

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**  
**KLİNİK PSİKOLOJİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**KOMPULSİF SATIN ALMANIN YORDAYICILARI:**  
**BENLİK SAYGISI, SOSYAL KARŞILAŞTIRMA,**  
**MÜKEMMELİYETÇİLİK VE PSİKOLOJİK BELİRTİLER**

**HAZIRLAYAN**

**HANDE KAHYA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ DANIŞMANI**

**PROF. DR. OKAN CEM ÇIRAKOĞLU**

**ANKARA – 2023**

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU**

Tarih: 26/12/2022

Öğrencinin Adı, Soyadı: Hande Kahya

Öğrencinin Numarası: 21910266

Anabilim Dalı: Psikoloji

Programı: Klinik Psikoloji Tezli YL

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Prof. Dr. Okan Cem Çırakoğlu

Tez Başlığı: Kompulsif Satın Almanın Yordayıcıları: Benlik Saygısı, Mükemmeliyetçilik, Sosyal Karşılaştırma ve Psikolojik Belirtiler

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 45 sayfalık kısmına ilişkin, 26/12/2022 tarihinde tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 8'dur.

Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

Onay  
26/12/2022

Öğrenci Danışmanı Unvan, Ad, Soyad,  
Prof. Dr. Okan Cem Çırakoğlu

*Asım ve Gülru'ya...*

## TEŞEKKÜR

Öncelikle, tez danışman hocam Prof. Dr. Okan Cem Çırakoğlu'na, tez sürecinden önce her hafta heyecanla beklediğim klinik derslerinde alanımı daha çok sevdiği ve değerli tecrübeleriyle bakış açımı geliştirdiği için, tez sürecimde her türlü kaygıma, telaşlı aramalarım ve mesajlarıma sakinlikle yanıt verdiği, bana inandığını hissettirdiği ve gösterdiğim çabayı daima takdir ettiği için teşekkür ederim. Ayrıca tez jürimde bulunarak kıymetli yorumlarıyla tezime değerli katkılarda bulunan Doç. Dr. Sait Uluç ve Dr. Öğr. Üyesi Burçin Akın Sarı hocalarıma teşekkür ederim.

Tez yazma sürecinde zorlandığım dönemlerde bana moral veren, ümitsizliğe kapıldığım zamanlarda beni cesaretlendiren, duygusal olarak zorlandığım her an dinlemeye ve anlamaya hazır bulunan, işlerimi kolaylaştırmak için ellerinden geleni yapan canım kız kardeşlerim Hilal Atasoy Topaca ve Ferhan Atasoy'a varlıkları ve destekleri için teşekkür ederim.

Bugün hayatımda güzel olan ve başardığım ne varsa gösterdikleri fedakarlıklar ve bendeki emekleri sayesinde olan, kararlarımda ve hayallerimde daima arkamda duran canım annem Fatma Atasoy ve canım babam Hidayet Atasoy'a çok teşekkür ederim. Çalışkan, prensipli ve ahlaki değerlerine bağlı hayatlarıyla bana örnek oldukları için, hissettirdikleri koşulsuz sevgi ve sonsuz destek için ne kadar minnettar olduğumu ve şanslı hissettiğimi anlatmaya kelimeler bulamıyorum. Sizi çok seviyorum.

Biricik yol arkadaşım, canım eşim Ömer Kahya'ya attığım her adımda bana inandığı için, gece geç saatlere kadar çalıştığım haftalar boyunca evlatlarımızla benim yokluğumu hissettirmeden özveriyle ilgilendiği için, evlendiğimiz günden bu yana hissettirdiği sevgisi ve her konuda desteği için teşekkür ederim. İyi ki varsın!

Son olarak, varlıklarıyla hayatıma en derin anlamı katan, kendimdeki gücü fark ettiren, karakterimdeki güzel ve aydınlık yönleri pekiştirip ortaya çıkaran, neşe kaynağım, gözümün nuru evlatlarım Asım ve Gülru'ya, bu yoğun süreci bitirip onlarla yeniden oyun oynamamı yaşlarımdan büyük bir sabırla bekledikleri için ne kadar teşekkür etsem az...

## ÖZET

**KAHYA, Hande. Kompulsif Çevrimiçi Satın Almanın Yordayıcıları: Benlik Saygısı, Mükemmeliyetçilik, Sosyal Karşılaştırma ve Psikolojik Belirtiler. Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı, 2023.**

Mevcut araştırmada bireylerin kompulsif çevrimiçi satın alma düzeyleri üzerinde benlik saygısı, mükemmeliyetçilik, sosyal karşılaştırma ve psikolojik belirtilerin yordayıcı gücünü test etmek amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan 18-65 yaş aralığında 254 katılımcı, Bilgilendirilmiş Onam Formu'nu onayladıktan sonra veri toplama araçları olan Demografik Bilgi Formu, Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği, Mükemmeliyetçilik Ölçeği, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği ve Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği Kısa Formu'nu doldurmuştur. Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla SPSS kullanılarak hiyerarşik regresyon analizi yürütülmüştür. Analiz bulgularına göre demografik özelliklerden cinsiyet ile benlik saygısı, mükemmeliyetçilik ve psikolojik belirtiler kompulsif çevrimiçi satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır. Analize dahil edilen diğer demografik özellikler (yaş, eğitim düzeyi, ilişki durumu, gelir seviyesi) ve sosyal karşılaştırmanın yordayıcılığı bulunmamıştır. Bulgular ilgili alanyazın ışığında tartışılmış ve son olarak çalışmanın sınırlılıklarına değinilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Kompulsif çevrimiçi satın alma, Benlik saygısı, Mükemmeliyetçilik, Sosyal karşılaştırma, Psikolojik belirtiler

## **ABSTRACT**

**KAHYA, Hande. Predictors of Compulsive Buying: Self-Esteem, Perfectionism, Social Comparison and Psychological Symptoms. Başkent University, Institute of Social Sciences, Master Program of Clinical Psychology with Thesis, 2023.**

The current study aims to test the predictive role of self-esteem, perfectionism, social comparison and psychological symptoms on compulsive online buying. 254 participants, between the ages of 18-65, who consists of the sample of the study, signed the informed consent form and filled out the scales of the study which are Compulsive Online Buying Scale, Rosenberg Self-Esteem Scale, Perfectionism Scale, Social Comparison Scale and Depression Anxiety Stress Scale Short Form. Hierarchical regression analyses were conducted on SPSS in order to test the hypothesis of the study. According to the results, gender, self-esteem, perfectionism and psychological symptoms significantly predict compulsive online buying but demographic variables, other than gender, and social comparison seemed not predict the compulsive online buying. The results of the study were discussed within the framework of the literature.

**Keywords:** Compulsive online buying, self-esteem, perfectionism, social comparison, psychological symptoms

# İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	vii
1.GİRİŞ.....	1
1.1. Kompulsif Satın Alma .....	3
1.1.1. Kompulsif çevrimiçi satın alma.....	8
1.2. Benlik Saygısı.....	10
1.3. Sosyal Karşılaştırma.....	12
1.4. Mükemmeliyetçilik.....	13
1.5. Psikolojik Belirtiler.....	15
1.6.Araştırmanın Amacı ve Hipotezler.....	16
2. YÖNTEM.....	18
2.1. Örneklem.....	18
2.2. Veri Toplama Araçları.....	20
2.2.1. Bilgilendirilmiş Onam Formu.....	20
2.2.2. Demografik Bilgi Formu.....	20
2.2.3. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği.....	20
2.2.4. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği.....	21
2.2.5. Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.....	21
2.2.6. Mükemmeliyetçilik Ölçeği.....	22
2.2.7. Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği Kısa Formu.....	22
2.3. İşlem.....	23
2.4. Veri Analizi.....	24
3. BULGULAR.....	25
3.1. Betimsel İstatistikler.....	25
3.2. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi Sonuçları.....	26
3.3. Kompulsif Satın Alma Düzeyinin Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması... ..	28
3.4. Kompulsif Satın Alma Düzeyini Yordayan Değişkenler.....	28

<b>4. TARTIŞMA.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1. Korelasyon Analizinin Tartışılması .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2. Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulgularının Tartışılması .....</b>	<b>38</b>
<b>4.3. Çalışmanın Klinik Doğurguları.....</b>	<b>40</b>
<b>4.4. Sınırlılıklar ve Öneriler.....</b>	<b>42</b>
<b>5. SONUÇ.....</b>	<b>44</b>
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>45</b>

#### **EKLER**

- EK 1: Bilgilendirilmiş Onam Formu**
- EK 2: Demografik Form**
- EK 3: Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği**
- EK 4: Benlik Saygısı Ölçeği**
- EK 5: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği**
- EK 6: Mükemmeliyetçilik Ölçeği**
- EK 7: Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği Kısa Formu**
- EK 8: Etik Kurul Onayı**

## TABLULAR LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	19
Tablo 2. Ölçeklerin Betimsel İstatistikleri.....	25
Tablo 3. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi.....	26
Tablo 4. Kompulsif Satın Alma Düzeyinin Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması.....	28
Tablo 5. Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları.....	28

## KISALTMALAR LİSTESİ

DKB	Dürtü Kontrol Bozukluğu
KÇSA	Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma
KSA	Kompulsif Satın Alma
OKB	Obsesif Kompulsif Bozukluk

# 1. BÖLÜM

## GİRİŞ

İnsanlar yüzyıllar boyunca farklı ihtiyaçlar ve motivasyonlarla alışveriş yapma davranışı içinde bulunmuşlardır. Yaşanılan çağın şartlarına göre alışveriş platformları farklılık göstermiştir. İçinde bulunduğumuz zamanın koşulları düşünüldüğünde, teknolojinin gelişmesi ile internet tabanlı platformlar yaygınlaşmıştır. Son yıllarda satın alma formatı geleneksel yöntemlerden çevrimiçi platformlara doğru bir dönüşüm yaşamıştır (Tong, 2010). Özellikle internet hızının artması ve alışveriş platformlarının ara yüzlerinin her geçen gün daha kullanışlı ve kolay hale gelmesi de bu sürece etki etmiştir (Hussain ve Bohari, 2012; Khare ve Sadachar, 2014). Satın alma davranışındaki bu değişim modern hayatın yüksek hızında sağladığı kolaylığın yanında birtakım olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Çeşitli faktörlerin bir araya gelmesiyle bireylerin günlük hayatlarında işlevselliği sekteye uğratarak deneyimlenen bu satın alma davranışı, kompulsif alışveriş olarak karşımıza çıkmaktadır ve klinik pratikte ele alınması gereken bir olgudur (Faber ve O'Guinn, 2008).

Teknolojinin günlük hayatın içinde daha ulaşılabilir ve kullanılabilir hale gelmesi, modern hayatın hızında bireylere kolaylık sağlaması ve pandemi koşullarında zorunluluk haline gelmesi gibi çeşitli faktörlerin bir araya gelmesiyle çevrimiçi alışveriş günlük hayatın bir parçası olmuştur. Kompulsif satın alma sürecini besleyen en etkili faktörlerden biri geleneksel satın alma davranışından çevrimiçi satın alma yönündeki değişimdir. Buna ek olarak kredi kartı kullanımının da bu sürece etki eden önemli faktörlerden biri olduğu ifade edilmektedir (Ünsalver, 2011; Omar ve ark., 2014). Kredi kartı kullanımının sonucunda bireylerin yüksek miktarlarda borçlanması da kompulsif satın almanın sonuçlarını daha riskli hale getirmektedir (Omar ve ark., 2014). Sosyal medya kullanımının artması ile belirli moda ve güzellik kalıplarının dayatılması, çevrimiçi alışveriş pratiğinin yaygınlaşmasıyla bulunduğu bireylerin psikolojik iyi oluş halleri olumsuz etkilenmektedir. Aşırı sosyal medya kullanımıyla birlikte sosyal karşılaştırma yapılması benlik saygısı düşük ve yüksek mükemmeliyetçiliği olan bireyleri olumsuz yönde etkileyerek kompulsif satın alma davranışını tetiklediği düşünülmektedir.

Kompulsif satın alma davranışının etiolojisi konuyla ilgili yeterli çalışma olmaması sebebiyle kesin olarak bilinmiyor olsa da farklı araştırmalarda söz konusu davranışın oluşmasında etkili olan çeşitli psikolojik ve sosyal faktörler olduğu bulunmuştur. D'Astous (1990) kompulsif satın almayı süreklilik ve homojenlik gösteren bir kavram olarak tanımlamıştır. Diğer bir deyişle kompulsif satın alma normal bir satın almadan farklı değildir fakat sıklığı, yoğunluğu ve sebep olduğu olumsuz sonuçlar açısından farklılık gösterir. Dahası kompulsif satın alanların davranış örüntüleri birbirleriyle uyumludur ve davranışın ortaya çıkmasında ve sürdürülmesinde ortak faktörler etkilidir. Ne var ki bu homojenlik hipotezi tartışmalıdır çünkü DeSarbo ve Edwards (1996) davranışın oluşmasında farklı bilişsel mekanizmalar olduğunu bulmuş ve yaptıkları araştırmanın sonucunda kompulsif satın alanları iki gruba ayırmışlardır. İlk grup dürtüsellik, düşük benlik saygısı ve anksiyete gibi psikolojik faktörler tarafından harekete geçerken, ikinci grup yalnızlık ve baş etmeye çalışma gibi daha kişisel durumlardan harekete geçmektedir. Nataraajan ve Goff (1991) KSA davranışında bulunanları iki gruba ayırmış ve ilkinin benlik saygılarını yükseltmek için bir şeyler edinen grup olduğunu, ikincinin rahatsızlık veren duygulardan kaçınmak için olduğunu bulmuştur. İlkini kompulsif, ikincisini dürtüsel satın alma olarak ayırmıştır. Eccles (2002), Faber ve O'Guinn'in (1992) araştırmalarına katılan klinik kompulsif satın alan örneklemini kullanarak, bu kişileri dört gruba ayırmıştır. Bu dört grubu "varoluşsal", "intikam", "mod iyileştirme" ve "seri" olarak etiketlemiştir. Boundy (2000) (aktaran Kellet ve Bolton, 2009), "varoluşsal" grubu 'imaj tüketicileri', diğer üç grubu 'kompulsif tüketiciler' olarak tanımlamıştır. Olumsuz duygulardan kaçınmak ve rahatlamak için kullanılan bir davranış olarak ele alındığında (Christenson ve ark., 1994) ve ödül olarak değerlendirildiğinde (Mukhopadhyay ve Johar, 2009) ödül duyarlılığı olan bireylerde daha çok görülmektedir (Davenport ve ark., 2012). Ayrıca düşük benlik saygısı, depresyon ve anksiyete alanyazında bulunan etkili faktörlerin başında gelmektedir. Bunlara ek olarak farklı zamanlarda yapılan çalışmalarda materyalizm, mükemmeliyetçilik, dürtüsellik, heyecan arayışı, kompulsivite, bağımlılık, onay arayışı, kaçınmayla başa çıkma, inkâr, izolasyon-yalnızlık ve aile yapısı değişkenleri ile ilişkisi ele alınmıştır (Tamam, 2009).

Grougiou ve arkadaşları (2015) KSA davranışının oluşmasında erken yaşlardaki yaşantılar ve ebeveyn tutumlarının rol oynadığını ifade etmiştir. Kritik yaşam olayları, özellikle erken yaşlarda, mesela ebeveynlerin boşanması gibi, stres düzeyini artırır ve kişi birtakım baş etme mekanizmaları geliştirmeye çalışır. Artan stres düzeyiyle birlikte güvensizlik ve gerilim duyguları ortaya çıkar ve benlik saygısında düşüş görülür. Bu noktada

kompulsif satın alma davranışı da bir baş etme stratejisi olarak kişi tarafından benimsenebilir (Moschis, 2007). Bu da özellikle akran grubunun etkisinin en çok hissedildiği ergenlik yıllarında ortaya çıkmaktadır (Steinberg, 2008). Ebeveyn tutumları çocuğun dürtüsel davranışlarını engelleyen öz kontrol düzeyinde önemli bir belirleyicidir (Patock-Peckham ve Morgan-Lopez, 2006). KSA davranışının ilişkili olduğu dürtüsellik ve öz kontrol becerileri düşünüldüğünde, ebeveyn tutumlarının ileride gelişebilecek davranışsal bağımlılık davranışlarında rol oynadığını söylemek mümkündür. Ek olarak Conger ve arkadaşları (1994) kontrolcü aile ortamlarında hedonistik davranışlara eğilimli çocukların yetişmesinin olası olduğunu belirtmiştir. Olumsuz çocukluk dönemi yaşantıları bir risk unsuru haline gelerek, bireylerin edinme ve sahip olma olgularına yönelik güçlü bağlanmalar geliştirerek kendilerini psikolojik olarak güvende hissedecekleri bir davranış haline gelebilmektedir (Kellett, 2007).

Kompulsif satın alma davranışı bireylerin hayatında, çevreden alınan eleştiriler neticesinde kişilerarası çatışmalar ve sosyal ilişkilerde bozulmalar, yoğun suçluluk duygusu, finansal krizler, mali ve yasal yaptırımlar, büyük miktarlarda borçlanmalar ve iflas gibi ciddi olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Christenson ve ark., 1994). Bu sonuçlar stres, depresyon ve anksiyeteye sebep olmakta ve hatta intihar girişimleriyle dahi sonuçlanabilmektedir (O'Guinn ve Faber, 1989). Dolayısıyla kompulsif satın alma davranışını önleyici müdahale çalışmaları geliştirebilmek adına, kompulsif satın alma üzerinde etkili faktörleri incelemek önem taşımaktadır. Bu bağlamda mevcut araştırma, kompulsif satın alma davranışının oluşmasında etkili olduğu düşünülen benlik saygısı, sosyal karşılaştırma, mükemmeliyetçilik ve psikolojik belirtilerin (depresyon, anksiyete ve stres) yordayıcılığını incelemektedir.

### **1.1. Kompulsif Satın Alma**

Bireylerin hayatlarını sekteye uğratabilecek boyutlara ulaşan satın alma davranışı araştırmacılar tarafından yıllar içinde “satın alma manisi”, “onyomani”, “alışveriş bağımlılığı”, “kompulsif alışveriş”, “kompulsif tüketim”, “dürtüsel satın alma”, “kompulsif satın alma”, “kompulsif harcama” gibi farklı şekillerde isimlendirilmiştir (Aboujaoude, 2014; Andreassen, 2014). Bu çalışmada terminolojik olarak güncel çalışmalar ve tanımlar göz önünde bulundurularak kompulsif satın alma ifadesi kullanılacaktır.

Kompulsif satın alma günlük hayatın işlevini sekteye uğratacak derecede satın alma düşüncesi ve davranışı ile meşguliyetin ekonomik problemlerle sonuçlanmasına sebep olan uyumsuz bir davranıştır (McElroy ve ark., 1994). Alışveriş insanlığın tüm zamanlarında farklı formlarda var olagelse de özellikle modern hayatın bir gerekliliği olarak daha çok karşımıza çıkmaktadır. Ne var ki bazı bireyler için gereklilik olmaktan çıkmış ve bir boş zaman aktivitesi ve ödül değeri taşıyan bir eğlence aracı haline gelmiştir (Mukhopadhyay ve Johar, 2009). Alışkanlık haline gelen eğlence ve ödül aracı olan alışveriş, bazıları tarafından aşırı hale getirilerek kompulsif satın alma olarak adlandırılan ve kişilerin psikolojik bütünlüğüne zarar verici bir hal almıştır (Christenson ve ark., 1994). Satın alma davranışına yönelik bu yaklaşım aşırı hale geldiğinde bireyler için zaman zaman sağlıksız ve yıkıcı özellikler gösterebilmektedir. Kompulsif satın alma haline gelen bu davranışın olumsuz sonuçları ise genellikle azımsanmaktadır fakat yaklaşık 20 kişiden biri hayatının bir noktasında KSA davranışında bulunmaktadır (Maraz ve ark., 2015). Bilişsel ve duygusal olarak daha tatmin olmak ve olumsuz duygularla başa çıkabilmek adına yapılan ve güçlü bir dürtüsellüğün dahil olduğu bu davranış biçiminin kronikleşmesi durumudur (Otero-López ve Villardefranco, 2009, aktaran Otero-López ve ark., 2021). Faber ve arkadaşları (1987) kompulsif satın almayı, aşırı ve bireylerin hayatlarında yıkıcı etkileri olan dürtüsel alışverişin eşlik ettiği tüketici davranışı olarak tanımlamaktadır. Black (2007) kompulsif alışveriş davranışı gösteren bireylerin yükselen bir aciliyet duygusu ve anksiyete öz bildiriminde bulunduğunu ifade etmiştir. Ayrıca bu duygunun yalnızca alışveriş yapıldığı takdirde hafiflediğini ve alışveriş sırasında bu davranışı kontrol edemediklerini eklemiştir.

Kompulsif satın almayı oluşturan faktörler ele alındığında, davranışın ortaya çıkmasında, gelişmesinde ve sürdürülmesinde bilişsel ve davranışsal faktörlerin birlikte rol oynadığı söylenmektedir (McElroy ve ark., 1994). Ridgway ve arkadaşları (2008), KSA ile ilişkili çalışmaların genelde davranışın sonuçlarına odaklandığına fakat davranışın altında yatan davranışsal eğilimlere daha az odaklanıldığına yönelik eleştiride bulunmuşlardır. Greenway (2006) kompulsif satın almanın psikiyatrik tanısı olan hastalarla sınırlı olmadığını, Chaker (2003) psikiyatrik olarak satın almaya yönelik bir tanı almamış birçok kompulsif tüketici olduğunu ifade etmiştir (aktaran Ridgway ve ark., 2008). Psikiyatrik tanısı olan ya da olmayan, kompulsif satın alanların altında yatan benzer öncülleri ve davranışlarının benzer sosyal ve duygusal sonuçlar vardır. Ne var ki, kompulsif tüketicilerin finansal kaynakları farklı olduğu için davranışın sebep olduğu ekonomik zarar aynı değildir. Ek olarak, kompulsif alışveriş bir noktada ekonomik özgürlükle ve gelir düzeyiyle ilişkili

olduğu için bazı kompulsif tüketicilerin kendini göstermemesi de söz konusudur (Ridgway ve ark., 2008).

Alanyazındaki çalışmaların KSA ile cinsiyet ilişkisine dair verileri farklı sonuçlar göstermektedir. Çalışmaların farklı yıllar, coğrafyalar ve kültürlerde yürütülmüş olması bu farklı sonuçlarda rol oynamaktadır. Klinik araştırmaların çoğunluğu kadınların kompulsif tüketici olmalarının erkeklere kıyasla daha olası olduğunu bulurken bazı araştırmalar cinsiyetler arasında anlamlı bir fark olmadığını tespit etmişlerdir (Koran ve ark., 2006). Fakat kadınlar kompulsif satın alma sebebiyle daha fazla yardım almaktadırlar (Koran ve ark., 2002). Maraz ve arkadaşları (2015), yaptıkları çalışmada kendilerinden önceki araştırma verilerinden yola çıkarak KSA davranışının olası sebeplerini araştırmış ve veri havuzuna dayanarak yaygınlık hesaplaması yapmışlardır. Araştırma genç kadınların diğer bireylerle kıyaslandığında görece yüksek risk taşıdığını ortaya koymuştur. Yine alanyazındaki konuya dair çalışmalarda KSA ile yaş arasındaki ilişki konusunda da fikir birliği yoktur. Çalışmaların bir kısmı KSA'nın başlama yaşı olarak ergenliğin sonları ve 20li yaşların başlarını işaret ederken bazıları 30lu yaşlar olduğunu ifade etmişlerdir (McElroy ve ark., 1994). Kompulsif satın almanın yaygınlığına ilişkin verilerde ekonomik ve kültürel unsurlar da son derece önemli rol oynamaktadır. Öyle ki davranışın ortaya çıkması ve sürdürülebilmesi için bireylerin gelişmiş ekonomileri olan ülkelerde yaşıyor olmaları önemli bir faktördür (Black, 2001). Aynı zamanda serbest piyasa ekonomisinin, geniş yelpazede ürün çeşitliliğinin, gelirin ve önemli ölçüde boş zamanın gerekliliğinin altı çizilmektedir (Black, 2007). Olsen ve arkadaşları (2022) araştırmalarında örnekleme Vietnamlı katılımcılardan oluşturmuş ve genelde kompulsif satın almanın özelde kompulsif çevrimiçi satın almanın batılı olmayan toplumlarda çalışılmalarının artması gerektiğini vurgulamışlardır.

Maraz ve arkadaşları (2015) bir alışveriş merkezinde ziyaretçilerle yaptıkları araştırmada kompulsif satın alma davranışı sergileyen bireylerin küçük bir kısmında psikiyatrik stres, sınır kişilik bozukluğu ve madde bağımlılığı olduğunu tespit etmişlerdir. Black ve arkadaşları (1998) ise kompulsif satın almayanlara kıyasla kompulsif satın alanların iki katı olasılıkla madde bağımlılığı ve duygu durum ya da kaygı bozukluğuna sahip olduklarını ve üç katı olasılıkla yeme bozukluğuna sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

Kompulsif satın alma davranışı konusunda alanyazında henüz yeterli çalışma bulunmamaktadır. Büyük ölçekli yeterli çalışmaların bulunmaması bu davranışın hangi alt başlıkta ele alınması gerektiğiyle ilgili belirsizliklere sebep olmaktadır. Bu sebepten,

konuyla ilgili araştırmalar bu davranışın ciddi olumsuz sonuçlarına vurgu yapıyor olmasına rağmen DSM-5'te kompulsif alışveriş davranışı dahil edilmemiştir (APA, 2013). Bu davranışı gösteren bireyler mevcut DSM kitapında, “tanısız yıkıcı, dürtü kontrol ve davranış bozuklukları” başlığıyla tanılı bozukluklardan geriye kalanlar kategorisinde sınıflandırılmıştır (Maraz ve ark., 2016).

DSM-5'te henüz yer edinmemesinin sebebi iki başlık altında değerlendirilebilir. İlk olarak alanyazında konuya dair yeterli araştırma bulunmamasıdır. İkinci olarak da hangi kategori altında ele alınacağına yönelik belirsizlik mevcuttur. Obsesif kompulsif bozukluğun bir türü, dürtü kontrol bozukluğu ya da bağımlılık olarak sınıflandırılması gerektiğine yönelik farklı görüşler vardır (Andreassen ve ark., 2015). Obsesif kompulsif bozukluk olarak sınıflandırmanın rasyonalitesi, satın alma ile aşırı meşgul olma, düşüncenin sebep olduğu kaygıyı azaltmak için tekrarlanarak kronikleşen davranış, davranış gerçekleştiğinde gelen rahatlama hissidir. Dürtü kontrol bozukluğu olarak sınıflandırılmasının altında yatan rasyonalite, zarar verici bir davranışı gerçekleştirmek için önlenemez bir dürtüye sahip olma olarak gösterilmiştir. Bu bağlamda, KSA davranışının DKB ve OKB unsurları barındıran bir davranış olarak tanıtılması gerektiği savunulmuştur (Ridgway ve ark., 2008). Bu savın destekleyici bulgularından biri McElroy'un (1994) yaptığı araştırmada KSA sergileyen katılımcıların %80'inde tespit edilen anksiyete, ki DSM-4te OKB bir anksiyete bozukluğu olarak ele alınmıştır, ve %40'ında tespit edilen dürtü kontrol bozukluğudur. Christenson ve arkadaşları (1994) de araştırmalarında benzer bir sonuç bularak kompulsif tüketicilerin %67sinin OKB, %96sının DKB tanısı aldığını tespit etmişlerdir. Öte yandan bazı araştırmalar kompulsif satın almanın dürtüsel bir satın almadan farklı motivasyonlara ve altta yatan farklı mekanizmalara sahip olduğunu vurgulamış ve bu iki türlü satın almayı birbirinden ayırmıştır (Olsen ve ark., 2022). Bazıları da “alışveriş yapma ile fazla meşgul olmak, alışveriş dürtüsünü kontrol edememek, alışveriş için çok fazla zaman ve çaba harcayarak alışverişi hayatın geri kalanını olumsuz şekilde etkileyen bir unsur haline getirmek” gibi belirtileri göz önünde bulundurarak, kompulsif alışveriş davranışının en iyi bağımlılık perspektifinden anlaşılacağına ne sürmüştür (Andreassen, 2014; Albrecht ve ark., 2007; Davenport ve ark., 2012; Hartston, 2012). Bağımlılık oluşturan madde ve ilaçlar doğrudan ya da dolaylı olarak dopamin yoluyla ödüllendirme sistemini aşırı düzeyde uyarır. Bazı davranışlar da bazı bireyler için, kimyasal madde ve ilaçlarda olduğu gibi aynı ödüllendirici nöral ağlar üzerinde bir etki yaratır ve bu da benzer şekilde bağımlılığa yol açan davranış örüntüleri ve sonuçlar oluşturur (Hartston, 2012). Bu bağımlılık kriterlerine

ek olarak, Black (2007) davranış bağlamında aşırı istek, yoksunluk, kontrol kaybı ve tolerans gibi spesifik bağımlılık belirtilerini işaret etmiştir. Olsen ve arkadaşları (2022) yaptıkları araştırmada dürtüsel satın alma eğilimini temel özelliği olan dürtü ile, kompulsif satın alma eğilimini temel özelliği olan aciliyet ve bağımlılık bağlamında ele alarak tanımlamış, ölçmüş ve iki kavram arasındaki farklılıkları vurgulamışlardır. Alanyazında konuya dair araştırmalarda dürtüsel satın alma ile kompulsif satın almanın farklı iki terim olduğunun göz ardı edildiğini; sadece birine yoğunlaşıldığını ya da ikisinin aynı yapılarımış gibi birlikte ele alındığını ifade ederek eleştirmişlerdir. Kompulsif satın almada alışveriş isteğinin kontrol edilememesi, bunun bir alışkanlık haline gelerek davranış örüntüsü oluşturması ve aşırı olumsuz durumlara sebep olması söz konusu iken, dürtüsel satın alma sürekli gerçekleşen bir davranış değildir ve dolayısıyla her zaman yıkıcı etkileri yoktur. Dürtüsel satın alma zevk, heyecan, eğlence ve hedonik motivasyonla yapılırken (Hirschman,1992), kompulsif satın alma bir bağımlılık olarak suçluluk, zarar verici ve olumsuz duygular barındırır (Darrat, Darrat & Amyx, 2016). Mohan ve arkadaşları (2013), olumsuz duygulanım ile dürtüsel satın alma arasında anlamlı bir ilişki bulamazken olumlu duygulanım ile dürtüsel satın alma arasında bulmuştur. Dürtüsel satın almada faydacı ve duygusal bir güdü vardır fakat kompulsif satın alma fayda elde etmek için değil, satın alan kişinin içinde bulunduğu duygu durumunu yönetebilmek için daha önceden bildiği bir davranışa yönelmesi motivasyonu ile yapılır. Özetle, kompulsif satın alma aniden, planlanmadan, spontane ve dürtüsel bir davranış olmaktan çok aşırı meşgul olmak suretiyle obsesyon haline gelen, tekrar eden bir alışkanlık olarak kronikleşen, üzerine fazlaca düşünülen ve baş edilemeyen duygulardan kaçınmak için sergilenen davranışsal bir bağımlılıktır (Andreassen ve ark., 2015). Bu bulgulardan yola çıkarak mevcut çalışma dürtüsel satın almaya değil, kompulsif satın almaya yoğunlaşmıştır.

DSM'nin son basımında bağımlılıklarla ilgili yapılan üç önemli değişiklik de kompulsif satın alma davranışının hangi başlık altında değerlendirilmesi gerektiği yönünde yol gösterici olmuştur. Bunlardan birincisi Madde ile İlişkili Bozukluklar bölümünün Madde ile İlişkili ve Bağımlılık Bozuklukları olarak değiştirilmesi, ikincisi Kumar Oynama Bozukluğunun Dürtü Kontrol Bozuklukları bölümünden bahsi geçen Bağımlılık Bozuklukları bölümüne alınması ve son olarak İnternet Oyunu Oynama Bozukluğu olarak yeni bir bozukluğun yine bahsi geçen bölüme ilk kez eklenmesidir. Tüm bu değişiklikler yeni baskıda kimyasal olmayan bağımlılıklara dikkat çekmekte ve fakat birçok kimyasal olmayan bağımlılık kitapçıkta halen yer edinememektedir (Andreassen ve ark., 2015).

Alışveriş bağımlılığı da psikiyatri alanyazınında bir asırdır kabul görmesine rağmen kitapçığa eklenmeyen bağımlılıklardan biridir (Kraepelin, 1915).

Her ne kadar kompulsif satın alma davranışı DSM-5 te henüz yer almasa da, alanyazında bazı klinik tanı kriterleri öne sürülmüştür. Satın alma ile aşırı meşgul olma ya da uyumsuz satın alma dürtülerine sahip olmak, bireylerin günlük, sosyal, mesleki hayatlarında işlevselliklerini engelleyecek ya da finansal problemlere sebebiyet verecek ölçüde çok uzun vakit alan satın alma meşguliyeti, dürtüsü ve davranışı sebebiyle ortaya çıkan belirgin stres ve aşırı satın alma davranışının hipomani ya da mani dönemleriyle sınırlandırılmaması bunlardan bazılarıdır (Maraz ve ark., 2015). Bunlara ek olarak Lejoyeux ve arkadaşları (1996), kriter olarak dürtüsellığı ve davranışın tekrar etmesi gerektiğini savunurken, Miltenberger ve arkadaşları (2003) karşı konulamaz bir satın alma arzusunun ardından gelen rahatlama hissini işaret etmiştir.

Rook ve Hock'a (1987) göre ise dürtüsel satın almayı dürtüsel olmayan satın almadan ayıran birtakım temel özellikler vardır. Sıradan bir satın alma daha sakin yapılırken dürtüsel satın alma heyecan vericidir, ani gelişir ve aciliyet hissi içerir. Dürtüsel satın almada bir ürünün seçilmesi ve alınmasından ziyade kapılması söz konusudur. Sıradan bir satın alma eylemi bireyin normal rutininin bir parçası iken dürtüsel satın alma bireyin davranış akışını bozma eğilimindedir. Dürtüsel olmayan satın alma mantıkla ilişkilidir fakat dürtüsel satın alma duygusaldır. Dürtüsel satın almada kişilerin kontrolden çıkmış şekilde hissetme olasılığı daha yüksektir.

Diğer kimyasal olmayan bağımlılıklar ele alındığında, DSM-5'te Kumar Oynama Bozukluğunun Dürtü Kontrol Bozukluğu Bölümünden çıkarılıp davranışsal bağımlılık kategorisine eklenmesi ve ayrıca İnternet Oyunları Bozukluğunun yeni bir bozukluk olarak kitapçığa girmesi kompulsif satın alma davranışının da değerlendirilmesinin gerekliliğini göstermektedir.

### **1.1.1. Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı**

Çevrimiçi alışveriş bağımlılığı, satın alma bağımlılığının internet üzerinden ve mobil cihazlar sayesinde erişilen platformlar aracılığıyla yapılan hali olarak tanımlanmaktadır (Hussain ve Bohari, 2012). Günlük hayatın hızına uyum sağlamakta zorluk çeken modern zaman bireyleri, internetin ve akıllı telefonların ulaşılabilirliği ve alışveriş platformlarının

kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte ihtiyaçlarını bu mecralardan edinme alışkanlığı geliştirmiştir. Amacına uygun kullanımda oldukça işlevsel görünen bu yöntem zamanla bireyleri ihtiyaçları dışında tüketim yapmaya itmiş (McElroy ve ark., 1994) ve bireylerin hayatında ekonomik ve psikolojik açıdan birtakım problemlere yol açmıştır (O'Guinn ve Faber, 1989). Bu sonuca ulaşılmasında rol oynayan birkaç neden sıralanabilir. Ürünlere hiçbir fiziksel efor sarf etmeden kolayca erişebiliyor olmak, fiziksel alışveriş etkinliğinde ulaşılan ürünlerin kısıtlı olmasına karşın çevrimiçi platformlarda her seçeneğin tüketiciye sunuluyor olması ve son olarak pandemi süreciyle gelen zorunluluklar bu alışkanlığın yaygınlaşmasında rol oynamıştır.

Türkiye'deki ve dünyadaki verilere bakıldığında çevrimiçi alışverişin ne ölçüde arttığını görebiliriz. Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) verileri, 2016 yılında %20.9 olan internet alışveriş oranının 2017 yılında %24.9'a yükseldiğini göstermektedir (Bozdağ Türker, 2019). Bu davranışın yaygınlığına bakıldığında, Dittmar ve Drury (2000) ekonomik olarak gelişmiş ülkelerde popülasyonun ortalama %2 ile 5 arasında kısmının satın almalarını kompulsif olarak gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Lokasyon olarak daha spesifik araştırmalar, yaygınlığın Amerika'da %5.8 (Koran ve ark., 2006), İngiltere'de %13.5 (Dittmar, 2005), İtalya'da %11 (Vilarella ve ark., 2011) olduğunu göstermektedir. Ne var ki, diğer birçok araştırmacı bu verilen oranların oldukça düşük olduğunu, bazı bireylerin utanç duydukları için dürüst yanıtlar vermediklerini (Maraz ve ark., 2015), her geçen yıl kompulsif tüketimin ciddi boyutlara ulaştığını ifade etmişlerdir (Ridgway ve ark., 2008). Nitekim Kukar-Kinney ve arkadaşları (2009), çevrimiçi bir kadın giyim mağazasının 1490 müşterisiyle yaptıkları çalışmada %17.7'sinin kompulsif tüketici olduğunu tespit ederek yapılan araştırmalar arasında en yüksek oranı bulmuşlardır. Seneler içinde davranıştaki artış ve yaygınlık oranları çevrimiçi satın almanın daha derinlemesine araştırılması gereken bir fenomen olduğunu bize göstermektedir. Bunların yanı sıra sosyal medyanın dayattığı güzellik standartları ve bu mecrada maruz kalınan belirli hayat standartları bireyleri bu alışverişlerin bir ihtiyaç olduğuna inandırmakta ve birtakım eşyaları edindiklerinde vaat edilen güzelliğe ya da mutluluğa erişme yanılgısını beslemektedir (Manchiraju ve ark., 2017).

Son yıllarda alışveriş pratiği fiziksel ortamdan çevrimiçi mecralara kaymış olmasına rağmen kompulsif satın alma davranışı ile ilgili çalışmaların yetersiz görüldüğü alanyazında kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilgili araştırmaların daha da yetersiz olması,

bireylerin sağlığı ve önlemlerin alınabilmesi için özellikle bu konunun çalışılmasını elzem hale getirmektedir. Çevrimiçi satın almanın kompulsif bağlamda ele alınmasına sebep olan iki yönlü bir ilişkiden bahsetmek mümkün görünmektedir. İlk olarak, bulunulan yerden anında yapılabilen kolay erişim, zaman ve mekandan bağımsızlık, ürün çeşitliliği ve fiyat avantajları gibi özellikler bu davranışın farklı boyutlara ulaşmasında rol oynamakta ve kompulsif eğilimini arttırmaktadır (Hussain ve Bohari, 2012). Ayrıca, geleneksel yöntem gibi bir fiziksel efor gerektirmese de seçeneklerin çok fazla olması alışverişe ayrılan sürenin uzamasına ve fiziksel bir para akışının olmamasının etkisiyle farkında olmadan harcanan miktarın artmasına sebep olmaktadır (Faber, 2011). Diğer yönde ilişki ise kompulsif satın alma davranışı geliştirmiş bireyler için birden yoğun bir dürtü söz konusu olduğunda herhangi bir saatte herhangi bir yerde anında satın alma imkanının bulunması olarak ortaya çıkmaktadır (Olsen ve ark., 2022). Bu sebeple bu çalışmada, kompulsif satın alma davranışını ölçen değişken olarak kompulsif evrimii satın alma değişkeni kullanılacaktır.

## 1.2. Benlik Saygısı

Benlik saygısı bireylerin kendi değerlerine yönelik olumlu ve olumsuz duygularıdır. (Rosenberg, 1965). Diğer bir deyişe, benlik saygısı kişinin kendini değerli biri olarak algılama düzeyini ifade etmektedir (Doğan, 2011). Detaylı ifade etmek gerekirse, bireyin kendi değerini, özsaygısını, yeteneklerini, becerilerini, başarılarını değerlendirme şeklidir (Salerno, Ingoglia ve Coco, 2017). Bireylerin kendilerinden ne düzeyde tatmin olduklarına işaret eden bilişsel ve duygusal öz değerlendirmeleri olarak da tanımlanmıştır. Benlik saygısının, sosyal aidiyet, sağlık, mutluluk, başarı ve hayatta kalma becerileri ile güçlü bir ilişkisi vardır (Baumesiter ve ark., 2003). Alanyazında bazı araştırmalar, benlik saygısını olumlu ve olumsuz benlik saygısı olmak üzere ikiye ayırmışlardır (Olsen ve ark., 2022). Olumlu benlik saygısı olan bireyler istenen ve beğenilen birçok özelliğe sahip olduklarına inanırken, olumsuz benlik saygısı olanlar nahoş bulunan, beğenilmeyen karakteristik özellikleri olduğunu düşünürler (Richardson, Ratner ve Zumbo, 2009).

Benlik saygısı birçok psikolojik problemin, psikiyatrik bozuklukların ve genel yaşam kalitesinin seyrinde anahtar rol oynamaktadır (Fidaner ve ark., 1999). Düşük benlik saygısı bireylerin olumsuz mental durumlarının güçlü bir kaynağı olarak gösterilmektedir (O'Guinn ve Faber, 1989). Psikolojik stres ile düşük benlik saygısı arasında güçlü bir ilişki vardır (Bandyopadhyay, 2016). Düşük benlik saygısının bireylerde depresyon gelişmesinde

rol oynadığına yönelik çalışmalar mevcuttur (Lysaker ve ark., 2009). Farklı psikiyatrik bozukluklar için yapılan araştırmalar, hastaların benlik saygılarının artırılmasının işlevsel olmayan düşünceleri değiştirebileceğini göstermiştir (Tukuş, 2010).

Kompulsif satın alma ile benlik saygısı arasındaki ilişki alanyazında yer edinmiş bir konudur. Bu ilişkiden üç yolla bahsetmek mümkün olacaktır. İlk olarak, bahsi geçen düşük benlik saygısı ve olumsuz ruh hali arasındaki pozitif ilişki bağlamında, birçok araştırma olumsuz mental durumun kompulsif satın almanın yordayıcılarından biri olduğunu; bireylerin bu olumsuz halden kurtulmak amacıyla bir duygu düzenleme aracı olarak alışverişini savunmaktadır (Baumesiter, 2002; Verplanken ve ark., 2005; Verplanken ve Sato, 2011) ki bu davranış diğer bağımlılık türlerindeki motivasyonla aynı görünmektedir (Gökçearslan ve ark., 2016). Dolayısıyla alanyazındaki araştırmalarda bulunan olumsuz duygu durumlar ile düşük benlik saygısı ve yine olumsuz duygu durumlar ile KSA arasındaki pozitif ilişki, benlik saygısı ile KSA arasındaki dolaylı ilişkiyi işaret etmektedir. Özetle, bireyler düşük benlik saygısının sebep olduğu olumsuz duygulanımla baş edebilmek için alışverişe yönelebilirler. Bu bağlamda benlik saygısı ile KSA arasındaki ilişki doğrudan olmamakla birlikte aracı rol oynayabilmektedir (Bandyopadhyay, 2016). Yapılan farklı araştırmalar birbiriyle uyumlu şekilde kompulsif satın alan bireylerde önemli ölçüde düşük benlik saygısı tespit etmişlerdir (Andreassen ve ark., 2015; Davenport ve ark., 2012; Maraz ve ark., 2015).

İkinci olarak alanyazındaki araştırmalar ışığında, benlik saygısı ve KSA arasında doğrudan bir negatif ilişkiden bahsetmek mümkün görünmektedir (Aboujaoude ve ark., 2003; Dittmar, 2004; Kothari ve Mallik, 2015). Olsen ve arkadaşları (2022) araştırmalarında düşük benlik saygısı ile KSA arasında anlamlı bir ilişki bulmuş ve düşük benlik saygısının kompulsif tüketicilerin en belirgin ortak karakteristik özellik olduğunu iddia etmişlerdir. Düşük benlik saygısı olan bireyler, birtakım öz yetersizlik algılarından dolayı, materyal ürünlere sahip olmak yoluyla benlik saygısı oluşturmaya çalışırlar (Bandyopadhyay, 2016). Algılanan yetersizlik hissi, ürünlerin kullanım amaçlı değil, bireylerin kendini tamamlanmış ve yeterli hissedebilmeleri adına sembolik amaçlarla edinilmesine sebep olmaktadır (Dittmar, 1994). Düşük benlik saygısı olan bireylerin, alınan ürünlerin hayatlarını daha iyi hale getireceğine ve imajlarının daha iyi görüneceğine yönelik işlevsiz düşüncelerinin aşırı alışveriş yapma davranışını tetiklediği düşünülmektedir (McQueen ve ark., 2014; Roberts ve ark., 2014).

Son olarak düşük benlik saygısı kişilerde stres ve duygusal kırılganlığı tetikleyen yetersizlik duygusuna yol açar (Higgings, 1987). Duygusal olarak kırılgan bireylerin öz kontrol becerileri düşüktür ve dürtüsellliğe eğilimli hale gelirler (Gifford, 2002). Dürtüsel satın almanın KSA davranışının temel unsurlarından biri olduğunu düşünen araştırmacılara göre, benlik saygısı düşük olduğu için öz kontrolü zayıf olan bireyler satın alma dürtülerini kontrol edemezler ve kompulsif tüketiciler haline gelirler (Bandyopadhyay, 2016).

Benlik saygısının düşük olması değersizlik ve yetersizlik gibi işlevsel olmayan düşünceleri arttırmaktadır ve bu durumun bireylerin sosyal karşılaştırma yaparken kendilerini olumsuz konumlandırmalarına yol açtığı düşünülmektedir. Sosyal karşılaştırmadaki olumsuz konumlandırma da tıpkı düşük benlik saygısı gibi kompulsif satın almayı tetiklemektedir. Dolayısıyla yüksek benlik saygısı işlevsel olmayan yetersizlik ve değersizlik düşüncelerini değiştireceğinden sosyal karşılaştırmada olumlu bir algı yaratacağı düşünülmektedir.

### **1.3. Sosyal Karşılaştırma**

Benlik saygısının; başkalarının saygısı, yeterlik ve kendilik boyutları arasında yeterlik alt boyutu sosyal karşılaştırma ile ilişkilidir. Yetersizlik duygusunu daha fazla yaşayan bireyler sosyal karşılaştırma yapmaya daha eğilimlidir. Gilbert ve arkadaşları (1995) bilinçli veya bilinçdışı olarak bireylerin kendilerini başkalarıyla karşılaştırmalarının sosyal fenomen olduğunu ifade etmektedir. Sosyal karşılaştırma ile ilişkili olabilecek davranışlardan birinin satın alma olabileceğini söylemek mümkündür zira karşılaştırma yapılarak açığa çıkarılan kendiliğe dair olumsuz yargılar alışveriş sayesinde telafi edilmeye çalışılır. Açık ya da örtük altta yatan bazı motivasyonların etkisiyle ortaya çıkan sosyal karşılaştırma bilgisi yıkıcı tüketim yaklaşımlarına sebep olabilmektedir (Moschis ve Churchill, 1978). Sosyal karşılaştırmaların çıktularından biri olan satın alma davranışı, düşük benlik saygısı gibi birtakım faktörlerle bir araya geldiğinde kompulsif hale gelebilmektedir. Bireyler tüketim nesnelere farklı anlamlar yükleyerek satın aldıkları ürünler ile ideal benliklerine ulaşmayı hedeflemekte ve dolaylı olarak sosyal karşılaştırma yaptıkları çevrelerine kendileri ile ilgili mesaj verme amacı taşımaktadırlar (Asıl, 2017). Bu bağlamda tüketim, insan ve nesne ilişkisi olmaktan çıkıp insan, nesne ve çevre ilişkisi haline gelmektedir (Belk, 1988).

Dolayısıyla, esasen ihtiyaçların giderilmesi amaçlanan alışveriş anlayışı zayıflamış, bunun yerini iletişimde bulunan tüketici almıştır (Storey, 2000, aktaran Asıl, 2017). Alışverişin, ihtiyaçları gidermenin ya da fonksiyonel eşyaları edinmenin ötesinde statünün bir göstergesi olarak kullanılması ve odak noktasının sosyal karşılaştırmanın oluşturduğu tüketim formunda saygınlık kazanma, prestij elde etme gibi kaygılar bulunmaktadır (Veblen, 2005, aktaran Asıl, 2017). Sosyolojik perspektiften de tüketim davranışının baskın olarak rekabet ilkesine dayandığı vurgulanmıştır (Eke, 1982). Sosyal karşılaştırma ve rekabetin sebep olduğu kompulsif alışveriş davranışının sosyal medya platform kullanımlarında tetiklendiği söylenebilir. Maruz kalınan tüketim odaklı sosyal medya hesapları, sahip oldukları nesnelere ve hayatlarını takipçilerine sergileyerek hem sosyal karşılaştırmaya sebep olmakta hem de benlik saygısı düşük olan ya da bu karşılaştırma neticesinde benlik saygısı zedelenmeye eğilimli olan bireylerde stres, kaygı ve depresyona sebep olabilmektedir.

Yüksek düzeyde dışsal amaçlara sahip bireylerin daha düşük öz saygı; daha yüksek düzeyde kaygı ve depresyona sahip olduğu görülmüştür (İlhan ve Özbay, 2010). Bu bulgu kompulsif alışveriş çerçevesinde değerlendirildiğinde, bireyin hayatını kolaylaştıracak ve herhangi bir ihtiyacını giderecek ya da ilgi alanlarına, hobilerine ya da sadece bir beğeniyle kendi iç motivasyonu için bir ürün edinmesinin aksine, sosyal karşılaştırma neticesinde takdir ve beğeni almak için yaptığı kompulsif alışveriş öz saygıda düşüş, depresyon ve kaygının artmasıyla ilişkilidir. Bu sosyal karşılaştırma bireylerin algıladıkları sosyal statülerini yükseltmek amacıyla yukarı doğru olma eğilimindedir. Bireyler kendilerini daha üst bir sosyoekonomik sınıfa ait olarak görürler ve aslında öyle olmayan mevcut durumlarıyla ulaşmak istedikleri grup arasındaki farkı kapatmaya çalışırlar (Burnkrant ve Cousineau, 1975). Bu çaba bireyleri daha materyalist hale getirir ve aşırı harcama davranışına iter (Dittmar ve ark., 1996). Bireylerin algıladıkları konuma ait olma çabasının yüksek standartlar ve dolayısıyla mükemmeliyetçilikle ilişkili olduğu düşünülmektedir.

#### **1.4. Mükemmeliyetçilik**

Mükemmeliyetçi kişiler kendilerine yönelik yüksek standartlarla aşırı meşgul olmaktadır ve hata yaptıklarında ya da mükemmeliyetçi standartlarını karşılayamadıklarında kendilerine yönelik cezalandırıcı yaklaşımları bulunmaktadır (Corry ark., 2017). Hamachek (1978) mükemmeliyetçiliği nevrotik ve normal olmak üzere ikiye

ayırır. Normal mükemmeliyetçiliğin, yaptıkları işlere karşı gösterdikleri özen ve çaba ve sonuçlarından memnuniyet gösteren bireylerin sahip olduğu işlevsel bir mükemmeliyetçilik formu olduğunu ifade eder. Nevrotik mükemmeliyetçilik, öte yandan, bireylerin hiçbir zaman tatmin duygusu yaşayamama halidir çünkü hiçbir şeyi bu tatmin duygusunu yaşayacak kadar iyi yapmadıkları kanaatindedir. Burns (1980) ise mükemmeliyetçileri, sürekli imkânsız hedefler peşinde koşan ve kendi değerlerini tamamıyla üretkenlik ve elde edilen başarılar üzerinden belirleyen kişiler olarak tanımlar. Hewitt ve Genest (1990) bu karakteristik özelliklerin kişilerin kendileri için oluşturdukları ideal şemadan kaynaklanan bilişsel mekanizmalar sebebiyle oluştuğunu ifade eder. Hewitt ve Flett (1991) bu tanımları tek boyutlu bulmuş ve mükemmeliyetçiliğe üç boyutlu bir yaklaşım önermiştir. Bunlar sırasıyla bireyin kendi için mükemmeliyetçi standartlar oluşturma eğilimi olan “kendine yönelik (*self-oriented*) mükemmeliyetçilik”, diğerleri için mükemmeliyetçi beklentilerinin olması eğilimini açıklayan “diğerlerine yönelik (*other oriented*) mükemmeliyetçilik” ve son olarak diğerlerinin kendine yönelik gerçekdışı standartları olduğuna dair inancı açıklayan “sosyal odaklı (*socially prescribed*) mükemmeliyetçilik” olarak sıralanmıştır (Taluy, 2018). Yine çok boyutlu bir yaklaşım Frost ve arkadaşları (1990) tarafından önerilmiştir. Altı boyuttan oluşan bu yaklaşımda “hatalar karşısında duyulan kaygı”, “kişisel standartlar”, “ebeveyn beklentileri”, “ebeveyn eleştirileri”, “harekete geçmeye yönelik şüpheler” ve “organizasyon” boyutları bulunmaktadır. Mükemmeliyetçilik ile ilgili çalışmaların oldukça fazla olduğu alanyazında, kompulsif satın alma ile ilişkisine dair herhangi bir araştırma sayısı kısıtlıdır. Bu çalışma diğer amaçlarının yanı sıra alanyazına katkıda bulunacaktır.

Kompulsif satın alma ile mükemmeliyetçilik arasındaki ilişki alanyazında sıkça yer edinmiş bir konu değildir. Mevcut çalışmanın mükemmeliyetçiliğin kompulsif satın almanın yordayıcılarından biri olduğuna yönelik inancı mükemmeliyetçiliğin bilişsel mekanizmalarıdır ve alanyazında ilişkili bulunduğu değişkenlerden yola çıkarak KSA ile ilişkili bulunan değişkenler arasındaki örtüşmeden yola çıkmıştır. Öyle ki mükemmeliyetçilik ile obsesif kompulsif bozukluk ve mükemmeliyetçilik ile yeme bozuklukları ya da mükemmeliyetçilik ile diğer davranışsal bağımlılıklar (Yang ve ark., 2021) arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur (Vanzhula ve ark., 2021; Mansur-Alves ve ark., 2022). Tıpkı benlik saygısı gibi, mükemmeliyetçilik ve KSA arasında dolaylı ve doğrudan ilişkiden bahsetmek mümkün görünmektedir. Alanyazında mükemmeliyetçilik ve çeşitli psikolojik belirtiler arasındaki pozitif ilişki, bu psikolojik belirtilerin yol açtığı olumsuz duygulanımlardan kaçınmak ya da bu olumsuz duygu durumları regüle etme çabaları

kompulsif satın alma ile sonuçlanabilmektedir. Mükemmeliyetçilik ile birçok fiziksel ve psikolojik bozukluk ilişkili bulunmuştur (Parker ve Adkins, 1995). Sosyal ve kendi odaklı mükemmeliyetçilik ile anksiyete ve stres arasında anlamlı bir ilişki vardır (Wheeler ve ark., 2011). Yine mükemmeliyetçilik ile kronik depresyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Hewitt ve Flett, 1993; Hewitt ve ark., 1996; Corry ark., 2017). Mükemmeliyetçiliğin aşırı düşünme, dalgınlık ve kendine fazla yönelme özellikleri depresyonun sürdürülmesinde önemli rol oynamaktadır (Kuehner ve Weber, 1999). Kendine yönelik analiz ve aşırı eleştiri depresif belirtilerin artmasına sebep olmaktadır (Rimes ve Watkins, 2005). Mükemmeliyetçilik ile anoreksiya arasında bulunan ilişki (Toner ve ark., 1986), KSA ile ilişkisinin de araştırılması gerektiğini düşündürmektedir zira KSA ile yeme bozuklukları benzer motivasyonlara ve bilişsel mekanizmalara sahiptir. Ayrıca, kompulsif satın almanın obsesif kompulsif bozukluğun bir türü olarak değerlendirilmesi gerektiği görüşünden yola çıkarak, mükemmeliyetçilik ve OKB arasında tespit edilen ilişki (Pacht, 1984) de önemli görünmektedir.

Diğer bir mükemmeliyetçilik ve KSA ilişkisi yine benlik saygısı ilişkisindeki benzer bir bilişsel mekanizmayla, mükemmeliyetçi karakteristikleri güçlü bireylerin satın aldıkları ürünler aracılığıyla daha kusursuz, daha hatasız ve daha beğenilen bir imaja sahip olma motivasyonlarıyla açıklanabilir. Mevcut çalışma mükemmeliyetçi bireylerin güzellik standartları, sosyal etiket gibi konularda kendilerine koydukları zor ve sürekli artan hedefler nedeniyle satın alma davranışını aşırı hale getirdiklerini öngörmektedir.

Buraya kadar bahsedilen düşük benlik saygısı, sosyal karşılaştırma ve uyumsuz mükemmeliyetçiliğin depresyon, anksiyete ve stres gibi psikolojik belirtilerle ilişkili olduğu düşünülmektedir.

## **1.5. Psikolojik Belirtiler**

Kompulsif satın alma davranışının bazı ciddi işlevsiz ve psikiyatrik bozukluklarla ilişkisi alanyazında ifade edilmiştir. Madde bağımlılığı, yeme bozuklukları, patolojik kumar oynama, internet bağımlılığı, alkol ve uyuşturucu sorunları örnekler arasında gösterilmiştir (Müller, Mitchell ve de Zwaan, 2015). Depresyon ve anksiyete KSA ile ilişkili bozukluklarda en yaygın ve en önemlileri olarak vurgulanmıştır (Zhang ve ark., 2017). Black ve arkadaşları (1998) kompulsif satın alma davranışında bulunan bireylerin, bulunmayanlara

kıyasla kaygı bozukluğuna sahip olmalarının iki katı daha mümkün olduğunu ifade etmektedir ve ayrıca kompulsif satın alanlar ile kontrol grubu arasında psikiyatrik tanıları karşılaştırdıkları araştırmalarında ilk grupta anlamlı şekilde majör depresyon tanısı alan katılımcılar tespit etmişlerdir. McElroy (1994) araştırmadaki kompulsif tüketicilerin %80'inde anksiyete bozukluğu olduğunu bulmuştur. Frost ve arkadaşları (2002) kompulsif satın alanlar (75) ile kontrol grubunu (85) karşılaştırdıklarında KSA katılımcılarının kendilerinde ya da aile üyelerinde depresif epizotların anlamlı düzeyde daha fazla olduğunu bulmuşlardır. KSA psikiyatrik stresin önemli ve dirençli bir göstergesi olarak işaret edilmiştir (Maraz ve ark., 2015).

Aboujaoude (2014) depresyonun sorunlu alışveriş davranışı ile yüksek bir eş tanısı olduğunu ifade etmiştir. Alanyazında birçok araştırma KSA ile depresyon, anksiyete ve stres arasında pozitif yönde ilişki bulmuşlardır (Andreassen, 2014; Ridgway ve ark., 2008). Bu noktada alışverişin, depresyon ve anksiyetenin disforik düşüncelerinden bir kaçış mekanizması olarak fonksiyon gösterdiği düşünülmektedir (Rick ve ark., 2014). Miltenberger ve arkadaşları (2003) yürüttükleri araştırmada kompulsif tüketicilere, tipik bir satın alma öncesinde nasıl hissettikleri sorulduğunda, katılımcıların %53'ü depresif veya üzgün, %21'i gergin veya kaygılı olduklarını ifade etmişlerdir. Bir diğer ilişki ise tam tersi yönde olarak, aşırı alışverişin, sebep olabileceği sorunlardan kaynaklı hissedilen yoğun üzüntü ve korkuyla, depresyon ve anksiyeteye sebep olabileceğidir (Roberts, 1998). Yine Miltenberger ve arkadaşları (2003) çalışmasında kompulsif tüketicilere tipik bir satın almanın sonrasında nasıl hissettikleri sorulduğunda, katılımcıların %42'si suçlu, %21'i depresif veya üzgün olduklarını ifade etmişlerdir.

## **1.6. Araştırmanın Amacı ve Hipotezler**

Mevcut tezin amacı kompulsif çevrimiçi satın alma ile benlik saygısı, mükemmeliyetçilik, sosyal karşılaştırma ve psikolojik belirtilerin arasındaki ilişkileri incelemektir. Araştırmanın sonucunda bahsi geçen değişkenlerin kompulsif çevrimiçi satın almayı anlamlı düzeyde yordaması beklenmektedir.

Kompulsif satın alma davranışı, daha önceki çalışmalarda da ifade edildiği gibi ciddiyeti azımsanan ama bireyleri farklı yönlerden risk altına alan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu davranışın uzun yıllardır bireylerin hayatını zorlaştırıyor ve birtakım

problemlere yol açıyor olsa da son yıllarda sosyal medya kullanımının artması ve farklı hayat tarzlarının daha görünür hale gelmesiyle birlikte toplumda daha fazla risk oluşturmaya başladığı düşünülmektedir. Sosyal medya yoluyla daha görünür hale gelen yüksek standartlı hayatlar, benlik saygısı düşük ve uyumsuz mükemmeliyetçilik algısı olan bireylerin yüksek sosyal karşılaştırma tutumu göstermelerine ve sunulan hayat tarzlarına ulaşmak için aşırı satın alma davranışında bulunmalarına neden olması beklenmektedir. Statü kazanma, moda uyma, taklit etme, ilgi çekme kompulsif satın alma davranışında bulunan bireylerin hedefledikleri amaçlar arasında yer almaktadır (Korur ve Kımzan, 2016). Mükemmeliyetçiliğin etkisiyle yaşamda istenilen standartlara ve hedeflere ulaşamama düşüncesi, düşük benlik saygısının etkisiyle yüksek düzeyde istenilme ve onaylanma ihtiyacı ve stres, kaygı gibi olumsuz duygular bireyleri kompulsif alışveriş yapmaya itmektir. Fakat kısa süreli rahatlama duygusunun ardından pişmanlık, suçluluk ve utanç hissedilmektedir (Leite ve ark., 2014). Bu olumsuz duygular kişinin daha fazla satın alma davranışında bulunmasına sebep olarak zorlayıcı bir döngü ile neticelenmektedir (Harnish ve Bridges, 2015).

Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi kompulsif satın alma ile ilgili çalışmalar yeterli görülmemektedir. Kompulsif satın alma davranışını önleyici ve tedavi edici müdahale çalışmaları geliştirebilmek adına, bu davranışın altında yatan mekanizmaları iyi anlamak ve incelemek önem taşımaktadır. Dolayısıyla, mevcut araştırmada ilgili alanyazına ve kompulsif satın alma davranışını önleyici müdahale çalışmalarının geliştirilmesine katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

Araştırmanın amacı çerçevesinde sınanması hedeflenen hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

1. Düşük benlik saygısı kompulsif satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır.
2. Uyumsuz mükemmeliyetçilik algısı kompulsif satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır.
3. Sosyal karşılaştırma kompulsif satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır.
4. Psikolojik belirtiler kompulsif satın alma davranışını anlamlı düzeyde yordamaktadır.
5. Demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, gelir düzeyi) ile kompulsif çevrimiçi satın alma arasında anlamlı bir ilişki vardır.

## 2. BÖLÜM

### YÖNTEM

Bu bölümde çalışmaya ilişkin örneklem özellikleri, ölçüm araçları, verilerin işlenmesi ve analizine yönelik bilgiler yer almaktadır.

#### 2.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini 18-65 yaş aralığında 254 kişi oluşturmuştur. Çevrimiçi alışveriş yapmıyor olmak, 18-65 yaş aralığında olmamak ve geçmiş ya da güncel bir psikolojik/psikiyatrik tanıya sahip olmak araştırmanın dışlama kriterleri olarak belirlenmiştir. Gönüllülük esasına dayanan çalışmada, katılımcılara sunulan onam formunda diledikleri zaman çalışmayı bırakabilecekleri belirtilmiştir.

Örneklem 184 (%72.4) kadın ve 70 (% 27.6) erkekten oluşmaktadır ve yaş ortalaması 34.13 ( $SS = 9.06$ ) olarak bulunmuştur. Katılımcıların % 0.8'i ilkokul mezunu, % 0.4'ü ortaokul mezunu, % 11.4'ü lise mezunu, %68.1'i üniversite mezunu, %19.3'ü yüksek lisans ve doktora mezunudur. İlişki durumuna bakıldığında, katılımcıların % 62.6'sı evli, % 9.4'ü ilişkisi var, % 28'i ilişkisi yok seçeneğini işaretlemiştir. Çalışma durumu ise, % 14.6'sı çalışmıyor, % 79.1'i çalışıyor ve % 6.3'ü öğrenci olarak görülmektedir. Katılımcıların ekonomik gelirlerini algılama düzeyleri incelendiğinde, katılımcıların %13'ü kendini düşük gelirli, % 77.2'si orta gelirli, % 9.8'i ise yüksek gelirli olarak algılamaktadır. Çevrimiçi alışveriş yapma sıklığına ilişkin soruya, 73 katılımcı (% 28.7) yılda birkaç kere seçeneğini, 32 katılımcı (% 12.6) iki ayda bir seçeneğini, 94 katılımcı (% 37) aylık seçeneğini, 45 katılımcı (% 17.7) haftalık seçeneğini, 10 katılımcı (% 3.9) günlük seçeneğini işaretlemiştir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

<b>Değişkenler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	184	72.4
Erkek	70	27.6
<b>Eğitim Seviyesi</b>		
İlkokul	2	0.8
Ortaokul	1	0.4
Lise	29	11.4
Üniversite	173	68.1
Yüksek Lisans/Doktora	49	19.3
<b>İlişki Durumu</b>		
Evli	159	62.6
İlişkisi var	24	9.4
İlişkisi yok	71	28
<b>Algılanan Gelir Düzeyi</b>		
Düşük	33	13
Orta	196	77.2
Yüksek	25	9.8
<b>Çalışma Durumu</b>		
Çalışmıyor	37	14.6
Çalışıyor	201	79.1
Öğrenci	16	6.3
<b>İnternet alışverişinin sıklığı</b>		
Yılda birkaç kere	73	28.7
İki ayda bir	32	12.6
Aylık	94	37
Haftalık	45	17.7
Günlük	10	3.9

## 2.2. Veri Toplama Araçları

### 2.2.1. Bilgilendirilmiş Onam Formu

Katılımcılara, çalışmaya katılımın gönüllülük esaslı olduğu ve diledikleri noktada çalışmadan ayrılacakları belirtilmiştir. Buna ek olarak çalışmayı yürüten araştırmacı ve danışmanın isimleri, çalışmanın amacı ve süresiyle ilgili bilgiler verilmiştir. Bu açıklamalar ışığında formda katılımcılardan çalışmaya katılmaları yönünde onay alınmıştır. Bilgilendirilmiş Onam Formu Ek 1’de yer almaktadır.

### 2.2.2. Demografik Bilgi Formu

Katılımcılardan yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, gelir düzeyi ve çevrimiçi alışveriş pratiklerinin olup olmadığına dair bilgiler vermeleri istenmiştir. Demografik Bilgi Formu Ek 2’de yer almaktadır.

### 2.2.3. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA)

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA), Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeğinin (Andreassen ve ark., 2015; Bergen Shopping Addiction Scale; BSAS) Türkçeye uyarlanmış halidir. Uyarlaması Bozdağ Türker ve Yalçınkaya Alkar (2018) tarafından yapılmıştır. Bireylerin kompulsif internet alışveriş düzeylerini ölçmektedir. 28 maddeden oluşan bu ölçek öz bildirim dayalıdır ve 5 puanlık likert tipi derecelendirme (0:Tamamen katılmıyorum, 4:Tamamen katılıyorum) ile değerlendirilmektedir. Ölçekten en az 0 en fazla 112 puan alınabilir. Ölçekten alınan yüksek puan katılımcının çevrimiçi alışveriş davranışının düzeyinin artmasına işaret etmektedir. Orijinalinde yedi faktörden oluşan ölçek, uyarlamasında beş alt ölçekten oluşmaktadır. Bunlar; Problem-Çatışma-Nüks, Düşünceyle Meşgul Olma, Duygu Düzenleme, Geri Çekilme ve Toleransdır (Bozdağ Türker ve Yalçınkaya Alkar, 2018). Ölçeğin orijinal formdaki Cronbach alfa değeri tüm ölçek için .87 olarak bulunmuştur. Ölçeğin Türkçe uyarlaması olan Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği’nin (KÇSA) iç güvenirlik çalışması iç tutarlılık katsayılarının hesaplanmasıyla elde edilmiş olup bütün ölçek için Cronbach alfa değerinin .95, “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 olduğu saptanmıştır (Bozdağ Türker ve Yalçınkaya Alkar, 2018).

Bu bağlamda kompülsif çevrimiçi satın alma davranışını değerlendirmede kullanılacak KÇSA'nın, varyansın toplam %74'ünü açıklamasıyla güçlü psikometrik özelliklere sahip olduğu ve Türk kültüründe geçerli ve güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır (Bozdağ Türker ve Yalçınkaya Alkar, 2018). Mevcut çalışmada ise bütün ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .94 olarak hesaplanmıştır. Kompülsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği Ek 3'te yer almaktadır.

#### **2.2.4. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RBSÖ)**

Araştırmada kullanılacak olan Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (R-SES) Moris Rosenberg (1963) tarafından geliştirilmiştir. 63 çoktan seçmeli sorudan oluşan ölçek 12 alt boyuta sahiptir. Bu çalışmada ise 10 maddelik benlik saygısı alt ölçeği kullanılmıştır. Beş olumlu beş olumsuz ifadeden oluşan ölçek, öz bildirim dayalı 4'lü Likert tipi (Çok doğru, doğru, yanlış, çok yanlış) olmakla birlikte ters maddeler çevrilince ölçekten alınabilecek en düşük puan 10, en yüksek puan ise 40'tır. Ölçeğin bu alt kategorisinin Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları ise Çuhadaroğlu (1986) tarafından yapılmış ve geçerlik oranı .71 olarak bulunmuştur. Test-tekrar test yöntemiyle yapılan güvenilirlik katsayısının ise .71 olduğu görülmüştür. 10 maddelik ölçeğin Cronbach alfa katsayısı ise .81 olarak bulunmuştur. Bu bağlamda RBSÖ'nün yeterli seviyede güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Benlik Saygısını ölçmeyi amaçlayan bu ölçeğin Türk kültüründe geçerli ve güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır (Çuhadaroğlu, 1986). Mevcut çalışmada ise bütün ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .85 olarak hesaplanmıştır. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Ek 4'te yer almaktadır.

#### **2.2.6. Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ)**

Gilbert ve Trent (1991) tarafından beş maddelik form olarak geliştirilen ölçek, bireyin kendini başkalarıyla kıyaslarken nasıl algıladığını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Şahin ve arkadaşları (1993) tarafından Türkçeye uyarlama çalışması yapılmıştır. Ölçeğin orijinal formu iki kutuplu beş maddeden oluşurken, Türkçe uyarlamasında iki kutuplu 18 madde olarak son halini almıştır. Zıt kutuplar arasında 1-6 Likert tarzındaki noktaların

işaretlenmesiyle puanlanan ölçekte, yüksek puanlar olumlu benlik saygısını gösterirken düşük puanlar olumsuz benlik saygısını göstermektedir. İç tutarlık analizinde Cronbach alfa değeri tüm ölçekte .87 olarak bulunmuş ve güvenilirliği kanıtlanmıştır. (Tansel, 2018). Mevcut çalışmada ise bütün ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .93 olarak hesaplanmıştır. Sosyal Karşılaştırma Ölçeği Ek 6’da yer almaktadır.

### **2.2.5. Mükemmeliyetçilik Ölçeği (MÖ)**

Slaney ve arkadaşları (2001) tarafından bireylerin mükemmeliyetçilik tutumlarını ölçmek amacıyla geliştirilen “Almost Perfect Scale” (2001), mükemmeliyetçiliğin uyumlu ve uyumsuz özelliklerini içeren üç faktörlü bir ölçektir. Bunlar; Çelişki, Yüksek Standartlar ve Düzendir. 23 maddeden oluşan ölçekte 7 madde “Yüksek Standartlar”, 4 madde “Düzen”, 12 madde “Çelişki” alt ölçeklerinden oluşmaktadır. Alt ölçeklerin Cronbach alfa katsayısı Yüksek Standartlar için .85, Düzen için .82, Çelişki için .91 olarak hesaplanmış ve alt ölçeklerin yüksek iç tutarlılık gösterdiği saptanmıştır (Abacı ve Sapmaz, 2006).

“Almost Perfect Scale”, Türkçeye Mükemmeliyetçilik Ölçeği (MÖ) olarak Abacı ve Sapmaz (2006) tarafından çevrilmiştir. Türkçe uyarlama çalışması orijinalinden farklı olarak dört faktörlüdür. Yapılan faktör analizine göre “Yüksek Standartlar”, “Düzen”, “Tatminsizlik”, ve “Çelişki” alt ölçekleri saptanmıştır. Yapılan iç tutarlık çalışmalarında ölçeğin Cronbach alfasının .69 ile .79 arasında değiştiği görülmüştür. Ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır (Abacı ve Sapmaz, 2006). Test likert tipinde olup 1-7 arası değerlendirme (1:Tamamen katılmıyorum, 7:Tamamen katılıyorum) ile ölçülmektedir. Ölçekten yüksek puan almak bireyin kendisine yüksek standartlar belirlediğine işaret etmektedir (Sapmaz, 2006). Türkçe uyarlamasında, ölçeğin iç tutarlık katsayısı .79 olarak saptanmış olup alt ölçeklerin iç tutarlık katsayısı sırasıyla .72, .83, .72 ve .81 bulunmuştur. Böylece ölçeğin Türk kültüründe uygulanabilecek geçerli ve güvenilir bir araç olduğu tespit edilmiştir (Abacı ve Sapmaz, 2006). Mevcut çalışmada ise bütün ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .85 olarak hesaplanmıştır. Mükemmeliyetçilik Ölçeği Ek 5’te yer almaktadır.

### **2.2.7. Depresyon, Anksiyete, Stres Ölçeği Kısa Formu (DASÖ-21)**

Lovibond ve Lovibond (1995) tarafından insanların duygu durumlarını ölçmek için geliştirilen Depresyon Anksiyete Stres (DASS) ölçeği 42 sorudan oluşmaktadır. Soru

sayısının fazlalığı, veri toplama ve analiz sürecinin zorluğu sebebiyle Depresyon Anksiyete Stres ölçeğinin 21 maddelik kısa formu (DASS 21) Henry ve Crawford (2005) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin kısaltılmış versiyonunun iç tutarlık katsayı değerleri depresyon, anksiyete ve stres için sırasıyla .88, .90 ve .82 olarak bulunmuştur. Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) yöntemiyle Yılmaz ve arkadaşları (2017) tarafından yapılmış ve tüm yapıların geçerli güvenilirliğe sahip olduğu görülmüştür.

DASS 21 depresyon, anksiyete ve stres olmak üzere üç başlık altında yedişer maddeden oluşmaktadır. Öz bildirim dayalı 4'lü Likert tipi (0:Hiçbir zaman, 3:Her zaman) olup her bir seçenek 0 ile 3 arasında puanlanmaktadır. Ölçekte kişilere stres, depresyon ve anksiyete yaşantılarına ilişkin sorular verilerek bu yaşantıları son bir haftada ne sıklıkla yaşadıkları sorulmaktadır. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan tüm alt maddeler için 21; en düşük puan ise 0'dır. Ölçeğin güvenilirlik düzeyi Yılmaz ve arkadaşları (2017) tarafından depresyon için .819, anksiyete için .808, stres için .755 olarak bulunmuştur. Çalışmada Cronbach alfa değeri depresyon için .81; anksiyete için .82; stres için .87 olarak bulunmuştur. Bu bağlamda DASS 21'in Türk kültüründe geçerli ve güvenilir olduğu ortaya çıkmış ve güçlü psikometrik özelliklerinden dolayı bu çalışmada kullanılmıştır. Mevcut çalışmada ise bütün ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .93 olarak hesaplanmıştır. DASÖ-21 Ek 7'de yer almaktadır.

### 2.3. İşlem

Araştırma önerisinin Başkent Üniversitesi Akademik Değerlendirme Koordinatörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Kurulu tarafından incelenmesi sonucunda bilimsel etik onay alındıktan (08.09.2022-156658) sonra veri toplama sürecine başlanmıştır. Katılımcılar çalışmaya Qualtrics çevrimiçi veri toplama platformu üzerinden oluşturulan link aracılığıyla ulaşmışlardır. Bu linkin duyurusu sosyal medya platformlarından yapılmıştır. Linke girdiklerinde sunulan Bilgilendirilmiş Onam Formunda katılımcılara kimlik bilgilerinin istenmeyeceği ve cevaplarının gizli kalacağı bilgisi verilmiştir. Çalışmanın amacından bahsedilmiş ve sonuçların sadece bilimsel amaçlar için kullanılacağı belirtilmiştir. Bu bilgilendirmeler dahilinde, çalışmaya devam etmek için onay veren katılımcılar ölçekleri doldurmuştur.

## **2.4. Veri Analizi**

Araştırmanın hipotezlerini test ederken veri setinin analizlerinde IBM SPSS Statistics 25 kullanılmıştır. Veri setinde normallik ve uç değerlere ilişkin inceleme yapılmış ve ölçeklerin araştırmadaki iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır. Analizlere geçildiğinde, ilk olarak araştırmada kullanılan ölçeklerin tanımlayıcı değerlerini incelemek için betimsel analizler yapılmıştır. Ardından araştırmada kullanılan ölçeklerin birbiri ile ilişkilerini değerlendirmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Son olarak kompulsif satın almanın yordayıcı değişkenlerini belirlemek üzere hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır.

### 3. BÖLÜM

#### BULGULAR

322 katılımcıdan oluşan örnekleme dışlanma kriterleri uygulanmış ve 13 kişi belirlenen yaş aralığının dışında kaldığından ve 42 kişi psikolojik/psikiyatrik tanı aldığından toplam 55 kişi örnekleme dahil edilmemiştir. Mahalanobis hesaplamasıyla uç değer analizi yapılmış ve herhangi bir uç değer bulunmamıştır. Qualtrics ara yüzünde eksik soru bırakma şansı olmadığından, ölçekleri sonuna kadar dolduran katılımcılarda kayıp değer oluşmamıştır. Sonuç olarak 254 katılımcıyla analizlere başlanmıştır.

#### 3.1. Betimsel İstatistikler

Benlik Saygısı Ölçeği (BSÖ), Mükemmeliyetçilik Ölçeği (MÖ) ve alt boyutları (yüksek standartlar, düzen, tatminsizlik, çelişki), Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ), Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA) ve alt boyutları (problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme, tolerans) ve Depresyon, Anksiyete, Stres Ölçeği Kısa Formu (DASÖ-21) ve alt boyutları (depresyon, anksiyete, stres) için minimum ve maksimum değerler, ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık ve iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır (Tablo 2). Basıklık ve çarpıklık değerleri +/- 1 aralığında bulunduğundan mevcut araştırmanın normal dağılıma sahip olduğu sonucuna varılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013).

**Tablo 2**  
*Ölçeklerin Betimsel İstatistikleri*

Ölçekler	Ortalama	SS	Min	Maks	Çarpıklık	Basıklık	Cronbach Alpha
KÇSA	53.78	18.64	28	111	.74	.16	.94
PÇN	16.81	6.97	11	44	1.41	1.78	.90
DMO	8.02	2.82	3	15	.07	-.4	.76
DD	9.08	4.18	4	20	.46	-.72	.89
GÇ	7.55	3.9	4	20	1.09	.52	.90
T	10.07	4.4	5	25	.77	.18	.85

<b>RBSÖ</b>	21.06	2.7	13	30	-.23	.09	.85
<b>MÖ</b>	100.35	18.18	37	151	-.03	.2	.85
YS	34.91	6.3	8	49	-.52	.75	.69
D	21.79	4.57	5	28	-1.09	1.11	.81
T	20.21	7.72	6	41	.44	-.58	.82
Ç	23.42	7.56	6	41	.15	-.68	.79
<b>SKÖ</b>	79.96	17.88	18	108	-.77	.88	.93
<b>DASÖ</b>	37.13	10.39	21	80	.79	.99	.93
D	12.42	4.06	7	28	.89	.98	.87
A	9.5	2.96	6	20	.94	.83	.78
S	13.64	4.02	7	28	.68	.59	.84

### 3.2. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi Sonuçları

Çalışmanın demografik verileri (yaş, eğitim) ile yordayıcı (benlik saygısı, mükemmeliyetçilik, sosyal karşılaştırma ve psikolojik belirtiler) ve yordanan (kompulsif çevrimiçi satın alma) değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Ardından ölçekler arasındaki ilişki ele alınmıştır. İlişkileri test etmek amacıyla Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. (Tablo 3).

**Tablo 3.**

*Değişkenler Arası Korelasyon Analizi*

	1	2	3	4	5	6	7
1 Yaş	-						
2 Eğitim	-.151*	-					
3 KÇSA	-.192**	.037	-				
4 Benlik Saygısı	.307**	.080	-.255**	-			
5 Mükemmeliyetçilik	-.169**	-.043	.211**	-.288**	-		
6 Sosyal Karşılaştırma	.160*	-.003	-.153*	.327**	-.219**	-	
7 Psikolojik Belirtiler	-.261**	-.145*	.363**	-.459**	.373**	-.339**	-

Not: KÇSA = Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma, DASÖ: Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği;  
\*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre yaşın kompulsif evrimii satın alma ( $r=-.192, p<.01$ ) ile anlamlı ve negatif bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Yani bireylerin yaşı arttıka kompulsif satın alma davranışlarında azalma olduğu görülmektedir. Aynı şekilde yaş ile mükemmeliyetçilik ( $r=-.169, p<.01$ ) ve psikolojik belirtilerin düzeyi ( $r=-.261, p<.01$ ) arasında anlamlı ve negatif bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Yani bireylerin yaşı arttıka mükemmeliyetçilik düzeyleri ve psikolojik belirtilerinde azalma olmaktadır. Yaşın benlik saygısı ( $r= .307, p<.01$ ) ve sosyal karşılaştırma ( $r= .160, p<.05$ ) ile ilişkisine bakıldığında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkisi olduğu görülmektedir. Yani bireylerin yaşı arttıka benlik saygıları ve sosyal karşılaştırma düzeyleri artmaktadır.

Eğitim düzeyi ile ana değişkenler arasındaki ilişkiye bakıldığında ise eğitim ile kompulsif satın alma, benlik saygısı, mükemmeliyetçilik ve sosyal karşılaştırma arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Eğitim ile psikolojik belirtiler ( $r=-.145, p<.05$ ) arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani bireylerin eğitim seviyesi arttıka psikolojik belirtilerinde azalma olduğu görülmektedir.

Ölçekler arasındaki ilişki incelendiğinde, kompulsif satın alma ile benlik saygısı ( $r=-.255, p<.01$ ) ve sosyal karşılaştırma ( $r=-.153, p<.05$ ) arasında negatif yönlü bir anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Yani kompulsif satın alma davranışı yüksek olan bireylerin benlik saygıları düşüktür. Aynı şekilde kompulsif satın alma puanı yüksek olan bireylerin sosyal karşılaştırma puanları düşüktür. Bunun nedeni sosyal karşılaştırma leğinin puanlaması benlik saygısı leği ile aynı yönde sonuç göstermektedir yani düşük sosyal karşılaştırma puanı düşük benlik saygısına işaret etmektedir. Tersi olarak, kompulsif satın alma ile mükemmeliyetçilik ( $r=.211, p<.01$ ) ve psikolojik belirtiler ( $r=.363, p<.01$ ) arasında pozitif yönlü bir anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Yani kompulsif satın alma davranışı yüksek olan bireylerin mükemmeliyetçilik ve psikolojik belirti düzeyleri artmaktadır. Benlik saygısı ile mükemmeliyetçilik ( $r=-.288, p<.01$ ) ve psikolojik belirtiler ( $r=-.459, p<.01$ ) arasında negatif yönlü bir anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Yani benlik saygısı arttıka mükemmeliyetçilik ve psikolojik belirtiler azalmaktadır. Benlik saygısı ile sosyal karşılaştırma ( $r=.327, p<.01$ ) arasında pozitif yönlü bir anlamlı ilişki vardır. Yani benlik saygısı arttıka sosyal karşılaştırma puanları da artmaktadır. Son olarak mükemmeliyetçilik ile psikolojik belirtiler ( $r=.373, p<.01$ ) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani mükemmeliyetçilik arttıka psikolojik belirtiler artmaktadır.

### 3.3. Kompulsif Satın Alma Düzeyinin Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması

Cinsiyetler arasında kompulsif satın alma düzeyinde değişiklik olup olmadığını inceleyebilmek adına bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre kompulsif satın alma davranışında kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür ( $t(254) = 3.88, p < .05$ ). (Tablo 4).

**Tablo 4.**

*Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Düzeyinin Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması*

Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma		Ortalama	SS	N	t	p
Cinsiyet	Kadın	56.51	18.60	184	3.88	.413
	Erkek	46.61	16.87	70		

### 3.4. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Düzeyini Yordayan Değişkenler

Demografik özelliklerin (cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, ilişki durumu, algılanan gelir düzeyi, çevrimiçi alışveriş sıklığı), benlik saygısının, mükemmeliyetçiliğin, psikolojik belirtilerin ve sosyal karşılaştırmanın kompulsif çevrimiçi satın almayı yordama gücünü test etmek amacıyla beş aşamalı hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Kompulsif çevrimiçi satın almanın bağımlı değişken olarak ele alındığı analizin ilk adımında cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, ilişki durumu, algılanan gelir düzeyi, çevrimiçi alışveriş sıklığı; ikinci adımında benlik saygısı; üçüncü adımında mükemmeliyetçilik, dördüncü adımda psikolojik belirtiler; beşinci ve son adımında ise sosyal karşılaştırma dahil edilerek analiz gerçekleştirilmiştir. Değişkenlerin analize dahil edilme sıralaması KÇSA davranışını yordama gücünün yüksekten düşüğe olduğu savına dayanarak yapılmıştır (Tablo 5).

**Tablo 5.**

*Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları*

	<i>F</i> değişim	<i>df</i>	<i>β</i>	<i>t</i>	<i>R</i> <sup>2</sup>	<i>p</i>
1.Aşama	15.93	247			.26	<.001
Cinsiyet			-.17	-3.01		<.01

Yaş			.03	.49	.62
Eğitim Seviyesi			-.03	-.66	.50
İlişki Durumu			.07	1.15	.25
Gelir Düzeyi			-.07	-1.24	.21
Alışveriş Sıklığı			.48	8.36	<.001
<b>2. Aşama</b>	6.02	246		.28	<.05
Benlik Saygısı			-.14	-2.45	<.05
<b>3. Aşama</b>	8.96	245		.30	<.01
Mükemmeliyetçilik			.16	2.99	<.01
<b>4. Aşama</b>	15.12	244		.34	<.001
Psikolojik Belirtiler			.24	3.88	<.001
<b>5. Aşama</b>	.99	243		.34	.31
Sosyal Karşılaştırma			.05	1.00	.31

Yapılan analizin sonuçlarına göre, hiyerarşik regresyonun ilk adımında dahil edilen demografik değişkenlerden cinsiyet ( $\beta = -.17$ ,  $t(247) = -3.01$ ,  $p < .01$ ) ve çevrimiçi alışveriş yapma sıklığının ( $\beta = .48$ ,  $t(247) = 8.36$ ,  $p < .001$ ) kompulsif çevrimiçi satın almayı anlamlı olarak yordadığı görülmektedir. Fakat yaş, eğitim seviyesi, ilişki durumu ve algılanan gelir düzeyi kompulsif çevrimiçi satın almanın anlamlı yordayıcısı değildir ( $p > .05$ ). Böylece demografik değişkenler kompulsif çevrimiçi satın alma puanlarındaki varyansın %26'sını anlamlı olarak açıklamaktadır ( $R^2 = .26$ ,  $F(6, 247) = 15.93$ ,  $p < .001$ ).

Analize ikinci aşamada dahil edilen benlik saygısı değişkeninin ( $\beta = -.14$ ,  $t(246) = -2.45$ ,  $p < .05$ ) kompulsif çevrimiçi satın almayı anlamlı olarak yordadığı görülmektedir. Benlik saygısı dahil edildiğinde açıklanan toplam varyans oranı %28'e yükselmiştir ( $R^2 =$

.28,  $F(1, 246) = 6.02, p < .05$ ). Böylece söz konusu değişkenin varyansa yaptığı %2 oranındaki bağımsız katkının anlamlı olduğu bulunmuştur ( $R^2_{değişim} = .02$ ).

Analize üçüncü aşamada dahil edilen mükemmeliyetçilik değişkeninin ( $\beta = .16, t(245) = 2.99, p < .01$ ) kompulsif çevrimiçi satın almayı anlamlı olarak yordadığı görülmektedir. Mükemmeliyetçilik dahil edildiğinde açıklanan toplam varyans oranı %30'a yükselmiştir ( $R^2 = .30, F(1, 245) = 8.96, p < .01$ ). Böylece söz konusu değişkenin varyansa yaptığı %2 oranındaki bağımsız katkının anlamlı olduğu bulunmuştur ( $R^2_{değişim} = .02$ ).

Analize dördüncü aşamada dahil edilen psikolojik belirtiler değişkeninin ( $\beta = .24, t(244) = 3.88, p < .001$ ) kompulsif çevrimiçi satın almayı anlamlı olarak yordadığı görülmektedir. Psikolojik belirtiler dahil edildiğinde açıklanan toplam varyans oranı %34'e yükselmiştir ( $R^2 = .34, F(1, 244) = 15.12, p < .001$ ). Böylece söz konusu değişkenin varyansa yaptığı %4 oranındaki bağımsız katkının anlamlı olduğu bulunmuştur ( $R^2_{değişim} = .04$ ). Regresyon analizine dahil edilen sosyal karşılaştırma değişkeninin kompulsif çevrimiçi satın alma puanlarını anlamlı olarak yordamadığı bulunmuştur.

## 4. BÖLÜM

### TARTIŞMA

Bu tez çalışmasında, bireylerin hayatın akışında ihtiyaçlarını gidermek için yaptıkları alışverişin zamanla altta yatan bilişsel ve duygusal mekanizmalarla günlük hayatın işlevini bozan kompulsif satın alma davranışına evrilişi ele alınmıştır. Bu bağlamda, kompulsif satın almanın yordayıcıları olduğu düşünülen benlik saygısı, mükemmeliyetçilik, sosyal karşılaştırma ve psikolojik belirtiler değişkenleri, araştırma bulguları çerçevesinde değerlendirilmiş ve alanyazın dikkate alınarak tartışılmıştır. Değerlendirmeler ve tartışma, bulgular bölümündeki analiz sıralamasına göre düzenlenmiştir. Böylece, ilk olarak değişkenler arası korelasyon analizi bulguları ve ardından regresyon analizi bulguları ele alınmıştır. Son olarak çalışmanın doğurguları ile güçlü yönleri, sınırlılıkları ve gelecekteki çalışmalar için öneriler tartışılmıştır.

#### 4.1 Değişkenler arası Korelasyon Analizi Bulgularının Tartışılması

Çalışmanın korelasyon analizinde ilk olarak demografik özellikler (yaş ve eğitim) ile yordayıcı değişkenler olan benlik saygısı, mükemmeliyetçilik, sosyal karşılaştırma, psikolojik belirtiler ve yordanan değişken olan kompulsif çevrimiçi satın alma arasındaki ilişki; ikinci olarak yordayıcı değişkenler ile yordanan değişken arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu ilişkileri incelemek için Pearson korelasyon analizi yürütülmüştür. Analiz bulgularına göre yaş ile kompulsif çevrimiçi satın alma arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır. Yani, katılımcıların yaşları ilerledikçe kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı azalma eğilimi göstermektedir. Bu sonuç alanyazınla tutarlılık göstermektedir (Maraz, 2014; Achtziger ve ark., 2015). Her şeyden önce mevcut çalışmanın kompulsif satın almayı, çevrimiçi formunda değerlendirdiği göz önünde bulundurulduğunda, genç bireyler normal sayılabilecek sağlıklı bir alışveriş sürecinde tercihlerini çevrimiçi alışverişten yana kullandıkları için kompulsif düzeyde alışveriş yapanlar için de aynı durum söz konusudur (Chen, 2009). KÇSA bazı araştırmacılar tarafından dürtüsel bir davranış olarak ele alındığı için genç yaş grubundakilerin ileri yaşlara göre risk alma konusunda daha hevesli oldukları belirtilmiştir (Wood, 1998). Kompulsif satın alma davranışı bağımlılık perspektifinden ele alındığında,

alışveriş bağımlılığının biyoloji ile ilişkilendirildiği çalışmalar mevcuttur (Raab ve ark., 2011). Bu çalışmalar bağımlılık düzeyindeki satın alma davranışını yaş grupları arasında farklılık gösteren biyolojik mekanizmalarla açıklanmıştır. Henüz tam anlamıyla olgunlaşmamış prefrontal korteks ve korteks altı monoaminerjik sistemler ergen ve genç yetişkinleri, yaş alanlara kıyasla, bağımlılık geliştirme ve sürdürme konusunda daha eğilimli hale getirmektedir (Chambers ve ark., 2003). Biyolojik perspektife ek olarak bilişsel ve sosyal unsurlar söz konusu olabilmektedir. Erken yaştaki kompulsif tüketiciler reklamlara karşı koyamadıklarını ve öz kontrol becerilerinin zayıf olduğunu rapor etmişlerdir (Garces Prieto, 2002). Türkiye’de yapılan bir çalışma yine benzer bir sonuç vermiş ve genç katılımcıların reklamlardan daha çok etkilendikleri bulunmuştur (Korkmaz Devrani, 2018). Opoku (2012) kompulsif satın alma sürecinde akran etkisinin anlamlı önemine işaret etmiş, ergen ve genç yetişkinlerde bu etkinin anlamlı düzeyde etkisini bulmuştur. Alanyazın araştırmaları özellikle genç yetişkin grubun ekonomik başarı ve üstünlük, popülerite ve imaj gibi dışsal hedef ve motivasyonlara daha çok önem verdiği için bunu sağlamak adına alışverişe kompulsif düzeyde yönelebildiklerini işaret etmektedir. Buna karşılık yaş ilerledikçe bireylerin içsel hedef ve motivasyonları daha belirgin hale gelmekte ve tüketim azalma eğilimi göstermektedir (Otero-López ve ark., 2021). Fakat alanyazında yaş ile KÇSA arasında anlamlı bir ilişki olmadığını gösteren bulgular da yer almaktadır. Maraz ve arkadaşları (2015) farklı satın alma ölçekleri kullanarak yaptıkları araştırmada, hiçbir ölçekte yaş ile kompulsif satın alma arasında anlamlı bir ilişki bulmamışlardır. Maraz ve arkadaşları (2015) yaptıkları meta analiz çalışmasında beş örneklemeden sadece birinde yaş ile kompulsif satın alma arasında anlamlı bir ilişki bulmuş ve bu davranış yaş ile mi azalıyor yoksa nesiller arası farklılıkları mı gösteriyor noktasının belirgin olmadığını ifade etmişlerdir. Nitekim İspanya (García ve ark., 2011) ve Almanya’da (Neuner ve ark., 2005) yapılan iki farklı araştırmada önceki yıllara kıyasla kompulsif satın almanın yaşla birlikte artış göstermeye başladığı ele alınmıştır. Bu anlamda, yaş ile KÇSA arasındaki ilişkinin daha doğru anlaşılması için boylamsal çalışmaların yapılması önerilmiştir (Maraz ve ark., 2015). Son olarak gençlerde daha sıklıkla karşılaşılan kompulsif satın almanın mali durumları idare etmedeki tecrübesizlikleri ve dolayısıyla görece daha düşük finansal becerileri olduğu da ileri sürülmektedir (Faber, 2011). Yaş ve KÇSA arasındaki negatif anlamlı ilişkiye bir açıklama da genç ve daha olgun gruplar arasındaki yaşam koşulları farklılıkları olabilir. Nitekim yaş ilerledikçe bireylerin sorumlulukları artmakta ve ev idaresi, çocuk bakımı ya da bütçe olarak daha büyük hedefler sahneye girmektedir. Dolayısıyla genç yetişkinlerin bu

türden sorumlulukları olmadığı ve kişisel alışverişlerine daha fazla bütçe ayırma imkanı olduğu için kompulsif tüketimin önü açılmaktadır (Lee ve ark., 2002).

Yaş ile benlik saygısı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani yaş ilerledikçe benlik saygısı puanlarının yükseldiği görülmektedir ki bu bulgu alanyazınla tutarlılık göstermektedir. Erikson (1959) bireylerin yaşları ilerledikçe benlikleri ile özdeşim duygularının artarak benlik saygılarının her dönemde pekiştiğini tespit etmiştir. Offer ve Howard (1972), genç ve geç ergenleri karşılaştırdıkları araştırmalarında ilk grubun kendilik imgelerinin daha zayıf olduğunu ve bunun da benliğe yönelik eleştiriyi artırarak düşük benlik saygısına yol açtığını ifade etmişlerdir. Genç yaşlardaki görece düşük benlik saygısı, ergen ve genç yetişkinlerin koşullu bir özsaygı anlayışından kaynaklanıyor olabilir. Alanyazın genç yetişkinlerin para ile güç ve özgüven arasında özdeşim kurarak koşullu bir benlik saygısı inşa etmeye çalıştıklarına işaret etmektedir (Prince, 1993). Ayrıca genç yaşlarda yukarı yönlü sosyal karşılaştırma ileri yaşlara göre daha fazla olduğundan benlik saygısında daha düşük değerlere sebep olabilmektedir (Gao ve ark., 2021). Fakat alanyazında yaş ile benlik saygısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını gösteren bulgular da yer almaktadır (Özkan, 1994; Biolcati, 2017).

Yaş ile mükemmeliyetçilik arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani yaş ilerledikçe mükemmeliyetçilik azalmaktadır. Bu bağlamda mükemmeliyetçiliğin belli bir entelektüel zemine ihtiyaç duymadığı belirtilmiştir (Baker ve ark., 1997; Nugent, 2000). Gilman ve Ashby (2003) ergenlerle yaptıkları araştırma bu görüşü desteklemektedir. Ergen ve genç yetişkinlerin maruz kaldıkları akademik baskı, karşılaştırmacı akran ilişkileri ve ebeveynlerin yüksek standartları mükemmeliyetçiliğin erken yaşlarda sıkça görülmesinin sebeplerinden sayılabilir (Eccles ve Midgley, 1989; Wentzel, 1997).

Yaş ile sosyal karşılaştırma arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani yaş ilerledikçe sosyal karşılaştırma puanları artış göstermektedir. Sosyal karşılaştırma ölçeğinden alınan yüksek puan, ölçek maddelerinde verilen özelliklerde kişinin kendine dair olumlu algısı olduğuna işaret eder. Diğer bir deyişle, kişi verilen özellikte (yetersiz/yeterli, beceriksiz/becerikli, başarısız/başarılı vs.) olumsuz en düşük, olumlu en yüksek puan olmak üzere verilen yelpazede kendini üst değerlerde yani olumlu kanatta görür. Dolayısıyla sosyal karşılaştırma puanı yüksek olan yani kendiyile ilgili olumlu yargıları olan bireylerin daha ileri yaşlarda daha çok yoğunlaştığı sonucuna varılmıştır. Sosyal karşılaştırma teorisine göre karşılaştırmalar davranışsal niyetleri etkileme noktasında ergen ve genç yetişkinlerde

oldukça etkili olmaktadır (Islam ve ark., 2018). Bu ilişki yaş ile benlik saygısındaki ilişkinin altında yatan sebeplerle benzerlikler taşımaktadır. Yaş ilerledikçe bireylerin benlikleriyle daha fazla özdeşim kurarak kendilerini olduğu gibi kabul etmesi ve bilişsel olgunlaşmayla birlikte artış göstermektedir (Offer ve Howard, 1972). Kişiler sosyal karşılaştırma yaparken kendi sosyal çevrelerini ve akran gruplarını referans alma eğilimindedirler (Attiq ve Azam, 2015). Akran etkisi genç yaşlarda daha çok görülmesi sebebiyle sosyal karşılaştırmada gösterilen düşük benlik algısı da gençlerde daha yaygın olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu ilişkideki diğer bir faktör de gençlerin daha çok sosyal medya kullanması ve sosyal medya kullanımının sosyal karşılaştırmada kişinin kendini algılama yelpazesinin olumsuz doğru kaymasıdır (Sharif ve ark., 2022). Ayrıca, ileri yaşlardaki bireyler hayatın akışında arkadaşlık ya da romantik ilişkiler, kariyer, maddi güç gibi bazı zorlanmalarda genç bireylere göre daha çok yol aldıklarından, kendileriyle ilgili daha olumlu algıya sahip oldukları varsayılmaktadır.

Yaş ile psikolojik belirtiler arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani yaş ilerledikçe psikolojik belirtilerde azalma görülmektedir. Kişiler yaş aldıkça bilişsel yönden olgunlaşma ve duygu düzenleme becerileri gelişme göstermektedir. Bu sayede olumsuz duygulara daha az odaklanır ve stres verici olaylardan uzaklaşabilir, olumlu duygulara daha çok odaklanabilirler (Folkman ve ark., 1987; Carstensen ve ark., 2000; Carstensen ve ark., 2003). Bunun yanı sıra psikolojik belirtileri etkileyen faktörler, stres verici yaşam olayları, akademik başarı, kariyer ve gelecek kaygıları, akran baskıları ve ebeveyn beklentileri kaynaklı düşünüldüğünde tüm bunların yaşla birlikte azalacağı varsayılabilir.

Eğitim ile KÇSA, benlik saygısı, mükemmeliyetçilik ve sosyal karşılaştırma arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Eğitim ile KÇSA arasında bulunmayan bu ilişki alanyazınla tutarlılık göstermektedir (Faber, 2011). Eğitim ile psikolojik belirtiler arasında bulunan negatif yönlü ve anlamlı ilişki kişilerin eğitim seviyesi arttıkça farkındalıklarının ve psikoeğitim ya da terapi imkanlarının artmasıyla ilişkili olduğu söylenebilir.

Kompulsif çevrimiçi satın alma ile benlik saygısı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani benlik saygısı azaldığında KÇSA artmaktadır. Alanyazında da KSA davranışının temelinde düşük benlik saygısı olduğu düşünülmektedir (Christenson ve ark., 1994; Maraz ve ark., 2015). Düşük benlik saygısı olan bireyler kompulsif satın almaya daha eğilimli görünmekteler çünkü daha memnun olacakları bir benlik arayışında edinilen

ürünlerin yardımcı olacağına inanmaktalar (Dittmar, 2001; Faber ve ark., 1987). Düşük benlik saygısı olan bireylerde başkalarını etkilemek ve imrenilmek satın almanın temel amacı haline gelmektedir (Beziroğlu, 2018). Klinik bulgular kompulsif alıcıların düşük benlik saygılarıyla satın alarak baş etmeye çalıştıklarına işaret ediyor (Kyrios ve ark., 2004). Mevcut düşük benlik saygısının çocukluk yaşantılarına ve ebeveyn tutumlarına dayandığını söyleyen çalışmalar bulunmaktadır. Öyle ki çocukluk ve ergenlik döneminde para harcamasına izin verilmeyen, satın alma sürecinden hiçbir kararı ve kontrolü olmayan bireyler, düşük benlik saygısıyla kompulsif tüketime yönelebilmektedirler (Faber ve ark., 1987). Kyrios ve arkadaşları (2004) KSA'nın ebeveyn eleştirilerine yönelik algıyla yakından ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Faber ve O'Guinn'in (1988) araştırmasında yer alan kompulsif satın alan katılımcılar, çocuklukta istenilen davranışları yerine getirmeleri için ebeveynleri tarafından sık sık para ve materyal hediyelerle ödüllendirildiklerini fakat düşüncelerini ifade etme noktasında baskılandıklarını belirtmişlerdir. Scherhorn'un (1990) araştırmasının bulguları aynı çocukluk dönem yaşantısını desteklemiştir. Düşük benlik saygısından kaynaklı yapılan KSA sonrası benlik saygısını ölçek çalışmalara, alışveriş sonrası verilen öz bildirimlerde benlik saygısının yükselmediğini bulmuşlardır (Mukhopadhyay ve Johar, 2009). Ek olarak benlik saygısı düşük olan bireyler kendi benliklerini artırma arayışıyla bir şeyler edinme ihtiyacı duymakla kalmamakta, diğerlerinin değerlendirmelerini çok dikkate aldıkları ve onay almak istedikleri için başkalarına hediye almak suretiyle de kompulsif tüketici olabilmektedirler (Lejoyeux ve ark., 2007). Benlik saygısını edinilen objelerle, özellikle lüks tüketim grubuna girenlerle, yükseltme motivasyonu bazen o kadar yoğundur ki kişiler yeterli gelire sahip olmadıklarında ödeyemeyecekleri kredi kartlarını kullanarak ya da kredi çekerek telafi etmeye çalışırlar (Wang ve ark., 2011). Benlik saygısı ve KSA arasındaki ilişkinin diğer bir açıklaması da psikolojik belirtilere dayanmaktadır. Benlik saygısı düşük olanlar sürekli olarak yüksek anksiyete, stres ve olumsuz duygular yaşadıkları için satın alma ile iyi hissetmeye çalışırlar (Yelsma ve Yelsma, 1998). Benlik saygısının düzeyi kişinin stres ile başa çıkma becerisini ve sağlıklı ilişkiler yürütebilmesini göstermesi sebebiyle (Özkan, 1994), bireyler stres yüklü durumlarla başa çıkmak için KSA vadeli çözümlere yönelmemeleri ve bazı güçlük yaşadıklarında durumlarda kurdukları sağlıklı ilişkilerle rahatlayabilmeleri beklenmektedir. Mevcut çalışmanın alanyazın taramasında bu bulguyu desteklemeyen tek kaynak Lejoyeux ve arkadaşları (2011) tıp öğrencileriyle yürüttükleri kompulsif satın alma davranışında bulunan ve bulunmayanlar olmak üzere iki grup arasında benlik saygısında anlamlı bir fark bulamadıkları çalışmadır.

Kompulsif çevrimiçi satın alma ile mükemmeliyetçilik arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır. Yani kompulsif satın alma davranışı yüksek olan bireylerin mükemmeliyetçilik düzeyleri artmaktadır. Burada sözü edilen, kişinin hayat işlevselliğini olumsuz yönde etkileyen bir mükemmeliyetçilik olarak nitelendirilebilir. Daha önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere işlevsiz mükemmeliyetçilik, nevrotik mükemmeliyetçilik, uygunsuz mükemmeliyetçilik ya da negatif mükemmeliyetçilik olarak da adlandırılabilir. Kompulsif satın alma tanısı alan kişiler irrasyonel düşüncelere sahip olmaktadırlar (Harnish ve ark., 2017) ve genellikle de hayatlarından memnun ve tatmin değillerdir (Xiao ve ark., 2009). Mantıksız düşünceler ve tatminsizliğin sebep olduğu anksiyeteyi hafifletmek amacıyla kompulsif satın alırlar (Rizzo ve ark., 2022). Bu ilişkiyi benlik saygısı üzerinden açıklamak da mümkün görünmektedir zira mükemmeliyetçi bireyler aynı zamanda düşük benlik saygısına sahiptirler (Burns, 1980; Ghahramani ve ark., 2011). Bilinçdışı mekanizmaların etkisiyle benlik saygılarını yükseltme ihtiyacı duymaktadırlar. Mükemmeliyetçi kişilerde duygu durum bozuklukları, özellikle depresyon ve performans ile sosyal anksiyete sıklıkla görüldüğü için, bu duygulardan kaçınmak için alışverişe kompulsif düzeyde yönelmektedirler (Burns, 1980). Hamachek'in (1978) nevrotik mükemmeliyetçiliğinde yani kişiye zarar veren mükemmeliyetçilikte birey kendine koyduğu yüksek standartları karşılayamayacağı kabullenemediği için her zaman yaptığından farklı yollara başvurur. Kişiye zarar veren mükemmeliyetçilik farklı davranışlara sebep olabileceği gibi, başvurulan yollardan biri kompulsif satın alma olmaktadır.

Kompulsif çevrimiçi satın alma ile sosyal karşılaştırma arasında negatif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani sosyal karşılaştırma puanları yüksek olan katılımcılar, daha az KÇSA davranışında bulunmaktadır. Sosyal karşılaştırma ölçeğinden alınan yüksek puan, ölçek maddelerinde verilen özelliklerde kişinin kendine dair olumlu algısı olduğuna işaret eder. Diğer bir deyişle, kişi verilen özellikte (yetersiz/yeterli, beceriksiz/becerikli, başarısız/başarılı vs.) olumsuz en düşük, olumlu en yüksek puan olmak üzere verilen yelpazede kendini üst değerlerde yani olumlu kanatta görür. Dolayısıyla sosyal karşılaştırma puanı yüksek olan yani kendiyile ilgili olumlu yargıları olan bireyler daha az kompulsif satın alma davranışında bulunmaktadır. Bireyler kendilerini daha üst bir sosyo-ekonomik sınıfa ait olarak görürler ve aslında öyle olmayan mevcut durumlarıyla ulaşmak istedikleri grup arasındaki farkı kapatmaya çalışırlar (Burnkrant ve Cousineau, 1975). Referans alınan grubun satın alma örüntülerinin takip ettiklerinden dürtüsel satın almaya başlamakta ve bu davranış bir süre sonra kompulsif hale gelmektedir (Kasser ve Kanner, 2004). Ayrıca sosyal

karşılaştırmanın oluşturduğu stres karar alma süreçlerini etkileyerek satın alma kararları üzerinde de etkili olmaktadır. Attiq ve Azam (2015) yaptıkları çalışmada bireylerin sosyal karşılaştırmadan kaynaklı streslerinden kurtulmak için sahip olunan ürünün değil satın alma eyleminin etkili olduğunu bulmuşlardır. Elde edilen bu bulgu kompulsif satın alan bireylerle yapılan araştırma bulgularıyla tutarlılık göstermektedir.

Kompulsif çevrimiçi satın alma ile psikolojik belirtiler arasındaki anlamlı pozitif ilişkiyi, kompulsif alıcı olan bireylerin olumsuz duygu durumlarıyla baş etmek için alışveriş yaptıklarını ifade eden klinik bulgular desteklemektedir (Christenson ve ark., 1994; Lejoyeux ve ark., 1997, McElroy ve ark., 1994; Kyrios ve ark., 2004). Mutsuzluk, yalnızlık, öfke, engellenme ve irritasyon gibi olumsuz duygulara sahip bireyler alışveriş yoluyla mutluluk, güç, üstünlük, yeterlilik ve rahatlama gibi duygular hissetme motivasyonu taşımaktadırlar (Tamam ve ark., 1998). KSA davranışında bulunanlarda anlamlı düzeyde psikolojik stres bulunmuştur (Maraz ve ark., 2015). Kompulsif satın alma, tıpkı diğer kompulsif davranışlar gibi, kişilerin başarı veya performans baskısından ya da düşük benlik saygısından kaynaklı streslerini hafifletme fonksiyonu görmektedir (Faber ve ark., 1987). Ek olarak duygusal stres yaşayan bireyler kendilerini meşgul edecek ve rahatlamalarını sağlayacak kısa vadeli çözümler olan dürtüsel davranışlarda bulunurlar (Tice ve ark., 2001). Bu yönde diğer bağımlılıklara kıyasla başta daha masum olarak algılanan satın almayı tercih ediyor olabilirler. Nitekim KSA davranışına diğer dürtü kontrol bozukluklarına ya da davranışsal bağımlılıklara kıyasla bir şekilde daha çok tolerans ve hoşgörü gösterilmektedir (Catalano ve Sonenberg, 1993). Diğer davranışsal bozukluklarda olduğu gibi fiziksel bir göstergesi olmadığı için ve alışveriş yapmak toplum tarafından kabul gören bir davranış olduğu için kolaylıkla maskelenebilmektedir (Elliott, Eccles ve Gournay, 1996). Öte yandan alanyazında aynı zamanda depresif belirtiler gösteren bireylerin alışveriş yapma motivasyonlarının olmasının da tartışmalı olduğunu belirten çalışmalar vardır. Mitchell ve arkadaşları (2006) KSA belirtileri gösteren katılımcılarda düşük düzeyde depresyon olduğunu bulmuşlardır. Manchiraju ve arkadaşları (2017) ikisi arasındaki çelişkiyi açıklamayı başaramadıklarını belirtmiş ve bu konuda daha çok araştırma yapılması gerektiğinin altını çizmişlerdir. Sadece depresif belirtiler gösteren bireyler değil, sağlıklı bireylerin alışveriş sonrası iki uçlu duygu durum öz bildirimleri, dürtüsel satın almanın hedonik açıdan karmaşık yapısını göstermektedir (Rook, 1987).

## 4.2. Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulgularının Tartışılması

Demografik değişkenlerin (cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, ilişki durumu, gelir düzeyi ve alışveriş sıklığı), benlik saygısının, mükemmeliyetçiliğın, psikolojik belirtilerin ve sosyal karşılaştırmanın kompulsif çevrimiçi satın almayı yordama gücünü test etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yürütülmüştür. Birinci adım olan demografik değişkenlerden cinsiyet ve alışveriş yapma sıklığının, ikinci adım olan benlik saygısının, üçüncü adım olan mükemmeliyetçiliğın ve dördüncü adım olan psikolojik belirtilerin anlamlı olduğu; demografik değişkenlerden yaş, eğitim seviyesi, ilişki durumu ve gelir seviyesi ile 5. adım olan sosyal karşılaştırmanın ise anlamlı olmadığı görülmüştür.

Cinsiyetin KÇSA üzerinde anlamlı yordayıcı gücü kadınların erkeklerden daha fazla kompulsif satın alma davranışında bulunduğu yönünde ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu alanyazınla uyumludur (Achtziger ve ark., 2015; Dittmar ve ark., 1996; Lunt ve Livingstone, 1992). Davranışsal bağımlılıklar düşünüldüğünde Davenport ve arkadaşlarının aktardığına göre (2012) ilaç ve madde, kumar ve seks bağımlılıklarında erkeklerin oranı daha yüksek iken (Holden, 2001), yeme bozuklukları ve alışveriş bağımlılığında kadınlar öne çıkıyor. Yakın zamanda yapılan bir araştırmaya göre, kompulsif satın alanların çok büyük çoğunluğunu (% 80'e yakın) kadınlar oluşturuyor (Black, 2007). Tannen (1994) davranış örüntülerinde kadın ve erkekler arasında farklılık gözlemlenmesinin cinsiyetlerinin doğasın özgü özelliklerden kaynaklandığını düşünmenin bir yanılgı olduğunu ifade etmektedir. Moscovici (1988), bu davranışların kültürel normların ve sosyal temsillerin bir ürünü olduğunu vurgulamaktadır. Dittmar ve Drury (2000), yaptıkları araştırmada kadınların daha fazla kompulsif alışveriş yaptıklarını bulmuş ve bunun toplumsal olarak kadınlara çizilen bir çerçeve olarak kaldığı sürece sonuçların böyle çıkmaya devam edeceğini eklemiştir. KSA kişilerin olumsuz duygulardan ve stresten kurtulmak için başvurdukları bir davranış şekli olduğundan, Dittmar ve Drury'e göre (2000) bu yol kadınların başvuracakları kısıtlı seçeneklerden biridir, erkekler için ise aynı amaçla başvurabilecekleri sosyal ve kültürel olarak kabul edilen başka yollar vardır. Medyanın güzellik dayatmaları nedeniyle güzel görünme kaygıları kadınlar için daha fazla olduğundan, kadınlarda kompulsif satın almanın daha yaygın olduğu düşünülmektedir. Öte yandan, cinsiyet ve KSA arasındaki ilişkide belirsizlikler de mevcuttur. Erkekler geleneksel alışveriş formunda kadınlardan daha geride olsalar da satın alma formu çevrimiçi olduğundan erkeklerin de kadınlar kadar bu davranışta bulunabildikleri düşünülmektedir. Çevrimiçi alışveriş pratiği nesil farklılıklarıyla paralellik

göstermektedir. Yiğit ve Yiğit'in (2020) kompulsif satın almayı Y ve Z kuşaklarında inceledikleri çalışmaları, kompulsif satın almanın Y kuşağında kadınlarda daha fazla görülürken Z kuşağında bu farkın ortadan kalktığını göstermektedir. Bu bağlamda mevcut çalışmanın bu bulgusu güncel çalışmalar ışığında tartışmalı bulunmaktadır.

Alışveriş yapma sıklığına bakıldığında, KÇSA'nın pozitif ve anlamlı yordayıcısı olduğu görülmektedir. Araştırmalar, kompulsif satın almada alışverişle meşguliyetin işlevi bozacak düzeyde fazla olduğunu vurguladığı için bu bulgu alanyazınla uyumluluk göstermektedir (Maraz ve ark., 2015). Ne var ki bireyler modern zamanda şehir hayatının hızına yetişebilmek için en temel ihtiyaçlarını çevrimiçi marketler aracılığıyla gidermekte ve bu sebepten çevrimiçi alışveriş yapma sıklıkları artmaktadır. Dolayısıyla mevcut çalışma, KÇSA ile alışveriş yapma sıklığı arasındaki ilişkiyi inceleyerek, sebebin ihtiyaç kaynaklı olmadığını test etmeyi amaçlamıştır.

Benlik saygısının KÇSA'nın negatif ve anlamlı yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Benlik saygısı düşük olan kişilerde kompulsif satın alma davranışının daha çok gözlemlenmektedir. KSA ve benlik saygısı arasındaki ilişkiyi karar alma mekanizmalarıyla açıklayan çalışmalar mevcuttur. Kompulsif satın alma bazı araştırmacılar tarafından dürtüsel satın alma olarak da görüldüğü için, bu satın alma formunu en belirleyici unsuru düşünmeden, hızlıca, kaparcasına yapılmasıdır (Salzman, 1981). Benlik saygısı düşük bireylerin daha dürtüsel kararlar verdiğine yönelik araştırmalar mevcuttur (Davenport ve ark., 2012). Diğer bir bakış açısına göre KSA bilinçli bir tüketim hesaplamasından ziyade birtakım inançlar ve çıkarlar hesaplamasıdır (Strack ve ark., 2006). Kişiler kendilerine yönelik bakış açılarını yükseltebilmek için yeterli, değerli, sevmeye değer ve etik/ahlaklı gibi birtakım özellikler hedeflerler ve bunu da alışveriş yoluyla elde etmeye çalışırlar (Dunning, 2007). Benlik saygısı düşük bireyler harcamalarıyla başkalarını memnun etmeyi ve bu sayede sosyal istenirliklerini artırmayı amaçlamaktadırlar (Davenport ve ark., 2012). Bunu da sadece kendilerine değil aynı zamanda başkalarına hediye alma yoluyla yapmaktadırlar (Kukar-Kinney ve ark., 2009). Dolayısıyla elde edilen bu bulgu alanyazınla uyumluluk göstermekte ve kompulsif çevrimiçi satın alma düzeyindeki değişimde belirleyici unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir.

Mükemmeliyetçiliğin KÇSA'nın pozitif ve anlamlı yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Alanyazına bakıldığında bu bulguyu destekleyen çalışmalara (Kyrios ve ark., 2004; Rizzo ve ark., 2022) ek olarak mükemmeliyetçiliğin farklı davranışsal bağımlılıklarda da etkin bir

bilişsel mekanizma olduğu bulunmuştur (Çakın ve ark., 2021). Çok boyutlu bir yapısı olan mükemmeliyetçiliğin temel boyutlarından biri yüksek standartlar için gösterilen çaba ve bir diğeri ise bireyin standartları ile mevcut performansı arasındaki farklılığa odaklanmasıdır. Chang ve arkadaşlarına göre (2021) kişiler bu farklılığa çok odaklandığında yüksek seviyede utanç duygusu hissederek uyumsuz satın alma süreçlerine girmektedir. Mükemmeliyetçiliğin KÇSA'yı yordamasındaki etkenlerden biri de mükemmeliyetçiliğin depresyon, anksiyete ve stres ile olan anlamlı ilişkisidir (Ashby ve ark., 2012; Smith ve ark., 2021; Hewitt ve ark., 2022). Mükemmeliyetçi kişiler stres ve olumsuz duyguları daha çok deneyimlemektedirler. Smith ve arkadaşları (2017) mükemmeliyetçi kişilerin hata yapma konusundaki aşırı kaygılarının ve harekete geçme konusunda şüphelerinin stres, anksiyete ve depresyon belirtileri ile sonuçlandığını bulmuşlardır. Corry ve arkadaşları (2017), stres ve anksiyete arasındaki ilişkide mükemmeliyetçiliğin yüksek düzeyde aracı rolü olduğunu bulmuşlardır. Blankstein ve Dunkley (2002), mükemmeliyetçilik ile stres ve anksiyete arasındaki en problemlili unsurun şiddetli öz eleştiri olduğunu ifade etmektedir. Sebep olduğu yoğun stresi azaltmaya ek olarak kendini işlevsiz düzeyde eleştiren kişiler olmaları gerektiklerini düşündükleri kişi olmak ve kendilerini daha az eleştirmeyi hedefledikleri için birtakım eşyalar edinmeyi kronik hale getiriyor olabilirler. Alanyazında kompulsif satın alanların stres ve olumsuz duygulardan kurtulmak için bu davranışa yöneldiklerini destekleyen araştırma bulguları olduğundan mükemmeliyetçi kişilerin KÇSA'ya daha eğilimli oldukları düşünülmektedir.

Psikolojik belirtilerin KÇSA'nın pozitif ve anlamlı yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Stres, anksiyete ya da depresyon belirtileri yaşayan bireyler bir rahatlama ve bu duygulardan kaçma yöntemi olarak alışverişe yönelmektedirler. Mevcut çalışmadaki psikolojik belirtiler olan stres, anksiyete ve depresyon patolojik bir perspektiften ele alınmamış, olumsuz duygu ve duygulanımların bir ifadesi olarak değerlendirilmiştir. Daha önceki bölümlerde depresyon ve anksiyetenin KSA veya KÇSA ile olan anlamlı ilişkisi ve oranları verildiği için bu bölümde tartışılmayacaktır. Dolayısıyla mevcut çalışmada psikolojik belirtilerin KÇSA'nın anlamlı yordayıcısı olarak bulunması alanyazınla uyumluluk göstermektedir.

### **4.3. Araştırmanın Klinik Doğurguları**

KÇSA Mental Bozuklukların Tanısal El Kitabı'nda henüz yer almadığından tanı kriterleri net değildir. Bunun sebebi konuyla ilgili araştırmaların yetersiz olmasıdır. Bu

yetersizlik tedavi yöntemlerinde de yeterli araştırmanın ve klinik bulgunun olmadığını göstermektedir fakat kişiye ve davranışın yordayıcılarına uygun bir psikoterapi ekolu takip edilerek depresyon anksiyete ve stres belirtilerinin azaltılması, yüksek mükemmeliyetçilik ve düşük benlik saygısına yönelik çarpık bilişlerin düzeltilmesi hedeflenebilir. Doğrudan KSA davranışının tedavisindeki kısıtlılık şöyledir: Bilişsel-davranışsal müdahalelere yönelik kanıtlar herhangi başka bir psikoterapi yöntemini gölgede bırakmaktadır (Kellett ve Bolton, 2009) fakat öte yandan bilişsel davranışsal tedavi yöntemleri de hem nitelik hem nicelik olarak oldukça başlangıç aşamasındadır (Steketee ve Frost, 2003). Burgard ve Mitchell (2000) 8 haftalık ve 14 seanslık bir grup terapisi tedavisi düzenlemişlerdir. Kişisel ya da tarihsel etiyolojik faktörlerin terapötik kapsamda ele alınmadığı seanslarda KSA'yı sürdüren bilişsel ve davranışsal faktörlere ve KSA'yı kontrol edebilecek tedavi stratejilerine odaklanılmıştır. Seansların sonunda katılımcılar bir değerlendirmeye tabi tutulmamış fakat bu tedavide kullanılan taslak sonraki tedavi araştırmalarında kullanılmıştır. Mitchell ve arkadaşları (2006) bir önceki araştırmanın bekleyen hasta listesindeki 39 katılımcıyla 12 seanslık bir grup terapisi yürütmüş ve geçerli KSA ölçeklerindeki puanların düşüşleri yoluyla KSA epizotlarının ve alışverişe ayrılan sürenin azaldığını bulmuşlardır. Araştırmadan 6 ay sonraki takipte de bulgular aynı kalmıştır. Bu bağlamda KSA tedavisinde grup terapilerinin işlevsel olduğunu söylemek mümkündür. Ne var ki bu tedaviler davranışı kontrol altına almayı, engellemeyi ve satın almayı azaltmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla kompulsif satın alma davranışının örüntülerine tepkiyi değiştirmeye odaklanmakta fakat davranışın altında yatan bilişsel ve duygusal faktörleri ve erken yaşam olaylarını göz ardı etmektedir (Steketee ve ark., 2000). Bu bağlamda alanyazındaki araştırmalarda elde edilen bulgular ışığında KSA ile ilişkili kişilik özellikleri, psikolojik faktörleri ve erken dönem şemaları (Kellett ve Bolton, 2009) iyileştirmeye yönelik tedavilere ihtiyaç vardır. Bu çalışmanın bulgularından yola çıkarak düşük benlik saygısı ve uyumsuz mükemmeliyetçiliği iyileştirmeye yönelik bireysel psikoterapilerin etkin olacağı düşünülmektedir. Psikoterapi sayesinde kişilerde benlik saygısının yükselmesi fenomeni oldukça eskiye dayanmaktadır (Sheerer, 1949). Tedavi noktasında bir diğer etkin yöntem kişilerin duygularını tanıması ve olumsuz duygularının farkındalığını artırmak olabilir. Scherhorn ve arkadaşları (1990) yaptıkları araştırmada kompulsif satın alma ile olumsuz duygulanım farkındalığının sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Böyle bir farkındalık birey tarafından müdahaleci ve engelleyici bir unsur olarak deneyimlenebilir (Harvey ve ark., 2004). Ayrıca, genç yetişkinlere ve ergen ebeveynlerine, üretkenliği artırma ve dışsaldan ziyade içsel hedef ve motivasyonların ortaya çıkarmaya teşvik etme ve sorumluluk sahibi bir tüketim alışkanlığı

edindirmede psiko eğitimler verilebilir. Son olarak, Jiang ve arkadaşları (2017) kompulsif satın alma için klinik müdahale kapsamında öz kontrol becerilerinin ele alınması gerektiğini vurgulamışlardır.

#### 4.4. Sınırlılıklar ve Öneriler

Mevcut tez çalışması birtakım sınırlılıklara sahiptir. Katılımcı sayısı, analizleri yürütebilmek için yeterli olsa da daha geniş bir örneklem daha doğru sonuçlar almaya katkı sağlayacaktır. Alanyazındaki çalışmalar cinsiyet ile KSA arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Birçok araştırma kadınların erkeklerden daha çok kompulsif düzeyde satın aldığını bulmuştur (Dittmar, 2005; Tamam, 2009). Mevcut çalışmada erkek katılımcıların cevap verme oranı kadınlara göre oldukça düşük kalmıştır. Erkeklerin KSA davranışıyla ilişkili araştırmalara daha az katılması alanyazında da dikkat çekmiş ve Dittmar (2005) erkeklerin alışveriş davranışını irdeleyen sorulara cevap vermekte çekimser olduklarını ifade etmiştir. Sonuç olarak, cinsiyetler arasındaki karşılaştırmanın istatistik olarak anlamsız çıkmasının sebebi erkek katılımcı oranının düşük olması olabilir.

Eğitim seviyesi ve gelir düzeyinin KÇSA üzerinde yordayıcı gücü olmaması gruplar arası yeterince eşit bir dağılım olmamasından kaynaklanmış olabilir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun üniversite mezunu ve orta gelirli gruptan olması sebebiyle, mevcut çalışmanın bu iki değişkenin yordayıcı gücünü bulmakta başarısız olduğu düşünülmektedir. Sonraki araştırmalarda eğitim yelpazesinin nispeten daha homojen dağılımlı olmasına ve gelir düzeyinin daha geniş yelpazede ele alınmasına dikkat edilebilir. Yaş ve sosyal karşılaştırmanın KÇSA ile ilişkisi anlamlı iken yordayıcı gücünün olmaması bu iki değişkenin KÇSA ile sonuçlanması için aracı değişkenlerin varlığına ihtiyaç duymasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Gelecek çalışmalarda sosyal karşılaştırmanın aracı ya da düzenleyici rolü incelenebilir.

Mevcut çalışma depresyon, anksiyete ve stres olmak üzere psikolojik belirtilerin KÇSA üzerindeki yordayıcı gücünü incelemeyi amaçlamıştır. Ne var ki, alanyazındaki çalışmalar sıklıkla KÇSA davranışının da psikolojik belirtiler üzerindeki etkisini göstermektedir. Yüksek stres ve anksiyete, daha iyi hissetmek amacıyla KÇSA davranışına sebep olmaktadır. Ne var ki, satın alma sonrasında kısa süren bir rahatlamanın ardından kişide tekrar yoğun stres ve anksiyete oluşturarak suçluluk, kızgınlık, pişmanlık ve üzüntü

duygu durumlarına yol açmaktadır (Tamam ve ark., 1998). Depresyon ile KSA ilişkisi için de aynı durum söz konusudur zira satın alma kişinin içindeki boşluk hissini ortadan kaldıramadığı için kısa süreli bir etkinin ardından kişideki depresyonu artırabilmektedir (Lejoyeux ve ark., 1997). Aynı ilişki yönü benlik saygısı için de geçerlidir. KÇSA davranışıyla birlikte hissedilen utanma ve başarısızlık duygusu benlik saygısında düşüşe sebep olması varsayılmaktadır. Fakat mevcut çalışmada KÇSA davranışının sonuçlarına yönelik analiz yürütülmemiştir.

Mevcut çalışma gelecekte yürütülecek KSA ya da KÇSA çalışmalarında bilişsel esneklik ya da öz şefkatin aracı rolleri çalışılmasını tavsiye etmektedir. Alanyazında, çeşitli bağımlılıklarda (Gao ve ark., 2021), mükemmeliyetçilikte (Achtziger ve Bayer, 2012) ve mevcut çalışmayla ilişkili olarak KSA davranışında (Liu ve ark., 2021; Horváth ve ark., 2015) öz kontrolün aracı rolüne ilişkin çalışmalar mevcuttur ve anlamlı bulgular elde edilmiştir. Ancak bilişsel esneklik ya da öz şefkatin aracı rolü ile ilgili herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Oysa stres, anksiyete ve depresyon belirtilerinden yeme bozukluklarına kadar pek çok durumda söz konusu değişkenlerin aracı rollerinin anlamlı olduğu bulunmuştur (Brown ve Ryan, 2003). Dolayısıyla aynı rolün KSA ya da KÇSA için de geçerli olacağı düşünülmektedir çünkü mevcut çalışmada yüksek mükemmeliyetçiliğin ve düşük benlik saygısının anlamlı yordayıcı gücü düşünüldüğünde bu özelliklerin işlevsel olmayan bilişsel inançlarının düzeltilmesinde bilişsel esnekliğin ve öz şefkatin etkin roller oynayacağı düşünülmektedir.

## 5. BÖLÜM

### SONUÇ

Bireylerin günlük hayatında sağlıklı bir akışta gerçekleşen satın alma davranışı sosyal, duygusal, bilişsel ya da biyolojik mekanizmalarla kişilerde aşırı düzeye gelebilmekte ve kompulsif bir hal alabilmektedir. Kompulsif satın alma zaman zaman OKB ya da dürtü kontrol bozukluğu olarak değerlendirilse de satın alma ile fazla meşgul olmak, alışveriş için çok fazla zaman ve çaba harcayarak alışveriş hayatın geri kalanını olumsuz şekilde etkileyen bir unsur haline getirmek, davranışı yaparken gelen rahatlama hissi ve davranıştan sonra hissedilen suçluluk, pişmanlık ve utanç duyguları gibi semptomları göz önünde bulundurarak, KSA davranışının en iyi bağımlılık perspektifinden anlaşılacağı düşünülmektedir. Son yıllarda klinik psikologlar tarafından ele alınan alanyazın çalışmaları madde kullanımına dayanmayan davranışsal bağımlılık vakalarının arttığına dikkat çekmektedir. Kumar oynama, yeme, seks, internet kullanımı, video oyunlarla birlikte kompulsif satın alma da aynı bağlamda vurgulanmaktadır (Karim ve Chaudhri, 2012). Alanyazın ve alanyazınla tutarlılık gösteren mevcut çalışma da gösteriyor ki kompulsif satın alma kişilerin hayat işlevini sekteye uğratan bir davranış olarak ele alınmalı ve böylece üzerinde daha çok ampirik araştırma yürütülerek tanı kriterleri ve tedavi yöntemleri geliştirilmelidir.

Mevcut araştırma bu amaçla yürütülmüş olup düşük benlik saygısı, uyumsuz mükemmeliyetçilik ve depresyon, anksiyete ile stresin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına yol açtığını bulmuştur. Bu bilgiler ışığında söz konusu tetikleyici faktörlerin tedavisine yönelik öneriler sunmuştur.

## KAYNAKLAR

- Abacı, R. ve Sapmaz, F. (2006, Eylül, 6-8). APS Mükemmeliyetçilik Ölçeği; Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. 14. Ulusal Psikoloji Kongresi, Ankara, Türkiye.
- Aboujaoude, E. (2014). Compulsive buying disorder: a review and update. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4021-4025.
- Achtziger, A. ve Bayer, U. C. (2013). Self-control mediates the link between perfectionism and stress. *Motivation and Emotion*, 37, 413-423.
- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G. ve Reisch, L. (2015). Debt out of Control: The Links between Self-Control, Compulsive Buying, and Real Debts. *Journal of Economic Psychology*, 49, 141-149.
- Albrecht, U., Kirschner, N. E. ve Grüsser, S. M. (2007). Diagnostic instruments for behavioral addictions: an overview. *Psychosocial Medicine*, 4(11).
- Amerikan Psikiyatri Birliği (2013). *Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı*, Beşinci Baskı (DSM-5), Tanı Ölçütleri Başvuru Elkitabı (Çev.: E Köroğlu) Hekimler Yayın Birliği, Ankara.
- Andreassen, C. S. (2014). Shopping addiction: an overview. *Journal of Norwegian Psychological Association*, 51, 194-209.
- 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, 1-11.
- Ashby, J. S., Noble, C. L. ve Gnilka, P. B. (2012). Multidimensional Perfectionism, Depression, and Satisfaction With Life: Differences Among Perfectionists and Tests of a Stress-Mediation Model. *Journal of College Counseling*, 15(2), 130-143.
- Asıl, S. (2017). Tüketimde Benlik Algısı: Sosyal Medya Hesaplarında Tüketici Olmak. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2(3), 1-22. <https://doi.org/10.31454/usb.381447>

- Attiq S. ve Azam, R. (2015). Attention to Social Comparison Information and Compulsive Buying Behavior: An S-O-R analysis. *Journal of Behavioural Sciences*, 25(1), 39-58.
- Baker, J. A., Terry, T., Bridger, R. ve Winsor, A. (1997). Schools as caring communities: A relational approach to school reform. *School Psychology Review*, 26, 586-602.
- Bandyopadhyay, N. (2016). The role of self-esteem, negative affect and normative influence in impulse buying: A study from India. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(4), 523– 539.
- Baumesiter, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I. ve Vohs, K. D. (2003). Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles?. *Psychological Science in the Public Interest*, 4 (1), 1-44.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15(2), 139-168.
- Biolcati, R. (2017). The Role of Self-Esteem and Fear of Negative Evaluation in Compulsive Buying. *Frontiers in Psychiatry*, 8 (74).
- Black D. W., Repertinger S., Gaffney G. R. ve Gabel J. (1998). Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying: preliminary findings, *Am J Psychiatry*, 155, 960–3.
- Black, D. W. (2001). Compulsive buying disorder: definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*, 15(1), 17-27.
- doi: 10.2165/00023210-200115010-00003.
- Black, D. W. (2007). Compulsive buying disorder: A review of the evidence. *CNS Spectrums*, 12(2), 124–132. <https://doi.org/10.1017/s1092852900020630>
- Blankstein, K. ve Dunkley, D. (2002). *Evaluative concerns, self-critical, and personal standards perfectionism: A structural equation modeling strategy*. In G. L. Flett & P.

- L. Hewitt (Eds.), *Perfectionism* (pp. 285–315). Washington, DC: American Psychological Association.
- Boundy, D. (2000). When money is the drug. A. L. Benson (Ed.), *I shop, therefore I am: Compulsive buying and the search for self* (s. 3–26) içinde. Northvale, NJ: Aronson.
- Bozdağ Türker, Y. ve Yalçinkaya Alkar, Ö. (2018). Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeği'nin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması. *Bağımlılık Dergisi*, 19(2), 23-34.
- Brown, K. W., ve Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 822-848. DOI: 10.1037/0022-3514.84.4.822
- Burgard, M. ve Mitchell, J.E. (2000). Group cognitive behavioural therapy for buying disorder. A. L. Benson (Ed.), *I shop, therefore I am: Compulsive Buying and the search for self* (s. 367–397) içinde. Northvale, NJ: Jason Aronson.
- Burnkrant, R. E., ve Cousineau, A. (1975). Informational and normative social influence in buyer behavior. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 206–215. <https://doi.org/10.1086/208633>
- Burns, D. D. (1980). The perfectionist's script for self-defeat. *Psychology today*, 14(6), 34-52.
- Carstensen, L. L., Pasupathi, M., Mayr, U. ve Nesselroade, J. (2000). Emotion experience in the daily lives of older and younger adults. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 1–12. DOI: 10.1037//0022-3514.79.4.644
- Carstensen, L. L., Fung, H. H. ve Charles, S. T. (2003). Socioemotional selectivity theory and the regulation of emotion in the second half of life. *Motivation and Emotion*, 27(2), 103-123. <https://doi.org/10.1023/A:1024569803230>
- Catalano, E. ve Sonenberg, N. (1993). *Consuming passions; help for compulsive shoppers*. Oakland, CA: New Harbinger Press.

- Chaker, A. M. (2003, 14 Ocak). Hello, I'm a Shopaholic! There's a Move Afoot to Make Compulsive Shopping a Diagnosable Mental Disorder: But Should It Be?. *Wall Street Journal*.
- Chambers, R. A., Taylor, J. R. ve Potenza, M. N. (2003). Developmental neurocircuitry of motivation in adolescence: a critical period of addiction vulnerability. *Am. J. Psychiatry*, 160 (6), 1041–1052. doi: 10.1176/appi.ajp.160.6.1041
- Chang, S. S. E., Jain, S. P. ve Reimann, M. (2021). The Role of Standards and Discrepancy Perfectionism in Maladaptive Consumption. *Journal of the Association for Consumer Research*, 6(3).
- Chen, L. (2009). *Online consumer behavior: An empirical study based on theory of planned behavior*. The University of Nebraska-Lincoln.
- Christenson G. A., Faber R. J., de Zwaan, M., Raymond N. C., Specker S. M., Ekern M. D., Mackenzie, T. B., Crosby, R. D., Crow, S. J. ve Eckert, E. D. (1994) Compulsive buying: descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(1), 5–11.
- Conger, R. D., Ge, X., Elder, G. H., Lorenz, F. O. ve Simons, R. L. (1994). Economic stress, coercive family process, and developmental problems of adolescents. *Child Development*, 65 (2), 541-561.
- Corry, J., Green, M., Roberts, G., Fullerton, J. M., Schofield, P. R. ve Mitchell, P. B. (2017). Does perfectionism in bipolar disorder pedigrees mediate associations between anxiety/stress and mood symptoms? *International Journal of Bipolar Disorders*, 5(1), 34. <https://doi.org/10.1186/s40345-017-0102-8>
- Çakın, G., Juwono, I. D., Potenza, M. N. ve Szabo, A. (2021). Exercise Addiction and Perfectionism: A Systematic Review of the Literature. *Current Addiction Reports*, 8, 144–155.
- Çuhadaroğlu, F. (1986). *Adolesanlarda benlik saygısı [Yayımlanmamış tıpta uzmanlık tezi]* Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi.

- Darrat, A. A., Darrat, M. A., ve Amyx, D. (2016). How Impulse Buying Influences Compulsive Buying: The Central Role of Consumer Anxiety and Escapism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 103-108.
- d'Astous, Alain (1990). An Inquiry Into the Compulsive side of "Normal" Consumers. *Journal of Consumer Policy*, 13 (1), 15-31.
- Davenport, K., Houston, J., ve Griffiths, M.D. (2012). Excessive eating and compulsive buying behaviours in women: an empirical pilot study examining reward sensitivity, anxiety, impulsivity, self-esteem and social desirability. *International Journal of Mental Health and Addiction* 10, 474–489.
- Desarbo, W. S. ve Edwards, E. A. (1996). Typologies of Compulsive Buying Behavior: A Constrained Clusterwise Regression Approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5 (3), 231-62.
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1996). Objects, decision considerations and self-image in men's and women's impulse purchases. *Acta Psychologica*, 93(1-3), 187-206.
- Dittmar, H. ve Drury, J. (2000). Self-image—is it in the bag? A qualitative comparison between "ordinary" and "excessive" consumers. *Journal of Economic Psychology*, 21(2), 109–142. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(99\)00039-2](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(99)00039-2)
- Dittmar, H. (2001). Impulse buying in ordinary and compulsive consumers. J. Baron, G. Loomes, ve E. Weber (Ed.), *Conflict and Tradeoffs in Decision-Making* (s. 110–135) içinde. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dittmar, H. (2004). Understanding and diagnosing compulsive buying. R. Coombs (Ed.), *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment* (13. Bölüm) içinde. New York: Wiley.
- 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, 467–491.
- Doğan, T. (2011). İki boyutlu benlik saygısı: Kendini sevme/özyeterlik ölçeği'nin türkçe uyarlaması, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 36(162).

- Dunning, D. (2007). Self-Image Motives and Consumer Behavior: How Sacrosanct Self-Beliefs Sway Preferences in the Marketplace. *Journal Of Consumer Psychology*, 17 (4), 237-249.
- Eccles, J. S. ve Midgley, C. (1989). Stage-environment fit: Developmentally appropriate class- rooms for young adolescents. C. Ames ve R. Ames (Ed.), *Research on motivation in education: Volume 3. Goals and cognitions* (s. 13-44) içinde. San Diego, CA: Academic Press.
- Eccles, S. (2002). The lived experiences of women as addictive consumers. *Journal of Research for Consumers*, 4, 1-17.
- Eke, B. (1982). Tüketimin Sosyolojik Anlamı . *Journal of Social Policy Conferences*, 0 (31), 413-428. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusskd/issue/922/10439>
- Elliott, R., Eccles, S., ve Gournay, K. (1996). Revenge, existential choice and addictive consumption. *Psychology and Marketing*, 13, 753–768.
- Erikson E. (1959). *Identity and the life cycle*. New York, International Universities Press.
- Faber, R. J., O’Guinn, T. C. ve Krych, R. (1987). Compulsive consumption. *Advances in Consumer Research*. 14 (1), 132- 135.
- Faber, R.J., ve O’Guinn, T.C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19, 459–469.
- Faber, R. J., ve O’Guinn, T. C. (2008). Compulsive buying. *Handbook of Consumer Psychology*. <https://doi.org/10.4324/9780203809570.ch41>
- Faber, R. J. (2011). Diagnosis and epidemiology of compulsive buying. A. Muller ve J. E. Mitchell (Ed.), *Compulsive buying: Clinical foundations and treatment* (s. 3–17) içinde. New York: Routledge.
- Fidaner, H., Elbi, H., Fidaner C., ve Eser, S. Y. (1999). Yaşam kalitesinin ölçülmesi. WHOQOL-100 ve WHOQOL-BREF. *3P Dergisi*, 7, 5-13.

- Folkman, S., Lazarus, R. S., Pimley, D., ve Novacek, J. (1987). Age differences in stress and coping processes. *Psychology and Aging*, 2, 171–184. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0882-7974.2.2.171>
- Frost, R. O., Marten, P., Lahart, C., ve Rosenblate, R. (1990). The dimensions of perfectionism. *Cognitive Therapy and Research*, 14, 449–468.
- Frost, R.O., Steketee, G., ve Williams, L.F. (2002). Compulsive buying, compulsive hoarding and obsessive- compulsive disorder. *Behavior Therapy*, 33, 201–214.
- Gao, Q., Fu, E., Xiang, Y., Jia, G., ve Wu, S. (2021). Self-esteem and addictive smartphone use: The mediator role of anxiety and the moderator role of self-control. *Children and Youth Services Review*, 124.
- Garcé's Prieto, J. (2002). Experiencias de trabajo en la prevencio`n y tratamiento de la adiccio`n al consumo. I. Garc´ia Ureta ve E. Olibarri Fern´andez (Ed.), *El Consumo y la Adiccio`n a las Compras: Diferentes Perspectivas* (s. 199–222) içinde. University of the Basque Country.
- García, I., Jódar, L., Merello, P., ve Santonja, F. J. (2011). A discrete mathematical model for addictive buying: predicting the affected population evolution. *Math Comput Model*, 54, 1634–7.
- Ghahramani, M. H., Besharat, M. A., ve Naghipour, B. (2011). An Examination of the Relationship Between Perfectionism and Self-esteem in a Sample of Student Athletes. *Social and Behavioral Sciences*, 30, 1265 – 1271.
- Gifford, A., Jr. (2002). Emotion and self-control. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 49 (1), 113–30.
- Gilbert, P., ve Trent, D. (1991). Depression in relation to submission and other rank related attributes. [Yayın başvurusu yapılmış makale]
- Gilbert, D. T., Giesler, R., ve Morris, K. A. (1995). When comparisons arise. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(2), 227- 236.

- Gilman R. ve Ashby J. S. (2003). A First Study of Perfectionism and Multidimensional Life Satisfaction among Adolescents. *Journal of Early Adolescence*, 23 (2), 218-235.
- Gökçearslan, Ş., Mumcu, F. K., Haşlamam, T., ve Demiraslan Çevik, Y. (2016). Modelling Smartphone Addiction: The Role of Smartphone Usage, Self-Regulation, General Self-Efficacy and Cyberloafing in University Students. *Computers in Human Behavior*, 63, 639-49.
- Greenway, S. (2006, 7 Temmuz), Retail Therapy for the Shopaphobic. *Financial Times*.
- Grougiou, V., Moschis, G., ve Kapoutsis, I. (2015). Compulsive Buying: the role of earlier-in-life events and experinces. *Journal of Consumer Marketing*, 32(4), 278-289.
- Hamachek, D. E. (1978). Psychodynamics of normal and neurotic perfectionism. *Psychology: A Journal of Human Behavior*, 15(1), 27–33.
- Harnish, R. J.ve Bridges, K. R. (2015). Compulsive buying: the role of irrational beliefs, materialism, and narcissism. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 33, 1–16.
- Harnish, R. J., Bridges, K. R. ve Karelitz, J. L. (2017). Compulsive buying: Prevalence, irrational beliefs, and purchasing. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15, 993-1007. <https://doi.org/10.1007/s11469-016-9690-2>
- Hartston, H. (2012). The Case for Compulsive Shopping as an Addiction. *Journal of Psychoactive Drugs*, 44 (1), 64–67.
- Harvey, A.G., Watkins, E., Mansell, W. ve Shafron, R. (2004). *Cognitive behavioural processes across psychological disorders: A transdiagnostic approach to research and treatment*. Oxford, UK: Open University Press.
- Hewitt, P. L. ve Genest, M. (1990). The ideal self: Schematic processing of perfectionistic content in dysphoric university students. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(4), 802–808. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.4.802>
- Hewitt, P. L., ve Flett, G. L. (1991). Perfectionism in the self and social contexts: Conceptualization, assessment, and association with psychopathology. *Journal of*

*Personality and Social Psychology*, 60(3), 456–470. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.3.456>

Hewitt, P. L. ve Flett, G. L. (1993). Dimensions of perfectionism, daily stress, and depression: A test of the specific vulnerability hypothesis. *Journal of Abnormal Psychology*, 102(1), 58–65. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.102.1.58>

Hewitt, P. L., Flett, G. L., ve Ediger, E. (1996). Perfectionism and depression: Longitudinal assessment of a specific vulnerability hypothesis. *Journal of Abnormal Psychology*, 105(2), 276–280. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.105.2.276>

Hewitt, P. L., Smith, M. M., Ge, S. Y. J., Mössler, M., ve Flett, G. L. (2022). Perfectionism and Its Role in Depressive Disorders. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 54(2), 121-131.

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, 227-239. doi:10.1348/014466505X29657

Higgins E. T. (1987). Self-discrepancy: a theory relating self and affect. *Psychol Rev* 94(3), 319–40. doi:10.1037/0033-295X.94.3.319

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

Holden, C. 2001. Behavioral addictions: Do they exist? *Science*, 294, 980–82.

Horváth, C., Büttner, O. B., Belei, N., ve Adıgüzel, F. (2015). Balancing the balance: Self-control mechanisms and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 49, 120-132.

Hussain, A. H., ve Bohari, A. M. (2012). The use of high-speed internet as a platform for compulsive online buying: A case of study of post-graduate students in Malaysia. *Geografia*, 8(7).

- İlhan, T. ve Özbay, Y. (2010). Yaşam Amaçlarının ve Psikolojik İhtiyaç Doyumunun Öznel İyi Oluş Üzerindeki Yordayıcı Rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (34), 109-118.
- Islam, T., Sheikh, Z., Hameed, Z., ve Khan, I. U. (2018). Social comparison, materialism, and compulsive buying based on stimulus- response-model: a comparative study among adolescents and young adults. *Young Consumers*, 19 (1), 19-37.
- Jiang, Z., Zhao, X., ve Li, C. (2017). Self-control predicts attentional bias assessed by online shopping-related Stroop in high online shopping addiction tendency college students. *Comprehensive Psychiatry*, 75, 14-21.
- Karim, R., D.O. ve Chaudhri, P. (2012). Behavioral addictions: An overview. *Journal of Psychoactive Drugs*, 44(1), 5–17.
- Kasser, T. ve Kanner, A. D. (2004). *Psychology and consumer culture: the struggle for a good life in a materialistic world*. (1. Baskı). American Psychological Association, Washington DC.
- Kellett, S. (2007). Compulsive hoarding; a site security model and associated treatment strategies. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 14, 413–427.
- Kellett, S. Ve Bolton, J. V. (2009). Compulsive Buying: A Cognitive Behavioral Model. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 16, 83-99.
- Khare, A. ve Sadachar, A. (2014). Collective Self-Esteem and Online Shopping Attitudes among College Students: Comparison between the U.S. and India. *Journal of International Consumer Marketing*, 26, 106–121.
- 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. *American Journal of Psychiatry*, 163 (10), 1806–1812. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.163.10.1806>
- Koran, L. M., Bullock, K. D., Hartston, H. J., Elliott, M. A., ve D'Andrea, V. (2002). Citalopram Treatment of Compulsive Shopping: An Open-Label Study. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 63 (8), 704-708. <https://doi.org/10.4088/JCP.v63n0808>

- Korkmaz Devrani, T. (2018). Durumsal Benlik Saygısının Reklam İzleme ile Kompulsif Satın Alma İlişkisindeki Düzenleyici Etkisi. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4(5), 118-133.
- Korur, M. ve Kimzan, H. (2016). Kompulsif satın alma eğilimi ve alışveriş sonrası pişmanlık ilişkisinde kontrolsüz kredi kartı kullanımının rolü: AVM müşterileri üzerine bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8 (1), 43- 71.
- Kothari, H. ve Mallik, G. (2015). The comparative analysis of the impact of self- esteem on the compulsive and non- compulsive buyers in NCR. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 4 (1), 78-88.
- Kraepelin, E. (1915). *Psychiatrie* (8. Baskı). Leipzig: Verlag Von Johann Ambrosius Barth.
- Kuehner C. ve Weber I. (1999). Responses to depression in unipolar depressed patients: an investigation of Nolen-Hoeksema's response styles theory. *Psychological Medicine*, 29(6), 1323–1333.
- 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.
- Kyrios M., Frost R., ve Steketee G. (2004) Cognitions in compulsive buying and acquisition. *Cognitive Therapy and Research*, 28, 241–258.
- Lee, D. J., Sirgy, M. J., Larsen, V., ve Wright, N. D. (2022). Developing a Subjective Measure of Consumer Well-Being. *Journal of Macromarketing*, 22 (2), 158-169. DOI: 10.1177/0276146702238219
- Leite, P. L., Pereira, V. M., Nardi, A. E., ve Silva, A. C. (2014). Psychotherapy for compulsive buying disorder: A systematic review. *Psychiatry Research* 219, 411–419.
- Lejoyeux, M., Adès, J., Tessain, V., Solomon, J. (1996). Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. *Am J Psychiatry*, 153, 1524–1529.

- Lejoyeux, M., Tassain, V., Solomon, J., ve Ades, J. (1997). Study of compulsive buying in depressed patients. *Journal of Clinical Psychiatry* 58, 169–173.
- 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, 42–46.
- Lejoyeux, M., Richoux-Benhaim, C., Betizeau, A., Lequen, V., ve Lohnhardt, H. (2011). Money attitude, self-esteem, and compulsive buying in a population of medical students. *Frontiers in Psychology*, 2.
- Liu, Y., Bi, C., Unger, A., ve Papastamatelou, J. (2021). Self-control as a mediator of age on students' compulsive buying. *PsyCh Journal*, 11(2), 259-262.
- 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.
- Lunt, P. K. ve Livingstone, S. M. (1992). *Mass consumption and personal identity*. Buckingham: Open University Press.
- Lysaker, P. H., Davis, L. W., ve Tsai, J. (2009). Suspiciousness and low self-esteem as predictors of misattributions of anger in schizophrenia spectrum disorders. *Psychiatry research*, 166(2-3), 125-131.
- Manchiraju, S., Sadachar, A., ve Ridgway, J. L. (2017). The Compulsive Online Shopping Scale (COSS): Development and validation using panel data. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(1), 209–223.
- Mansur- Alves, M., Machado, G. M., Rodrigues, W. D. S., Neufeld, C. B., ve Carvalho, L. D. F. (2022). Perfectionism dimensions: A network analysis of their relationships with affect and obsessive–compulsive pathological personality traits. *Scandinavian Journal of Psychology*, 63, 165–172.
- Maraz, A., van den Brink, W., ve Demetrovics, Z. (2015). Prevalence and construct validity of compulsive buying disorder in shopping mall visitors. *Psychiatry Research*, 228(3), 918–924.

- Maraz, A., Griffiths, M. D., ve Demetrovics Z. (2016). The prevalence of compulsive buying: a meta-analysis. *Addiction, 111* (3), 408-419.
- McElroy S. L., Keck J. P. E., Pope J. H. G., Smith J. M., ve Strakowski S. M. Compulsive buying: a report of 20 cases (1994). *J Clin Psychiatry, 55* (6), 242–248.
- McQueen, P., Moulding, R., ve Kyrios, M. (2014). Experimental evidence for the influence of cognitions on compulsive buying. *J. Behav. Ther. Exp. Psychiatry 45*, 496–501. doi: 10.1016/j.jbtep.2014.07.003
- Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., ve Faber R Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry, 34* (1), 1–9.
- Mitchell, J. E., Burgard, M., Faber, R., Crosby, R., ve De Zwaan, M. (2006). Cognitive behaviour therapy for compulsive buying disorder. *Behaviour Research and Therapy, 44*, 1859–1869.
- Mohan, G., Bharadhwaj, S. ve Sharma, P. (2013). Impact of store environment on impulse buying behavior. *European Journal of Marketing, 47* (10), 1711-1732.
- Moschis, G. P., ve Churchill, G. A. (1978). Consumer socialization: a theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research, 15*(4), 599-609.
- Moschis, G. P. (2007). Life course perspective on consumer behaviour. *Journal of the Academy of Marketing Science, 35*(2), 295-397.
- Moscovici, S. (1988). Some notes on social representations. *European Journal of Social Psychology, 18*, 211-250.
- Mukhopadhyay, A. ve Johar, G. V. (2009). Indulgence as self-reward for prior shopping restraint: A justification-based mechanism. *Journal of Consumer Psychology, 19*(3), 334–345.
- Müller, A., Mitchell, J. E., ve Zwaan M. (2015). Compulsive Buying. *The American Journal on Addictions, 24* (2), 132-7.

- Natarajan, R. ve Goff, B.G. (1991). Compulsive buying: toward a reconceptualization. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 307-328.
- Neuner, M., Raab, G., & Reisch, L.A. (2005). Compulsive buying in maturing consumer societies: An empirical re-inquiry. *Journal of Economic Psychology*, 26, 509–522.
- Nugent, S. A. (2000). Perfectionism: Its manifestations and classroom-based interventions. *Journal of Secondary Gifted Education*, 11, 215-222.
- Offer, D. ve Howard, K. I. (1972). An empirical analysis of the Offer Self-Image Questionnaire for Adolescents. *Arch Gen Psychiatry*, 27(4), 529-33.
- O'Guinn, T. C., ve Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147. <https://doi.org/10.1086/209204>
- Olsen, S. O., Khoi, N. H., ve Tuu, H. H. (2022). The “Well-Being” and “Ill-Being” of Online Impulsive and Compulsive Buying on Life Satisfaction: The Role of Self-Esteem and Harmony in Life. *Journal of Macromarketing*, 42(1), 128-145.
- Omar, N. A., Rahim, R. A., Che Wel, C. A., Alam, S. S. (2014). Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint. *Intangible Capital*, 10(1), 52–74.
- Opoku, R. (2012), Young Saudi adults and peer group purchase influence: a preliminary investigation. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 13 (2), 176-187.
- Otero-López, J.M. ve Villardefrancos P.E. (2009). *Adicción a la Compra, Materialismo y Satisfacción con la Vida. Relatos, Vidas, Compras*. GEU: Granada, Spain.
- 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. ve Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, socio demographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: a cross sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry*, *14*(101).
- Otero-López, J. M., Santiago, M. J. ve Castro, M. C. (2021). Life Aspirations, Generativity and Compulsive Buying in University Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18* (15). DOI:10.3390/ijerph18158060
- Özkan, İ. (1994). Benlik Saygısını Etkileyen Etkenler. *Düşünen Adam*, *7*(3), 4-9.
- Pacht, A. R. (1984). Reflections on perfection. *American Psychologist*, *39*, 386-390.
- Parker, W. D. ve Adkins, K. K. (1995). A Psychometric Examination of the Multidimensional Perfectionism Scale. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, *17* (4), 323-334.
- Patock-Peckham, J. A. ve Morgan-Lopez, A. A. (2006). College drinking behaviors: mediational links between parenting styles, impulse control, and alcohol-related outcomes. *Psychology of Addictive Behaviors*, *20* (2), 117-125.
- Prince, M. (1993). Women, men and money styles. *Journal of Economic Psychology*, *14*(1), 175-182. [http://dx.doi.org/10.1016/0167-4870\(93\)90045-M](http://dx.doi.org/10.1016/0167-4870(93)90045-M)
- Raab, G., Elger, C. E., Neuner, M. ve Weber, B. (2011). A neurological study of compulsive buying behaviour. *Journal of Consumer Policy*, *34*, 401–413.
- Richardson, C. G., Ratner, P. A. ve Zumbo, B. D. (2009). Further Support for Multidimensionality Within the Rosenberg Self-Esteem Scale. *Current Psychology*, *28* (2), 98-114.
- Rick, S., Pereira, B. ve Burson, K. A. (2014). The benefits of retail therapy: making purchase decisions reduces residual sadness. *Journal of Consumer Psychology*, *24*, 373–380. doi: 10.1016/j.jcps.2013.12.004
- Ridgway, N., Kukar-Kinney, M., and Monroe, K. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, *35* (4), 622–639. DOI:10.1086/591108

- Rimes K. A. ve Watkins E. (2005). The effects of self-focused rumination on global negative self-judgements in depression. *Behaviour Research and Therapy*, 43(12), 1673–1681.
- Rizzo, C., Sestino, A., Pino, G., Guido, G., Natarajan, R., ve Harnish, R. J. (2022). A Hierarchical Personality Approach Toward a Fuller Understanding of Onychophagia and Compulsive Buying. *Psychological Reports*, 0 (0), 1-16.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive buying among college students: An Investigation of its antecedents, consequences and implications for public policy. *The Journal of Consumer Affairs*, 32 (2), 295–319.
- Roberts, J. A., Manolis, C., ve Pullig, C. (2014). Contingent Self-Esteem, Self-Presentational Concerns, and Compulsive Buying. *Psychology and Marketing*, 31(2), 147–160.
- Rook, D. W. ve Hock, A. (1987). Impulse buying. *Journal of consumer research*, 14(2), 189-199.
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg self-esteem scale. *Journal of Religion and Health*.
- Salerno, L., Ingoglia, S., ve Lo Coco, G. (2017). Competing Factor Structures of the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) and its Measurement Invariance Across Clinical and non-Clinical Samples. *Personality and Individual Differences*, 113, 13-9.
- Salzman, L. (1981). Psychodynamics of the addictions. J. Mule (Ed.), *Behavior in excess: An examination of volitional disorders* (s. 338–349) içinde. New York: Free Press.
- Sapmaz, F. (2006). *Üniversite öğrencilerinin uyumlu ve uyumsuz mükemmeliyetçilik özelliklerinin psikolojik belirti düzeyleri açısından incelenmesi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Scherhorn, G. (1990). The addictive trait in buying behaviour. *Journal of Consumer Policy*, 13, 33–51.
- Scherhorn, G., Reisch, L. A., ve Raab, G. (1990). Addictive buying in West Germany: an empirical study. *Journal of Consumer Policy*, 13(4), 355-387.

- Sharif, S. P., She, L., Yeoh, K. K. ve Naghavi, N. (2022). Heavy social networking and online compulsive buying: the mediating role of financial social comparison and materialism. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 30 (2), 213-225.
- Sheerer, E. T. (1949). An analysis of the relationship between acceptance of and respect for self and acceptance of and respect for others in ten counseling cases. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 13(3), 169-175.
- Slaney, R. B., Rice, G. K., Mobley, M., Trippi, J. ve Ashby, J. (2001), The Revised Almost Perfect Scale". *Measurement and Evaluation in Counselling and Development*, 34, 130-144.
- Smith, M. M., Saklofske, D. H., Yan, G. ve Sherry, S. B. (2017). Does Perfectionism Predict Depression, Anxiety, Stress, and Life Satisfaction After Controlling for Neuroticism? *Journal of Individual Differences*, 38 (2), 63-70.
- Smith, M. M., Sherry, S. B., Ray, C., Hewitt, P. L. ve Flett, G. L. (2021). Is perfectionism a vulnerability factor for depressive symptoms, a complication of depressive symptoms, or both? A meta-analytic test of 67 longitudinal studies. *Clinical Psychology Review*, 84.
- Steinberg, L. (2008). A social neuroscience perspective on adolescent risk-taking. *Developmental Review*, 28 (1), 78-106.
- Steketee, G., Frost, R.O., Wincze, K., ve Douglass H. (2000). Group and individual treatment of compulsive hoarding. *Behavioural and Cognitive Psychotherapy*, 28, 259–268.
- Steketee, G., ve Frost, R. (2003). Compulsive hoarding: Current status of the research. *Clinical Psychology Review*, 7, 905–927.
- Strack, F., Werth, L., ve Deutsch, R. (2006). Reflective and impulsive determinants of consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 16, 205-2 16.
- Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları*, İstanbul: Babil Yayınları.

- Şahin, N. H., Durak, A., ve Şahin, N. (1993). Sosyal karşılaştırma ölçeği: *Bilişsel-davranışçı terapilerde değerlendirme*. Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6. baskı). London: Pearson.
- Taluy, N. (2018). İkili İlişkilerde Olumlu Olumsuz Mükemmeliyetçilik Ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik sınama çalışması. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(35), 645–667. <https://doi.org/10.21550/sosbilder.399658>
- Tamam, L. (2009). Dürtü Kontrol Bozuklukları. Lut Tamam (Ed.), *Kompulsif satın alma (Alışveriş bağımlılığı)* (s.297- 337) içinde. Ankara: HYB Yayınları.
- Tamam, L., Diller, R. S. ve Özpoyraz, N. (1998). Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230.
- Tannen, D. (1994). *Gender and Discourse*. New York: Oxford University Press.
- Tansel, B. (2018). Adalet Bakanlığına Bağlı Kurumlarda Çalışan Personelin Yaşadığı Tükenmişlik, İş Doyumu ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkilerin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1). <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.336266>
- Tice, D. M., Bratslavsky, E. ve Baumeister, R. F. (2001). Emotional distress regulation takes precedence over impulse control: If you feel bad, do it!. *Journal of personality and social psychology*, 80(1), 53.
- Toner, B. B., Garfinkel, P. E. ve Garner, D. M. (1986). Long-term follow-up of anorexia nervosa. *Psychosomatic Medicine*, 48, 520-529.
- Tong, X. (2010). A cross-national investigation of an extended technology acceptance model in the online shopping context. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 38 (10), 742–759.

- Tukuş, L. (2010). *The Self Esteem Rating Scale-Short Form (Benlik Saygısı Değerlendirme Ölçeği- Kısa Formu) Türkçe güvenilirlik ve geçerlilik çalışması* [Yayımlanmamış tıpta uzmanlık tezi]. Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi.
- Ünsalver, B. (2011). *Alışverişliklik*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Vanzhula, I. A., Kinkel-Ram, S. S. ve Levinson, C. A. (2021). Perfectionism and Difficulty Controlling Thoughts Bridge Eating Disorder and Obsessive-Compulsive Disorder Symptoms: A Network Analysis. *Journal of Affective Disorders* 283, 302-309.
- Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*. (Gültekin, Z. ve Atay, C., Çev.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Verplanken, B., Herabadi, A.G., Perry, J.A. ve Silvera, D.H. (2005). Consumer style and health: the role of impulsive buying in unhealthy eating. *Psychology & Health*, 20 (4), 429-441.
- Verplanken, B. ve Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: an integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34 (2), 197-210.
- 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.
- Wentzel, K. R. (1997). Student motivation in middle school: The role of perceived pedagogical caring. *Journal of Educational Psychology*, 89, 411-419.
- Wang, L., Wei, L., ve Jiang, L. (2011). The impact of attitude variables on the credit debt behaviour. *Nankai Business Review International*, 2(2), 120-139. <http://dx.doi.org/10.1108/20408741111139909>
- Wheeler H. A., Blankstein K. R., Antony M. M., McCabe R. E., ve Bieling P. J. (2011). Perfectionism in anxiety and depression: comparisons across disorders, relations with symptoms severity, and role of comorbidity. *International Journal of Cognitive Psychotherapy*, 4, 66–91.

- Wood, M. (1998). Socio-economic status, delay of gratification, and impulse buying. *Journal of economic psychology*, 19(3), 295-320.
- Xiao, J. J., Tang, C., & Shim, S. (2009). Acting for happiness: Financial behavior and life satisfaction of college students. *Social Indicators Research*, 92(1), 53-68. DOI:<https://doi.org/10.1007/s11205-008-9288-6>.
- Yang, W., Morita, N., Zuo, Z., Kawaida, K., Ogai, Y., Saito, T., ve Hu, W. (2021). Maladaptive Perfectionism and Internet Addiction among Chinese College Students: A Moderated Mediation Model of Depression and Gender. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18.
- Yelsma, P. ve Yelsma, J. (1998). Self-esteem and social respect within the high school. *Journal of social psychology*, 138(4), 431-442. <http://dx.doi.org/10.1080/00224549809600398>
- 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*, 2(2), 78-91. <https://dergipark.org.tr/en/pub/fesa/issue/30912/323190>
- Yiğit, A. G., ve Yiğit, M. (2020). Kompulsif Satın Alma Davranışının Y ve Z Kuşaklarında Cinsiyetler Arası Analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16 (28), 1223-1240.
- Zhang, Y., Trusov, M., Stephen, A. T., ve Jamal, Z. (2017). Online shopping and social media: Friends or foes? *Journal of Marketing*, 81(6), 24-41. <https://doi.org/10.1509/jm.14.0344>

## EK 1- BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu çalışma, Başkent Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr.Okan Cem ÇIRAKOĞLU danışmanlığında, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans programı öğrencisi Hande KAHYA tarafından yürütülen bir tez çalışmasıdır. Çalışmada Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkide Sosyal Karşılaştırmanın Aracı Rolünün araştırılması amaçlanmaktadır.

Bu çalışmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır ve sizden alınan her türlü kimlikbilgisi tamamen gizli tutulacak ve araştırmanın hiçbir kısmında kimlik bilgileri yayınlanmayacaktır. Sonuçları yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacaktır.

Bu çalışma için sizden, ekte sunulacak olan çeşitli değerlendirme araçlarını ve demografik bilgi formunu eksiksiz şekilde doldurmanız istenmektedir. Bu işlem tahminen 20-25 dakika sürmektedir. Araştırma bulgularının sağlıklı olabilmesi için soruların samimi bir şekilde ve eksiksiz doldurulması oldukça önemlidir. Ölçekleri doldururken sizi tam olarak yansıtmadığını düşündüğünüz durumlarda size en yakın yanıtı işaretleyiniz.

Araştırmaya katılım herhangi bir risk taşımamaktadır. Araştırmaya katılmayı reddedebilir veya herhangi bir aşamada çalışmayı bırakabilirsiniz.

Araştırmaya katıldığınız için şimdiden teşekkür ederiz. Bu çalışma hakkında daha fazla bilgi almak için Hande KAHYA ile iletişim kurabilirsiniz.

*Araştırma hakkında ayrıntılı olarak bilgilendirildim. Bu çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kendirızamla kabul ediyorum.*

### **Katılımcı**

---

Adı, Soyadı:

Katılım Tarihi:

İmzası:

### **Araştırmacı Bilgileri**

---

Adı, Soyadı: Hande Kahya

E-mail:

## EK 2- DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

1. Cinsiyetiniz: Kadın ( ) Erkek ( )

2. Yaşınız: \_\_\_\_\_

3. Medeni Durumuz:

Evli ( ) İlişkisi var ( ) İlişkisi yok ( )

4. Eğitim Durumunuz:

İlkokul mezunu ( )

Ortaokul mezunu ( )

Lise mezunu ( )

Üniversite mezunu ( )

Yüksek Lisans/Doktora mezunu ( )

5. Çalışma durumunuz:

Çalışmıyor ( ) Çalışıyor ( ) Öğrenci ( )

6. Gelir Seviyeniz:

Düşük ( ) Orta ( ) Yüksek ( )

7. Daha önce herhangi bir psikolojik/psikiyatrik tanı (depresyon, kaygı bozukluğu, uykubozukluğu, vb.) aldınız mı?

\*Evet ( ) Hayır ( )

\*Cevabınız evet ise belirtiniz: \_\_\_\_\_

8. İnternette ne sıklıkla alışveriş yaparsınız?

Yılda birkaç kez ( )

Birkaç ayda bir ( )

Aylık ( )

Haftalık ( )

Günlük ( )

### EK 3- KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA ÖLÇEĞİ

Lütfen her madde için sizi en iyi tanımlayan yanıtları işaretleyiniz. Maddelere son 12 aydaki düşünceleriniz, duygularınız ve eylemlerinizi baz alarak cevap veriniz.

Her cümle için karşısında bulunan;

- (0) Tamamen katılmıyorum  
(1) Katılmıyorum  
(2) Ne katılıyorum ne katılmıyorum  
(3) Katılıyorum  
(4) Tamamen katılıyorum

	Maddeler	0	1	2	3	4
1.	İnternette alışveriş yapmak hayatımdaki en önemli şeydir.					
2.	Her zaman internette alışveriş yapmakla ilgili düşünürüm.					
3.	İnternette alışveriş yapmayı düşünürken ya da planlarken çok fazla zaman harcıyorum.					
4.	İnternette alışveriş yapmayla ilgili düşünceler aklıma gelir.					
5.	Bazen daha iyi hissetmek için çevrimiçi alışveriş yaparım.					
6.	Bazen ruh halimi (duygu durumumu) değiştirmek için internette alışveriş yaparım.					
7.	Kişisel problemlerimi unutmak için internette alışveriş yaparım.					
8.	Suçluluk, kaygı, çaresizlik, yalnızlık ve /veya depresyon hislerimi azaltmak için internette bazı şeyler satın alırım.					
9.	O kadar fazla internette alışveriş yapıyorum ki günlük yükümlülüklerim (ör: okul ve iş) olumsuz yönde etkileniyor.					
10.	İnternette alışveriş yapmam sebebiyle hobilerime, boş zaman etkinliklerime, iş/okul ya da egzersizlerime daha az öncelik veririm.					
11.	İnternette alışveriş yapmam sebebiyle sevgilimi/ eşimi, ailemi ve arkadaşlarımı ihmal ederim.					
12.	İnternette alışveriş yapmam sebebiyle genellikle diğerleriyle konuşmalarım tartışmayla biter.					
13.	İnternette alışveriş yapmak için kendimde artan bir eğilim hissediyorum.					
14.	İnternette planladığımdan çok daha fazla alışveriş yaparım.					
15.	Eskiden olduğu gibi doyuma ulaşamam için gittikçe daha fazla miktarda internette alışveriş yapmak zorunda hissediyorum.					
16.	İnternette alışveriş yapmak için gittikçe daha fazla zaman harcıyorum.					
17.	İnternette alışveriş yapmayı azaltmaya yönelik başarısız denemelerim oldu.					
18.	Başkaları tarafından internette alışveriş yapmayı azaltmam gerektiği söylendi.					
19.	İnternette alışveriş yapmayı azaltmaya karar verdim ama henüz başaramadım.					
20.	İnternette alışveriş yapmayı bir süreliğine kısıtlamayı başardım ama sonra bu alışkanlığım nüksetti.					
21.	İnternette alışveriş yapmam engellenirse, strese girerim.					
22.	Bazı sebeplerden dolayı internette alışveriş yapamayacağımı hissedersen huysuz ve hırçın olurum.					
23.	Bazı sebepler internette alışveriş yapmamı engellerse kendimi kötü hissederim.					
24.	Son internet alışverişimin üzerinden zaman geçtiyse, çevrimiçi alışveriş yapmak için güçlü bir dürtü hissederim.					
25.	İnternette o kadar çok alışveriş yaparım ki, parasal sorunlara sebep olur.					
26.	İnternette o kadar çok alışveriş yaparım ki, psikolojik sağlığımı bozar.					
27.	İnternette alışveriş yapma sorunum hakkında o kadar çok endişelenirim ki, bazen beni uyku tutmaz.					
28.	İnternette yaptığım alışverişler yüzünden vicdanen rahatsız olurum.					

#### **EK 4- ROSENBERG BENLİK SAYGISI ÖLÇEĞİ (RBSÖ)**

Sizin için uygun olanı seçiniz.

**1) Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**2) Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**3) Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**4) Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar bir şeyler yapabilirim.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**5) Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**6) Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**7) Genel olarak kendimden memnunum.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**8) Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**9) Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığımı düşünüyorum.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

**10) Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığını düşünüyorum.**

a) Çok doğru b) Doğru c) Yanlış d) Çok yanlış

## EK 5- SOSYAL KARŞILAŞTIRMA ÖLÇEĞİ (SKÖ)

Sizinde bildiğiniz gibi, hepimiz zaman zaman kendimizi diğer insanlarla karşılaştırır ve bazı değerlendirmeler yaparız. Bu değerlendirmeler sonucunda kendimizle ilgili bazı fikirler ediniriz. Sizinde kendinizle ilişkili bazı görüşleriniz mutlaka vardır. Lütfen aşağıda sıfatlardan her birinde, sizi en iyi yansıtan rakamın üzerine (X) işareti koyunuz.

(1). Sol taraftaki boyuta en yakın olmayı ifade eder.

(6). Sağ taraftaki boyuta en yakın olmayı ifade eder.

Yetersiz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Yeterli/Üstün
Beceriksiz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Becerikli
Başarısız	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Başarılı
Sevilmeyen biri	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Sevilen biri
İçe dönük	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Dışadönük
Yalnız	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Yalnız değil
Dışta bırakılmış	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Kabul edilmiş
Sabırsız	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Sabırlı
Hoşgörüsüz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Hoşgörülü
Söyleneni yapan	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	İnisiyatif sahibi
Korkak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Cesur
Kendine güvensiz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Kendine güvenli
Çekingen	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Atılgan
Dağınık	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Düzenli
Pasif	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Aktif
Kararsız	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Kararlı
Antipatik	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Sempatik
Boyun eğici	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	Hakkını arayıcı

## EK 6- MÜKEMMELİYETÇİLİK ÖLÇEĞİ

Madde no		Tamamen katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Bir fikrim yok	Kısmen katılıyorum	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1	İşyerindeki yada okuldaki performansıma ilişkin standartlarım yüksektir.	1	2	3	4	5	6	7
2	Düzenli bir insanım.	1	2	3	4	5	6	7
3	Hedeflerime ulaşmadığım için çoğu kez hayal kırıklığı yaşarım.	1	2	3	4	5	6	7
6	En iyi yaptığım şeyler bile hiçbir zaman bana yeterli görünmez.	1	2	3	4	5	6	7
9	Yüksek standartlarıma nadiren ulaşıyorum.	1	2	3	4	5	6	7
12	Kendim için çok yüksek standartlar koyarım.	1	2	3	4	5	6	7
15	Beklentilerimi karşılayamama endişesi çoğu kez beni endişelendirir.	1	2	3	4	5	6	7
18	Yaptığım her şeyin en iyisini yapmaya çalışırım.	1	2	3	4	5	6	7
21	Yaptığım şeyin yeterince iyi olduğunu nadiren düşünürüm.	1	2	3	4	5	6	7
22	Mükemmeliyeti (mükemmeli) elde etmek için çok fazla çabalama ihtiyacı hissederim.	1	2	3	4	5	6	7
23	Bir işi tamamladığımda genellikle hayal kırıklığı duyarım, çünkü daha iyisini yapabileceğimi bilirim.	1	2	3	4	5	6	7

**EK 7- DEPRESYON ANKSİYETE STRES ÖLÇEĞİ (DASÖ-21)**

NO	SON 1 HAFTADAKİ DURUMUNUZ	Hiçbir zaman	Bazen ve ara sıra	Oldukça sık	Her zaman
1 S	Gevşeyip rahatlamakta zorluk çektim.	0	1	2	3
2 A	Ağzımda kuruluk olduğunu fark ettim.	0	1	2	3
3 D	Hiç olumlu duygu yaşayamadığımı fark ettim.	0	1	2	3
4 A	Soluk almada zorluk çektim ( <i>örneğin fiziksel egzersiz yapmadığım halde aşırı hızlı nefes alma, nefessiz kalma gibi</i> ).	0	1	2	3
5 D	Bir iş yapmak için gerekli olan ilk adımı atmada zorlandım.	0	1	2	3
6 S	Olaylara aşırı tepki vermeye meyilliyim.	0	1	2	3
7 A	Vücudumda ( <i>örneğin ellerimde</i> ) titremeler oldu.	0	1	2	3
8 S	Sinirsel enerjimi çok fazla kullandığımı hissettim.	0	1	2	3
9 A	Panikleyip kendimi aptal durumuna düşüreceğim durumlar nedeniyle endişelendim.	0	1	2	3
10 D	Hiçbir beklentimin olmadığı hissine kapıldım	0	1	2	3
11 S	Kışkırtılmakta olduğumu hissettim	0	1	2	3
12 S	Kendimi gevşetip salıvermek zor geldi	0	1	2	3
13 D	Kendimi perişan ve hüzünlü hissettim	0	1	2	3
14 S	Beni yaptığım işten alıkoyan şeylere dayanamıyordum	0	1	2	3
15 A	Panik haline yakın olduğumu hissettim	0	1	2	3
16 D	Hiçbir şey bende heyecan uyandırmıyordu	0	1	2	3

17 D	Birey olarak değersiz olduğumu hissettim	0	1	2	3
18 S	Alınan olduğumu hissettim	0	1	2	3
19 A	Fizik egzersiz söz konusu olmadığı halde kalbimin hareketlerini hissettim ( <i>kalp atışlarımın hızlandığını veya düzensizleştiğini hissettim</i> )	0	1	2	3
20 A	Geçerli bir neden olmadığı halde korktuğumu hissettim	0	1	2	3
21 D	Hayatın anlamsız olduğu hissine kapıldım	0	1	2	3

## EK 8- ETİK KURUL ONAYI

Evrak Tarih ve Sayısı: 08.09.2022-156658



1993

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ**  
Akademik Değerlendirme Koordinatörlüğü

Sayı : E-62310886-605.99-156658  
Konu : Hande Kahya'nın Etik Onay Başvurusu  
Hk.

08.09.2022

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 11.08.2022 tarih ve 150301 sayılı yazınız.

Enstitünüz Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Hande Kahya'nın, Prof. Dr. Okan Cem Çirakoğlu'nun danışmanlığında yürüteceği, "Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkide Sosyal Karşılaştırmanın Aracı Rolü" başlıklı yüksek lisans tez çalışması değerlendirilmiş ve bilgilerinize ekte sunulmuştur.

Prof. Dr. M. Abdülkadir VAROĞLU  
Kurul Başkanı

Ek: Değerlendirme Formu

Sayı : 17162298.600-213  
Konu : Tez Çalışması

17 AĞUSTOS 2022

İlgili Makama

Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Hande Kahya'nın, Prof. Dr. Okan Cem Çırakoğlu'nun danışmanlığında yürüteceği "Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkide Sosyal Karşılaşımın Aracı Rolü" başlıklı yüksek lisans tez çalışması değerlendirilmiş ve yapılmasında bir sakınca olmadığı tespit edilmiştir. Bilgilerinize saygılarımızla sunarız.

Başkent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler ve Sanat Araştırma Kurulu

Ad, Soyad	Değerlendirme	İmza
Prof. Dr. M. Abdülkadir Varoğlu	Olumlu/Olumsuz	
Prof. Dr. Kudret Güven	Olumlu/Olumsuz	
Prof. Ali Sevgi	Olumlu/Olumsuz	
Prof. Dr. Işıl Bulut	Olumlu/Olumsuz	
Prof. Dr. Sadegül Akbaba Altun	Olumlu/Olumsuz	
Prof. Dr. Can Mehmet Hersek	Olumlu/Olumsuz	
Prof. Dr. Özcan Yağcı	Olumlu/Olumsuz	

Prof. Dr. Sadegül Akbaba Altun, Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Hande Kahya'nın, Prof. Dr. Okan Cem Çirakoğlu'nun danışmanlığında yürüteceği "Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkide Sosyal Karşılaştırmanın Aracı Rolü" başlıklı yüksek lisans tez çalışmasını yapabileceği görüşündeler.