadar internetten bir şeyler satın almak modern hayatta bir gereklilik haline gelse de bazıları için bir eğlence biçimi veya ödüllendirici bir boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilmektedir (Maraz, Griffiths ve Demetrovics, 2016). Öyle ki Maraz ve arkadaşları (2015) çoğu zaman bu durumun alışkanlık haline gelebildiğini düşünmektedir. Diğer yandan bugüne kadar tanı ve tedavisi net bir şekilde tanımlanmamış; ancak kendi

kendine yardım grupları ve bilişsel davranışçı terapilerin bozukluğa yardımcı olabildiği düşünülmüştür (Lee ve Mysyk, 2004).

Zamanla çığ gibi büyüyen ve karşılığında ciddi bedeller ödeten bu davranışı ele alan araştırmalar artmaya başlamıştır (Mitchell, Burgard, Faber, Crosby ve de Zwaan, 2006). Henüz yeni yeni gündeme gelmesi ve karmaşık yapısı literatürde sınırlı araştırmaların olmasına sebep olmuştur (Rose ve Dhandayudham, 2014). Alanyazında kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilgili bilinen iki deneysel çalışma vardır. Bunlar yakın zamanda Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) ve Zhao, Tian ve Xin (2017) tarafından yapılmıştır. Her iki çalışmanın da amacı kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için ölçek geliştirmektir. Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) bunun yanı sıra kompulsif çevrimiçi satın alma davranışıyla ilişkisi olduğunu düşündüğü yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon ve internet bağımlılığı gibi değişkenleri de ele almıştır. Bu nedenle konuya daha fazla önem verilmesi gerektiği düşünülerek kompulsif satın alma fenomeninde farklı değişkenlerin (internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon-anksiyete ve stres) rol oynayabileceği öngörülmüştür. Bu değişkenlerle ilgili tanımlayıcı bilgiler ve araştırma bulguları aşağıdaki bölümlerin konusudur. Bu bağlamda kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ve onu tetiklediği düşünülen faktörlerin tartışılması yararlı olacaktır.

1.2.İnternet Bağımlılığı

1.2.1.İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı kavramı ilk kez 1996 yılında Dr. Ivan Goldberg tarafından interneti patolojik şekilde kullananlar için tanımlanmıştır (Beard ve Wolf, 2001). Çoğunlukla internet bağımlılığı olarak adlandırılan bu terim kimi zaman birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılsa da farklı araştırmacılar tarafından farklı kelimelerle ifade edilmiştir. Bunlar internet tutkusu, patolojik internet kullanımı, sorunlu internet kullanımı ve siber

tutku gibi terimlerden oluşmaktadır (Günüç ve Kayrı, 2010). Ancak ülkemizde çoğunlukla internet bağımlılığı olarak ele alınmaktadır (Yılmaz, Şahin, Haseski ve Erol, 2014). Kavram ilk kez ele alınmaya başladığında 'gereğinden fazla internete bağlı kalarak bilgisayar başında kalma hali' olarak tanımlanmıştır (Young, 1996). Konu hakkında çalışmaların artmasıyla beraber bu tanım zenginleşmiştir. Young (1998) bir süre sonra "sarhoş edici bir kullanım olmaksızın dürtü kontrol bozukluğu'' şeklinde tanımlamıştır.

İnternet adındaki bu ağ sistemiyle kolayca ilişkiler kurulabilmesi, bireylerin kendilerini olmak istedikleri kişi gibi gösterebilmesi, duygu ve düşüncelerini çekinmeden ortaya koyabilmesi, istenilen yerden istenilen ürünleri satın alabilmesi gibi imkanlar bağımlılık yaratan sebepler arasında gösterilmektedir (Cömert ve Ögel, 2009). Yapılan bir çalışmada internet bağımlılığını sırasıyla cinsiyet, yalnızlık, aileden alınan sosyal destek ve akademik başarı gibi değişkenlerin yordadığı görülmüştür (Esen ve Siyez, 2011). Balcı ve Gülnar (2009) ise interneti aşırı ve kontrol dışı kullananların bu tür bir bağımlılığa sahip olma ihtimalinin yüksek olduğunu savunmuştur. İnternet bağımlısı bireylerin kullanım süresi arttıkça psikolojik problemler (depresyon, yalnızlık hissi vs.) ve saldırganlık, sosyal yalıtım gibi davranışsal sorunlar da beraberinde gelmektedir (Yılmaz ve ark., 2014). Black, Belsare ve Schlosser (1999) tarafından yapılan bir çalışmada bu kişilerin %50'sinin depresyon, narsizm, borderline kişilik bozukluğu ve psikotik bozukluk gibi psiyatrik tanılar aldığı görülmüştür.

Bireylerin internet bağımlısı olup olmadığını belirlemek adına en sık kullanılan ölçek Young İnternet Bağımlılığı Ölçeği'dir (Young, 1998). Ancak İnternet Bağımlılığı Tanı Anketi; YDQ (Johansson ve Götestam, 2004), Patolojik İnternet Kullanımı Ölçeği; PIUS (Morahan-Martin ve Schumacher, 2000), Çin İnternet Bağımlılığı Ölçeği; CIAS-R (Tsai ve ark., 2009) ve İnternet Bağımlılığının Ayırt Edici Özellikleri Ölçeği; DC-IA-C (Ko, Yen, Chen, Yang, Lin ve Yen, 2009) de bu amaçla kullanılan araçlardır. Bununla beraber kimi araştırmacılar kendileri geliştirdiği ölçeklerden faydalanırken, kimileri klinik görüşme formları, bireyin kendini bağımlı hissedip hissetmediğine dair öz bildirim soruları, haftalık eşik değer belirleme değerleri gibi teknikleri de kullanmaktadır (Balta ve Horzum, 2008).

1.2.2.İnternet Bağımlılığı ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma

İnternet bağımlılığının psikolojik bozukluklar için tek başına bir risk faktörü oluşturduğu düşünülmektedir (Kahraman, Yalçın ve Çevik, 2011). Lee, Ko ve Chou (2015) bu durumun kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için de geçerli olacağını öngörmektedir. Benzer şekilde Trotzke, Straarcke, Müller ve Brve (2015) yakın zamanda yaptıkları bir çalışmada internet bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında bir ilişki olabileceğini görmüştür. Nitekim kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığının benzer örüntülere sahip olması bu olasılığı güçlendirmektedir. Kukar-Kinney, Ridgway ve Monroe (2009) tarafından yapılan bir araştırmada kompulsif satın alma davranışı olan bireylerin internetten alışveriş yapma konusunda yüksek düzey motivasyonları olduğu görülmüştür. Bu noktada internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma davranışı arasında pozitif ilişkiye rastlanan çalışmalar mevcuttur (Soule, Shell ve Kleen, 2003; Whang, Lee ve Chang, 2003). Ancak Muleller ve arkadaşları (2011) bunun aksine kompulsif satın alma davranışı ile internet bağımlılığının anlamlı bir ilişkisi olmadığını savunmaktadır. Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ve internet bağımlılığı ilişkisi için bilinen tek deneysel çalışma Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) tarafından yapılmış, aralarında pozitif bir ilişki raporlanmıştır.

Söz konusu ilişkinin varlığı hem değişkenler arası ilişki bağının varlığını doğrulamış hem de internet bağımlılığının aslında yaşanılan problemler için bir kaçış yolu olduğu bilgisiyle (Young, 2004) örtüşmüştür. Ancak daha detaylı verilere sahip olmak için daha fazla sayıda deneysel araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

1.3.Dürtüsellik

1.3.1. Dürtüsellik

Dürtüsellik plansız ve ani tepkiler vermek, artan olumsuz sonuçlar karşısındaki duyarsızlık ve sonuçlarının önemsenmemesi şeklinde tanımlanmaktadır (Moeller, Barratt, Dougherty, Schmitz ve Swann, 2001). Başka bir deyişle söz konusu duruma yönelik plan yapmaksızın aniden eyleme geçme ya da davranma eğilimidir (Carver, 2005).Umeh (2009) ise dürtüselliği uzun vadeli kazanımlar karşısında küçük arzulara aldanarak onları tercih etme, seçenek ve sonuçları düşünmeden davranışa geçme hali olarak ifade etmiştir. Ancak bu kavram ile belirli bir davranışın değil yalnızca yatkınlık düzeyinin açıklanıyor olması önemli bir noktadır. Dürtüsellik bir bakıma yenilik arayışı ve yenilgiden kaçınmanın bir yansımasıdır (Breakwell, 2007). Dolayısıyla özdenetim kavramının tam karşısında yer alan bir zihinsel süreç olarak görülmektedir (Kalenscher, Ohmann ve Güntürkün, 2006).

Literatürde dürtüsellik modeli üzerine tek ve yaygın bir fikir birliği bulunmamaktadır. Whiteside ve Lynam (2001), dürtüsel davranış hakkında ele alınan başlıca yaklaşımları birleştirmeye çalışmış ve dört faktörlü bir model geliştirmiştir. Modeldeki bileşenler olumsuz olaylardan kurtulmak için dürtüsel davranış eğilimini içeren sıkışıklık (aciliyet); uzun vaadedeki olası sonuçları doğru değerlendirememeye neden olan hazırlık eksikliği; göreve devam etmedeki dikkat eksikliğini tanımlayan sebatsızlık ve son olarak tehlikeli, heyecan verici davranışlardan hoşlanma eğiliminden oluşmaktadır (Yargıç, Ersoy ve Oflaz, 2011). García-de Cecilia ve Rubio-Valladolid (2011) ise dürtüselliğin birtakım kişilik özelliklerini oluşturan sürekli dürtüsellik ile biyolojik ve çevresel koşullara göre şekillenen durumsal dürtüsellik olmak üzere iki bileşenden oluştuğunu ve bunların etkileşerek bireyin eşiğini geçtiğinde dürtüsel davranışı oluştuğunu savunmaktadır.

Dürtüsellik kimi zaman anormal davranış kimi zamansa normal olarak değerlendirilmektedir. Nitekim Dickman (1990), dürtüselliğin hem işlevsel hem de işlevsel olmayan şeklinde ele alınabileceğini savunmaktadır. Yargıç, Ersoy ve Oflaz (2011) her ne kadar dürtüselliğin adaptasyon sağlayıcı bir unsur olduğunu belirtse de literatür bu eğilimin olumsuz tarafına dikkat çekmektedir. Özellikle şiddet, suç, sosyal uyumsuzluk ve kendine zarar gibi çeşitli kötü sonuçlar doğurduğu için işlevsel olmadığı düşünülmektedir (Verdejo-García, Lawrence ve Clark, 2008).

1.3.2. Dürtüsellik ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma

Dürtü sellik kişinin zararlı eylemlere karşı koyamaması, artan bir uyarılma hali içindeyken eylemi gerçekleştirdiğinde belli bir hazza ulaşması ve ardından suçluluk ve pişmanlık yaşamasıdır (Annagür ve Tamam, 2011). Dolayısıyla karar mekanizmasını etkilemekte ve yeterince analiz edilemediği için bireyleri daha riskli davranışa itmektedir. Artmış dürtüsellik eğiliminin ciddi davranışsal sorunları beraberinde getirdiği su götürmez bir gerçektir (Swann ve ark., 2007). Yapılan bir çalışmada bağımlı bireylerin daha dürtüsel olduğu kanıtlanmıştır (Castellanos-Ryan, O'Leary-Barrett, Sully ve Conrod, 2013). Bu nedenle dürtüselliğin davranışsal bağımlılıklar geliştirilmesi ve sürdürülmesinde önemli bir role sahip olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla bu eğilimin satın alma davranışını da etkileyebileceği tahmin edilmektedir (Luo, 2005). Zira kompulsif satın alma davranışının dürtü kontrol bozuklukları arasında önemli bir yeri bulunmaktadır (Karakuş ark., 2011). Öyle ki bazı çalışmalar kompulsif satın alma yerine dürtüsel satın alma kavramını kullanılmaktadır (Baumeister, 2002; McElroy ve ark.,1994; Rook ve Fisher, 1995). Flight ve Scherle (2013) tarafından yürütülen bir araştırmada kompulsif satın alma davranışı ile dürtüsellik arasında pozitif bir ilişkiye rastlanmıştır.

Literatürde kompulsif satın alma ve dürtüsellik arasındaki ilişki böyleyken internet üzerinde yapılan alışverişler ile dürtüsellik eğilimi arasındaki olası ilişkinin daha güçlü olacağı öngörülmektedir. Ancak bu yönde bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Tüm bu

argümanlar göz önünde bulundurulduğunda dürtüselliğin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde rolü olup olmadığını değerlendirmek önemli bir noktadır.

1.4.Materyalizm

1.4.1. Materyalizm

Materyalizm kavramı ilk kez insanların bazı materyalleri hem itibar kazanmak hem de mutluluğu yakalamak için bir araç olarak görmeye başladığını fark eden Ward ve Wackman (1971) tarafından ele alınmıştır. Materyalizm, kabaca maddi şeylere atfedilen değer ve inanç kümesi olarak tanımlanmaktadır. Ancak araştırmacılar kavramın anlamı üzerine ortak bir kanıya varamamıştır. Richins ve Dawson (1992) materyalizmin bir şeyler edinme ve onlara saplantılı bir şekilde sahip olma arzusu olduğunu savunmuştur. Bir başka deyişle insanların doyumsuz bir istekle özdeşleşme halidir. Fox ve Lears (1983) materyalizmi kesintisiz olarak iyi bir yaşamın peşinden koşmak; Rassuli ve Hollander (1986) ise alma ve harcama ilgisi olarak tanımlamıştır. Yakın geçmişte konuyla ilgilenen Kasser (2002) materyalizmin özetle kişinin hayatının merkezinde sayılabilecek para kazanma ve mülk sahibi olma duygusu olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde Chang ve Arkin (2002) de materyalizmi bireylerin kararlarını, psikolojik esnekliğini, sosyal davranışını ve arzularını etkileyen bir değer yönelimi olduğunu savunmuştur. Uzmanlar tanımında olduğu gibi materyalizmi oluşturan boyutlar için de farklı görüşleri savunmuştur. Richins ve Dawson'a göre (1992) sahip olma, başarı ve mutluluk; Belk (1985)'e göre ise sahiplik, haset, cimrilik ve korumacılık (Ger ve Belk, 1996) faktörlerinden oluşmaktadır. Dolayısıyla materyalizm öznel bir kavram olarak kabul edilmelidir (Górnik-Durose ve Pilch, 2016).

Materyalizm 2000 yıldır süre gelen bir kavramdır (Christopher, Marek ve Caroll, 2004). Ancak özellikle son yıllarda verilen önem dramatik bir artış göstermiştir (Ahuvia ve Wong, 2002). Günümüzde insanlar büyük bir tutkuyla sınırsız eşyaya sahip olmak istemekte ve

durmaksızın tüketim odaklı bir hayatın peşinde koşmaktadır. Bunun yanı sıra artık aile, akraba, televizyon, sosyal medya gibi birçok platform da materyalist bir yaşam biçimini desteklemektedir (Sheldon, Ryan, Deci ve Kasser, 2004). Bir başka deyişle, günümüzde insanları sahip oldukları şeylerden ibaret gören bir anlayış hakim olmaya başlamıştır (Odabaşı, 2006). Yapılan bir araştırmada materyalizm düzeyleri yüksek olan kişilerin parasal hedeflere ulaşma yoluyla; materyalizm düzeyi düşük olan kişilerin ise başarı, özgüven ve sosyal ilişkiler kurma yoluyla tatmin sağladıkları gözlemlenmiştir (Aslay, Ünal ve Akbulut, 2013). Nitekim Li, Lu, Xia ve Guo (2018) tarafından yapılan güncel bir çalışmada materyalist eğilimin özgüven eksikliği ile yakın ilişkisi olduğu kanıtlanmıştır. Bazı araştırmacılar ise yaşam doyumunu oluşturan etmenlerin ilk sırasında pahalı mülklere sahip olmanın yer aldığını savunmaktadır (Islam, Wei, Sheikh, Hameed ve Azam, 2017). Dolayısıyla sahip olunan eşya ile mutluluk seviyesi doğru orantılı değerlendirilmektedir.

1.4.2.Materyalizm ve Çevrimiçi Kompulsif Satın Alma

Alanyazına göre kompulsif çevrimiçi alışveriş davranışı ile ilişkisi olduğu kabul edilen bir diğer değişken materyalizmdir. Dittmar, Beattie ve Friese (1996) tarafından yapılan bir çalışmada kompulsif satın alma davranış gösteren kişilerde önemli oranda materyalistik eğilimler olduğu bilgisine rastlanmıştır. Dittmar'ın (2005) yakın zamanda tekrarladığı bu araştırmada, materyalizmin kompulsif satın almanın en güçlü yordayıcısı olduğu ve bu davranışa önemli ölçüde aracılık ettiği bulgulanmıştır. Daha evvel yapılan pek çok çalışmanın da bu durumu desteklediği görülmüştür (d'Astous, 1990; DeSarbo ve Edwards, Dittmar, 2005; 1996; Johnson ve Attmann, 2009; Mowen ve Spears, 1999; O'Guinn ve Faber, 1989; Roberts, Manolis ve Tanner, 2003; Xu, 2008; Yurchisin ve Johnson, 2004). Özellikle Yurchisin ve Johnson (2004) materyalizmin kompulsif satın alma üzerinde kilit faktör olduğunu ve tüketicilerin alışveriş yapma kararlarını net bir şekilde etkilediğini savunmaktadır. Dolayısıyla materyalistik özellikler arttıkça insanlar daha fazla para harcama eğilimi göstermektedir (Ger ve Belk, 1996; Watson, 2003).

Kellett ve Bolton (2009), oluşturdukları modelde materyalizmin kompulsif satın alma davranışının öngörücüsü olduğunu ve buna depresyon-anksiyete-stres gibi duygusal problemler eklendiğinde kişinin kompulsif satın alma bozukluğu yaşama olasılığının arttığını savunmaktadır. Benzer şekilde Reeves, Baker ve Truluck (2012) ile Mueller ve arkadaşları (2010) tarafından yapılan araştırmalarda kompulsif satın alma davranışı ve materyalist değerlerin varlığı arasında pozitif bir ilişki olduğu vurgulanmıştır. Ülkemizde yapılan araştırma sonuçları da bu bulgularla örtüşmektedir (Eroğlu, 2016).

Kim, McKeage ve Debevec (1993) materyalistleri tüketime karşı fazlasıyla dayanılmaz olan kişiler şeklinde betimlemektedir. Bu bağlamda materyalistik değerleri yüksek kişiler marka ve sosyal kabul konusunda çok hassastır (Fitzmaurice ve Comegys, 2006). Bu tür bir hayat tarzı da artan seviyede bir maddi tüketimi tetiklemektedir. Bu bağlamda, henüz deneysel bir çalışma yapılmasa da kompulsif satın alma davranışı ile yüksek ilişkili gösteren materyalizmin internet alışverişi için de benzer örüntüye sahip olacağı öngörülmektedir.

1.5. Yalnızlık

1.5.1.Yalnızlık

İnsan doğası gereği sosyalleşen ve iletişim kuran bir canlıdır ve yaşamı boyunca diğerleriyle etkileşim halinde olmalıdır. Bu yüzden insanlar için iletişim kurmak aslında bir ihtiyaçtır (Yılmaz, Yılmaz ve Karaca, 2008). Hatta psikolojik sağlık için bir mecburiyettir (Kafetsios ve Sideridis, 2006). Durum böyle olunca yalnızlık duygusu yıllardan beri insanların en derin korkularından biri olmakla birlikte evrensel bir temadır (Karaoğlu, Avşaroğlu ve Deniz, 2009).

İnsanlar bazen yalnızlık ve tek başına kalma terimlerini günlük hayatta eş anlamlı kullanabilmektedir. Ancak her ne kadar eşdeğer görülse de bu iki kavram birbirinden farklıdır. Bazen insan başkalarının yanında dahi yalnızlık hissini yaşayabilmektedir. Bu

nedenle yalnızlık için sadece tek kalma anlamı değil aynı zamanda yalnız hissetmenin de esas olması gerekmektedir.

Yalnızlık, 1980'lerden itibaren araştırmacıların üzerinde yoğun olarak çalıştığı bir konu halini almış ve farklı bakış açılarıyla birçok tanımı yapılmıştır. Weiss (1973) yalnızlığı bireylerin ihtiyaçlarını karşılayacak kadar sosyal ilişkiler kuramaması veya kursalar dahi yeterince samimiyet ve duygusal bağlılığın bulunmaması hali olarak tanımlamıştır. Peplau ve Perlman (1982) ise yalnızlığı bireylerin geliştirdikleri sosyal ağlarına dair hissettiği doyumsuzluk ve istenmeyen bir duygu şeklinde tanımlamaktadır. Ancak Rook (1984) bu kavramı daha ciddi bir boyutta ele almış ve yalnızlığı insanların yabancılaşmasına, toplum tarafından kabul edilmediğini düşünmesine neden olan ve duygulara hükmeden kalıcı bir rahatsızlık olarak değerlendirmiştir. Genel olarak psikologlar da bu duygunun istenmeyen ve nahoş bir deneyim olduğu kanısında hem fikirdir (Jones, Freeman ve Goswick, 1981). Kısaca, yalnızlık, bireylerin yaşadığı sosyal yoksunluğun duygusal sonucudur.

Horowitz, Fransız ve Anderson (1982) yalnız kişilerde duygusal ve düşünsel olarak diğerlerinden ayrı olma, hüzün hissetme ve sosyal ilişkilerden kaçınma gibi üç ana özelliğin olduğunu kabul etmektedir. Alanyazına göre yalnızlık, sosyal ve duygusal olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Eldeklioğlu (2008) sosyal yalnızlığın bireyin etrafında kaç kişi olduğu değil var olan ilişkilerine dair yaptıkları yorum; duygusal yalnızlığın ise yakınlık ve içtenlik içeren ilişkiler kuramadığında hissettiği üzücü ruh hali olduğunu savunmaktadır. Ernst ve Cacioppo (1999) ise yalnızlığın duygusal, bilişsel ve davranışsal ögeler içerdiğini kabul etmektedir. Ancak Russell (1982) yalnızlığın sadece ilişkideki yoğunluk eksikliğinden ibaret olduğunu düşünmektedir. Yalnızlık, öznel ve karmaşık bir dizi duygudan ibaret olduğu için hakkında uzlaşılmış bir tanımlama yoktur. Üstelik bu duygunun ölçülmesi neredeyse imkansızdır.

Sadler (1978) yaptığı bir çalışmada insanların kişilerarası, sosyal, psikolojik, varoluşsal yalnızlık ve kültürel şok şeklinde çeşitli yalnızlık hisleri yaşadığını görmüştür.
Yalnızlık hissi çoğu zaman kısa süreli ve geçici olmasına rağmen bazen bir kişilik özelliği haline de gelebilmektedir (Peplau ve Perlman, 1982). Bu nedenle şiddetli ve yaygın bir şekilde varlığını sürdürebilmektedir (Killeen, 1998). Nitekim bu his birtakım psikolojik problemlerin hazırlayıcısı olarak görülmektedir (Buluş, 1997). Weeks, Michela, Peplau ve Bragg (1980) kötümserlik, reddedilmekten korkma, şanssızlık, çaba sarf etmeme, utangaçlık, bilgisizlik, fiziksel çekiciliği bulunmama, fırsat yetersizliği, diğerlerinin isteksizliği, antipatik kişilik yapısı gibi birtakım özelliklerin yalnızlıkla ilişkisi olduğunu bulmuştur. Bununla birlikte sosyal beceri eksikliği, sosyal etkinliklerden uzak kalma, düşük motivasyon, zamanının çoğunu kendiyle geçirme, yeni ilişkiler konusunda isteksizlik gibi çeşitli durumların da yalnızlık hissi üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir (Çakıl, 1998).

Günümüzde iletişim ağlarının bir devrim şeklinde ilerlemesi kişilerin yaşadığı yalnızlık hissini tetiklemektedir. Her geçen gün artan bireycilik anlayışı ve hareketli yaşam tarzı bu gerçeği gözler önüne sermektedir. Bu durumdan teknolojinin, sosyal medyanın ve kimseyle ihtiyaç duymadan birçok şeye anında ulaşabilmenin payı bulunmaktadır. Öyle ki sosyal ilişkiler artık sanal platforma taşınmış ve bireyler gittikçe yüzeysel ilişki kurarak yalnızlaşmıştır. Yaşanan tüm bu sosyal ve demografik değişimler yalnızlığın son 10 yıldır daha fazla çalışılan bir kavram olmasına yol açmıştır. Nitekim yalnızlık modern çağın beraberinde getirdiği ve şimdilerde farklı bir boyut kazanan önemli bir duygudur (Karakoç ve Taydaş, 2013).

1.5.2. Yalnızlık ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma

Yalnızlık hissi bireylere öylesine acı ve korku vermektedir ki, insanlar bu durumla yüzleşmemek için kaçmayı tercih etmektedir. Bu nedenle bireyler fark etmeden anlamsızca ve sürekli bir şeyler satın almak gibi bir başa çıkma strateji geliştirebilmektedir Özsungur,

2017). Bu nedenle yalnızlık kavramının internet kullanımı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile yakından bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

Yalnızlık ve kompulsif satın alma davranışı hakkında yapılan çalışmalar karışık veriler sunmaktadır. Yıllar önce Shaver ve Rubenstein (1980) yaptığı bir çalışmada insanların kendini yalnız hissettiği zamanlarda alışverişe çıktığını raporlamıştır. Yine benzer araştırmalar yalnızlık hissini hafifletebilmek için satın alma davranışında bulunulduğunu doğrulanmıştır (Kim, Kim ve Kang, 2003; Lejoyeux ve ark.,1996). Nitekim Miltenberger (2003) yalnızlık ve kompulsif satın alma davranışı arasında pozitif bir korelasyon olduğunu kanıtlamıştır. Yani, yalnız bireylerin daha fazla kompulsif satın alma davranışında bulunması muhtemeldir. Ancak bu bulguların aksine Shapiro (1993) yaptığı bir araştırmada, yalnız bireylerdeki motivasyon eksikliğinin alışveriş yapma davranışını engelleyeceği için satın alma davranışıyla meşgul olma ihtimallerinin düşük olduğunu savunmaktadır.

Moody (2001) tarafından yürütülen bir araştırmada internet kullanımının yalnızlıkla %70 düzeyinde ilişkili olduğu görülmüştür. İnternet bağımlılığı ortaya çıktıkça kişinin sosyal çevresi küçülmekte ve yalnızlık faktörü ortaya çıkmaktadır (Nie, Hillygus ve Erbring, 2002). Dolayısıyla hem internet kullanımının hem de kompulsif satın alma davranışının duygusal yalnızlıkla yüksek seviyede ilişkili olduğu düşünüldüğünde, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için de bu durumun geçerli olabileceği düşünülmüştür (Manchiraju, Sadachar ve Ridgway, 2016). İnternet ortamında sürdürülen bu davranışın, aslında kişilerin dikkatini dağıtmak ve oyalanmak için kullandığı bir yol olduğu varsayılmıştır (Clark ve Calleja 2008).

1.6. Yaşam Doyumu

1.6.1.Yaşam Doyumu

Yaşam doyumu kavramı ilk kez Neugarten tarafından 1961 yılında ortaya atılmıştır (Şener, 2009). Yaşam doyumu, bireylerin kendi oluşturduğu kriterlere göre memnuniyet seviyelerini değerlendirdiği bir süreçtir (Veenhoven,1996). Bir başka deyişle, hayata karşı beklentileri ile var olan yaşantısının ne derece örtüştüğünü yansıtan bilişsel aşamadır (Zhan, 1992). Algısal bir özellik olmasından dolayı ölçülmesi oldukça zordur. Öznellik temelli ve yargıya dayalı bir süreç olması bu durumun en büyük sebebidir (Shin ve Johnson, 1978). Yaşam doyumu için bireyin hayatına anlam katma, bir şeye bağlanma ve hayatın tadını alma önemli birer noktadır (Arslan, 2017). Nitekim insanların hayattan aldığı doyum farklı yaşam alanı kümelerinin birleşimiyle oluşmaktadır. Yani, kişi hayatının bir alanından memnunsa bu yaşam doyumunun yüksek olduğu anlamına gelmemektedir (Dağlı ve Baysal, 2016). Yalnızca yaşam alanlarının toplamına duyulan tatmin yaşam doyumu seviyesini gösterebilmektedir.

Yaşam doyumuna etki ettiği düşünülen birtakım faktörler bulunmaktadır. Bu noktada bireylerin istedikleri ile var olan koşullar arasındaki uyum belirleyici olmaktadır (Diener, Oishi ve Lucas, 2003). Appleton ve Song'a (2008) göre yaşam doyumu gelir seviyesi, refah koşulu, sosyal imkan ve hareketler, meslek ve statü, devlet politikası, aile, çevre ve sosyal ilişkiler olmak üzere toplam 6 bileşenden meydana gelmektedir. Diener ve Lucas'a (1999) göre ise iş, aile, maddi olanak, sağlık, serbest zaman ve benlikle ilgili durumlar doyum alanlarını oluşturmaktadır. Öte yandan Schmitter ve Keser (2005) yaşam doyumu üzerinde hayatı anlamlı bulmak, pozitif kimlik, amaçlara ulaşmak için uyum, ekonomik güvenlik, fiziksel iyilik hali, günlük hayatta mutlu hissetmek ve sosyal ilişki gibi birtakım kategorilerin etkili olduğunu düşünmektedir.

Dahası Dockery (2004) demokratik ve refah seviyesi yüksek bir ülkede yaşamanın, istikrarın, çoğunluğun tarafında olmanın, özgürlüğün, güçlü otokontrol mekanizmasına sahip olmanın ve gençlik yıllarında olmanın da söz konusu doyumuna katkı sağladığını savunmaktadır. Bununla birlikte yaşam doyumu seviyesini olumsuz etkileyen bazı durumlar da vardır. Örneğin sosyal ve bireysel çatışmalar, sorun ve güçlükler bunlardan bazılarıdır (Demirel ve Canat, 2004).

1.6.2.Yaşam Doyumu ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma

Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı kapsamında ele alınacak değişkenlerden biri de yaşam doyumudur. Nitekim kompulsif satın alma ve yaşam doyumu arasında elde edilen bulgular bu ilişkinin var olma ihtimalini kuvvetlendirmektedir.

Silvera, Lavack ve Kropp'un (2008) 277 kişi üzerinde yaptığı bir araştırmada yaşam doyumunun bağımlılık yaratan bir satın alma süreci için geçerli bir öngörücü olduğu gözlemlenmiştir. Bu ilişki Xiao ve Kim (2009) tarafından da değerlendirilmiş ve değişkenler arasında pozitif bir ilişki varlığı doğrulamıştır. Benzer şekilde Otero-López, Pol, Bolaño ve Mariño (2010) da yaşam doyumunun kompulsif satın alma davranışı üzerinde arabulucu bir görev aldığını savunmaktadır. Bu bağlamda bulgular hayata karşı duyulan memnuniyetsizlik hissinin işlevsel olmayan davranışlara yol açtığı bilgisiyle örtüşmüştür (Sirgy, 1998). Buna karşın, Martin ve Paul-Hill (2012) gibi yaşam doyumu ve tüketim davranışı arasında var olduğu düşünülen ilişkiye herhangi bir destek bulamayan araştırmacılar da bulunmaktadır.

Elde edilen bilgiler ışığında, bu çalışmada yaşam doyumunun sadece klasik kompulsif satın alma davranışı için değil internet üzerinden yapılan kompulsif satın alma davranışı için de aracı bir rol üstleneceği tahmin edilmektedir. Nitekim bu duruma kanıt olarak internet kullanım sıklığı ve yaşam doyumu arasında birçok çalışmada güçlü ilişkilere rastlanmış olması sunulabilmektedir (Caplan, 2003; Meerkerk, van den Eijnden, Franken

ve Garretsen, 2010; Moody, 2001; Şenol-Durak ve Durak, 2011). Yaşam doyumu ve internetten yapılan kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişkiye dair bilinen tek deneysel çalışma Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) tarafından yapılmıştır. Araştırmada yaşam doyumu ve internetten yapılan kompulsif alışverişler arasında bir ilişki olduğu öngörülmüş; ancak sonuçta bu hipotez net olarak doğrulanmamıştır.

1.7.Depresyon-Anksiyete-Stres

Depresyon, anksiyete ve stres günlük hayatta birbirinin yerine kullanılmasına rağmen aslında kavramsal olarak farklı yapılardan oluşmaktadır (Akın ve Çetin, 2007). Bu nedenle her birinin ayrı ayrı açıklanması ve tanımlanması gerekmektedir.

1.7.1.Depresyon

Depresyon kelimesinin kökü Latinceden gelmekle birlikte kederli, gamlı, donuk, aşağı doğru çekilmiş olmak anlamlarına gelmektedir (Basha ve Kaya, 2016). Kavramın Türkçe karşılığı ruhen çökkünlük hali olarak ifade edilmektedir (Köknel, 2005). Depresyon, olumsuz olaylara odaklanma ve istenmeyen duygular deneyimleme şeklinde ilerleyen bir durumdur (Duque ve Vazquez, 2015) ve genellikle geçmiş deneyimlerden kaynaklandığı düşünülmektedir (Yılmaz, Boz ve Arslan, 2017). Başka bir deyişle suçluluk, çaresizlik, üzüntü, yalnızlık, umutsuzluk, gerginlik duygularının ve bir dizi fiziksel belirtilerin birleşiminden oluşan bir bozukluktur (Sharp ve Lipsky, 2002). Ayrıca bilişsel, duygusal ve motor alanlardaki yavaşlamalar da bu rahatsızlıkla karakterizedir. DSM-5 tanı kriterine göre; depresyondaki kişinin depresif duygudurum, uyku sorunu, iştahta artma ya da azalma, psikomotor gerileme (yorgunluk), suçluluk hissi ve azalmış özgüven, ajitasyon, konsantrasyonda zorluk ve özkıyım düşüncelerinden en az beşinin bulunuyor olması gerekmektedir.

Depresyon, haftalar boyu süren üzüntü halinin yanı sıra duygu, düşünce ve beden düzeyinde olumsuz etkileri olan bir bozukluktur (Johnson ve Indvik, 1997). Tüm diğer hastalıkların sebepleri arasında dördüncü sırada yer almaktadır (Üstün, Ayuso-Mateos, Chatterji, Mathers ve Murray, 2004). Günümüzde her dört kadın ve her altı erkekten birisi hayatının herhangi bir döneminde depresyon geçirmektedir (Kessler ve ark., 2010). Hatta bu kişilerin %65'i de bu rahatsızlığı tekrar tekrar yaşamaktadır (Monroe ve Harkness, 2011). Öyle ki yapılan araştırmalar incelendiğinde 2020 yılından itibaren dünyada en sık görülen ikinci bozukluğun depresyon olacağı öngörülmektedir (Yumuşak ve Boz, 2013).

1.7.2.Anksiyete

Temeli Latince kökenli 'anxius'tan gelen ve anlamı 'boğulma hissi' olan bu kavram, kaygı ve üzüntü duygusunu tanımlamaktadır (Öztürk, 2015). Diğer bir deyişle uyarılma, tetikte hissetme, korku ve endişe halidir. Bireyin tehditle ne zaman karşılaşılacağını bilmemesi anksiyete düzeyini arttırmaktadır ve bu nedenle anksiyetenin geleceğe yönelik endişelerden kaynaklandığı kabul edilmektedir (Barlow, 2000).

Anksiyete sebepsiz bir korkma hali olduğu için bireyler kendilerini kaygılandıran şeyin tam olarak ne olduğunu da ifade edemezler (Salecl, 2013). Somut bir tehdit olmaksızın şiddetli, sık ve hayatı etkileyecek seviyede anksiyete varlığı bireylerde anksiyete bozukluğunu düşündürmektedir (Türkçapar, 2004). Anksiyete bozuklukluğu sürekli kaygı, kaçınma, düşük benlik algısı gibi bilişsel; kalp çarpıntısı ve titreme gibi fizyolojik birtakım tepkileri doğurabilmektedir (Wilmshurst, 2005).

Anksiyete genellikle sinirli davranışlarla sonlanan ve istenmeyen bir durum karşısında algılanan korku, tehlike ya da gerilim halidir (Yılmaz, Boz ve Arslan, 2017). Merrell (2008) anksiyetenin temelinde panik bozukluk, ayrılma kaygısı, sosyal ve özgül fobi, obsesif kompulsif bozukluk, genellenmiş kaygı bozukluğu, travma sonrası stres bozukluğu gibi bazı rahatsızlıkların yer aldığını savunmaktadır. Bu çerçevede anksiyetenin kişinin

sosyal ve psikolojik yaşantısına birçok etkisi olabilmektedir. Gu, Huang ve Luo'a (2010) göre nöral değişimler, uyku düzensizliği, tehdit algısı, kötümserlik, duygusal istikrarsızlık, kötü düşüncelere takılma anksiyetenin söz konusu etkilerinden birkaçıdır. Bununla birlikte Wetherell, Gatz ve Pedersen (2001) tarafından yapılan bir çalışmada anksiyete yaşayan bireylerin önemli bir kısmının sonrasında depresyona girdiği gözlemlenmiştir.

1.7.3.Stres

İlişkiler ve olaylar karşısında gelişen baskılanma durumuna karşı duyulan zorlanma ve sıkıntı hissine stres adı verilmektedir (Newbury-Birch ve Kamali, 2001). Lazarus ve Folkman'a (1984) göre stres, birey ve çevre ilişkisinden meydana gelen durumların zararlı veya tehdit edici değerlendirilmesinden sonra oluşan aşırı uyarılmışlık halidir. Selye (1976) ise stresin organizmanın yaşadığı zorluklar ve baskı sonucunda geliştirdiği bir tepki olduğunu düşünmektedir. Yani, stres kabaca sürekli hissedilen ruhsal bir gerilim ve yıpranma halidir (Yılmaz, Boz ve Arslan, 2017).

Newbury-Birch ve Kamali (2001) stresin zihinsel, fiziksel ya da duygusal bir reaksiyon olduğuna inanmaktadır. Stresin insan bedeni ve zihninde hem biyolojik hem psikolojik değişimlere yol açabilecek güçte olduğu bir gerçektir (Abdel Wahed ve Hassan, 2017). Maraşlı (2005) stresin genellikle insanların beklentileri ve gerçekte olanlar arasındaki dengesizlikten kaynaklandığını düşünürken; Raymond (2000) kişinin başa çıkamayacağını hissettiğinde ortaya çıktığını savunmaktadır. Nitekim stres duruma göre değil kişinin verdiği tepkiye bağlı olarak meydana gelmektedir (Gibbons, 2012)

1.7.4. Depresyon-Anksiyete-Stres ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma

Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışıyla ilişkili olduğu varsayılan son değişken, depresyon-anksiyete- strestir. Duygusal sorunların kompulsif satın alma davranışına olan

yatkınlığı arttırdığı düşünülmektedir (Tamam, Diler ve Özpoyraz, 1998). Bu bağlamda literatürde kompulsif satın alma eğilimi ile depresyon, anksiyete ve stres değişkenlerinin ilişkili olduğu yönünde bilgiler bulunmaktadır (Faber ve Christenson, 1996).Yapılan araştırmalarda kompulsif satın alma davranışı bulunan bireylerin yüksek düzeyde depresyon (Ergin, 2010; Moore, 2009; Sohn ve Choi, 2012), anksiyete (Edwards, 1993; Roberts ve Jones, 2001; Valence ve d'Astous ve Fortier**,** 1988) ve strese (Ridgway ve ark., 2008; Sohn ve Choi, 2012) sahip oldukları kanıtlanmıştır. Dolayısıyla yüksek düzey uyarılma halini içeren depresyon, anksiyete ve stres gibi duygulanımların satın alma davranışının kompulsif olma ihtimalini arttırdığı düşünülmektedir (Workman ve Paper, 2010). Özellikle bu eylem stresle başa çıkmak için bir yöntem olarak görülebilmektedir (DeSarbo ve Edwards,1996). Sohn ve Choi (2012) yaptıkları bir çalışmada kompulsif satın alma davranışı için uyarıcı görevi gören stresin, anksiyete ve depresyonu tetikleyerek bu durumu kompulsif satın alma eylemine dönüştürdüğünü savunmaktadır.

Sneath, Lacey ve Kennett-Hensel (2009) tarafından yapılan bir çalışmada depresyon ve stres altında olan bireylerde sıklıkla kompulsif satın alma ve dürtüsel davranışların meydana geldiği görülmüştür. Benzer şekilde yürütülen diğer araştırmalarda da bu değişkenlerin kompulsif satın alma davranışını tetiklediği sonucuna varmıştır (Kyrios, Frost ve Steketee, 2004; Mueller ve ark., 2010). Öte yandan, anksiyete için de aynı durum söz konusudur (Roberts ve Jones, 2001). Kompulsif alıcılar strese anksiyete düzeylerini arttırarak karşılık verdiği için (Valence, d'Astous ve Fortier, 1988) kompulsif satın alma davranışı anksiyete ve stresi hafifletmenin bir yolu olarak görülmektedir (Edwards, 1993).

Kompulsif satın alma ve depresyon, anksiyete ve stres değişkenleri arasındaki bulgular bu şekildeyken, benzer sonuçların çevrimiçi alışverişler için de geçerli olabileceği öngörülmektedir. Bunun bir nedeni, depresyonun internet kullanımını etkilediğini kanıtlayan birçok çalışmaya ulaşılmasıdır (Black, 2007; Black, 2008; Caplan, 2003; Kim, Ryu, Chon, Yeun, Choi, Seo ve Nam, 2006; Lejoyeux ve ark., 1996; Meerkerk ve ark., 2010; Şenol-Durak ve Durak, 2011; Tavares, Lobo ve Fuentes, 2008; Whang, Lee ve Chang, 2003;Yang ve Tung, 2007). Ayrıca anksiyete ve stresin internet bağımlılığı ile

ilişkili olduğunu vurgulayan çalışalar da bulunmaktadır **(**McKenna ve Bargh, 2000; Nie, Hillygus ve Erbring, 2002). Buna karşın özellikle kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde depresyon, anksiyete ve stres değişkenlerinin incelendiği çalışmaların oldukça sınırlı düzeyde olması konunun araştırılmaya ihtiyaç duyulduğunu kanıtlamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada psikolojik sıkıntılar olarak değerlendirilebilecek depresyon, anksiyete ve stres değişkenleri birlikte ele alınacaktır.

1.8.Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı iki aşamadan oluşmaktadır. İlki hayatımızda kendine son derece önemli bir yer edinen kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı hakkında detaylı bir bilgilendirme sunarak çalışmanın bir parçası olan Bergen Shopping Addiction Scale 'in çevrimiçi alışverişler için uyarlanan geçerlik ve güvenirlik çalışmasını tamamlamaktır. Böylece kompulsif çevrimiçi satın alma bozukluğunun DSM-5 kriterlerine eklenmesine destek vererek gelecekte davranışsal bağımlılık kategorisinde sınıflandırılmasına katkı sağlamak, dünya literatürüne girmeye yeni hazırlanan bu bozukluğun ülkemizde de kabul görmesine, tanı ve tedavisi için yöntemler geliştirilmesine öncülük etmek hedeflenmiştir. Bozukluğu ölçmek adına Türkçe bir ölçeğin bulunmaması araştırmaya özgün bir değer atfetmiştir. Nitekim Türkçe alanyazın incelendiğinde daha önce kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını yansıtan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmayla hem Türk kültürü için kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı hakkında kapsamlı bir bilgiye sahip olunacak hem de kültürlerarası kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını karşılaştırabilme imkanı alandaki önemli bir boşluğun doldurulmasına katkıda bulunacaktır.

Araştırmanın bir diğer amacı, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon-anksiyete ve stres değişkenlerinin ilişkisini inceleyerek bir model geliştirmektir. Zira literatürde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu

bağlamda araştırmanın yürütülmesinin ve söz konusu ilişkilerin incelenmesinin faydalı olacağı öngörülmektedir.

1.9. Çalışmanın Hipotezleri

Araştırmanın amaçlarına dayanarak bu çalışmada aşağıdaki hipotezler incelenecektir:

1. Ülkemizde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ölçek puanları düşük olacaktır.
2. Ölçeğin çevrimiçi alışverişlere uyarlanan Türkçe versiyonu geçerli bir ölçme aracıdır.
3. Ölçeğin çevrimiçi alışverişlere uyarlanan Türkçe versiyonu güvenilir bir ölçme aracıdır.
4. İnternet bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olacaktır.
5. Dürtüsellik ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olacaktır.
6. Materyalizm ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olacaktır.
7. Yalnızlık ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olacaktır.
8. Yaşam doyumu ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olacaktır.
9. Depresyon-anksiyete-stres ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olacaktır.
10. Ülkemizdeki kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında erkekler ve kadınlar arasında anlamlı bir farklılık olmayacaktır.
11. Çevrimiçi alışveriş sıklığı ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında pozitif yönlü bir korelasyon bulunacaktır.
12. Dürtüsellik kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını pozitif yönde anlamlı bir düzeyde yordayacaktır.

13. Depresyon-anksiyete-stres kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını pozitif yönde anlamlı bir düzeyde yordayacaktır.
14. İnternet bağımlılığı kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını pozitif yönde anlamlı bir düzeyde yordayacaktır.
15. Materyalizm kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını pozitif yönde anlamlı bir düzeyde yordayacaktır.
16. Materyalizm, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında aracı değişken(mediator) rolü oynayacaktır. Yani, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkide materyalizm değişkeninin de etkisi bulunacaktır.
17. İnternet bağımlılığı depresyon-anksiyete-stres ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında aracı değişken(mediator) rolü oynayacaktır. Yani, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkide depresyon-anksiyete-stres değişkeninin de etkisi bulunacaktır.

BÖLÜM 2

ÇALIŞMA 1:

BERGEN SHOPPİNG ADDİCTİON SCALE (BSAS): TÜRK YETİŞKİN ÖRNEKLEMİNDE PSİKOMETRİK ÖZELLİKLER

Kompulsif satın alma davranışı, Krapelin'in 1915 yılında ele aldığından beri bilinen bir davranışsal bozukluktur (Andreassen, Griffiths, Pallesen, Bilder, Torsheim ve Aboujaoude,2015). Ancak aşırı ve zorlayıcı olan bu davranışın obsesif kompulsif bozukluğun bir parçası mı yoksa bir bağımlılık türü mü olduğu hala tartışılmaktadır (Piquet-Pessoka, Ferreira, Melca ve Fontenelle, 2014).

Kompulsif satın alma davranışının ölçülmesi için kısıtlı sayıda ölçek bulunmaktadır (Manolis ve Roberts, 2008; Piquet-Pessoka ve ark, 2014). Özellikle 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında alışveriş bağımlılığını değerlendirmek için çeşitli ölçekler geliştirilmiş; ancak çoğu uzman ölçeklerin yerine kendi deneyimlerini kullanmayı tercih etmiştir (Maraz ve ark, 2015). Nitekim mevcut ölçeklerin çoğu modası geçmiş görünmektedir. Örneğin, en çok kullanılan ölçeklerden biri olan ve maddelerinde çek yazmak, alışveriş için dışarı çıkmak gibi ifadeleri barındıran 'Forced Take' ölçeği bunlardan biridir (Andreassen ve ark., 2015). Zira günümüz toplumunda çekler çok nadir kullanılmakta, insanlar çoğu zaman dışarı çıkmadan çevrimiçi alışveriş yapabilmektedir. Mevcut ölçeklerin bir diğer olumsuz yanı, uzmanların nispeten uzun bulmasıdır. Bu noktada Koronczai ve ark. (2011) vurguladığı gibi bir ölçeğin alana hizmet edebilmesi için pratiklik ve kısalık kriterlerini karşılaması gerekmektedir. Tüm bu sebeplerden dolayı bu çalışmada 'Bergen Shoppin Addictioan Scale' temel alınmıştır.

Geleneksel alışverişte kompulsif satın alma bozukluğu için kullanılan birçok ölçek bulunmaktadır (örn: Christo ve ark., 2003; Faber ve O'Guinn 1992; Maraz ve ark. 2015; Ridgway ve ark. 2008). Uzun zamandır kullanılanlardan biri Faber ve O'Guinn (1992) tarafından geliştirilendir. Ancak yakın zamanda Andreassen ve arkadaşları (2015) tarafından geliştirilen 'Bergen Shopping Addiction Scale **(**BSAS)' alanda bu davranışının ölçülmesi için önemli bir yere sahiptir ve teorik açıdan sağlam olduğu düşünülmektedir. Nitekim kompulsif satın alma davranışını göze çarpma (salience), ruh hali değişimi, çatışma, tolerans, tekrar, geri çekilme ve problem olmak üzere yedi boyutta ele alması ve yeni geliştirilen ölçeklerin bu ölçeği temel alması da bu fikri güçlendirmektedir.

Literatürde kompulsif satın alma davranışı üzerine araştırılmalar yürütülürken alanda aslında bu bozukluğun internet alışverişleri için de geçerli olabileceği düşünceleri yankılanmaya başlamıştır. Nitekim kompulsif satın alma davranışını ölçmek için çok daha güçlü psikometrik özelliklere sahip ölçeklere ihtiyaç duyulduğu fark edilmiştir (Andreassen ve ark., 2015). Özellikle çevrimiçi satın alma davranışını farklı açılardan değerlendiren yeni ölçekler geliştirilmesi şarttır. Bu eksikliği fark eden uzmanlar son zamanlarda konuya yönelmiş ve iki ayrı ölçek geliştirmiştir. Bunlardan ilki Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) tarafından 'The Compulsive Online Shopping Scale (COSS)'dir. Bu ölçek esasen BSAS ölçeğine 'çevrimiçi' ibaresi eklenerek ve 5'li olan derecelendirmenin 7'li likerte dönüştürülerek uyarlamış halidir. COSS ile yapılan çalışma sonucunda ölçeğin geçerli ve güvenilir bir araç olduğu raporlanmıştır. Ölçeğin her bir boyutunun Cronbach alfa değeri .94 ve .98 arasında değişmektedir. Öteki ölçme aracı ise Zhao, Tian ve Xin (2017) tarafından 'Online Shopping Addiction Scale' adıyla geliştirilmiştir. 5'li likert tipi olan ölçek COSS ile neredeyse aynı boyutlara sahiptir ve toplamda 18 maddeden oluşmaktadır. Geçerli ve güvenilir olduğu bulgulanan ölçeğin cronbach α değerinin . 90 ve. 95 arasında değiştiği raporlanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, yüksek lisans tezi kapsamında Türkiye örnekleminde internet ortamında yapılan alışverişler için kullanılacak BSAS'ın standardizasyon çalışmasını yapmaktır. Aynı zamanda faktör yapısını ve ölçeğin psikometrik özelliklerini belirlemektir.

Araştırmanın ilk adımı olan bu aşama toplam 272 kişi ile yürütülmüştür. Genel anlamda bu bölümde BSAS ölçeği çevrimiçi alışveriş yapan Türk yetişkin örnekleminde incelenmiş ve geçerlik güvenirlik analizi yapılmıştır.

Bu çalışmanın hipotezleri şöyledir:

1. Ölçeğin çevrimiçi alışverişlere uyarlanan Türkçe versiyonu geçerli bir ölçme aracıdır.
2. Ölçeğin çevrimiçi alışverişlere uyarlanan Türkçe versiyonu güvenilir bir ölçme aracıdır.
3. Ölçeğin iç güvenirlik değerleri kabul edilebilir seviyededir.
4. İnternet bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.
5. Dürtüsellik ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.
6. Materyalizm ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.
7. Yalnızlık ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.
8. Yaşam doyumu ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.
9. Depresyon-anksiyete-stres ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

BÖLÜM 3

ÇALIŞMA 1: YÖNTEM

3.1. Katılımcılar

Bu çalışmaya sırasıyla Ankara, İstanbul, İzmir başta olmak üzere Türkiye'deki 52 farklı ilden 272 gönüllü katılmıştır. Literatürde faktör yapıları güçlü ve belirgin olduğunda örneklem büyüklüğünün 100 ile 200 arasında olmasının yeterli olacağı ifade edilmiştir (Büyüköztürk, 2002). Buna karşın Kline (1994), güvenilir faktör yapıları elde edebilmek için faktörlerin açık ve az sayıda olduğu araştırmalarda 100; diğer durumlarda ise 200 kişilik örneklemin yeterli olabileceğini savunmuştur. Çalışmanın verileri internet ortamında toplanmıştır. Katılımcıların en az 18 yaşında olması ve yılda birden fazla internetten alışveriş yapıyor olması araştırmaya dahil olma kriteri olarak belirlenmiştir. Çalışmaya toplamda 194 kadın (%71.3) ve 78 erkek (%28.7) kişi katılmıştır. Yaş aralığı 18-54 arasındadır ve ortalama yaş 27.39 (SS = 8.62) dir. Ayrıca katılımcıların % 1.1 ilkokul mezunu (N = 3), % 1.1 ortaokul mezunu (N = 3) , % 12.1 lise mezunu (N = 33) , % 8.5 yüksek okul mezunu (N = 23), % 54.8 lisans mezunu (N = 149) ve % 18.0 lisansüstü mezunu (N = 49), % 4.4 doktora mezunudur (N = 12). Medeni halleri incelendiğinde; % 32.4 evli (N = 88), % 62.9 bekar (N = 171), %3.3 boşanmış (N = 9) ve % 1.5 diğer (N = 4) kategorisinde bulunmaktadır. Tablo 1'de katılımcıların sosyodemografik değişkenler ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına ilişkin örneklem özelliklerini göstermektedir.

Tablo 1. *Sosyodemografik Değişkenler ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Almaya İlişkin Örneklem Özellikleri*

	N	%	Mean	*SS*	Ranj
Yaş			27.39		18-54
Cinsiyet				8.62	
Kadın	194	71.3			
Erkek	78	28.7			
Eğitim					
İlkokul	3	1.1			
Ortaokul	3	1.1			
Lise	33	12.1			
Yüksek okul	23	8.5			
Lisans	149	54.8			
Lisansüstü	49	18.0			
Doktora	12	4.4			
Medeni hal					
Evli	88	32.4			
Bekar	171	62.9			
Boşanmış	9	3.3			
Gelir düzeyi					
Çok düşük	14	5.1			
Düşük	31	11.4			
Orta	192	70.6			
Yüksek	33	12.1			
Çok yüksek	2	0.7			
İnternet alışverişi sıklığı					
Yılda birkaç kez	134	49.3			
Birkaç ayda bir	77	28.3			
Aylık	45	16.5			
Haftalık	14	5.1			
Günlük	2	0.7			

3.2. Veri Toplama Araçları

Çalışmada veri toplamak amacıyla Demografik Bilgi Formu, Kompulsif Çevrimiçi Alışveriş Ölçeği (KÇSA), Young İnternet Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Form (YİBT-KF), UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği (UPPS), Materylizm Ölçeği (MÖ), University of California Los Angeles Yalnızlık Ölçeği- Kısa Form (UCLA-LS), Yaşam Doyumu Ölçeği (YDO) ve Depresyon-Anksiyete-Stres Ölçeği (DASS-21) kullanılmıştır.

3.2.1. Demografik Bilgi Formu. Form katılımcıların demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim, medeni hal, yaşadığı şehir, gelir düzeyi ve internet alışverişinin sıklığı) hakkında bilgi edinebilmek amacıyla kullanılmıştır.

3.2.2. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA). Andreassen ve arkadaşları tarafından (2015) geliştirilen 'Bergen Shopping Addiction Scale; BSAS)' adlı ölçeğin çevrimiçi satın alma davranışı için Türkçe'ye uyarlanmış halidir. Normalde kompulsif satın alma davranışını ölçen bu ölçek maddelerine 'çevrimiçi' ibaresi eklenmesiyle internetten yapılan kompulsif satın alma davranışlarının değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Orijinal ölçeğin cronbach alfa değer .87 olarak hesaplanırken, benzer yapıların ölçütleri (yakınsak geçerlilik) ve daha az farklı veya ilişkisiz yapıların ölçütleri (ayırıcı geçerlilik) ile korele olduğu görülmüştür (Nunnally ve Bernstein, 1994). 5'li likert ölçek tipinin kullanıldığı ölçekte toplam 28 soru bulunmaktadır. Yanıtlar (0= Kesinlikle Katılmıyorum, 7= Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde sıralanmıştır. Ölçek problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme, tolerans boyutlarından oluşmakta ve yapılan alışverişlerin kompulsif olup olmadığını belirlemek için kullanılmaktadır. Ölçekten en az 0, en çok 112 puan alınabilmektedir ve puanların artışı kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının seviyesiyle doğru orantılıdır. Bu çalışmada ise ölçeğin cronbach alfa değer .95 olarak bulunmuştur.

3.2.3. Young İnternet Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Form (YİBT-KF). İnternet bağımlılığı belirtilerinin ölçülmesi amacıyla Young (1998) tarafından geliştirilen ölçek daha sonra Pawlikowski, Altstötter-Gleichm ve Brand (2013) tarafından kısaltılarak yenilenmiştir. 5'li likert (1=Hiçbir zaman, 5=Çok sık) tipine sahiptir ve toplam 12 maddeden oluşmaktadır. İç tutarlık güvenilirlik katsayısı 0.85 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin ülkemizde geçerlik ve güvenirliği Kutlu, Savcı ve Demir (2016) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada kullanılan ölçeğin alfa değeri .88 bulunmuştur. Ayrca İnternet Bağımlılığı Ölçeği (r = 0.69, p<0.001), Problemli İnternet Kullanım Ölçeği (r = 0.56, p < 0.001), Ergenler için Akıllı Telefon Bağmlılığı Ölçeği- Kısa Formu (r = 0.59, p < 0.001) gibi ölçeklerle ölçüt bağlantı geeçrliğine sahip olduğu kanıtlanmıştır. Ölçekten alınan toplam puanın artması internet bağımlılığı düzeyinin arttığını göstermektedir.

3.2.4. UPPS Dürtüsel Davranış Ölçeği (UPPS). Ölçek, dürtüselliğin farklı boyutlarını değerlendirmek amacıyla Whiteside ve Lynam (2003) tarafından oluşturulmuştur. Toplam 45 sorudan oluşmakta ve 1-4 arasında likert tipi puanlanmaktadır. Sıkışıklık, tasarlama eksikliği, sebatsızlık ve heyecan arayışı şeklinde toplam 4 alt boyutu bulunmaktadır. Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Yargıç, Ersoy ve Oflaz (2011) tarafından yapılmış ve yapı geçerliği ile eşzamanlı geçerliğine sahip olduğu saptanmıştır. Bu çalışmada yalnızca içeriğe uygun olduğu düşünülen ve Cronbach alfa katsayısı .89 olarak hesaplanan 'sıkışıklık (olumsuz duygulanım ve stres karşısında sıkıntıdan kurtulmak için dürtüsel davranışa eğilim)' alt ölçeği kullanılmıştır

3.2.5. Materylizm Ölçeği (MÖ). Richins ve Dawson (1992) tarafından geliştirilen ölçek, materyalist eğilim düzeyini ölçmek amacıyla kullanılmaktadır. Türkiye'deki geçerlik ve güvenirlik çalışması Turan (2007) tarafından yapılmış ve yapı geçerliğine sahip olduğu belirlenmiştir. 5'li likert tipi sorulardan oluşan ölçekte sırasıyla 'başarı, merkeziyetçilik ve mutluluk' alt ölçekleri bulunmaktadır. Ancak çalışmamızda yalnızca 7 maddeden oluşan 'merkeziyetçilik' alt ölçeği kullanılmıştır. Alt ölçeğin Cronbach alfa katsayısı .61 olarak hesaplanmıştır.

3.2.6. UCLA-LS Yalnızlık Ölçeği (UCLA-LS). Russel, Peplau ve Ferguson (1978) tarafından geliştirilen ölçeğin daha sonra Hays ve DiMatteo (1987) tarafından kısa bir formu oluşturulmuştur. Bu formunun Türkçe versiyonu Yıldız ve Duy (2014) tarafından oluşturulmuştur. Tek boyut, 8 madde ve 4'lü likert tipi sorulardan oluşan ölçek yalnızlık hissinin düzeyini ölçmektedir ve Cronbach alfa değeri .84 olarak hesaplanmıştır. Ölçek UCLA Yalnızlık Ölçeği (ULS-20) ve UCLA Yalnızlık Ölçeği (ULS-4) ile yapılan kıyaslamalarda ölçeğin yapı ve ayırdedici geeçrliğe sahip olduğu belirtilmiştir. Ölçekten alınan toplam puanın yükselmesi yalnızlık duygusunun yoğunlaştığını göstermektedir.

3.2.7. Yaşam Doyumu Ölçeği (YDÖ). Genel yaşam doyumunu ölçmek amacıyla Diener, Emmons, Laresen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilen kendini değerlendirme aracıdır. 7'li likert tipi (1= hiç uygun değil, 7= çok uygun) olan ölçekte 5 madde bulunmaktadır. Dağlı ve Baysal (2016) ölçeğin Türkçe uyarlamasını yapmıştır. Bu bulgulara göre ölçeğin yapı geçerliğine sahip olduğu ve Cronbach alfa değerinin .88 olarak hesaplandığı görülmüştür. Ölçeğin bu çalışmada Cronbach alfa değeri .84 olarak bulunmuştur.

3.2.8. Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği (DASS-21). Lovibond ve Lovibond (1995) tarafından geliştirilen Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği (DASS-21)'nin 7 depresyon, 7 anksiyete ve 7 stres boyutlarını ele alan 21 maddelik kısa formu Brown, Chorpita, Korotitsch ve Barlow (1997) tarafından oluşturmuştur. Ölçeğin bu formunun Türkçe uyarlaması yakın zamanda Yılmaz, Boz ve Arslan (2017) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin güvenilir ve yapı geçerliğine sahip olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin '0=bana hiç uygun değil, 1=bana biraz uygun, 2=bana genellikle uygun ve 3=bana tamamen uygun, şeklinde 4'lü likert tipi bir derecelendirmesi mevcuttur. Toplamda elde edilen puanların yüksekliği depresyon, anksiyete ve stres alt boyutlarından hangilerinde sorun yaşadığını saptamaktadır. Bu çalışmada toplam skorlar ele alınacaktır ve ölçeğin Cronbach alfa değeri .92 olarak hesaplanmıştır.

3.4. İşlem

Orijinal ölçeği (BSAS) geliştiren ekipten gerekli onay ve izinler alındıktan sonra ölçeğin Türkçe uyarlama süreci başlamıştır. Öncelikle ölçek İngilizceye hakim üç kişi tarafından Türkçeye çevrilmiş ve danışman öğretim üyesi ile beraber yüksek lisans öğrencilerinden oluşan yedi kişilik ekip her bir madde için bu üç çeviriden en uygun olanını belirlenmiştir. Savaşır 'ın (1994) vurguladığı gibi uyarlanan ölçeğin kültür açısından da Türkçe'ye uygun bir şekle getirilmesi hedeflenmiştir. Ardından 20 kişiden oluşan bir grupla pilot çalışma yürütülmüştür. Verilen geribildirimler doğrultusunda anlam ve gramer olarak yanlış anlamalara müsait ve net olmayan ifadeler yeniden gözden geçirilmiştir. Daha sonra yargıcıdan gelen bildirim ve düzeltmeler doğrultusunda ölçme aracının son haline ulaşılmıştır.

Çalışma, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi etik komitesi tarafından onaylandıktan sonra, veri toplamaya yardımcı olan Google Forms aracılığıyla oluşturulan link sosyal medya hesaplarında gönüllü katılımcılar ile paylaşılmıştır. Veri toplama araçlarından önce katılımcılar çalışmanın amacı ve bilgilerin gizliliğine dair aydınlatılmış bir onam formuyla karşılaşmıştır. Katılımcılar çalışmaya gönüllü katıldıklarını onayladıktan sonra, araştırmanın amacı hakkında da bilgi verilmiştir.

3.5. Veri Analizi

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği'nin orijinal haliyle benzer faktör yapısına sahip olup olmadığını test etmek için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi ve hipotez testleri için Sosyal Bilimler için İstatistik Paket (SPSS) 24.0 (2017) sürümü kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri Cronbach alfa katsayılarının hesaplanmasıyla tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada kullanılan ölçekler ile KÇSA'nın alt ölçekleri (problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme, tolerans) arasındaki korelasyon katsayıları incelenmiştir.

BÖLÜM 4

ÇALIŞMA 1: BULGULAR

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen verilerin istatiksel analizleri yer almaktadır. Önce KÇSA'nın geçerlik ve güvenirlik çalışmasına dair veriler; ardından diğer ölçeklerle arasındaki korelasyon değerleri sunulmuştur.

4.1. KÇSA'nın Geçerlik Çalışmasına İlişkin Bulgular

KÇSA'nın geçerlik çalışması bağlamında ölçeğin yapı geçerliği incelenmiştir.

4.1.1. Yapı Geçerliği

Faktör analizi geçerlik çalışmaları için istatiksel bir teknik olarak kullanılmaktadır (Gorsuch, 1997). DeVellise'e (2016) göre faktör analizinin bir ölçeğin kaç boyutu olduğunu belirlemek, ölçekler arası varyasyonu açıklamak ve son olarak faktör içeriğini veya anlamlılığını tanımlamak gibi farklı görevler üstlenmektedir. Ayrıca ölçeklerin yapı geçerliğini ortaya koymada önemli bir rol üstlenmektedir (Stapleton, 1997). Dolayısıyla bu çalışmada açımlayıcı faktör analizinden faydalanılmıştır.

4.1.2. Açımlayıcı Faktör Analizi

Verilerin faktör analizi yapabilmek için uygun şartları sağlaması üzerine faktör yapısını belirlemek için açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Tabachnik ve Fidel (2001), yük değerleri 0.30 ve üstü olan maddelerin tanımlanan yapıyı ölçebildiği kabul etmektedir

(Tabachnik ve Fidel, 2001). Dolayısıyla yalnızca bu kriterlere sahip olan maddeler analize dahil edilmiştir. Öte yandan Kline (1994) 0.30 ve 0.60 arası faktör yüklerinin orta, 0.60 ve üstü değerlerin ise yüksek düzeyde olduğunu savunmaktadır. Çalışmada 27 maddenin yeterli nitelikte olduğu belirlenmiştir. Ancak kavramsal olarak uygun olmadığı düşünülen ve hem 1. faktöre hem de 4. faktöre .30 değerinde yüklenen ölçeğin birinci maddesi analizden çıkarılmıştır. Nitekim birden fazla faktörle ilişkili olan değişkenler binişik değişken olarak kabul edilmekte (Tabachncik ve Fidel, 2001) ve problem yaratabileceği için analizden atılması gerektiği kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2002). Tablo 2'de ölçeğe ait faktör yükleri sunulmuştur.

Öncelikle verilerin analize uygunluğunu değerlendirmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Katsayısı ve Barlett Küresellik Testi kullanılmıştır. Ortaya çıkan KMO değeri (.92) ve Barlett's Testi sonucu (X^2 =7207.63, df = 378, $p < .001$) verilerin temel bileşenler analizi için uygun olduğunu göstermiştir. Analizde en uygun faktör yapısına ulaşılabilmesi adına farklı faktör sayıları denenmiştir. Tabachncik ve Fidel (2001) bu sürecin uygun bir çözüme ulaşılıncaya kadar devam etmesi gerektiğini vurgulamış ve bu doğrultuda Direct Oblimin döndürme tekniği kullanılarak ölçeğin faktör dağılımı incelenmiştir. Sonuçta en uygun veri dağılımının faktör sayısı serbest bırakıldığında ortaya çıkan 5 faktörlü yapı olduğu görülmüştür. Bazı maddeler farklı faktörlerde yer alsa da ortaya çıkan yapının büyük oranda orijinaliyle örtüştüğü belirlenmiştir.

Faktör yeterliğini değerlendirmek için kullanılan en yaygın teknikler arasında özdeğer kuralı (Kaiser, 1960) ve çizgi grafiği (scree plot) vardır (Cattell, 1966). Bu bağlamda elde edilen faktör yapısı toplamda varyansın %74'ünü açıklamaktadır. Orijinalinde çatışma, problem ve nüks etme faktörleri ayrı boyutları oluştururken; kültürümüzde her üçü de tek bir faktörde birleşmiştir. Ölçeğin özgün hali göz önüne alındığında, faktör Türk yetişkin örneklemi bağlamında problem-çatışma-nüks olarak adlandırılmıştır. Orijinal formunda 'salience' isimli faktör ise 'düşünceyle meşgul olma' şeklinde uyarlanmıştır. Bunun yanı sıra duygu düzenleme, geri çekilme ve tolerans boyutlarının isimleri aynen çevrilmiştir. Oluşan yapıda birinci faktör 11 maddeden oluşmakta ve varyansın %49.98'unu, ikinci

faktör 3 maddeden oluşmakta ve varyansın % 11.37'sini, üçüncü faktör 4 maddeden oluşmakta ve varyansın % 4.90'ını,dördüncü faktör 4 maddeden oluşmakta ve varyansın % %4.58'ini, beşinci faktör ise 6 maddeden oluşmakta ve varyansın %.4.17'sini açıklamaktadır. Böylelikle açımlayıcı faktör analizi sonucunda 26 maddeden oluşan 5 faktörlü bir yapıya ulaşılmıştır. Tablo 2'de görüldüğü gibi birinci boyuttaki madde faktör yükleri .41 ve .88, ikinci boyuttaki madde faktör yükleri .65 ve .71, üçüncü boyuttaki madde faktör yükleri .84 ve .90, dördüncü boyuttaki madde faktör yükleri .72 ve .80 ve son olarak beşinci boyuttaki madde faktör yükleri .46 ve .75 arasında değişmiştir. Ölçeğin tamamında ise bu değerlerin .41 ve .88 arasında olduğu görülmüştür.

Özetle, bulgulara göre maddelerin 5 bileşende toplandığı sonuçların en iyi bulgulara sahiptir. Özellikle davranış bilimlerinde yüksek varyansların ortaya çıkması güç olabilirken, açıklanan toplam varyansın %74 olması ilgili yapının ne derece iyi ölçüldüğünün kanıtıdır (Büyüköztürk, 2002).

Tablo 2. *Açımlayıcı Faktör Analizine Göre Alt Faktörler ve Maddelere Göre Faktör Yükleri*

	Faktör 1 Problem-çatışma-nüks Alfa = .95 Varyans=% 49.98	Faktör 2 Düşünceyle meşgul olma Alfa = .78 Varyans= % 11.37	Faktör 3 Duygu düzenleme Alfa = .93 Varyans= % 4.90	Faktör 4 Geri çekilme Alfa = .87 Varyans = %4.58	Faktör 5 Tolerans Alfa = .90 Varyans = %.4.17
11. İnternetten alışveriş yapmam sebebiyle sevgilimi/ eşimi, ailemi ve arkadaşlarımı ihmal ederim.	**.89**				
12. İnternetten alışveriş yapmam sebebiyle genellikle diğerleriyle konuşmalarım tartışmayla biter.	**.87**				
10. İnternetten alışveriş yapmam sebebiyle hobilerime, boş zaman etkinliklerime, iş/okul ya da egzersizlerime daha az öncelik veririm.	**.82**				
20.İnternetten alışveriş yapmayı bir süreliğine kısıtlamayı başardım ama sonra bu alışkanlığım nüksetti.	**.71**				
19. İnternetten alışveriş yapmayı azaltmaya karar verdim ama henüz başaramadım.	**.70**				
9. O kadar fazla internetten alışveriş yapıyorum ki günlük yükümlülüklerim (ör: okul ve iş) olumsuz yönde etkileniyor.	**.69**				
26. İnternetten o kadar çok alışveriş yaparım ki, psikolojik sağlığımı bozar.	**.67**			-.34	
18. Başkaları tarafından internetten alışveriş yapmayı azaltmam gerektiği söylendi.	**.61**			-.31	
27. İnternetten alışveriş yapma sorunum hakkında o kadar çok endişelenirim ki, bazen beni uyku tutmaz.	**.65**			-.39	
17. İnternetten alışveriş yapmayı azaltmaya yönelik başarısız denemelerim oldu.	**.59**				
25. İnternetten o kadar çok alışveriş yaparım ki, parasal sorunlara sebep olur.	**.41**				
2.Her zaman internetten alışveriş yapmakla ilgili düşünürüm.		**.71**			
3.İnternetten alışveriş yapmayı düşünürken ya da planlarken çok fazla zaman harcıyorum.		**.69**			
4. İnternetten alışveriş yapmayla ilgili düşünceler aklıma gelir.		**.66**			

4.2. KÇSA'nın Güvenirlik Çalışmasına İlişkin Bulgular

Bu bölümde Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği'nin güvenirlik çalışması kapsamında iç tutarlık katsayısı ele alınmıştır.

4.2.1. İç Tutarlık Güvenirliği

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği'nin güvenirlik çalışması iç tutarlık katsayılarının hesaplanmasıyla elde edilmiş ve sonuçta Cronbach alfa değeri .95 olduğu saptanmıştır. Ayrıca problem-çatışma- nüks alt ölçeği için Cronbach alfa katsayısı .95, düşünceyle meşgul olma alt ölçeği için .78, duygu düzenleme alt ölçeği için .93, geri çekilme alt ölçeği için .87 ve tolerans alt ölçeği için .90 olarak hesaplanmıştır. Cortina (1993) Cronbach alfanın .60 - .80 arasında güvenilir; .80'den büyük olduğunda ise yüksek güvenilir olduğunu belirtmiştir. Buna göre alt faktörlerin ve testin istatistiksel olarak anlamlı ve güvenilir olduğu söylenebilmektedir.

4.3. KÇSA Alt Ölçeklerinin Korelasyonu

KÇSA'nın alt ölçekleri arasındaki korelasyon değerleri Tablo 4'te verilmiştir. Ölçeğin alt ölçeklerinin kendi arasındaki korelasyon değerleri .01 ile .89 arasında; diğer ölçeklerin korelasyon değerleri ise .01 ile .51 arasında değişmektedir.

4.4. Çalışmada Kullanılan Değişkenlerde Ortalama, Standart Sapma ve Minimum-Maksimum Değerleri

Çalışmada kullanılan ölçekler hakkında genel bilgi edinebilmek adına ortalama (mean), standart sapma (SS) ve Minimum (min) –Maksimum (maks) Değerleri hesaplanmıştır. Tablo 3 bu değerlere ait bulguları sunmaktadır.

Tablo 3. *Ölçeklerde Ortalama, Standart Sapma ve* Minimum-Maksimum Değerleri

Değişkenler	Mean	*SS*	Min	Maks
KÇSA	14.22	14.96	0	62
YİBT-KF	26.08	8.60	12	55
UCLA	12.40	4.40	7	27
UPPS	21.50	6.89	3	41
MÖ	19.21	4.00	11	31
YDO	21.40	6.83	5	35
DASS-21	15.59	13.43	0	93
KÇSA Alt Ölçekleri				
P-Ç-N	3.16	5.23	0	25
DMO	3.33	2.81	0	12
DD	2.94	3.63	0	16
GC	1.07	1.91	0	9
TLR	3.09	4.23	0	18

Not. YDÖ, Yaşam doyum ölçeği; YİBT-KF, Young internet bağımlılığı ölçeği; KÇSA, kompulsif çevrimiçi satın alma ölçeği; UCLA; UCLA yalnızlık ölçeği; MÖ, materyalizm ölçeği; UPPS, UPPS dürtüsellik ölçeği; DASS-21, depresyon, anksiyete- stres ölçeği; P-Ç-N, Problem-çatışma-nüks alt faktörü; DMO, Düşünceyle meşgul olma alt faktörü; DD, Duygu düzenleme alt faktörü; GC, Geri çekilme alt faktörü; TLR, Tolerans alt faktörü.

Tablo 4. *KÇSA Alt Faktörleri ile Kullanılan Diğer Ölçeklerin Korelasyonu*

	YDO	YİBT-KF	KÇSA	UCLA	MÖ	UPPS	DASS-21	P-Ç-N	DMO	DD	GC	TLR
YDO	-											
YİBT-KF	-.06	-										
KÇSA	.01	.19**	-									
UCLA	-.37**	.33**	-.01	-								
MÖ	.02	.32**	.20**	.05	-							
UPPS	-.14*	.41**	.07	.35**	.21**	-						
DASS-21	-.34**	.39**	.11	.55**	.19**	.51**	-					
P-Ç-N	-.11	.07	.84**	.01	.10	-.03	.10	-				
DMO	.05	.25**	.70**	.03	.15**	.11	.13*	.37**	-			
DD	.10	.15*	.80**	-.05	.23**	.11	.08	.51**	.57**	-		
GÇ	-.01	.13*	.76**	.00	.11	.01	.08	.66**	.41**	.50**	-	
TLR	.04	.22**	.89**	-.02	.23**	.14*	.08	.68**	.58**	.66**	.64**	-

Not 1. YDÖ, Yaşam doyum ölçeği; YİBT-KF, Young internet bağımlılığı ölçeği; KÇSA, kompulsif çevrimiçi satın alma ölçeği; UCLA; UCLA yalnızlık ölçeği; MÖ, materyalizm ölçeği; UPPS, UPPS dürtüsellik ölçeği; DASS-21, depresyon, anksiyete- stres ölçeği; P-Ç-N, Problem-çatışma-nüks alt faktörü; DMO, Düşünceyle meşgul olma alt faktörü; DD, Duygu düzenleme alt faktörü; GC, Geri çekilme alt faktörü; TLR, Tolerans alt faktörü.

Not 2. *0.05 düzeyinde anlamlı korelasyon
** 0.01 düzeyinde anlamlı korelasyon

BÖLÜM 5

ÇALIŞMA 1: TARTIŞMA

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA), Andreassen ve arkadaşları tarafından (2015) geliştirilen Bergen Shopping Addiction Scale (BSAS)'ın çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanarak oluşturulan bir versiyonudur. Bu davranışı ölçmeyi amaçlayan ölçme aracının, Türk kültüründe geçerli ve güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır.

BSAS'ın çevrimiçi alışverişler için uyarlanan Türkçe versiyonunda 5 faktörlü bir yapı oluşmuştur. Bu bulgu, BSAS'ın 7 faktörlü yapısıyla yüksek oranda örtüşmektedir. Fakat bu yapı her iki faktöre de aynı büyüklükte yüklenen (problem-çatışma-nüks= .30 ve duygudurum düzenleme=.30) maddenin (1. İnternetten alışveriş yapmak hayatımdaki en önemli şeydir.) analizlerden çıkarılmasıyla elde edilmiştir. Nitekim ölçek tutarlılığı başka herhangi bir yöntemle iyileştirilememiştir. KÇSA'nın duygudurum düzenleme, düşünceyle meşgul olma, tolerans ve geri çekilme faktörleri BSAS'da olduğu gibi kendi boyutlarına yüklenirken; orijinalinde geri çekilme (24. Son internet alışverişimin üzerinden zaman geçtiyse, çevrimiçi alışveriş yapmak için güçlü bir dürtü hissederim.) ve problem (28. İnternette yaptığım alışverişlerim yüzünden vicdanen rahatsız olurum.) boyutunda yer alan iki madde KÇSA'da tolerans boyutunda yer almıştır. Madde içerikleri incelendiğinde, 24. maddenin doğrudan tolerans geliştirmekle de ilişkisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla örneklemde bu özellik ön plana çıktığı için madde tolerans boyutuna yüklenmiştir. 28. maddenin ise katılımcıların verdiği yanıtlarından kaynaklanan sebeplerle bu boyuta yüklendiği düşünülmüştür. Diğer yandan, KÇSA'da problem, çatışma ve nüks boyutları maddeleri birlikte farklı bir yapı oluşturmuş ve tek bir faktöre yüklenmiştir. Bu bulgunun, kültürümüzde yaşanılan çatışma, problem ve diğer rahatsız edici durumlara karşı gösterilen ortak bakış açısıyla (Toprak, Şentürk ve Kılıç, 2017) ilgili olabileceği düşünülmüştür.

Bununla beraber çalışmada ölçek güvenirliği de sorgulanmıştır. KÇSA'nın Cronbach alfa iç tutarlık katsayıları problem-çatışma- nüks alt ölçeği için .95, düşünceyle meşgul olma alt ölçeği için .78, duygu düzenleme alt ölçeği için .93, geri çekilme alt ölçeği için .87 ve tolerans alt ölçeği için .90'dır.Sonuç olarak, 27 maddeye ile değerlendirilen KÇSA'nın varyansın toplam %74'ünü açıklayan yüksek seviyede güvenilir bir ölçme aracı olduğu kanıtlanmıştır.

KÇSA'nın psikometrik özelliklerinin uygun ve yeterli olduğu saptansa da çalışmanın bazı sınırlılıkları mevcuttur. Bunlardan ilki katılımcı özellikleridir. Katılımcıların çoğunun normal popülasyondan olması kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının doğasına dair detaylı bilgilere ulaşılamamasına ve düşük seviyeli korelasyon ilişkilerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Öyle ki çoğu kişide kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı görülmemekte ya da hafif seviyede bulunmaktadır. Dolayısıyla psikometrik anlamlılığı desteklemek veya alternatif bir form geliştirmek için klinik örneklemin ele alındığı daha ileri araştırmalara ihtiyaç vardır. Ayrıca faktör yapısı hakkında daha ayrıntılı bilgilere sahip olmak adına gelecekte doğrulayıcı faktör analizinin uygulandığı çalışmaların yapılması tavsiye edilmektedir. Bir diğer kısıtlılık, internet ortamında yürütülen bu araştırmada katılımcılarla tekrar iletişime geçme sorunu test-tekrar test uygulaması yapılmasına engel olmuştur. Bu nedenle ileride yapılacak çalışmalarda test-tekrar test uygulanarak ölçek tutarlığının değerlendirilmesi önerilmektedir.

Sonuç olarak KÇSA, BSAS'ı Türkçe'ye uyarlayarak kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını ele alan ilk çalışmadır. Araştırma sonuçları ülkemizde bu davranışın yaygın olmadığını göstermiştir. Öte yandan, kullanılan diğer tüm değişkenlerle olması beklenen korelasyon kültürümüzde sadece internet bağımlılığı ve materyalizm arasında saptanmıştır. Nitekim internet bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında söz konusu ilişkinin varlığı daha önce Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) tarafından da ispatlanmıştır. Bu noktada internet bağımlılığının yaşanılan problemler için bir kaçış yolu olduğu bilgisi doğrulanmıştır (Young, 2004). Bununla beraber materyalizm ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasındaki ilişkinin varlığı da çoğu araştırma tarafından

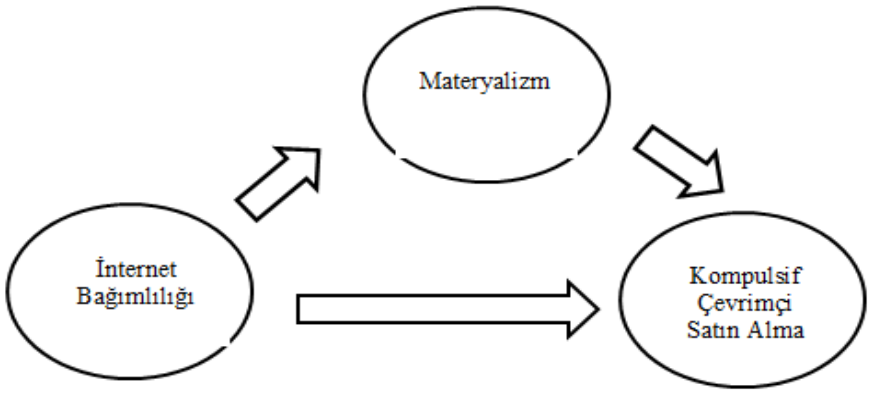
kabul görmüş ve birçoğuyla tutarlı veriler sunmuştur (d'Astous, 1990; DeSarbo ve Edwards, 1996; Dittmar, 2005; Dittmar, Beattie ve Friese,1996; Johnson ve Attmann, 2009; Kellett ve Bolton, 2009; Mowen ve Spears, 1999; O'Guinn ve Faber, 1989; Roberts, Manolis ve Tanner, 2003; Xu, 2008; Yurchisin ve Johnson, 2004). Bu sebeple kişilerde materyalisttik özellikler arttıkça daha çok para harcayacağı ve çevrimiçi satın alma davranışında bulunacağı düşünülmüştür. Bir başka deyişle, materyalisttik eğilimler arttıkça satın alma davranışının da aynı oranda artacağı savunulmuştur (Ger ve Belk, 1996; Watson, 2003). Özetle, güçlü psikometrik özelliklere sahip olduğu belirlenen ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını değerlendirmek için kullanılacak bu ölçme aracının, davranış doğasının anlaşılmasında ve tedavisinde gelişmekte olan literatüre katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

BÖLÜM 6

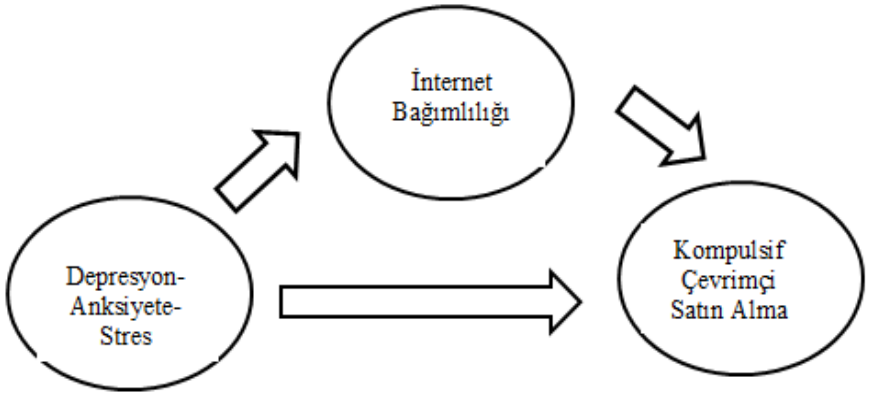
ÇALIŞMA 2

Çalışma 1'de belirtildiği gibi bu çalışmanın amacı, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon-anksiyete ve stres arasındaki ilişkileri incelemektir. Araştırmada veri toplama araçları ve işlem süreci Çalışma 1 ile aynıdır. Bu nedenle bu bölümlere yeniden yer verilmemiştir. Çalışma 2'ye ait hipotez modelleri aşağıdaki gibidir:

(1)



(2)



BÖLÜM 7

ÇALIŞMA 2: YÖNTEM

7.1. Katılımcılar

Bu çalışmada Türkiye genelinden katılımcı yer almıştır. Başta Ankara, İstanbul, İzmir, Bursa ve Konya başta olmak üzere 65 ilden 578 gönüllü kişi katılmıştır. Katılımcıların katılım şartları ilk çalışmayla aynı tutulmuştur. Örneklem toplamda 404 kadın (% 69.9) ve 174 erkek (%30.1) çevrimiçi satın alma davranışında bulunan kişilerden oluşmaktadır. Yaş aralığı 18-54 arasında olmakla birlikte, ortalama yaş 27.90'dır (SS = 7.51). Katılımcıların eğitim seviyeleri şu şekildedir, % 0.5 ilkokul mezunu (N = 3) ,0.5 % ortaokul mezunu (N = 3) ,6.4 lise mezunu (N = 37) , % 6.7 yüksek okul mezunu (N = 39), % 51.9 lisans mezunu (N = 300), % 27.0 lisansüstü mezunu (N = 156) ve % 6.9 doktora mezunudur (N = 40). Medeni halleri incelendiğinde % 31.7 evli (N = 183), % 64.0 bekar (N = 370), %2.4 boşanmış (N = 14) ve % 1.9 diğer (N = 11) kategorisinde yer aldığı görülmektedir. Gelir düzeyleri % 6.7 çok düşük (N = 39), % 12.1 düşük (N = 70), % 65.1 orta (N = 376), % 15.4 yüksek (N = 89) ve % 0.7 çok yüksek (N = 4) şeklindedir. Tablo 5'te katılımcıların sosyodemografik bilgileri ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına ilişkin örneklem özellikleri bulunmaktadır.

Tablo 5. *Sosyodemografik Değişkenler ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Almaya İlişkin Örneklem Özellikleri*

	N	%	Mean	*SS*	Ranj
Yaş			27.9	7.51	18-54
Cinsiyet					
Kadın	404	69.9			
Erkek	174	30.1			
Eğitim					
İlkokul	3	0.5			
Ortaokul	3	0.5			
Lise	37	6.4			
Yüksekokul	39	6.7			
Lisans	300	51.9			
Lisansüstü	156	27.0			
Doktora	40	6.9			
Medeni Hal					
Evli	183	31.7			
Bekar	371	64.2			
Boşanmış	13	2.2			
Diğer	11	1.9			
Şehir					
Ankara	181	31.3			
İstanbul	72	12.5			
İzmir	25	4.3			
Bursa	15	2.6			
Konya	14	2.4			
Diğer	164	53.7			

Tablo 5. *(devam)*

	N	%	Mean	SS	Ranj
Gelir düzeyi					
Çok düşük	25	8.2			
Düşük	39	12.7			
Orta	184	60.1			
Yüksek	56	18.3			
Çok yüksek	2	0.7			
İnternet alışverişi sıklığı					
Yılda birkaç kez	125	40.8			
Birkaç ayda bir	98	32.0			
Aylık	63	20.6			
Haftalık	16	5.2			
Günlük	4	1.3			

BÖLÜM 8

ÇALIŞMA 2: BULGULAR

8.1. Çalışmada Yer Alan Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri

Tablo 6 Çalışma 2'nin örneklem büyüklüğü, ortalama, standart sapma ve minimum-maksimum değerleri hakkında bilgi sunmaktadır.

Tablo 6. *Ölçeklerde Ortalama, Standart Sapma ve* Minimum-Maksimum Değerleri

	Ortalama	*SS*	Min	Maks
KÇSA	15.65	17.27	0	82
YDO	20.88	6.92	5	35
YIBT-KF	26.61	8.54	12	55
UCLA	13.96	5.06	7	31
UPPS	21.79	6.92	3	44
MÖ	14.98	4.65	6	30
DASS-21	16.94	14.17	0	93

Not. KÇSA, kompulsif çevrimiçi satın alma ölçeği; YDO, Yaşam doyum ölçeği; YİBT-KF, Young internet bağımlılığı ölçeği; UCLA, UCLA yalnızlık ölçeği; UPPS, UPPS dürtüsellik ölçeği; MÖ, materyalizm ölçeği; DASS-21, depresyon, anksiyete- stres ölçeği.

8.2. Çalışmada Yer Alan Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizleri

Çalışmada yer alan değişkenlerin korelasyon katsayılarını görebilmek için Pearson korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 7'de sunulmuştur.

Eğitim düzeyi incelendiğinde gelir düzeyi (r = .13, p < .01), alışveriş sıklığı (r = .09, p < .01) ve yaşam doyumu (r = .09, p < .01) değişkeni arasında pozitif yönlü ilişki görülmüştür.

Gelir düzeyi değişkeni icelendiğinde alışveriş sıklığı (r = .24, p < .01) ve yaşam doyumu (r = .34, p < .01) ile pozitif yönlü ilişki göstermesine rağmen; yalnızlık (r = -.25, p < .01), dürtüsellik (r = -.10, p < .01) ve depresyon-anksiyete-stres (r = -.21, p < .01) ile negatif yönlü ilişki göstermiştir.

Alışveriş sıklığı değişkeni incelendiğinde kompulsif çevrimiçi satın alma (r = .36, p < .01), yaşam doyumu (r = .19, p < .01) ve materyalizm (r = .10, p < .01) arasında pozitif; yalnızlık (r = -.12, p < .01) ile negatif bir ilişki görülmüştür.

Kompulsif çevrimiçi satın alma değişkeni incelendiğinde internet bağımlılığı (r = .32, p < .01), yalnızlık (r = .11, p < .01), dürtüsellik (r = .21, p < .01), depresyon-anksiyete-stres (r = .20, p < .01) ve materyalizm (r = .37, p < .01) ile pozitif yönlü ilişki göstermiştir.

Yaşam doyumu değişkeni incelendiğinde internet bağımlılığı (r = -.13, p < .01), yalnızlık (r = -.37, p < .01), dürtüsellik (r = -.22, p < .01) ve depresyon-anksiyete-stres (r = -.39 , p < .01) ile negatif yönlü ilişki göstermiştir.

İnternet bağımlılığı değişkeni incelendiğinde yalnızlık (r = .31, p < .01) ve materyalzm (r = -.37, p < .01) ile pozitif yönlü ilişki göstermiştir.

Yalnızlık değişkeni incelendiğinde dürtüsellik (r = .38, p < .01), depresyon-anksiyete-stres (r = .53 , p < .01) ve materyalizm (r = .10 , p < .01) ile pozitif yönlü ilişki gösterdiği görülmüştür.

Dürtüsellik değişkeni incelendiğinde depresyon-anksiyete-stres (r = .53 , p < .01) ve materyalizm (r = .33 , p < .01) ile pozitif yönlü ilişki gösterdiği görülmüştür.

Depresyon-anksiyete-stres değişkeni incelendiğinde materyalizm ile (r = .21 , p < .01) pozitif yönlü bir ilişki gösterdiği görülmüştür.

Tablo 7. *Çalışmada Yer Alan Değişkenlerin Korelasyon Analizleri*

	YDO	YİBT-KF	KÇSA	UCLA	MÖ	UPPS	DASS-21
YDO	-						
YİBT-KF	-.13**	-					
KÇSA	-.05	.32**	-				
UCLA	-.37**	.31**	.11**	-			
MÖ	-.01	.37**	.37**	.10*	-		
UPPS	-.22**	.39	.21**	.38**	.33**	-	
DASS-21	-.39**	.35	.20**	.53**	.21**	.53**	-

Not 1. Yaşam doyum ölçeği; YİBT-KF, Young internet bağımlılığı ölçeği; KÇSA, kompulsif çevrimiçi satın alma ölçeği; UCLA; UCLA yalnızlık ölçeği; MÖ, materyalizm ölçeği; UPPS, UPPS dürtüsellik ölçeği; DASS-21, depresyon, anksiyete- stres ölçeği

Not 2. *0.05 düzeyinde anlamlı korelasyon
** 0.01 düzeyinde anlamlı korelasyon

8.3. Çalışma Değişkenleri Açısından Grup Karşılaştırmaları

Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının bazı demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini daha iyi anlayabilmek için Bağımsız örneklem t-test ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

8.3.1. Cinsiyete Göre Kompulsif Çevrmiçi Satın Alma Davranışı: T Test

Bireylerde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının kadınlar (N = 404) ve erkekler (N = 174), arasında anlamlı fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t test analizi sonuçlarına göre; kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur t(576) = 1.77, p >.05.

8.3.2. Medeni Hal Durumuna Göre Kompulsif Çevrmiçi Satın Alma Davranışı: T Test

Çalışmada medeni hal değişkeni evli (N = 183) ve bekar (N = 370) olmak üzere 2 grup şeklinde ele alınmıştır. Medeni hal durumuna göre çalışma değişkenlerinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t test analizi yapılmıştır.

Medeni hal durumuna göre yaşam doyumu puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-test sonuçlarına göre; yaşam doyumunun medeni hal durumuna göre anlamlı bir fark göstermediği bulunmuştur, t(551) = 2.87, p > .05.

Medeni hal durumuna göre internet bağımlılığı puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-test sonuçlarına göre; internet bağımlılığının medeni hal durumuna göre anlamlı bir fark gösterdiği bulunmuştur, t(549) = -4.43, p < .05.

Bekar olanların (*M* = 27.67) evli olanlara (*M* = 24.38) göre internet bağımlılığı puanları daha yüksektir.

Yine benzer şekilde medeni hal durumuna göre kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-test sonuçlarına göre; kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının medeni hal durumuna göre anlamlı bir fark göstermediği bulunmuştur, t(551) = 0.59, p > .05.

Medeni hal durumuna göre yalnızlık puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-test sonuçlarına göre; yalnızlığın medeni hal durumuna göre anlamlı bir fark göstermediği bulunmuştur, t(551) = -3.90, p > .05.

Medeni hal durumuna göre materyalizm puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-test sonuçlarına göre; materyalizmin medeni hal durumuna göre anlamlı bir fark göstermediği bulunmuştur, t(551) = -1.98, p > .05.

Medeni hal durumuna göre dürtüsellik puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-test sonuçlarına göre; dürtüselliğin medeni hal durumuna göre anlamlı bir fark gösterdiği bulunmuştur, t(551) = -3.65, p < .01. Bekar olanların (*M* = 22.51) evli olanlara (*M* = 20.27) göre dürtüsellik puanları daha yüksektir.

Medeni hal durumuna göre depresyon-anksiyete-stres puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-test sonuçlarına göre; depresyon-anksiyete-stres değişkeninin medeni hal durumuna göre anlamlı bir fark göstermediği bulunmuştur, t(550) = -5.03, p >. 05.

8.3.3.Eğitim Durumuna Göre Çalışma Değişkenlerinin Farklılıkları: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Eğitim durumuna göre çalışma değişkenlerinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Eğitim durumu değişkeninde daha doğru veriler elde edebilmek adına okur yazar olmayan, ilkokul, ortaokul, lise ve yüksek okul 1.grup (N = 82) lisans 2. grup (N = 300), lisansüstü ve doktora ise 3. Grup (N = 196) olarak belirlenmiştir. Yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre; eğitim durumuna göre yaşam doyumu F(2,575) = 1.06, p >. 05; internet bağımlılığı F(2,575) = 1.65, p > .05; kompulsif çevrimiçi satın alma F(2,575) = 2.60, p > .05; yalnızlık F(2,575) = 1.16, p > .05; dürtüsellik F(2,575) = .60, p > .05; materyalizm F(2,575) = .67, p > .05 ve son olarak depresyon-anksiyete-stres F(2,575) = 1.33, p > .05 puanlarında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.

8.3.4.Gelir Durumuna Göre Çalışma Değişkenlerinin Farklılıkları: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Gelir düzeyleri farklı olan bireyler arasında kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Gruplar arası kişi sayısındaki farklılıktan dolayı daha doğru veriler elde edebilmek adına çok düşük ile düşük; çok yüksek ile yüksek gelir düzeyleri birleştirilerek düşük (N = 109), orta (N = 376) ve yüksek (N = 93) olmak üzere 3 grup oluşturulmuştur. Yapılan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre; gelir düzeyine göre; gelir durumu açısından internet bağımlılığı F(2,575) = 1.11, p > .05; kompulsif çevrimiçi satın alma F(2,575) = 2.18, p > .05; dürtüsellik F(2,575) = 2.65, p > .05 ve materyalizm F(2,575) = 1.89, p > .05 puanları istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermemiştir.

Gelir düzeylerine göre yaşam doyumu seviyesinin anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür, F(2,575) = 44.35, p < .05. Bu farklılığın hangi gelir düzeyleri arasında

olduğunu anlayabilmek amacıyla Tukey post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, yüksek gelirli bireylerin (*M* = 25.11, *SS* = 5.65) hem düşük (*M* = 16.58, *SS* = 7.25) hem de orta gelirli (*M* = 21.08, *SS* = 6.39) bireylere göre yaşam doyumu puanları daha yüksektir. Yine orta gelirli (*M* = 21.08, *SS* = 6.39) bireyler düşük gelirli (*M* = 16.58, *SS* = 7.25) bireylere göre yaşam doyumu puanları anlamlı bir şekilde daha yüksektir.

Gelir düzeylerine göre yalnızlık hissinin anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür, $F(2,575) = 19.34$, $p < .05$. Bu farklılığın hangi gelir düzeyleri arasında olduğunu anlayabilmek amacıyla Tukey post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, düşük gelirli (*M* = 15.79, *SS* = 5.39) bireylerin hem yüksek (*M* = 11.49, *SS* = 3.92) hem de orta gelirli (*M* = 13.63, *SS* = 4.97) bireylere göre yalnızlık puanları daha yüksektir. Yine orta gelirli (*M* = 13.63, *SS* = 4.97) bireyler yüksek gelirli (*M* = 11.49, *SS* = 3.92) bireylere göre yalnızlık puanları anlamlı bir şekilde daha yüksektir.

Gelir düzeylerine göre depresyon-anksiyete-stres seviyesinin anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür, $F(2,575) = 12.29$, $p < .05$. Bu farklılığın hangi medeni haller arasında olduğunu anlayabilmek amacıyla Tukey post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, düşük gelirli (*M* = 22.38, *SS* = 14.20) bireyler hem orta (*M* = 16.28, *SS* = 13.97) hem de yüksek gelirli (*M* = 13.12, *SS* = 13.18) bireylere göre anlamlı bir şekilde daha fazla depresyon-anksiyete-stres yaşamaktadır. Tüm değişkenlerin, gelir durumuna göre ortalama, standart sapma ve anlamlılık değerleri Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8. *Gelir Durumuna Göre Çalışma Değişkenleri Arasındaki Farklılıklar*

	Düşük (*N*=109)		Orta (*N*= 376)		Yüksek (*N*=93)		
	M	SS	M	SS	M	SS	*p*
YDO	16.58[a]	7.25	21.08[b]	6.39	25.11[c]	5.65	.00
YİBT-KF	26.93[a]	7.15	26.48[a]	8.83	26.58[a]	8.85	.89
KÇSA	14.27[a]	17.94	15.24[a]	16.75	18.97[a]	18.33	.11
UCLA	15.79[a]	5.39	13.63[b]	4.97	11.49[c]	3.92	.00
MÖ	14.23[a]	4.60	15.11[a]	4.59	15.37[a]	4.88	.15
UPPS	23.16[a]	7.40	21.52[a]	6.61	21.30[a]	7.42	.07
DASS-21	22.38[a]	14.20	16.28[bc]	13.97	13.12[c]	13.18	.00

Not. Yaşam doyum ölçeği; YİBT-KF, Young internet bağımlılığı ölçeği; KÇSA, kompulsif çevrimiçi satın alma ölçeği; UCLA; UCLA yalnızlık ölçeği; MÖ, materyalizm ölçeği; UPPS, UPPS dürtüsellik ölçeği; DASS-21, depresyon, anksiyete- stres ölçeği

8.3.5.Alışveriş Sıklığına Göre Çalışma Değişkenlerinin Farklılıkları: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

İnternetten yapılan alışveriş sıklığına göre çalışma değişkenlerinin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Alışveriş sıklığı yılda birkaç kez olanlar (N = 259) nadir kategorisi altında 1.grup, birkaç ayda bir olanlar (N = 175) bazen kategorisi altında 2.grup ve aylık (N = 108), haftalık (N = 30) ve günlük (N = 6) alışveriş yapanlar ise sık kategorisi altında 3. grup olarak belirlenmiştir. Analiz sonuçlarında, alışveriş sıklığına göre internet bağımlılığı $F(2,575) = 1.03$, $p > .05$; materyalizm $F(2,575) = 2.09$, $p > .05$ ve depresyon-anksiyete-stres $F(2,575) = 1.27$, $p > .05$ puanlarında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.

Çevrimiçi alışveriş sıklığı göre yaşam doyumunun anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür, F(2,575) = 11.84, p < .05. Bu farklılığın hangi çevrimiçi alışveriş sıklıkları arasında olduğunu anlayabilmek amacıyla Tukey post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, sıklıkla (*M* = 22.97, *SS* = 6.12) çevrimiçi alışveriş yapan bireylerin hem nadir (*M* = 19.55, *SS* = 7.21) hem de bazen (*M* = 21.13, *SS* = 6.69) çevrimiçi alışveriş yapan bireylere göre yaşam doyumu puanları daha yüksektir. Yine bazen (*M* = 21.13, *SS* = 6.69) çevrimiçi alışveriş yapan bireylerin nadir yapan (*M* = 19.55, *SS* = 7.21) bireylere göre yaşam doyumu puanları anlamlı bir şekilde daha yüksektir.

Çevrimiçi alışveriş sıklığı göre kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür, F(2,575) = 45.46, p <. 05. Bu farklılığın hangi çevrimiçi alışveriş sıklıkları arasında olduğunu anlayabilmek amacıyla Tukey post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, sıklıkla çevrimiçi alışveriş yapan (*M* = 26.19, *SS* = 20.62) bireylerin hem nadir (*M* = 10.31, *SS* = 13.42) hem de bazen (*M* = 14.90, *SS* = 15.43) çevrimiçi alışveriş yapan bireylere göre daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulunmaktadır. Yine bazen (*M* = 14.90, *SS* = 15.43) çevrimiçi alışveriş yapan bireylerin nadir yapan (*M* = 10.31, *SS* = 13.42) bireylere göre daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulunduğu saptanmıştır.

Çevrimiçi alışveriş sıklığı göre yalnızlık hissinin anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür, F(2,575) = 4.56, p < .05. Bu farklılığın hangi çevrimiçi alışveriş sıklıkları arasında olduğunu anlayabilmek amacıyla Tukey post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, nadir (*M* = 14.24, *SS* = 5.30) çevrimiçi alışveriş yapan bireyler bazen (*M* = 13.71, *SS* = 4.64) ve sıklıkla (*M* = 12.67, *SS* = 4.98) çevrimiçi alışveriş yapan bireylere göre daha fazla yalnızlık hissi yaşamaktadır.

Materyalizm ile çevrimiçi alışveriş sıklığı arasında anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur, F(2,575) = 19.34, p < .05. Bu farklılığın hangi çevrimiçi alışveriş sıklıkları arasında olduğunu anlayabilmek amacıyla Tukey post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, sıklıkla (*M* = 15.94, *SS* = 5.35) çevrimiçi alışveriş yapan bireyler nadir (*M* = 14.68, *SS* =

4.41) ve bazen (*M* = 14.63, *SS* = 4.28) yapanlara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek materyalisttik eğilime sahiptir.

Dürtüsellik ile çevrimiçi alışveriş sıklığı arasında anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur, F(2,575) = 6.98, p < .05. Bu farklılığın hangi medeni haller arasında olduğunu anlayabilmek amacıyla Tukey post-hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre, bazen çevrimiçi alışveriş yapan (*M* = 20.18, *SS* = 5.95) bireyler nadir (*M* = 22.56, *SS* = 6.71) ve sıklıkla (*M* = 22.37, *SS* = 8.01) yapan bireylere göre daha az dürtüsel davranışlarda bulunmaktadır.

Tablo 9. *Çevrimiçi Alışveriş Sıklığına Göre Çalışma Değişkenleri Arasındaki Farklılıklar*

	Nadir (yılda birkaç kez) (*N*=259)		Bazen (birkaç ayda bir) (*N*= 175)		Sık (aylık, haftalık, günlük) (*N*=144)		
	M	SS	M	SS	M	SS	*p*
YDO	19.55[a]	7.21	21.13[b]	6.69	22.97[c]	6.12	.00
YİBT-KF	26.52[a]	8.51	25.96[a]	8.21	27.46[a]	8.91	.29
KÇSA	10.31[a]	13.42	14.90[b]	15.43	26.19[c]	20.62	.00
UCLA	14.24[a]	5.30	13.71[ab]	4.64	12.67[b]	4.98	.01
MÖ	14.68[a]	4.41	14.63[a]	4.28	15.94[b]	5.35	.01
UPPS	22.56[a]	6.71	20.18[b]	5.95	22.37[a]	8.01	.00
DASS-21	18.29[a]	14.71	16.05[a]	13.38	16.92[a]	14.16	.10

Not. Yaşam doyum ölçeği; YİBT-KF, Young internet bağımlılığı ölçeği; KÇSA, kompulsif çevrimiçi satın alma ölçeği; UCLA; UCLA yalnızlık ölçeği; MÖ, materyalizm ölçeği; UPPS, UPPS dürtüsellik ölçeği; DASS-21, depresyon, anksiyete- stres ölçeği

8.4.Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışını Yordayan Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi

Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını yordayan değişkenleri test edebilmek amacıyla regresyon analizi uygulanmış ve kompulsif çevrimçi satın alma davranışı bağımlı değişken olarak atanmıştır. Yapılan hiyerarşik regresyon analizi kapsamında ilk aşamada dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkeni ve ikinci aşamada internet bağımlılığı ve son olarak üçüncü aşamada ise materyalizm değişkenleri analize alınmıştır. Bu değişkenler daha önce kompulsif çevrimiçi satın alma değişkeni ile anlamlı korelasyon gösteren değişkenler arasından seçilmiştir (Büyüköztürk, 2014) ve sıralama farklı analiz denemeleri ve kompulsif çevrimçi satın alma davranışıyla gösterilen korelasyon değerlerine bakılarak belirlenmiştir.

Analizde ilk aşamada ele alınan dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkenidir. Dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkeninin kompulsif çevrimçi satın alma davranışını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yordadığı belirlenmiştir, $R=.23$, $R^2=.05$, $F(2,574) = 16.40$, $p < 0.01$. Bu değişkenlerin açıklanan varyansa %5 katkı sağladığı görülmüştür. Sonuçta dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkenlerinin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu saptanmıştır, $\beta=.14, t(576) = 2.87, p < 0.01$; $\beta = .13, t(576) = 2.72, p < 0.01$.

İkinci aşamada ise internet bağımlılığı değişkeni hiyerarşik regresyon analizine dahil edilmiştir. Dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkenleri kontrol edildiğinde internet bağımlılığı değişkeninin kompulsif çevrimçi satın alma davranışını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yordadığı görülmüştür, $R = 0.34$, $R^2 = 0.12$, $F(1,573) = 40.84$, $p < 0.01$. Dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkenleri kontrol edildiğinde internet bağımlılığının kompulsif çevrimçi satın alma davranışına % 7 katkı sağlayarak daha önce açıklanan toplam varyansı %12 ‘ye yükseltmiştir.

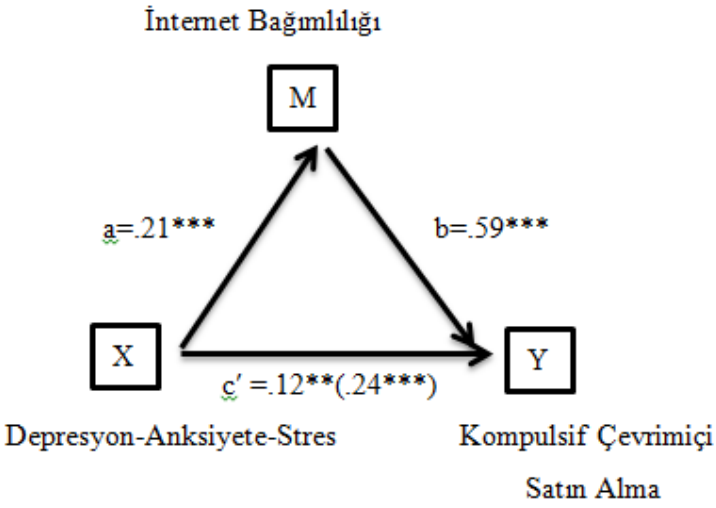
Son olarak üçüncü aşamada materyalizm değişkeni hiyerarşik regresyon analizine dahil edilmiştir. Dürtüsellik, depresyon-anksiyete-stres ve internet bağımlılığı değişkenleri kontrol edildiğinde materyalizm değişkeninin kompulsif çevrimçi satın alma davranışını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde yordadığı görülmüştür, $R = 0.43$, $R^2 = 0.18$, $F(1,572) = 47.65$, $p < 0.01$. Dürtüsellik, depresyon-anksiyete-stres ve internet bağımlılığı değişkenleri kontrol edildiğinde materyalizmin kompulsif çevrimçi satın alma davranışına % 6 katkı sağlayarak daha önce açıklanan toplam varyansı %18'e yükseltmiştir. Bulgular incelendiğinde, internet bağımlılığı ve materyalizm değişkenlerinin kompulsif çevrimçi satın alma davranışı üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu ortaya çıkmıştır, $\beta = .19, t(572) = 4.43$, $p < 0.01$; $\beta = .29$, $t(572) = 6.90$, $p < 0.01$. Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. *Kompulsif Çevrimçi Satın Alma Davranışının Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları*

Model	Yordayıcı	F	df	β	t	Kısmi Korelasyon (pr)	Model R^2
1.	Sabit	11.02**	3		2.17*		.05
	Dürtüsellik			.14	2.87**	.12	
	Depresyon-Anksiyete-Stres			.13	2.72**	.11	
2.	Sabit	19.05**	4		-1.58		.12
	Dürtüsellik			.06	1.29	.05	
	Depresyon-Anksiyete-Stres			.07	1.50	.06	
	İnternet Bağımlılığı			.28	6.39**	.26	
3.	Sabit		5		-4.35**		.18
	Dürtüsellik			-.00	-.12	-.05	
	Depresyon-Anksiyete-Stres			.08	1.72	.07	
	İnternet Bağımlılığı			.19	4.43**	.18	
	Materyalizm			.29	6.90**	.28	

Not. *p<0.05, ** p<0.01

8.5. Materyalizmin İnternet Bağımlılığı Değişkeni ile Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Arasındaki Aracı Değişken (Mediator) Rolünün İncelenmesi



Şekil 2. İnternet Bağımlılığı Aracılığı İle Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeninin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Dolaylı Etkisi

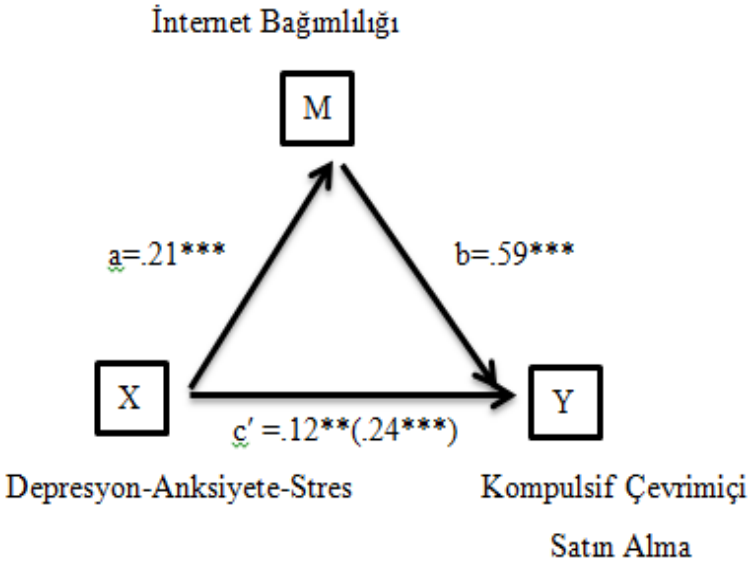
Materyalizmin, çalışmada bağımlı değişken olarak alınan kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde aracı etkisinin rolü incelenmiştir. İnternet bağımlılığı bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Analizler 2013 yılında Hayes tarafından geliştirilen hesaplama ile SPSS programında yapılmıştır.

Tablo 11. *Materyalizm Aracılığı İle İnternet Bağımlılığının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Dolaylı Etkisi Katsayıları*

	Sonuçlar						
	M				Y		
Öncüller	Coeff	SE	*p*		Coeff	SE	*p*
X a	.20	.02	.00	c′	.44	.08	.00
M i_1	____	____	____	b	1.08	.15	.00
Sabit	9.58	.59	.00	i_2	-12.19	2.58	.00

Şekil 1 ve Tablo 11'de görüldüğü gibi, modelde öncelikle internet bağımlılığı materyalizm ile pozitif olarak ilişkilidir (*a* = .20, *p* = .00). Yine materyalizm kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile de pozitif ilişki göstermektedir (*b* = .22, SE = .15, *p* = .00). Materyalizmin indirekt etkisi için bootstrap güven aralığı (ab) .14 ile .31 arasındadır. Bunun anlamı, materyalizm yoluyla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde çalışmada kullanılan değişkenlerden internet bağımlılığı etkisi anlamlıdır (*c′* = .44, p = .00). Ayrıca materyalizm aracılığıyla internet bağımlılığı kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerindeki toplam varyansın %44'ünü açıklamaktadır.

8.6. İnternet Bağımlılığının Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeni ile Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Arasındaki Aracı Değişken (Mediator) Rolünün İncelenmesi



Şekil 2. İnternet Bağımlılığı Aracılığı İle Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeninin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Dolaylı Etkisi

Tablo 12. *İnternet Bağımlılığı Aracılığı İle Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeninin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Üzerindeki Dolaylı Etkisi Katsayıları*

	Sonuçlar						
	M				Y		
Öncüller	Coeff	SE	*p*		Coeff	SE	*p*
X a	.21	.50	.00	c′	.12	.06	.05
M i_1	____	____	____	b	.59	.10	.00
Sabit	22.96	.50	.00	i_2	-2.02	2.37	.39

Şekil 2 ve Tablo 12'de görüldüğü gibi, modelde öncelikle depresyon-anksiyete-stres internet bağımlılığı ile pozitif olarak ilişkilidir (a = .21, p = .00). Yine internet bağımlılığı kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile de pozitif ilişki göstermektedir (b = .59, SE = .10, p = .00). İnternet bağımlılığının indirekt etkisi için bootstrap güven aralığı (*ab*) .08 ile .18 arasındadır. Bunun anlamı, internet bağımlılığı yoluyla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde çalışmada kullanılan değişkenlerden internet bağımlılığı etkisi anlamlıdır (c' = .12, p < .05). Ayrıca internet bağımlılığı aracılığıyla depresyon-anksiyete-stres kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerindeki toplam varyansın %12'sini açıklamaktadır.

BÖLÜM 9

ÇALIŞMA 2: TARTIŞMA

Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı, teknolojinin hayatımıza girmesiyle tüm dünyada kritik bir sorun haline gelmeye başlamıştır. Bugüne kadar kompulsif satın alma davranışı çokça incelenmiş ancak çevrimiçi alışverişler için geçerli olan araştırmalar kendini henüz yeni göstermeye başlamıştır. Bu nedenle kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı hakkında çalışmalar yapmak ve etki mekanizmalarını araştırmak çok önemli görünmektedir. Nitekim literatür kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için geliştirilmiş modellerden yoksundur. Bu nedenle mevcut çalışma bu davranışla ilgili değişkenleri inceleyerek konu hakkında detaylı bilgi sunmaktadır. Çalışmanın temel amacı, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon-anksiyete ve stres arasındaki ilişkileri incelemek ve olası aracı değişkenleri belirlemektir.

9.1.Çalışmadaki Demografik Değişkenler Açısından Grup Karşılaştırmaları

Bu çalışmada kullanılan demografik değişkelerin ilki cinsiyettir. Literatürde geleneksel kompulsif satın alma davranışının cinsiyet dağılımı incelendiğinde kadınların erkeklerden daha fazla kompulsif satın alma davranışında bulunduğu düşüncesi hakimdir (Christenson ve ark., 1994; Dittmar, 2004; Faber and O'Quinn, 1992; Granero ve ark., 2016; Harvanko ve ark., 2013; McElroy ve ark.,1994; Otero-López ve Villardefranco, 2014; Schlosser ve ark., 1994;) Bu nedenle benzer bulguların çevrimiçi alışveriş için de geçerli olup olmadığı incelenmek istenmiştir.

Kadınlar ve erkekler arasında kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı açısından anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla bu çalışmada yapılan analizlerde, bu davranışın cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur. Buradan hareketle, ülkemizde kadın ve erkeklerin benzer oranlarda kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulundukları düşünülebilir. Bu durumun kaynağı günümüz şartlarında zaman ve ulaşım sıkıntısı olabilirken ayrıca geniş yelpazedeki ürünlere yurtiçi ve dışından kolaylıkla sahip olabilmenin de payı olduğu düşünülmüştür. Bununla birlikte ülkemizde her ne kadar kadınların daha fazla alışveriş tutkunu olduğu algısı olsa da, erkeklerin de geleneksel alışverişten daha kolay ve hızlı alışveriş yapabilmesi çevrimiçi satın alma davranışının artmasına sebep olmuş olabilir. Bu bulgu, Mueller ve arkadaşlarının (2010) kompulsif satın alma davranışı için raporladığı sonuçlarla örtüşmektedir. Ancak yine de örneklemde kadın erkek oranının eşit dağılmaması bu sonuçları etkilemiş olabilir. Bu nedenle ülkemizde doğrulayıcı başka çalışmaların da yapılması gerekmektedir. Öte yandan, literatürde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile cinsiyet ilişkisini ele alan tek bir çalışma bulunmaktadır ve buna göre erkeklerin anlamlı bir şekilde kadınlardan daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulunduğu tespit edilmiştir (Manchiraju, Sadachar ve Ridgway, 2016). Bu durum, kompulsif satın alma davranışında kültürel farklılıklar da olabileceğini düşündürmüştür. Yine çevirimiçi satın alma davranışındaki sıklık, harcanan para ve satın alınan ürünlerin çeşitleri de kadın erkek arasındaki çevirimiçi satın alma davranışındaki olası farklılıklar olabilir. Bu konunun da cinsiyet yönünden farklılığının ele alınması uygun olabilir.

Çalışmada ele alınan bir diğer demografik değişken, medeni haldir. Literatürde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile medeni hal ilişkisini inceleyen herhangi bir araştırmaya rastlanmadığı için, medeni hal değişkeni ile geleneksel kompulsif satın alma davranışı incelenmiştir. Yapılan araştırmalarda Otero-López ve Villardefrancos (2014) anlamlı bir fark bulamasa da Lejoyeux, Mathieu, Embouazza, Huet, F. ve Lequen (2007) bu davranışı gösteren kişilerin çoğunun evli olmadığını tespit etmiştir.

Bu bilgiler ışığında yapılan analizlerde, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile medeni hal değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Buna göre, evli ve bekar bireyler arasında fark olmasa da medeni hali diğer kategorisinde ele alınan bireylerin evli ve bekarlara göre daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulundukları saptanmıştır. Diğer kategorisinde bulunanların eşini kaybetmiş veya boşanmış kişiler olduğu düşünüldüğünde, stres ve belirsizlik altındaki bu kişilerin kendini daha sık bu tür kompulsif davranışlarla teselli ettiği şeklinde bir yorum yapılabilir. Nitekim medeni hali belirli olan kişilerin bir baş etme stratejisi olarak daha az bu davranışı gösterdikleri düşünülmektedir. Ancak çalışma kapsamında bekar ve evli bireyler arasındaki sayı farkı da anlamlı bir fark çıkmamasına neden olmuş olabilir. Bu bağlamda, medeni halleri eşit dağılmış kişilerle çalışmanın tekrarlanması faydalı olabilir.

Çalışmada yer alan bir başka demografik değişken eğitim düzeyidir. Lejoyeux ve arkadaşları (2007) ile Kukar-Kinney ve arkadaşları tarafından yapılan araştırmalarda kompulsif satın alma davranışı ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir bulgu elde edilememiştir. Buradan hareketle yapılan analizlerde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Literatürde bu ilişkiyi inceleyen tek bir araştırmaya rastlanmıştır. Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) tarafından yakın zamanda yapılan bu araştırmada da kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile eğitim düzeyi arasında anlamsız bir ilişki raporlanmıştır. Buna göre, bu çalışmadaki bulgular hem kompulsif hem de kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için elde edilen verilerle tutarlılık göstermektedir. Yani, eğitim düzeyi ile bireylerde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının görülmesi arasında bir ilişki olmadığı düşünülebilir.

Bu çalışmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışıyla ilişkisi incelenen bir diğer demografik değişken gelir durumudur. Literatürde kompulsif satın alma davranışı için bu ilişki incelenmiş ve çelişkili bulgular elde edilmiştir. Örneğin, D'Astous (1990) bir çalışmasında orta gelirli bireylerin daha fazla kompulsif satın alma davranışında bulunduğunu raporlamıştır.

Öte yandan, Black ve arkadaşları (2001) bu davranışı gösteren bireylerin çoğunun ortalamanın altında bir gelir düzeyine sahip oluğunu savunmuştur. Bu çalışmada ise kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile gelir düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiş ve anlamlı bir fark bulunamamıştır. Benzer şekilde bu ilişkiyi ele alan tek araştırmada da kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ve gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır (Manchiraju, Sadachar ve Ridgway, 2016). Birbiriyle tutarlı ve uyumlu çıkan bu sonuçlara göre, insanların gelir farkı olmaksızın her gelire göre internetten bir şeyler satın alabilecekleri söylenebilir. Bir başka deyişle, gelir durumuna göre alınan ürünler farklılık gösterebilirken neticede yapılan alışveriş oranının benzer olduğu şeklinde bir yorum yapılabilir. Ayrıca internet üzerinden yürütülen alışverişlerin nakit paradan ziyade kredi kartı üzerinden yürütülerek borç usulüne dönmesi de bu durumun sebeplerinden olabilir.

Çalışmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilişkisi ele alınan son demografik değişken yapılan çevrimiçi alışverişlerin sıklığıdır. Literatürde böyle bir ilişkiyi ele alan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak bu çalışmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile bireylerin yaptığı çevrimiçi alışverişlerin sıklığı incelenmiş ve aralarında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Sonuçlara göre, sıklıkla çevrimiçi alışveriş yapan bireylerin hem nadir hem de bazen çevrimiçi alışveriş yapanlara göre daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulunmaktadır. Bu durum oldukça olağan olarak değerlendirilebilir. Nitekim çevrimiçi satın alma sıklığı arttıkça bireylerin bu tutumunun kompulsif satın alma davranışına dönüşme ihtimali artmaktadır. Bir başka deyişle, kişilerin çevrimiçi satın alma sıklığı arttıkça bu durumun kompulsif çevrimiçi satın alma bozukluğuna evrilebileceği söylenebilir. Ek olarak, bazen çevrimiçi alışveriş yapan bireylerin nadir yapan bireylere göre daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulunduğu saptanmıştır. Yine bu durum sıklık ve kompulsif satın alma dengesiyle tutarlı gözükmektedir. Kısaca, çevrimiçi satın alma davranışları ne kadar sıklaşırsa bu davranışın kompulsif satın alma bozukluğu kategorisine girme ihtimalinin arttığı şeklinde bir yorum yapılabilir.

9.2.Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı İle İlişkili ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışını Yordayan Değişkenlerin Yorumlanması

Bu çalışmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı bağımlı değişken olarak ele alınmış olup çalışmadaki diğer değişkenlerle ilişkisi ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını yordayan değişkenlerin neler olduğu regresyon analizi ile incelenmiştir.

Çalışmada yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına göre; dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkenlerinin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını yordadığı; dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkenleri kontrol edildiğinde internet bağımlılığının değişkeninin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını yordadığı ve son olarak dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres ve internet bağımlılığı kontrol edildiğinde materyalizm kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını yordadığı ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Ayrıca korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde internet bağımlılığı, yalnızlık, dürtüsellik, depresyon-anksiyete-stres ve materyalizm değişkenleri ile istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki mevcutken; yaşam doyumu ile ilişkili olmadığı görülmüştür. Bu çerçevede söz konusu bulgular literatür ışığında tartışılacaktır. Ancak internet bağımlılığı ile yaşam doyumu dışındaki değişenler ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmadığı için bulgular yalnızca kompulsif satın alma davranışı ve buna bağlı öngörüler çerçevesinde ele alınacaktır.

Çalışmada ortaya çıkan regresyon analizi bulgularına göre, dürtüsellik ve depresyon-anksiyete-stres değişkenleri kontrol edildiğinde internet bağımlılığının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ve onu yordadığı saptamıştır. Bu bulgu, internet bağımlısı kişilerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına sahip olma ihtimalinin daha fazla olacağı şeklinde yorumlanabilir.

İnternet bağımlılığının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde etkili olduğunu düşündüren bu bulgu pratikte kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını tedavi edebilmek için teorik olarak internet bağımlılığı ile olan ilişkisinin de incelenmesi gerektiğini bir kere daha gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda internet bağımlılığı ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında pozitif yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür. Başka bir deyişle, internet bağımlılığı düzeyi arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı da artış göstermektedir. Değişkenler arasındaki bu ilişki sadece Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) tarafından incelenmiş ve aralarında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Ayrıca deneysel herhangi bir çalışma yapılmasa da Lee, Ko ve Chou (2015) ile Trotzke ve ark. (2015) yakın zamanda yaptıkları çalışmalara göre bu değişkenler arasındaki ilişkinin yüksel ihtimal var olduğunu öngörmüştür. Bunun sebebi daha önce internet bağımlılığı ve çevrimiçi satın alma davranışı arasında pozitif ilişkiye rastlanan çalışmaların varlığıdır (Soule, Shell ve Kleen, 2003; Whang, Lee ve Chang, 2003). Bu bağlamda internet bağımlılığının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı kapsamında ele alınması gereken bir değişken olduğu düşünülmektedir. Ancak elde edilen sonuçlar korelasyonel analizin doğası gereği nedensellik sunamamaktadır. Bu nedenle söz konusu değişkenlerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına mı, yoksa kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının mı bu değişkenlere neden olduğunun anlaşılabilmesi için ele alınan her bir bağımsız değişkene yönelik kontrol gruplarının oluşturulduğu deneysel çalışmaların yapılması önem taşımaktadır.

Çalışmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile pozitif ve anlamlı düzeyde ilişki gösteren bir başka değişken yalnızlıktır. Buna göre kişilerin yalnızlık hissi arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı sıklığı da artış göstermektedir. Bir başka ifadeyle, yalnızlaşan bireyler fark etmeden anlamsızca ve sürekli bir şeyler satın almak gibi bir başa çıkma strateji geliştirebilmektedir. Nitekim Shaver ve Rubenstein (1980) yıllar önce yaptığı bir çalışmada insanların kendini yalnız hissettiği zamanlarda alışverişe çıktıklarını saptamıştır. Benzer şekilde Kim, Kim ve Kang, (2003); Lejoyeux ve ark., (1996); Miltenberger (2003) ve Özsungur (2017) da bireylerin yalnızlık hissini hafifletebilmek için satın alma davranışında bulunduklarını raporlamıştır. Yine bu çalışmada alışverişlerin

internet üzerinden yapılmasının söz konusu ilişkiyi bozmadığı tespit edilmiştir. Yani, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile yalnızlık arasında pozitif yönlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. Öte yandan Manchiraju, Sadachar ve Ridgway (2016) yaptıkları araştırmada da kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile yalnızlık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu savunmuştur. Ancak bu ilişkinin değeri oldukça düşük olduğu ve depresyon-anksiyete-stres değişkeni ile de iç içe olabilecek bir korelasyon değeri gösterdiği için yalnızlık değişkeni hiyerarşik regresyon analizine dahil edilmemiştir.

Araştırma kapsamında incelenen bir diğer değişken materyalizmdir. Regresyon analizi sonuçlarına göre, materyalizmin kompulsif satın alma davranışını yordayan en önemli değişken olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla bireylerin materyalisttik eğilimlere sahip olması onları ileride kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına daha yatkın hale getireceği şeklinde bir yorum yapılabilir. Literatürde Dittmar (2005) tarafından yapılan bir çalışmada materyalizmin kompulsif satın almanın en güçlü yordayıcısı olduğu ve bu davranışa önemli ölçüde aracılık ettiği doğrulanmıştır. Bununla birlikte daha önce yapılan pek çok çalışmanın da bu sonucu desteklediği görülmüştür (d'Astous, 1990; DeSarbo ve Edwards, 1996; Johnson ve Attmann, 2009; Mowen ve Spears, 1999; Mueller ve ark., 2010; O'Guinn ve Faber, 1989; Reeves, Baker ve Truluck, 2012; Roberts, Manolis ve Tanner, 2003; Xu, 2008; Yurchisin ve Johnson, 2004) .Ülkemizde yapılan bir başka araştırma sonucu da bu bulgularla örtüşmektedir (Eroğlu, 2016). Yurchisin ve Johnson (2004) materyalizmin kompulsif satın alma üzerinde kilit faktör olduğunu ve tüketicilerin alışveriş kararlarını fazlasıyla etkilediğini savunmaktadır. Bu çalışmalar her ne kadar çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı üzerine olsa da literatürdeki bu bilgileri doğrulamış ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile materyalizm arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Yani, materyalisttik özellikler arttıkça insanlar daha fazla internet üzerinden alışveriş yapma eğilimi göstermektedir. Kellett ve Bolton (2009) oluşturdukları modelde materyalizmin kompulsif satın alma davranışının öngörücüsü olduğunu savunmaktadır. Buradan hareketle bu ilişki çevrimiçi satın alma davranışı için de değerlendirilmiştir. Materyalizm ve kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisinin daha detaylı incelenmesi önemli bir nokta haline gelmiştir. Dolayısıyla gelecekteki

çalışmaların neden sonuç ilişkisini açıklayabilecek biçimde yapılması ilişki doğasına dair daha doğru bilgiler sunacaktır.

Çalışmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilişkisi incelenen değişkenlerden biri de dürtüselliktir. Dürtüselliğin genel olarak satın alma davranışını etkilediği düşünülmektedir (Luo, 2005). Öte yandan kompulsif satın alma davranışının zaten bir dürtü kontrol problemi olduğunu savunan pek çok araştırmacı vardır (Baumeister, 2002; Karakuş ve ark., 2011; McElroy ve ark., 1994; Rook ve Fisher, 1995). Bu durum göz önüne alındığında ilişkinin çevrimiçi satın alma davranışı için de geçerli olabileceği öngörülmüş ancak böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle dürtüselliğin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde rolü olup olmadığını değerlendirmek ve daha fazla deneysel çalışmalar yapmak önemli bir noktadır. Çalışmadaki hiyerarşik regresyon analizi bulguları değerlendirildiğinde dürtüsellik değişkeninin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordadığı analiz edilmiştir. Buradan hareketle, bireylerde dürtüsel eğilimlerin daha fazla görülmesi kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı belirtilerini daha sık yaşayabilecekleri şeklinde yorumlanabilir. Nitekim kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile dürtüsellik arasında da anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki ortaya çıkmıştır. Flight ve Scherle (2013) de yürüttükleri bir araştırmada kompulsif satın alma davranışı ile dürtüsellik arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Yani, kişide dürtüsellik arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının da arttığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla dürtüsel kişilerin detaylı bir şekilde düşünmeden, analiz etmeden veya alma isteklerine karşı koyamadan direk satın alma davranışında bulunma ihtimalinin yüksek olduğu söylenebilir.

Duygusal sorunların kompulsif satın alma davranışına olan yatkınlığı arttırdığı düşünülerek (Tamam ve ark., 1998) regresyon analizi ile incelenen son değişken depresyon-anksiyete-strestir. Araştırmalara göre, kompulsif satın alma davranışı bulunan bireylerde depresyon (Ergin, 2010; Moore, 2009; Sohn ve Choi, 2012), anksiyete (Edwards, 1993; Roberts ve Jones, 2001; Valence, d'Astous ve Fortier**,** 1988) ve stres (Ridgway ve ark., 2008; Sohn ve Choi, 2012) görüldüğü kanıtlanmıştır. Öte yandan Sneath, Lacey ve Kennett-Hensel

(2009) tarafından yapılan bir çalışmada depresyon ve stres altında olan bireylerde sıklıkla kompulsif satın alma davranışının meydana geldiği raporlanmıştır. Benzer şekilde Kyrios, Frost ve Steketee (2004) ile Mueller ve arkadaşları (2010) da bu değişkenlerin kompulsif satın alma davranışını tetiklediğini savunmuştur. Bu bilgiler göz önüne alındığında, benzer sonuçların çevrimiçi alışverişler için de geçerli olabileceği öngörülmüştür. Nitekim depresyonun internet kullanımı (Black, 2007; Caplan, 2003; Kim, Ryu, Chon, Yeun, Choi, Seo ve Nam, 2006; Lejoyeux ve ark., 1996; Meerkerk ve ark., 2010; Şenol-Durak ve Durak, 2011; Tavares ve ark., 2008; Whang, Lee ve Chang, 2003; Yang ve Tung, 2007); anksiyete ve stresin ise internet bağımlılığı ile **(**McKenna ve Bargh, 2000; Nie, Hillygus ve Erbring, 2002) ilişkili olduğunu kanıtlayan birçok çalışmaya ulaşılması bu tahmini güçlendirmiştir. Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçları değerlendirildiğinde cinsiyet değişkeni kontrol edilmişken depresyon-anksiyete-stresin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordadığı görülmüştür. Bu bulgular, depresyon-anksiyete-stres görülen bireylerin daha fazla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında bulunacağı şeklinde yorumlanabilir. Bir başka deyişle, insanların kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını yaşadıkları depresyon, anksiyete ve stres düzeylerini hafifletmenin bir yolu olarak gördükleri söylenebilir. Öte yandan, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile depresyon-anksiyete-stres değişkeni arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olması depresyon-anksiyete-stres artışıyla beraber kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının da arttığını ortaya koymuştur. Dolayısıyla bireylerin yaşadıkları olumsuz duygulanımlarla kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile başa çıkmaya çalıştıkları düşünülebilir.

9.3. Materyalizmin İnternet Bağımlılığı İle Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Arasındaki Aracı Değişken (Mediator) Rolünün Yorumlanması

Çalışma kapsamında yapılan analizlerin sonucunda ortaya çıkan bulgulara göre, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile hem materyalizm ve hem de internet bağımlılığı ile pozitif yönlü ilişkiye rastlanmıştır. Yani, kişilerdeki materyalisttik eğilimler ve internet bağımlılık oranı arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının da arttığı saptanmıştır. Bu nedenle kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının ortaya çıkış

mekanizmasının anlaşılması amacıyla aracı değişken analizi uygulanmıştır. Dolayısıyla ülkemizde bu tür bilinen ilk çalışma olduğu için alana önemli katkılarda bulunacağı düşünülmektedir.

Literatürde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için bu tür araştırmalar henüz yapılmamıştır. Ancak yakın geçmişte Dittmar'ın (2005) yürüttüğü bir çalışmada, materyalizmin kompulsif satın alma davranışına oldukça önemli ölçüde aracılık ettiği raporlanmıştır. Bu çalışmada da çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı için bu bilgiler sorgulanmış ve materyalizm aracılığı ile internet bağımlılığının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı düzeyde olduğu görülmüştür. Yani, bireylerde bir internet bağımlılığı örüntüsü gelişmişse ve buna eşlik eden materyalistik eğilimler mevcutsa ileride kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı belirtileri ortaya çıkma ihtimali yükselmektedir. Bir başka deyişle, söz konusu değişkenlerin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına olumsuz bir takviye mekanizması oluşturduğu söylenebilir. Çünkü bireyler internet bağımlılıkları yüzünden internette uzun vakit geçirdikleri için sitelerde sayısız reklama maruz kalmakta ve bunun da materyalisttik eğilimlerini tetikleyebildiği düşünülmektedir. Özetle, materyalizm ve internet bağımlılığının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının sürdürülmesine rol oynamaktadır.

9.4. İnternet Bağımlılığının Depresyon-Anksiyete-Stres Değişkeninin İle Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı Arasındaki Aracı Değişken (Mediator) Rolünün Yorumlanması

Çalışma kapsamında yapılan analizlerin sonuçlarına göre, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile hem internet bağımlılığı hem de depresyon-anksiyete-stres değişkeni ile pozitif yönlü ilişkiye rastlanmıştır. Yani, bireylerde internet bağımlılık oranı ve depresyon-anksiyete-stres yaşantıları arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının da arttığı saptanmıştır. Bu nedenle kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının ortaya çıkış

mekanizmasının anlaşılması amacıyla çalışmada ikinci bir model daha oluşturularak aracı değişken analizi yapılmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

Literatürde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için bu şekilde herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma internet bağımlılığı aracılığı ile depresyon-anksiyete-stres değişkeninin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı düzeyde olduğu görülmüştür. Buradan hareketle, bireylerde depresyon-anksiyete-stres yaşantıları mevcutsa ve buna eşlik eden internet bağımlılığı belirtileri de varsa kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı belirtileri ortaya çıkma ihtimalinin aynı oranda yükseldiği düşünülebilir. Bunun anlamı, internet bağımlısı kişilerde depresyon-anksiyete-stres gibi olumsuz yaşantılar da beraberinde mevcutsa bu değişkenlerin bir arada olması bireyde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına sebep olabildiği şeklinde yorumlanabilir. Ancak bu bilgilerin doğrulanması için farklı deneysel çalışmaların da yapılması şarttır. Kısaca, internet bağımlılığı ve depresyon-anksiyete-stres değişkenlerinin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının sürdürülmesinde katkıda bulunmaktadır.

9.5.Araştırmanın Sınırlılıkları ve Öneriler

Türk örneklemindeki ortaya koyduğu sonuçlar ile alanyazına özgün bir katkıda bulunan bu çalışmada birtakım sınırlıklar mevcuttur.

Bunlardan ilki daha fazla katılımcıya ulaşabilmek adına verilerin internet ortamından toplanmış olmasıdır. Ancak bireylerle hızlı erişim sağlamasının yanı sıra ölçek standardizasyonu için Türkiye genelinden katılımcılara ulaşılması ve zaten internet tabanlı satın alma davranışı hakkında araştırma yapılması bu durumu zorunlu kılmıştır. Ayrıca çalışmadaki bir başka sınırlılık örneklemin klinik vakalardan değil görece normal popülasyondan toplanmış olmasıdır. Bu durum kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı hakkında daha az bilgi sahibi olunmasına ve ülkemizde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı gösteren bireylerin oranının daha az görünmesine sebep olmuştur.

Göz önüne alınması gereken bir diğer nokta çalışmada özbildirim ölçeklerinin kullanılmış olmasıdır. Bu durum katılımcıların yetersizlik bildiriminden çekinmek ve sosyal beğenirlik için yanıt verebilme olasılığını arttırmakta ve yanlılık oluşturabilmektedir. Muhtemel bu yanlılığı önlemek için katılımcıların yanı sıra onları tanıyan bir başka kişiden de bilgi toplanması ve bu sonuçların analiz edilerek karşılaştırılmasının daha güvenilir veriler sunacağı düşünülmektedir.

Alanda kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerine neredeyse hiçbir araştırma bulunmamaktadır. Bu da çalışmanın öngörüler üzerinden ilerlenmesine ve literatürde destek göremeyen bulguların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla konu üzerinde daha fazla deneysel araştırma yapılması ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ve ilişkili faktörlerin farklı yönleriyle araştırılması önerilmektedir. Bu araştırmaların sayısının artması toplumsal tehditler ve önlemler konusunda yararlı olacaktır. Ayrıca bu çalışmanın korelasyonel ve kesitsel bir araştırma olması bir diğer sınırlılıktır. Yapılan araştırmalarla nedensel sonuçlara ulaşmak mümkün olmamıştır. Bu nedenle değişkenler arası ilişkileri tanımlamak için boylamsal bir tasarı ile test etmek ve daha detaylı araştırmalar yapmak kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için bilgi sahibi olmak adına önemlidir.

Demografik değişkenlerin eşit tutulmaması çalışmanın bir diğer sınırlığıdır. Katılımcıların genelinin kadın ve lisans öğrencisi olması etkin bir örneklem profili oluşturulamadığını düşündürmektedir. Bu durum erkeklerin çalışmaya katılmak için isteksiz olduğunu düşündürebilir. Ya da başka bir deyişle kadınların bu tür çalışmalara katılmak için daha fazla hevesli olduğunu gösterebilir. Söz konusu eşitsizlik sebebiyle çalışmada yanlılık oluşabileceği düşünülmüştür. Bu eşitsizliğin önlenmesi ve daha güvenilir sonuçlara ulaşılabilmesi için cinsiyet dağılımının eşitlendiği daha geniş bir örneklemden veri toplanmalıdır. Öte yandan eğitim durumu lisans olan kişilerin daha fazla olmasının hitap edilen kitle ve gruplardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Çalışma bulgularının daha doğru olabilmesi için gelecekteki araştırmacıların eğitim durumunu dengede tutacak şekilde katılımcılar toplaması önerilmektedir.

Türkiye'de kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı hakkında neredeyse hiç çalışma bulunmadığı için konu üzerinde daha fazla deneysel araştırma yapılması ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ve ilişkili faktörlerin farklı yönleriyle araştırılması davranış doğasının açığa kavuşabilmesi açısından yararlı olacaktır. Ayrıca araştırmaların sayısının artması kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının getirdiği toplumsal tehditler ve önlemlerin inşası için önemlidir. Çünkü gerek kişiler arası ilişkilerde çıkması muhtemel sorunlar ve beraberinde getirdiği boşanmalar gerekse bireyin hayat kalitesini etkileyecek birtakım tehditler meydana gelebilir. Borçlanma, iflas, cezai sorunlar, yasal ve mali problemler bunlardan birkaçı olabilir. Ayrıca kompulsif çevrimiçi satın alma davranışından dolayı alınabilecek eş tanılar ve psikolojik rahatsızlıklar yine kişi için önemli riskler arasındadır. Çalışma kapsamında ele alınan internet bağımlılığı, dürtüsellik, yalnızlık, yaşam doyumunun azalması, depresyon, anksiyete ve stresin artışı da yine bu tehditlerdendir. Oldukça ciddi boyutta olabilecek bu sorunlar kişinin intihar etmesine dahi sebep olabilmektedir. Bu nedenle yurt dışında tedavi programları hazırlanmaya başlayan kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için ülkemizde risk faktörlerine karşı koruyucu önlemler almak ve tedavi edebilmek adına acil terapi yöntemleri geliştirilmelidir.

Bunun yanı sıra yayılmaya başlayan bu davranışa karşı bilinçlenmek ve farkındalık yaratabilmek adına afiş, broşür ve reklamlar etkin olarak kullanılarak bilgilendirme yapılabilir. Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı oranını azaltmak ve risk oluşturabilecek faktörlerin önüne geçebilmek adına eğitim ve terapi yöntemleri geliştirilebilir.

BÖLÜM 10

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon-anksiyete-stres arasındaki ilişkileri tanımlamaktır. Bu doğrultuda ülkemizde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı sıklığını ölçebilmek için öncelikle ilk çalışmada Andreassen ve arkadaşları (2015) tarafından geliştirilen 'Bergen Shopping Addiction Scale; BSAS'ın çevrimiçi alışverişlerde kullanılan Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Sonuçlar BSAS'ın Türkçe versiyonunun orijinal çalışmayla örtüşür şekilde geçerli ve güvenilir bir psikometrik ölçme aracı olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla artık Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği'nin (KÇSA) hem klinik hem de araştırma ortamlarında güvenilir bir şekilde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı için kullanılabileceği düşünülmektedir. İkinci çalışmada Hayes'in (2013) aracı değişken analizi kullanılarak iki farklı aracılık değişkeni test edilmiştir. Bulgular materyalizm aracılığı ile internet bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı; ve internet bağımlılığı aracılığıyla depresyon-anksiyete-stres ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir model oluşabileceğini göstermiştir. Böylece alanda konu hakkında öncü bir çalışma yapıldığı söylenebilmektedir.

Araştırmanın, hem literatüre hem de ülkemize kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı hakkında önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. Nitekim en önemli noktalardan biri kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı hakkında oldukça kapsamlı bilgiler sunabilen geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı ihtiyacının ülkemizde karşılanmış olmasıdır. Bu bağlamda Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma (KÇSA) Ölçeği'nin Türk araştırmacıların çalışmalarına ilham vereceği ve kolaylıklar sunabileceği düşünülmektedir. Dahası, bu

araştırma Türkiyede kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı, dürtüsellik, materyalizm, yalnızlık, yaşam doyumu, depresyon-anksiyete-stres gibi birçok değişken ile arasındaki ilişkileri inceleyen ilk çalışmadır. Bir başka deyişle, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilişki gösteren ve yordayan değişkenler ile etki eden psikolojik mekanizmaları araştırması çalışmanın güçlü yönleri arasındadır. Bulgular doğrultusunda araştırmalar kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde materyalizm ve internet bağımlılığının aracı rolünü göz önüne almalı ve klinik ortamlarda bu yönde bir tedavi protokolü belirlemelidir.

Son olarak, bu çalışmada test edilmek üzere geliştiren hipotezler kapsamında elde edilen sonuçlar şöyledir;

1. Ülkemizde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ölçek puanları düşük puandadır.
2. Ölçeğin çevrimiçi alışverişlere uyarlanan Türkçe versiyonunun geçerli bir ölçme aracıdır.
3. Ölçeğin çevrimiçi alışverişlere uyarlanan Türkçe versiyonunun güvenilir bir ölçme aracıdır.
4. İnternet bağımlılığı ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu doğrulanmıştır. İnternet bağımlılığı düzeyi arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı da artmaktadır.
5. Dürtüsellik ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu doğrulanmıştır. Dürtüsellik eğlimi arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı da artmaktadır.
6. Materyalizm ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu doğrulanmıştır. Materyalisttik eğilim arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı da artmaktadır.
7. Yalnızlık ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu doğrulanmıştır. Yalnızlık hissi arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı da artmaktadır.

8. Yaşam doyumu ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında istatiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.
9. Depresyon-anksiyete-stres ve kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu doğrulanmıştır. Depresyon-anksiyete-stres düzeyi arttıkça kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı da artmaktadır.
10. Ülkemizde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışında erkekler ve kadınlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.
11. Çevrimiçi alışveriş sıklığı ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.
12. Dürtüsellik, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır.
13. Depresyon-anksiyete-stres kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır.
14. İnternet bağımlılığı kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır.
15. Materyalizm kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır.
16. Materyalizm internet bağımlılığı ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında aracı değişken(mediator) rolü oynamaktadır. Yani, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkide materyalizmin de etkisi mevcuttur.
18. İnternet bağımlılığı depresyon-anksiyete-stres ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı arasında aracı değişken(mediator) rolü oynamaktadır. Yani, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkide depresyon-anksiyete-stres değişkeninin de etkisi mevcuttur.

KAYNAKÇA

Abdel Wahed, W. Y. A. ve Hassan, S. K. (2017). Prevalence veassociated factors of stress, anxiety vedepression among medical Fayoum University students. Alexandria Journal of Medicine, 53(1), 77-84.

Abott, K. (2012). How I beat my online shopping addiction. Learnvest. Retrieved from: http://www.learnvest.com.

Ahuvia, A. C. ve Wong, N. Y. (2002). Personality vevalues based materialism: Their relationship veorigins. Journal of Consumer Psychology, 12(4), 389-402.

Akın, A. ve Çetin, B. (2007). The depression anxiety vestress scale (DASS): The study of validity vereliability. Kuram ve Uygulamada Egitim Bilimleri, 7(1), 260-268.

American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic vestatistical manual of mental disorders (5th ed.). Washington, DC: American Psychiatric Association.

Amichai-Hamburger, Y. ve Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness veinternet use. Computers in Human Behavior, 19(1), 71–80.

Annagür, B. B. ve Tamam, L. (2011). Depresyon Hastalarında Dürtü Kontrol Bozuklukları Eş Tanıları. Archives of Neuropsychiatry/Nöröpsikiyatri Arşivi, 48(1).

Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Pallesen, S., Bilder, R. M., Torsheim, T. ve Aboujaoude, E. (2015). The Bergen Shopping Addiction Scale: Reliability and validity of a brief screening test. Frontiers in Psychology, 6 (1374), 1-11.

Appleton, S. ve Song, L. (2008). Life satisfaction in urban China: Components and determinants. World Development, 36(11), 2325-2340.

Arslan, Y. (2017). Çocukluk döneminde ebeveyn kaybı yaşayan bireylerde duygusal zekanın sosyal uyum ve yaşam doyumu arasındaki ilişki. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul.

Aslay, F., Ünal, S. ve Akbulut, Ö. (2013). Materyalizmin statü tüketimi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 27(2), 43-62.

Balcı, Ş. ve Gülnar, B. (2009). Üniversite öğrencileri arasında internet bağımlılığı ve internet bağımlılarının profili. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(1), 5-22.

Balta, Ö. Ç. ve Horzum, M. B. (2008).Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 41(1), 187-205.

Barlow, David H. (2000). Unraveling the mysteries of anxiety and its disorders from the perspective of emotion theory. American Psychologist, 55(11), 1247–1263.

Basha, E. ve Kaya, M. (2016). Depression, Anxiety and Stress Scale (DASS): The Study of Validity and Reliability. Universal Journal of Educational Research, 4(12), 2701-2705.

Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. Journal of Consumer Research, 28, 670–676.

Beard, K.W. ve Wolf, E. M. (2001). Modification in the proposed diagnostic criteria for Internet addiction. CyberPsychology and Behavior, 4(3), 377–383.

Beck, A. T. (1961). A systematic investigation of depression. Comprehensive Psychiatry, 2(3), 163-170.

Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. Journal of Consumer Research, 12(3), 265-280.

Black, D. W., Belsare, G. ve Schlosser, S. (1999). Clinical features, psychiatric comorbidity, and health-related quality of life in persons reporting compulsive computer use behavior. The Journal of Clinical Psychiatry, 60(12), 839-844.

Black, D. W. (2001). Compulsive buying disorder. CNS Drugs, 15(1), 17-27.

Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. World Psychiatry, 6(1), 14–18.

Breakwell, G. M. (2014). The Psychology of Risk. Cambridge University Press.

Bridges, E. ve Florsheim, R. (2008). Hedonic veutilitarian shopping goals: The online experience. Journal of Business research, 61(4), 309-314.

Brown, T. A., Chorpita, B. F., Korotitsch, W. ve Barlow, D. H. (1997). Psychometric properties of the depression anxiety stress scales (DASS) in clinical samples. Behaviour Research and Therapy, 35(1), 79-89.

Buluş, M. (1997). Üniversite öğrencilerinde yalnızlık. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(3), 82-90.

Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 32(32), 470-483.

Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. Communication Research, 30(6), 625–648.

Castellanos-Ryan, N., O'Leary-Barrett, M., Sully, L.ve Conrod, P. (2013). Sensitivity and specificity of a brief personality screening instrument in predicting future substance use, emotional and behavioral problems: 18-month predictive validity of the substance use risk profile scale. Alcoholism: Clinical and Experimental Research, 37, 281-290.

Cattell, R. B. (1966). The screen test for the number of factors. Multivariate Behavioral Research, 1, 245–276.

Chang, L. ve Arkin, R. M. (2002). Materialism as an attempt to cope with uncertainty. Psychology and Marketing, 19(5), 389–406.

Christenson, G. A., Faber, R. J., De Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., Ekern, M. D., Mackenzie, R. D., Crosby, S. J., Crow, E. D., Eckert, M. P., Mussell, J. E. ve Mitchell, J. E. (1994). Compulsive buying: Descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. Journal of Clinical Psychiatry, 55(1), 5-11.

Christo, G., Jones, S. L., Haylett, S., Stephenson, G. M., Lefever, R. M. ve Lefever, R. (2003). The Shorter PROMIS Questionnaire: Further validation of a tool for simultaneous assessment of multiple addictive behaviours. Addictive Behaviors, 28(2), 225-248.

Christopher, A. N., Schlenker, B. R. (2004). Materialism veaffect: The role of selfpresentational concerns. Journal of Social and Clinical Psychology, 23(2), 260-272.

Claes, L., Bijttebier, P., Mitchell, J. E., de Zwaan, M. ve Mueller, A. (2011). The relationship between compulsive buying, eating disorder symptoms vetemperament in a sample of female students. Comprehensive Psychiatry, 52(1), 50-55.

Clark, M. ve Calleja, K. (2008). Shopping addiction: A preliminary investigation among Maltese university students. Addiction Research and Theory, 16(6), 633-649.

Cömert, I. T. ve Ögel, K. (2009). İstanbul örnekleminde internet ve bilgisayar bağımlılığının yaygınlığı ve farklı etkenlerle ilişkisi. Türkiye Klinikleri: J Foren Med, 6(1), 9-16.

Çakıl, N. (1998). Grupla sosyal beceri eğitiminin üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri düzerindeki etkisi. Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

d'Astous, A. (1990). An inquiry into the compulsive side of “normal” consumers. Journal of Consumer Policy, 13(1), 15-31.

Dagher, A. ve Robbins, T. W. (2009). Personality, addiction, dopamine: insights from Parkinson's disease. Neuron, 61(4), 502-510.

Dağlı, A. ve Baysal, N. (2016). Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçe’ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(59).

Demir, A. (1989). UCLA Yalnızlık Ölçeği’nin geçerlik ve güvenirliği. Türk Psikoloji Dergisi, 7(23), 14-18.

Demirel, S. ve Canat, S. (2004). Ankara’daki beş eğitim kurumunda kendini yaralama davranışı üzerine bir çalışma. Kriz Dergisi, 12 (3), 1-9.

Desarbo, W. S. ve Edwards, E. A. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: A constrained clusterwise regression approach. Journal of Consumer Psychology, 5(3), 231-262.

DeVellis, R. F. (2016). Scale development: Theory and applications (Vol. 26). Sage publications.

Dickman, S. J. (1990). Functional vedysfunctional impulsivity: personality and cognitive correlates. Journal of Personality and Social Psychology, 58(1), 95.

Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. Journal of Personality Assessment, 49(1), 71-75.

Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E. ve Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. Psychological Bulletin, 125(2), 276.

Diener, E., Oishi, S. ve Lucas, R. E. (2003). Personality, culture and subjective well-being: Emotional vecognitive evaluations of life. Annual Review of Psychology, 54(1), 403- 425.

Dittmar, H. (2004).. Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment. John Wiley ve and Sons.

Dittmar, H. (2005). Compulsive buying–a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. British Journal of Psychology, 96(4), 467-491.

Dittmar, H., Beattie, J. ve Friese, S. (1996). Objects, decision considerations and self-image in men's vewomen's impulse purchases. Acta Psychologica, 93(1), 187-206.

Duque, A. ve Vázquez, C. (2015). Double attention bias for positive venegative emotional faces in clinical depression: Evidence from an eye-tracking study. Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry, 46, 107-114.

Edwards, E.A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. Financial Counseling and Planning, 4, 67-85.

Eldeleklioğlu, J. (2008). Yalnızlığın belirleyicileri olarak: Cinsiyet, duygusal ilişki, internet kullanımı algılanan sosyal destek ve sosyal beceri. Eurasian Journal of Educational Research, 33, 127-140.

Ergin, E.A. (2010). Compulsive buying behavior tendencies: The case of Turkish consumers. African Journal of Business Management, 4 (3), 333-338.

Ernst, J. M. ve Cacioppo, J. T. (2000). Lonely hearts: Psychological perspectives on loneliness. Applied and Preventive Psychology, 8(1), 1-22.

Eroğlu, F. (2016). Kompulsif satın alma: kişisel faktörler, postmodern tüketim şekilleri ve reklama karşı tutumun rolüne yönelik bir araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(35), 253-282.

Esen, E. ve Siyez, D. M. (2011). Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 4(36), 127-138.

Faber, R. J. ve O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. Journal of Consumer Research, 19(3), 459–469.

Faber, R. J. ve Christenson, G. A. (1996). In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. Psychology and Marketing, 13(8), 803–819.

Fitzmaurice, J. ve Comegys, C. (2006). Materialism and social consumption. Journal of Marketing Theory and Practice, 14(4), 287-299.

Flight, R. L., & Scherle, J. (2013). Shopping Context and the Impulsive and Compulsive Buyer. *Atlantic Marketing Journal*, *2*(2), 4.

Fox, R. W. ve Lears, T. J. J (1983). The culture of consumption: Critical essays in American history. New York: Pantheon.

Frost, R. O., Kim, H. J., Morris, C., Bloss, C., Murray-Close, M. ve Steketee, G. (1998). Hoarding, compulsive buying vereasons for saving. Behaviour Research and Therapy, 36(7), 657-664.

García-de Cecilia, J. M. ve Rubio-Valladolid, G. (2011). Validation and psychometric properties of the State Impulsivity Scale (SIS). Actas Esp Psiquiatr, 39(1), 49-60.

Ger, G. ve Belk, R. W. (1996). Cross-cultural differences in materialism. Journal of Economic Psychology, 17(1), 55-77.

George, D. (2011). SPSS for windows step by step: A simple study guide and reference, Pearson Education India.

Gibbons, C. (2012). Stress, positive psychology and the national student survey. Psychology Teaching Review, 18(2), 22-30.

Gorsuch, R. L. (1997). Exploratory factor analysis: Its role in item analysis. Journal of Personality Assessment, 68(3), 532-560.

Górnik-Durose, M. E.ve Pilch, I. (2016). The dual nature of materialism. How personality shapes materialistic value orientation. Journal of Economic Psychology, 57, 102-116.

Granero, R., Fernández-Aranda, F., Baño, M., Steward, T., Mestre-Bach, G., del Pino Gutiérrez, A., Moragas, L., Mallorquí-Bagué, N., Aymamí, N., Goméz-Peña, M., Tárrega, S., Menchón, J.M., Jiménez-Murcia, S.ve Tárrega, S. (2016). Compulsive buying disorder clustering based on sex, age, onset and personality traits. Comprehensive Psychiatry, 68, 1-10.

Gu, R., Huang, Y. X. ve Luo, Y. J. (2010). Anxiety and feedback negativity. Psychophysiology, 47(5), 961-967.

Günüç, S. ve Kayri, M. (2010). Türkiyede internet bağımlılık profili ve internet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik-güvenirlik çalışması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 39(1), 220-232.

Harvanko, A., Lust, K., Odlaug, B. L., Schreiber, L. R., Derbyshire, K., Christenson, G. ve Grant, J. E. (2013). Prevalence and characteristics of compulsive buying in college students. Psychiatry Research, 210(3), 1079-1085.

Hayes, A. F. (2013). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis. New York, NY: The Guildford Press.

Hays, R. D. ve DiMatteo, M. R. (1987). A short-form measure of loneliness. Journal of Personality Assessment, 51(1), 69-81.

Henry, J. D. ve Crawford, J. R. (2005). The short- form version of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS- 21): Construct validity and normative data in a large non-clinical sample. British Journal of Clinical Psychology,44(2), 227-239.

Hisli N. (1989). Beck depresyon envanterinin üniversite öğrencileri için geçerliği, güvenirliği. Psikoloji Dergisi 7 (23), 3-13.

Hirschman, E. C. (1992). The consciousness of addiction: Toward a general theory of compulsive consumption. Journal of Consumer Research, 19(2), 155–179.

Hollander, E., Kwon, J. H., Stein, D. J. ve Broatch, J. (1996). Obsessive-compulsive and spectrum disorders: Overview vequality of life issues. The Journal of Clinical Psychiatry, 57(8), 3-6.

Horowitz, L. M., French, R. D. S. ve Anderson, C. A. (1982). The prototype of a lonely person. Loneliness: A Sourcebook of current theory, research, and therapy (183-205). New York: John Wiley ve Sons.

Islam, T., Wei, J., Sheikh, Z., Hameed, Z. ve Azam, R. I. (2017). Determinants of compulsive buying behavior among young adults: The mediating role of materialism. Journal of Adolescence, 61, 117-130.

Johansson, A. ve Götestam, K. G. (2004). Internet addiction: Characteristics of a questionnaire and prevalence in Norwegian youth (12–18 years). Scandinavian journal of psychology, 45(3), 223-229.

Johnson, P. R. ve Indvik, J. (1997). The boomer blues: Depression in the workplace. Public Personnel Management, 26(3), 359-365.

Johnson, T. ve Attmann, J. (2009). Compulsive buying in a product specific context: Clothing. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 13(3), 394-405.

Jones, W. H., Freemon, J. E. ve Goswick, R. A. (1981). The persistence of loneliness: Self and other determinants. Journal of Personality, 49(1), 27-48.

Kafetsios, K. ve Sideridis, G. D. (2006). Attachment, social support vewell-being in young and older adults. Journal of Health Psychology, 11(6), 863-875.

Kahraman, S. Yalçın, S. A. ve Çevik, C. (Eylül 2011). Lise öğrencilerinin internet kullanımı. (Bildiri). 5. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Sempozyumu. Fırat Üniversitesi, Elazığ, Türkiye.

Kaiser, H. F. (1960). The application of electronic computers to factor analysis. Educational and Psychological Measurement, 20(1), 141–151.

Kalenscher, T., Ohmann, T. ve Güntürkün, O. (2006). The neuroscience of impulsive and self-controlled decisions. International Journal of Psychophysiology, 62(2), 203-211.

Karakuş, G., Tamam, L., Öztürk, Z., Eroğlu, M. Z., Bahalı, K., Nebioğlu, M., Turhan, N. ve Çakmak, S. (2011). Bir grup üniversiteye hazırlık öğrencisinde dürtü kontrol bozukluğu. Archives of Neuropsychiatry,48(4), 238-242.

Karaoğlu, N., Avşaroğlu, S. ve Deniz, M. E. (2009). Yalnız mısın? Selçuk Üniversitesi öğrencilerinde yalnızlık düzeyi ile ilgili bir çalışma. Marmara Medical Journal, 22(1), 19-26.

Kasser, T. (2002). The high price of materialism. Cambridge: The MIT Press.

Kellett, S. ve Bolton, J. V. (2009). Compulsive buying: a cognitive–behavioural model Clinical Psychology and Psychotherapy, 16(2), 83-99.

Kessler, R. C., Birnbaum, H., Bromet, E., Hwang, I., Sampson, N. ve Shahly, V. (2010). Age differences in major depression: results from the National Comorbidity Survey Replication (NCS-R). Psychological Medicine, 40(2), 225-237.

Killeen, C. (1998). Loneliness: an epidemic in modern society. Journal of Advanced Nursing, 28(4), 762-770.

Killeen, C. (1998). Loneliness: an epidemic in modern society. Journal of Advanced Nursing, 28(4), 762-770.

Kim, K., McKeage, R. veDebevec, K. (1993). Self-gifts and the manifestation of material values. Advances in Consumer Research, 20, 359-361.

Kim, K., Ryu, E., Chon, M-Y., Yeun, E-J., Choi, S-Y., Seo, J-S. ve Nam, B-W. (2006). Internet addiction in korean adolescents veits relation to depression vesuicidal ideation: A questionnaire survey. International Journal of Nursing Studies, 43, 185–192.

Kim, Y. K., Kim, E. Y. ve Kang, J. (2003). Teens' mall shopping motivations: Functions of loneliness vemedia usage. Family and Consumer Sciences Research Journal, 32(2), 140-167.

Kline, P. (1994). An Easy Guide To Factor Analysis: New York: Routledge.

Ko, C. H., Yen, J. Y., Chen, S. H., Yang, M. J., Lin, H. C. ve Yen, C. F. (2009). Proposed diagnostic criteria and the screening and diagnosing tool of Internet addiction in college students. Comprehensive Psychiatry, 50(4), 378-384.

Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D. ve Serpe, R. T. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. The American Journal of Psychiatry, 163(10), 1806–1812.

Koronczai, B., Urbán, R., Kökönyei, G., Paksi, B., Papp, K., Kun, B., Arnold, P., Kállai J. ve Demetrovics, Z. (2011). Confirmation of the three-factor model of problematic internet use on off-line adolescent veadult samples. Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 14(11), 657-664.

Korur, M. G. ve Kimzan, H. S. (2016). Kompulsif satin alma eğilimi ve alisveris sonrasi pişmanlık ilişkisinde kontrolsüz kredi kartı kullanımının rolü: AVM müsterileri üzerine bir araştırma. Journal of Consumer and Consumption Research, 8(1), 43-71.

Köknel, Ö. (2005). Depresyon: Ruhsal Çöküntü. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

Kukar-Kinney, M., Ridgway, N. M. ve Monroe, K. B. (2009). The relationship between consumers' tendencies to buy compulsively and their motivations to shop and buy on the Internet. Journal of Retailing, 85(3), 298-307.

Kutlu, M., Savcı, M., Demir, Y. ve Aysan, F. (2016). Young İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formunun Türkçe uyarlaması: Üniversite öğrencileri ve ergenlerde geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. Anadolu Psikiyatri Dergisi, 17(1), 69-76.

Lazarus, R. S. ve Folkman, S. (1984). Stress, Appraisal, and Coping. New York: Springer.

Lee, S. ve Mysyk, A. (2004). The medicalization of compulsive buying. Social Science and Medicine, 58(9), 1709-1718.

Lee, Y.-H., Ko, C.-H. ve Chou, C. (2015). Re-visiting internet addiction among Taiwanese students: a crosssectional comparison of students' expectations, online gaming and online social interaction. Journal of Abnormal Child Psychology, 43(3), 589–599.

Lejoyeux, M., Ades, J., Tassain, V. ve Solomon, J. (1996). Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. The American Journal of Psychiatry, 153(12), 1524-1529.

Lejoyeux, M., Mathieu, K., Embouazza, H., Huet, F. ve Lequen, V. (2007). Prevalence of compulsive buying among customers of a Parisian general store. Comprehensive Psychiatry, 48(1), 42-46.

Li, J., Lu, M., Xia, T. ve Guo, Y. (2018). Materialism as compensation for self-esteem among lower-class students. Personality and Individual Differences, 131(1), 191-196.

Lovibond, P. F. ve Lovibond, S. H. (1995). The structure of negative emotional states: Comparison of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS) with the Beck Depression and Anxiety Inventories. *Behaviour Research and Therapy*, *33*(3), 335-343.

Luo, X. (2005). How does shopping with others influence impulsive purchasing?. *Journal of Consumer Psychology*, *15*(4), 288-294.

Mahmoud, J. S. R., Staten, R. T., Hall, L. A. ve Lennie, T. A. (2012). The relationship among young adult college students' depression, anxiety, stress, demographics, life satisfaction vecoping styles. Issues in Mental Health Nursing, 33(3), 149-156.

Manchiraju, S., Sadachar, A. ve Ridgway, J. L. (2016). The compulsive online shopping scale (COSS): Development and validation using panel data. International Journal of Mental Health and Addiction, 14(6), 1-15.

Manolis, C. ve Roberts, J. A. (2008). Compulsive buying: Does it matter how it's measured?. Journal of Economic Psychology, 29(4), 555-576.

Maraşlı, M. (2015). Bazı özelliklerine ve öğrenilmiş güçlülük düzeylerine göre lise öğretmenlerinin tükenmişlik düzeyleri. Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi (MSG), 6 (23), 27-33.

Maraz, A., Eisinger, A., Hende, B., Urbán, R., Paksi, B., Kun, B., Kökönyei, G., Griffiths, M. D. ve Demetrovics, Z. (2015). Measuring compulsive buying behaviour: Psychometric validity of three different scales veprevalence in the general population and in shopping centres. Psychiatry Research, 225 (3), 326-334.

Maraz, A., Griffiths, M. D. ve Demetrovics, Z. (2016). The prevalence of compulsive buying in non-clinical populations: A systematic review vemeta-analysis. Addiction, 111, 408-419.

Martin, K. D. ve Paul Hill, R. (2011). Life satisfaction, self-determination, and consumption adequacy at the bottom of the pyramid. Journal of Consumer Research, 38(6), 1155- 1168.

McElroy, S. L., Keck Jr, P. E., Pope Jr, H. G., Smith, J. M. ve Strakowski, S. M. (1994). Compulsive bying: a report of 20 cases. The Journal of Clinical Psychiatry, 55(6), 242-248.

McKenna, K. Y. ve Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality vesocial psychology. Personality and Social Psychology Review, 4(1), 57-75.

Meerkerk, G. J., van den Eijnden, R. J. J. M., Franken, I. H. A. ve Garretsen, H. F. L. (2010). Is compulsive internet use related to sensitivity to reward and punishment and impulsivity? Computers in Human Behavior, 26(4), 729–735.

Merrell, K. W. (2013). Helping students overcome depression veanxiety: A practical guide. Guilford Publications.

Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., Faber, R. ve Smyth, J. (2003). Direct veretrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry, 34(1), 729–735.

Mitchell, J. E., Burgard, M., Faber, R., Crosby, R. D. ve de Zwaan, M. (2006). Cognitive behavioral therapy for compulsive buying disorder. Behaviour Research and Therapy, 44(12), 1859-1865.

Moeller, F. G., Barratt, E. S., Dougherty, D. M., Schmitz, J. M.ve Swann, A. C. (2001). Psychiatric aspects of impulsivity. American Journal of Psychiatry, 158(11), 1783-1793.

Monroe, S. M. ve Harkness, K. L. (2011). Recurrence in major depression: A conceptual analysis. Psychological Review, 118(4), 655-674.

Moody, E. J. (2001). Internet use veits relationship to loneliness. Cyberpsychology and Behavior, 4(3), 393–401.

Moore, M. (2009). Compulsive shopping disorder: Is it real and can it be measured?. University of North Carolina, Department of Psychology, Published Doctoral Dissertation, Chapel Hill.

Morahan-Martin, J. ve Schumacher, P. (2000). Incidence and correlates of pathological Internet use among college students. Computers in Human Behavior, 16(1), 13-29.

Mowen, J. C. ve Spears, N. (1999). Understanding compulsive buying among college students: A hierarchical approach. Journal of Consumer Psychology, 8(4), 407-430.

Mueller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., Bleich S, Glaesmer H, Exner, C. ve de Zwaan, M. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany veits association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. Psychiatry Research, 180(2), 137-142.

Newbury-Birch, D. ve Kamali, F. (2001). Psychological stress, anxiety, depression, job satisfaction, and personality characteristics in preregistration house officers. Postgraduate Medical Journal, 77(904), 109-111.

Nie, N. H., Hillygus, D. S. ve Erbring, L. (2002). Internet use, interpersonal relations, and sociability: A time diary study. The Internet in Everyday Life. John Wiley and Sons.

Nunnally, JC ve Bernstein, İH (1994). *Psikometrik Teori* , 3. Baskı. New York, NY: McGraw-Hill.

Odabaşı, Y. (2006). Tüketim Kültürü. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Odlaug, B. L. ve Grant, J. E. (2010). Impulse-control disorders in a college sample: results from the self-administered Minnesota Impulse Disorders Interview (MIDI). Primary Care Companion to the Journal of Clinical Psychiatry, 12(2).

O'Guinn, T. C. ve Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. Journal of Consumer Research, 16(2), 147-157.

Otero-López, J. M., Pol, E. V., Bolaño, C. C. ve Mariño, M. J. S. (2011). Materialism, life-satisfaction and addictive buying: Examining the causal relationships. Personality and Individual Differences, 50(6), 772-776.

Otero-López, J. M. ve Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, sociodemographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: a cross sectional study in Galicia, Spain. BMC psychiatry, 14(1), 101.

Özsungur, F. (2017). Bilişsel yönü ile tüketici satın alma karar süreci ve global sınıflar teorisi. Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi, 1(2), 117-146.

Öztürk, U. C. (2015). Bağlantıda kalmak ya da kalmamak işte tüm korku bu: İnternetsiz kalma korkusu ve örgütsel yansımaları. Journal of International Social Research, 8(37), 629-638.

Tamam, L., Diller, R. S. ve Özpoyraz, N. (1998). Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme. Türk Psikiyatri Dergisi, 9(3), 224-230.

Tavares, H., Lobo, D. S. S., Fuentes, D. ve Black, D. W. (2008). Compulsive buying disorder: A review and a case vignette. Revista Brasileira de Psiquiatria, 30, 16-23.

Pawlikowski, M., Altstötter-Gleich, C.ve Brand, M. (2013). Validation and psychometric properties of a short version of Young's Internet Addiction Test. Computers in Human Behavior, 29(3), 1212-1223.

Pazarlis, P., Katsigiannopoulos, K., Papazisis, G., Bolimou, S. ve Garyfallos, G. (2008). Compulsive buying: A review. Annals of General Psychiatry, 7(1), 273.

Peplau, L. A. ve Perlman, D. (1982). Perspctives on loneliness. Loneliness: A Sourcebook of Current Theory, Research and Therapy, 1-20.

Piquet-Pessôa, M., Ferreira, G. M., Melca, I. A. ve Fontenelle, L. F. (2014). DSM-5 and the decision not to include sex, shopping or stealing as addictions. Current Addiction Reports, 1(3), 172-176.

Rassuli, K. M. ve Hollander, S. C. (1986). Desire-induced, innate, insatiable? Journal of Macromarketing, 6(2), 4-24.

Raymond, C. (2000). Stress the real millennium bug. Stress News, 12(4).

Reeves, R. A., Baker, G. A. ve Truluck, C. S. (2012). Celebrity worship, materialism, compulsive buying, and the empty self. Psychology and Marketing, 29(9), 674-679.

Richins, M. ve Dawson S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. Journal of Consumer Research, 19(3), 303 –316.

Ridgway, N., Kukar-Kinney, M. ve Monroe, K. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. Journal of Consumer Research, 35(4), 622–639.

Roberts, J.A. ve Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use and Compulsive Buying Among American College Students. The Journal of Consumer Affairs, 35 (21), 213-240.

Roberts, J. A., Manolis, C. ve Tanner Jr, J. F. (2003). Family structure, materialism, and compulsive buying: A reinquiry and extension. Journal of the Academy of Marketing Science, 31(3), 300-311.

Robbins, T. W. (2005). Chemistry of the mind: Neurochemical modulation of prefrontal cortical function. Journal of Comparative Neurology, 493(1), 140-146.

Rook, K. S. (1984). Research on social support, loneliness vesocial isolation: Toward an integration. Review of Personality and Social Psychology, 5, 239-264.

Rook, D. W. ve Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. Journal of Consumer Research, 22(3), 305-313.

Rose, S. ve Dhandayudham, A. (2014). Towards an understanding of internet-based problem shopping behaviour: The concept of online shopping addiction and its proposed predictors. Journal of Behavioral Addictions, 3(2), 83–89.

Russell, D., Peplau, L.A. ve Ferguson, M.L. (1978). Developing a measure of loneliness. Journal of Personality Assessment, 42(3), 290-294.

Russell, D. (1982). The measurement of loneliness. Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy (81−104). New York: Wiley.

Sadler, W. A. (1978). Dimensions in the problem of loneliness: A phenomenological approach in social psychology. Journal of Phenomenological Psychology, 9(1), 157-187.

Salecl, R. (2013). Kaygı üzerine. (B. E. Aksoy, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları. (2013).

Savaşır, I. (1994). Ölçek uyarlamasındaki sorunlar ve bazı çözüm yolları. Türk Psikoloji Dergisi, 9(33), 27–32.

Saydan, R. (2008). Tüketicilerin çevrimiçi alışverişe yönelik risk ve fayda algılamaları: Geleneksel ve çevrimiçi tüketicilerin karşılaştırılması. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 23(23).

Schlosser, S., Black, D. W., Repertinger, S. ve Freet, D. (1994). Compulsive buying: Demography, phenomenology and comorbidity in 46 subjects. General Hospital Psychiatry, 16(3), 205-212.

Schmitter, C., Zisselman, M. ve Woldow, A. (2003). Life satisfaction in centenarians residing in long-term care. Annals of Long Term Care, 7(2), 437-442.

Selye H. (1976.) The stress of life, (Revised Edition). New York: McGraw-Hill.

Shapiro, J. M. (1993). Compulsive buying and self-gifts: A motivational perspective. Advances in Consumer Research, 20(1), 557.

Sharp, L. K. ve Lipsky, M. S. (2002). Screening for depression across the lifespan: A review of measures for use in primary care settings. American Family Physician, 66(6), 1001- 1008.

Shaver, P., & Rubenstein, C. (1980). Childhood attachment experience and adult loneliness. *Review of Personality and Social Psychology*, *1*, 42-73.

Sheldon, K. M., Ryan, R. M., Deci, E. L. ve Kasser, T. (2004). The independent effects of goal contents vemotives on well-being: It's both what you pursue and why you pursue it. Personality Vesocial Psychology Bulletin, 30(4), 475-486.

Shin, D. C. ve Johnson, D. M. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. Social Indicators Research, 5(4), 475-492.

Silvera, D. H., Lavack, A. M. ve Kropp, F. (2008). Impulse buying: The role of affect, social influence, and subjective well-being. Journal of Consumer Marketing, 25(1), 23–33.

Sirgy, M. J. (1998). Materialism and quality of life. Social Indicators Research, 43(3), 227–260.

Sohn, S. ve Choi, Y. (2012). A model of compulsive buying: Dysfunctional beliefs veself-regulation of compulsive buyers. Social Behaviour and Personality, 40 (10), 1611-1624.

Soule, L. C., Shell, L. W. ve Kleen, B. A. (2003). Exploring Internet addiction: Demographic characteristics and stereotypes of heavy Internet users. Journal of Computer Information Systems, 44(1), 64-73.

Spanier, G.B. (1976). Measuring dyadic adjustment: New scales for assessing the quality of marriage vesmilar dyads. Journal of Marriage and The Family, 38(1), 15–28.

Sussman, S., Lisha, N. ve Griffiths, M. (2010). Prevalence of the addictions: A problem of the majority or the minority? Evaluation and the Health Professions, 34(3), 3–56.

Swann, A. C., Gerard Moeller, F., Steinberg, J. L., Schneider, L., Barratt, E. S. ve Dougherty, D. M. (2007). Manic symptoms and impulsivity during bipolar depressive episodes. Bipolar Disorders, 9(3), 206-212.

Şener, A. (2009). Yaşlılık, yaşam doyumu ve boş zaman faaliyetleri. Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 1-18.

Şenol-Durak, E. ve Durak, M. (2011). The mediator roles of life satisfaction and self-esteem between the affective components of psychological well-being vethe cognitive symptoms of problematic Internet use. Social Indicators Research, 103(1), 23–32.

Tabachnick, B. G ve Fidel, L.S. (2001). Using Multivariate Statistics. Boston: Ally And Bacon.

Toprak, Ö. G. L. S., Şentürk, F. K. ve Kılıç, G. (2017). Yöneticilerin çatışma yönetme yöntemleri ile yöneticiye duyulan güven arasındaki ilişki: Afyonkarahisar'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. Journal of Business, 5(2), 105-133.

Trotzke, P., Starcke, K., Müller, A. ve Brand, M. (2015). Pathological buying online as a specific form of internet addiction: a model-based experimental investigation. PloS one, 10(10), e0140296.

Tsai, H. F., Cheng, S. H., Yeh, T. L., Shih, C. C., Chen, K. C., Yang, Y. C. ve Yang, Y. K. (2009). The risk factors of Internet addiction—a survey of university freshmen. Psychiatry Research, 167(3), 294-299.

Turan, G. (2007). Relatıonship between materialism and self-construals.Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

Türkçapar, H. (2004). Anksiyete bozukluğu ve depresyonun tanısal ilişkileri. Klinik Psikiyatri, 4, 12-16.

Umeh, K.(2009). Understanding Adolescent Health Behavior: A Decision Making Perspective. New York: Cambridge University Press.

Üstün, T. B., Ayuso-Mateos, J. L., Chatterji, S., Mathers, C. ve Murray, C. J. (2004). Global burden of depressive disorders in the year 2000. The British Journal of Psychiatry, 184(5), 386-392.

Valence, G., D'Astous, A. ve Foriter, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. Journal of Consumer Policy, 11, 419-433.

Veenhoven, R. (1991). Is happiness relative?. Social Indicators Research, 24(1), 1-34.

Verdejo-García, A., Lawrence, A. J. ve Clark, L. (2008). Impulsivity as a vulnerability marker for substance-use disorders: Review of findings from high-risk research, problem gamblers and genetic association studies. Neuroscience and Biobehavioral Reviews, 32(4), 777-810.

Villella, C., Martinotti, G., Di Nicola, M., Cassano, M., La Torre, G., Gliubizzi, M. D., Messeri, I., Petruccelli, F., Bria, P., Janiri, L. ve Conte, G. (2011). Behavioural addictions in adolescents and young adults: Results from a prevalence study. Journal of Gambling Studies, 27(2), 203-214.

Wallace, P. (2014). Internet addiction disorder and youth. EMBO Reports, 15(1), 12–16.

Wang, C. C. ve Yang, H. W. (2008). Passion for online shopping: The influence of personality and compulsive buying. Social Behavior and Personality: An International Journal, 36(5), 693-706.

Ward, S. ve Wackman, D. (1971). Family vemedia influences on adolescent consumer learning. American Behavioral Scientist, 14(3), 415-427.

Watson, J. J. (2003). The relationship of materialism to spending tendencies, saving and debt. Journal of Economic Psychology, 24(6), 723-739.

Weeks, D. G., Michela, J. L., Peplau, L. A. ve Bragg, M. E. (1980). Relation between loneliness and depression: a structural equation analysis. Journal of Personality and Social Psychology, 39(6), 1238.

Weiss, R. S. (1973). Loneliness: The experience of emotional and social isolation. MIT Press.

Wetherell, J. L., Gatz, M. ve Pedersen, N. L. (2001). A longitudinal analysis of anxiety and depressive symptoms. Psychology and Aging, 16(2), 187.

Whang, L. S. M., Lee, S. ve Chang, G. (2003). Internet over-users‟ psychological profiles: A behavior sampling analysis on internet addiction. Cyberpsychology and Behavıor, 6 (2), 143-150.

Whiteside, S. P. ve Lynam, D. R. (2001). The five factor model and impulsivity: Using a structural model of personality to understveimpulsivity. Personality and Individual Differences, 30(4), 669–689.

Whiteside, S. P. ve Lynam, D. R. (2003). Understanding the role of impulsivity and externalizing psychopathology in alcohol abuse: application of the UPPS impulsive behavior scale. Experimental and Clinical Psychopharmacology, 11(3), 210.

Wilmshurst, L. (2005). Essentials of child psychopathology. John Wiley ve Sons.

Xiao, G. ve Kim, J. O. (2009). The investigation of Chinese consumer values, consumption values, life satisfaction and consumption behaviors. Psychology and Marketing, 26(7), 610-624.

Xu, Y. (2008). The influence of public self-consciousness and materialism on young consumers compulsive buying. Young Consumers, 9(1), 37-48.

Yang, S. C. ve Tung, C. J. (2007). Comparison of internet addicts and non-addicts in Taiwanese high school. Computers İn Human Behavior, 23, 79–96.

Yargıç, İ., Ersoy, E. ve Oflaz, S. B. (2011). UPPS dürtüsel davranış ölçeği ile psikiyatri hastalarında dürtüselliğin ölçümü. Klinik Psikofarmakoloji Bülteni, 21(2), 139-146.

Yıldız, M. A. ve Duy, B. (2014). Adaptation of the short-form of the UCLA loneliness scale (ULS-8) to Turkish for the adolescents. Düşünen Adam, 27(3), 194-203.

Yılmaz, E., Yılmaz, E. ve Karaca, F. (2008). Üniversite öğrencilerinin sosyal destek ve yalnızlık düzeylerinin incelenmesi. Genel Tip Dergisi, 18(2), 71-79.

Yılmaz, E., Şahin, Y. L., Haseski, H. İ. ve Erol, O. (2014). Lise öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi: Balıkesir ili örneği. Eğitim Bilimleri Araştırma Dergisi, 4(1), 133-144.

Yılmaz, Ö., Boz, H. ve Arslan, A. (2017). Depresyon anksiyete stres ölçeğinin (DASS 21) Türkçe kısa formunun geçerlilik-güvenilirlik çalışması. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (FESA), 2(2), 92-104.

Young, K. S. (1996). İnternet addication: The emergence of a new clinical disorder. CyberPsychology and Behavior, 1(3), 237-244.

Young K S (1998) Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. CyberPsychology and Behavior, 1(3), 237-244.

Young, K. S. (2004) Internet addiction: A new clinical phenomenon veıts consequences. American Behavioral Scientist, 48(4), 402-415.

Yumuşak, S. ve Boz, H. (2013). Konaklama işletmelerinde çalışanların mevsimsel duygudurum düzeylerinin etkisi. AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(2), 371-394.

Yurchisin, J. ve Johnson, K. K. (2004). Compulsive buying behavior and its relationship to perceived social status associated with buying, materialism, self-esteem and apparel-product involvement. Family and Consumer Sciences Research Journal, 32(3), 291- 314.

Zhan, L. (1992). Quality of life: Conceptual and measurement issues. Journal of Advanced Nursing, 17(7), 795-800.

Zhao, H., Tian, W. ve Xin, T. (2017). The development and validation of the online shopping addiction scale. Frontiers in Psychology, 8, 1-9.

EK-A

DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

1) Yaş:
2) Cinsiyet:

3) Medeni Hal:
a) Evli
b) Bekar
c) Boşanmış
d) Diğer
e)

4) Eğitim Düzeyi:
a) Okur yazar değil
b) İlkokul
c) Ortaokul
d) Lise
e) Yüksek Okul
f) Lisans
g) Lisansüstü
h) Doktora

5) Yaşadığınız Şehir:

6) Gelir:
a) Çok Düşük
b) Düşük
c) Orta
d) Yüksek
e) Çok Yüksek

7) İnternetten ne sıklıkla alışveriş yaparsınız?
a) Yılda birkaç kez
b) Birkaç ayda bir
c) Aylık
d) Haftalık
e) Günlük

EK-B

KOMPULSİF ÇEVRİMİÇİ SATIN ALMA ÖLÇEĞİ (KÇSA)

Lütfen her madde için sizi en iyi tanımlayan yanıtları işaretleyiniz. Maddelere son 12 aydaki düşünceleriniz, duygularınız ve eylemlerinizi baz alarak cevap veriniz.
Her cümlenin karşısında bulunan;
(0) Tamamen katılmıyorum
(1) Katılmıyorum
(2) Ne katılıyorum ne katılmıyorum
(3) Katılıyorum
(4) Tamamen katılıyorum

	Maddeler	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**
1.	İnternetten alışveriş yapmak hayatımdaki en önemli şeydir.					
2.	Her zaman internetten alışveriş yapmakla ilgili düşünürüm.					
3.	İnternetten alışveriş yapmayı düşünürken ya da planlarken çok fazla zaman harcıyorum.					
4.	İnternetten alışveriş yapmayla ilgili düşünceler aklıma gelir.					
5.	Bazen daha iyi hissetmek için çevrimiçi alışveriş yaparım.					
6.	Bazen ruh halimi (duygudurumumu) değiştirmek için internetten alışveriş yaparım.					
7.	Kişisel problemlerimi unutmak için internetten alışveriş yaparım.					
8.	Suçluluk, kaygı, çaresizlik, yalnızlık ve /veya depresyon hislerimi azaltmak için internetten bazı şeyler satın alırım.					
9.	O kadar fazla internetten alışveriş yapıyorum ki günlük yükümlülüklerim (ör: okul ve iş) olumsuz yönde etkileniyor.					
10.	İnternetten alışveriş yapmam sebebiyle hobilerime, boş zaman etkinliklerime, iş/okul ya da egzersizlerime daha az öncelik veririm.					
11.	İnternetten alışveriş yapmam sebebiyle sevgilimi/ eşimi, ailemi ve arkadaşlarımı ihmal ederim.					
12.	İnternetten alışveriş yapmam sebebiyle genellikle diğerleriyle konuşmalarım tartışmayla biter.					
13.	İnternetten alışveriş yapmak için kendimde artan bir eğilim hissediyorum.					
14.	İnternetten planladığımdan çok daha fazla alışveriş yaparım.					
15.	Eskiden olduğu gibi doyuma ulaşamam için gittikçe daha fazla miktarda internetten alışveriş yapmak zorunda hissediyorum.					

16.	İnternetten alışveriş yapmak için gittikçe daha fazla zaman harcıyorum.					
17.	İnternetten alışveriş yapmayı azaltmaya yönelik başarısız denemelerim oldu.					
18.	Başkaları tarafından internetten alışveriş yapmayı azaltmam gerektiği söylendi.					
19.	İnternetten alışveriş yapmayı azaltmaya karar verdim ama henüz başaramadım.					
20.	İnternetten alışveriş yapmayı bir süreliğine kısıtlamayı başardım ama sonra bu alışkanlığım nüksetti.					
21.	İnternetten alışveriş yapmam engellenirse, strese girerim.					
22.	Bazı sebeplerden dolayı internetten alışveriş yapamayacağımı hissedersem huysuz ve hırçın olurum.					
23.	Bazı sebepler internetten alışveriş yapmamı engellerse kendimi kötü hissederim.					
24.	Son internet alışverişimin üzerinden zaman geçtiyse, çevrimiçi alışveriş yapmak için güçlü bir dürtü hissederim.					
25.	İnternetten o kadar çok alışveriş yaparım ki, parasal sorunlara sebep olur.					
26.	İnternetten o kadar çok alışveriş yaparım ki, psikolojik sağlığımı bozar.					
27.	İnternetten alışveriş yapma sorunum hakkında o kadar çok endişelenirim ki, bazen beni uyku tutmaz.					
28.	İnternetten yaptığım alışverişlerim yüzünden vicdanen rahatsız olurum.					

EK-C

YOUNG İNTERNET BAĞIMLILIĞI TESTİ - KISA FORMU (YİBT-KF)

Aşağıda internet kullanımı ile ilgili bazı sorular bulunmaktadır. Lütfen tüm sorulara kendinize en uygun olan cevabı işaretleyiniz (X) ve hiçbir soruyu boş bırakmayınız.
1-Hiçbir zaman, 2-Nadiren, 3-Bazen, 4-Sıklıkla, 5-Her zaman

		1	2	3	4	5
1.	Hangi sıklıkta planladığınızdan daha fazla internette kalırsınız?					
2.	Hangi sıklıkta ailenizle ilgili işleri ihmal ederek internette daha fazla zaman harcarsınız?					
3.	Okul veya ders ile ilgili çalışmalarınız hangi sıklıkta internette harcadığınız süre yüzünden zarar görmektedir?					
4.	Birileri internette ne yaptığınızı sorduğunda hangi sıklıkta sır gibi saklar veya savunmaya geçersiniz?					
5.	Birileri siz internette iken canınızı sıkarsa hangi sıklıkta onları tersler, onlara bağırır ve öfkeli davranırsınız?					
6.	Hangi sıklıkta gece internette harcadığınız süre yüzünden uykusuz kalırsınız?					
7.	İnternete bağlı değilken hangi sıklıkta internetle avunur veya internete bağlı olduğunuz hayalini kurarsınız?					
8.	İnternette iken hangi sıklıkta kendinizi ‘birkaç dakika daha’ derken bulursunuz?					
9.	Hangi sıklıkta internette harcadığınız zamanı azaltmak için uğraşırsınız ve başarısız olursunuz?					
10.	Ne kadar süre internette olduğunuzu hangi sıklıkta saklamaya çalışırsınız?					
11.	Hangi sıklıkta başkalarıyla dışarı çıkmak yerine internette daha fazla zaman harcamayı tercih edersiniz?					
12.	İnternete bağlanamadığınızda hangi sıklıkta kendinizi bunalımda, karamsar ve sinirli hissedip, internete bağlandığınızda bu şikayetlerinizin hemen geçtiğini görürsünüz?					

EK-D

UPPS DÜRTÜSEL DAVRANIŞ-SIKIŞIK ALT ÖLÇEĞİ

Aşağıda kişilerin durumlar karşısında gösterebileceği bazı davranışları tanımlayan ifadeler yer almaktadır. Lütfen her bir ifadeyi dikkatlice okuyup yandaki cevap bölümünde size en uygun gelen kutucuğun üzerine (X) işareti koyarak değerlendirin. Doğru ya da yanlış yanıt yoktur. Herhangi bir ifadenin üzerinde fazla zaman harcamadan, genel olarak nasıl hissettiğinizi gösteren yanıtı işaretleyin.

		Bana Hiç Uymuyor (1)	**Bana Biraz Uyuyor (2)**	**Bana Oldukça Uyuyor (3)**	**Bana Çok Uyuyor (4)**
1.	Dürtülerimi kontrol etmede sorun yaşarım.				
2.	Şiddetli isteklerime direnç göstermede sorun yaşarım. (örneğin, yemek, sigara içmek vb.)				
3.	Kendimi çoğu kez, sonradan pişman olup da kurtulmak istediğim işlerin içine sokarım.				
4.	Kendimi kötü hissettiğimde, çoğu kez o anda iyi hissettiren fakat sonradan yaptığıma pişman olduğum şeyler yaparım.				
5.	Kendimi kötü hissettiğim bazı zamanlarda, kendimi kötü hissettirse bile yapmakta olduğum şeyi durduramam.				
6.	Üzgün olduğum zamanlarda çoğu kez düşünmeden hareket ederim.				
7.	Reddedildiğimi hissettiğim zamanlarda, çoğu kez sonradan pişman olduğum şeyler söylerim.				
8.	Duygularıma göre hareket etmemin önüne geçemiyorum.				
9.	Sorunlarla karşılaştığımda onları çoğu kez içinden çıkılmaz bir hale getiririm çünkü üzgün olduğum zamanlarda düşünmeden hareket ederim				
10.	Bir tartışmanın en ateşli anında, çoğu kez sonradan pişman olduğum sözler söylerim.				
11.	Duygularımı her zaman kontrol altında tutmayı başarabilirim.				

EK-E

MATERYALİZM MERKEZİYETÇİLİK ALT ÖLÇEĞİ

Aşağıdaki cümlelere ne dereceye kadar katıldığınızı ya da katılmadığınızı öğrenmek istiyoruz. Lütfen her tanım için verilen ölçeği kullanarak katılım derecenizi kutucuklardan birine işaret koyarak belirtiniz.

1-Hiç Katılmıyorum
2-Pek Katılmıyorum
3- Kararsızım
4- Biraz Katılıyorum
5-Tamamen Katılıyorum

	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Genellikle sadece ihtiyaç duyduğum şeyleri satın alırım.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Mal-mülk bakımından hayatımı sade tutmaya çalışırım.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Sahip olduğum maddi varlıklar benim için önemli değildir.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Kullanışlı olmayan şeylere para harcamak hoşuma gider.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Bir şeyler satın almak bana çok zevk verir.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Hayatımda birçok lüks olmasından hoşlanırım.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Maddi şeylere tanıdığım çoğu kişiden daha az önem veririm.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

EK-F

UCLA-LS YALNIZLIK ÖLÇEĞİ

(Örnek Maddeler)

Aşağıda çeşitli duygu ve düşünceleri içeren ifadeler verilmektedir. Sizden istenilen her ifade de tanımlanan duygu ve düşünceyi ne sıklıkta hissettiğinizi ve düşündüğünüzü her biri için tek bir rakamı daire içine alarak belirtmeniz.

	Ben bu durumu HİÇ Yaşamadım	**Ben bu durumu NADİREN Yaşarım**	**Ben bu durumu BAZAN Yaşarım**	**Ben bu durumu SIK SIK Yaşarım**
1. Arkadaşım yok.	1	2	3	4
4.Kendimi grubun dışına itilmiş hissediyorum.	1	2	3	4
8.Çevremde insanlar var ama benimle değiller.	1	2	3	4

EK-G

YAŞAM DOYUMU ÖLÇEĞİ

Her cümlenin karşısında bulunan ;
(1) Kesinlikle katılmıyorum
(2) Katılmıyorum
(3) Biraz katılmıyorum
(4) Ne katılıyorum ne de katılmıyorum
(5) Çok az katılıyorum
(6) Katılıyorum
(7) Kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir.

	Maddeler	**(1)**	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**	**(7)**
1.	İdeallerime yakın bir yaşantım vardır.							
2.	Yaşam koşullarım mükemmeldir.							
3.	Yaşamımdan memnunum.							
4.	Şimdiye kadar yaşamdan istediğim önemli şeylere sahip oldum.							
5.	Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim.							

EK-H

DEPRESYON ANKSİYETE STRES ÖLÇEĞİ

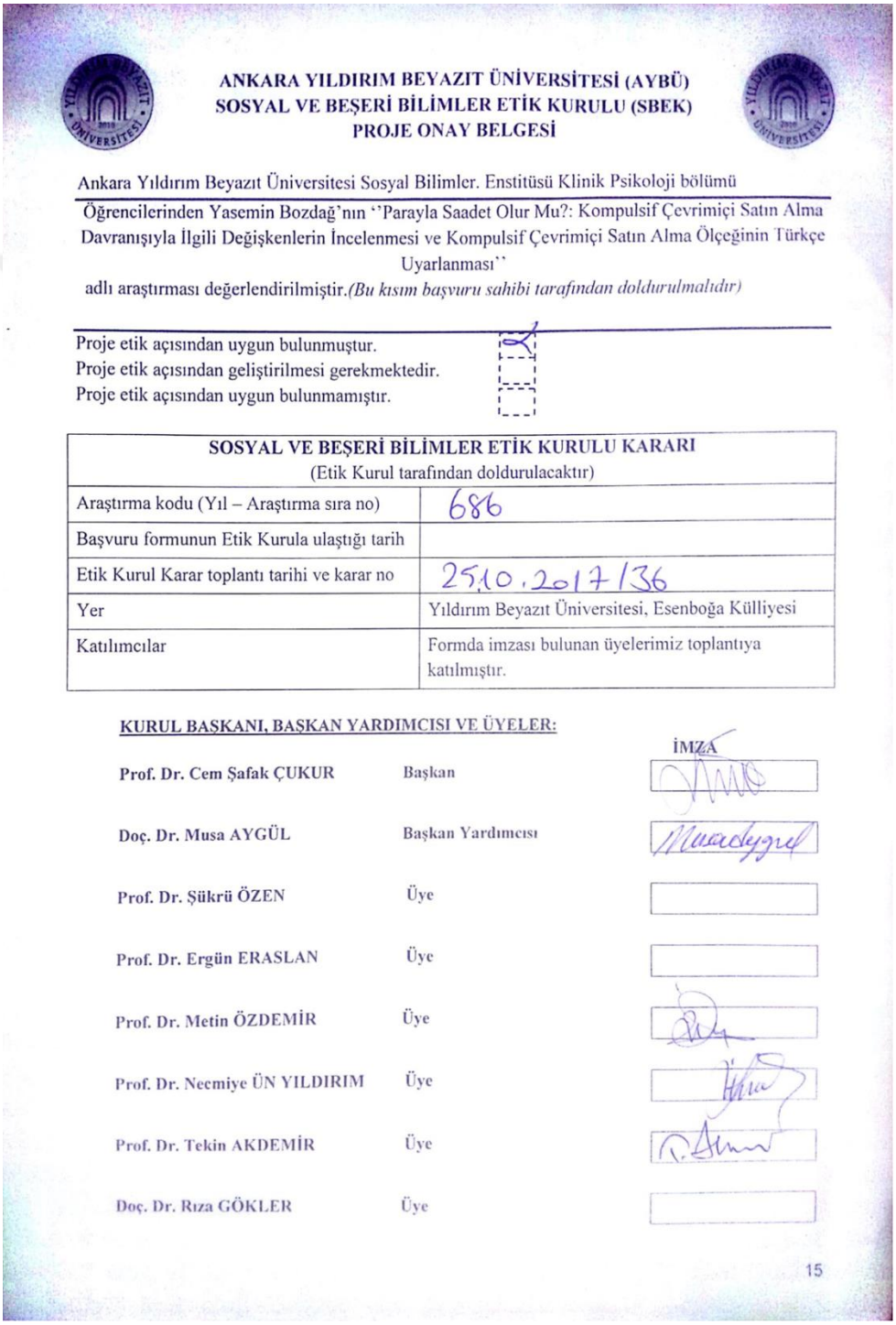
Lütfen her bir ifadeyi bugün dâhil son bir haftayı dikkate alarak size ne kadar uygun olduğuna göre işaretleyiniz. Her sorunun karşısında bulunan;

(0) Bana hiç uygun değil,
(1) Bana biraz uygun,
(2) Bana genellikle uygun,
(3) Bana tamamen uygun anlamına gelmektedir.

1.	Hiç olumlu duygu yaşayamadığımı fark ettim.	0	1	2	3
2.	Hiçbir beklentimin olmadığı hissine kapıldım.	0	1	2	3
3.	Birey olarak değersiz olduğumu hissettim.	0	1	2	3
4.	Hayatın değersiz olduğunu hissettim.	0	1	2	3
5.	Kendimi perişan ve hüzünlü hissettim.	0	1	2	3
6.	Hiçbir şey bende heyecan uyandırmıyordu.	0	1	2	3
7.	Bir iş yapmak için gerekli olan ilk adımı atmada zorlandım.	0	1	2	3
8.	Ağzımda kuruluk olduğunu fark ettim.	0	1	2	3
9.	Soluk almada zorluk çektim (örneğin fizik egzersiz yapmadığım halde aşırı hızlı nefes alma, nefessiz kalma gibi).	0	1	2	3
10.	Panik haline yakın olduğumu hissettim.	0	1	2	3
11.	Geçerli bir neden olmadığı halde korktuğumu hissettim.	0	1	2	3
12.	Panikleyip kendimi aptal durumuna düşüreceğim durumlar nedeniyle endişelendim.	0	1	2	3
13.	Vücudumda (örneğin ellerimde) titremeler oldu.	0	1	2	3
14.	Fiziksel egzersiz söz konusu olmadığı halde kalbimin hareketlerini hissettim (kalp atışlarımın hızlandığını veya düzensizleştiğini hissettim).	0	1	2	3
15.	Olaylara aşırı tepki vermeye meyilliyim.	0	1	2	3
16.	Kendimi gevşetip salıvermek zor geldi.	0	1	2	3
17.	Sinirsel enerjimi çok fazla kullandığımı hissettim.	0	1	2	3
18.	Alıngan olduğumu hissettim.	0	1	2	3
19.	Gevşeyip rahatlamakta zorluk çektim.	0	1	2	3
20.	Beni yaptığım işten alıkoyan şeylere dayanamıyordum.	0	1	2	3
21.	Kışkırtılmakta olduğumu hissettim.	0	1	2	3

EK-I

ETİK KURUL ONAYI



ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ (AYBÜ)
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU (SBEK)
PROJE ONAY BELGESİ

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler. Enstitüsü Klinik Psikoloji bölümü Öğrencilerinden Yasemin Bozdağ'nın ''Parayla Saadet Olur Mu?: Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışıyla İlgili Değişkenlerin İncelenmesi ve Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeğinin Türkçe Uyarlanması''
adlı araştırması değerlendirilmiştir.*(Bu kısım başvuru sahibi tarafından doldurulmalıdır)*

Proje etik açısından uygun bulunmuştur.	☒
Proje etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir.	☐
Proje etik açısından uygun bulunmamıştır.	☐

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU KARARI (Etik Kurul tarafından doldurulacaktır)	
Araştırma kodu (Yıl – Araştırma sıra no)	686
Başvuru formunun Etik Kurula ulaştığı tarih	
Etik Kurul Karar toplantı tarihi ve karar no	25.10.2017/36
Yer	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Esenboğa Külliyesi
Katılımcılar	Formda imzası bulunan üyelerimiz toplantıya katılmıştır.

KURUL BAŞKANI, BAŞKAN YARDIMCISI VE ÜYELER:

		İMZA
Prof. Dr. Cem Şafak ÇUKUR	Başkan	
Doç. Dr. Musa AYGÜL	Başkan Yardımcısı	
Prof. Dr. Şükrü ÖZEN	Üye	
Prof. Dr. Ergün ERASLAN	Üye	
Prof. Dr. Metin ÖZDEMİR	Üye	
Prof. Dr. Necmiye ÜN YILDIRIM	Üye	
Prof. Dr. Tekin AKDEMİR	Üye	
Doç. Dr. Rıza GÖKLER	Üye	

15

EK-J

TEZ FOTOKOBİSİ İZİN FORMU

ENSTİTÜ

Fen Bilimleri Enstitüsü ☐

Sosyal Bilimler Enstitüsü ☐

Uygulamalı Matematik Enstitüsü ☐

Enformatik Enstitüsü ☐

Deniz Bilimleri Enstitüsü ☐

YAZARIN

Soyadı :

Adı :

Bölümü :

TEZİN ADI: The Effects of Mortality Salience and Body-Related Social Norms on Attitudes towards Diet Pills

TEZİN TÜRÜ : Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐

1. Tezimin tamamından kaynak gösterilmek şartıyla fotokopi alınabilir. ☐
2. Tezimin içindekiler sayfası, özet, indeks sayfalarından ve/veya bir bölümünden kaynak gösterilmek şartıyla fotokopi alınabilir. ☐
3. Tezimden bir bir (1) yıl süreyle fotokopi alınamaz. ☐

TEZİN KÜTÜPHANEYE TESLİM TARİHİ: