

T.C.

İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

AİLE DANIŞMANLIĞI VE EĞİTİMİ ANABİLİM DALI

AİLE DANIŞMANLIĞI VE EĞİTİMİ BİLİM DALI

GENÇ YETİŞKİNLERDE AİLE AİDİYETİ VE
KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Berre Nur USTACAN

İstanbul

Haziran, 2025

T.C.

İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

AİLE DANIŞMANLIĞI VE EĞİTİMİ ANABİLİM DALI

AİLE DANIŞMANLIĞI VE EĞİTİMİ BİLİM DALI

GENÇ YETİŞKİNLERDE AİLE AİDİYETİ VE KOMPULSİF
SATIN ALMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Berre Nur USTACAN

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ali Haydar Şar

İstanbul

Haziran, 2025

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Anabilim Dalı, Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Ali Haydar ŞAR

Üye: Doç. Dr. Besra TAŞ BOLAT

Üye: Prof. Dr. Serap ÖZBAŞ

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Erhan İÇENER

Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “**Genç Yetişkinlerde Aile Aidiyeti ve Kompulsif Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Berre Nur USTACAN

ÖN SÖZ

Bu araştırma genç yetişkinlerde aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

Bu çalışmanın hazırlanmasında bilgi, birikim ve tecrübeleriyle yolumu aydınlatan, akademik rehberliğini ve kıymetli desteğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Ali Haydar Şar'a teşekkür ederim.

Çok kıymetli hocalarım Sayın Doç. Dr. Besra Taş ve Prof. Dr. Mustafa Yüksel Erdoğan'a destekleri ve katkıları için teşekkürlerimi sunarım. Her zaman destekleri ve motivasyonları ile öğrencilik hayatıma katkı sunmuşlardır.

Tez çalışmamın her aşamasında varlığını hissettiğim, yaşamım boyunca bana rehberlik eden, değerleriyle yolumu aydınlatan ve her şeyden önce iyi bir insan olmayı öğütleyen merhum babam Celal Ustacan'a teşekkür ederim. Öğrettiğin her şey için minnettarım. En güçlü yanımla olan, manevi ışığıyla yolumu aydınlatan kıymetli annem Kadriye Ustacan'a teşekkür ederim. Sabrın ve merhametin yolumu aydınlatıyor. Çocukluğumdan bugüne desteğini ve sevgisini esirgemeyen canım abim Fatih Ustacan'a ve sakinliği, varlığı ile yanımda olan abim Melih Ustacan'a çok teşekkür ederim. Kız kardeşlerim Zeynep Semanur Ustacan ve Sümeyye Azra Nur Ustacan'a destekleri için minnettarım. Her daim neşe ve huzur kaynağımsınız.

Her daim yanımda olan, zor anlarımın en büyük destekçisi ve mutlu anlarımın en güzel eşlik edeni kıymetli dostum, kardeşim Halime Uzun'a teşekkür ederim. Varlığını her daim varlığımın yanında hissettim. Yolculuğumuzun her anı çok kıymetli, güzel kalbin ve desteğin için minnettarım. Her daim başarımla için başarısı gibi sevinen ve hüznümü kendi hüznü bilen güzel dostum Mine Karadağ'a teşekkür ederim.

Yolumu aydınlatan herkese ve her şeye teşekkürler.

Berre Nur USTACAN

Haziran-2025

ÖZET

GENÇ YETİŞKİNLERDE AİLE AİDİYETİ VE KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Berre Nur USTACAN

Yüksek Lisans, Aile Danışmanlığı ve Eğitimi

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ali Haydar Şar

Haziran, 2025 – 90 sayfa

Bu araştırmanın ana amacı, Genç yetişkinlerde aile aidiyeti düzeyi kompulsif satın alma düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırmanın alt amaçlarında ise aile aidiyeti düzeyi ve kompulsif satın alma düzeyinin demografik değişkenler açısından karşılaştırılması yer almaktadır. Bu açıdan, araştırmanın ilişkisel tarama modelinde yürütülmesine karar verilmiştir. Araştırmanın katılımcıları 18-40 yaş arasında yer alan Google Forms ile ulaşılan bireylerden oluşmaktadır. Çalışma grubu ise çalışmaya gönüllü katılım gösteren 486 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırma verileri; Kişisel Bilgi Formu, Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği ile toplanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler normallik testi sonuçları doğrultusunda; t Testi, ANOVA, pearson korelasyon analizi ve çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; katılımcıların aile aidiyeti düzeyinin psikolojik destek alma durumu, eğitim düzeyi, aile tipi, algılanan ekonomik durum, medeni durum, günlük hayattaki algılanan stres düzeyi, çocukluk çağlarında algılanan ailenin ekonomik düzeyi; kompulsif satın alma düzeyinin aile tipi, algılanan ekonomik durum, günlük hayattaki algılanan stres düzeyi, can sıkıntısı durumunda alışveriş ortamında bulunma durumu, hayatta en mutlu olduğu anın alışveriş yaptığı an olma durumu, alışveriş tercihinde sosyal medya etkisi, satın alınan ürünlerin sosyal statü kazandırma durumuna göre anlamlı fark gösterdiği elde edilmiştir. Aile aidiyeti düzeyi ve kompulsif satın alma düzeyi arasındaki negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Aile Aidiyeti, Kompulsif Satın Alma, Genç Yetişkin

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN FAMILY BELONGING AND COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN YOUNG ADULTS

Berre Nur USTACAN

Master's, Family Counseling and Education

Thesis Advisor: Prof. Dr. Ali Haydar Şar

June, 2025 – 90 pages

The main aim of this research is to examine the relationship between the level of family belonging and the level of compulsive buying in young adults. The sub-objectives of the research include comparing the level of family belonging and compulsive buying in terms of demographic variables. In this respect, it was decided to conduct the research with the relational screening model. The universe of the research consists of individuals between the ages of 18-40 reached through Google Forms. The sample group consists of 486 participants who were selected from the universe with convenience sampling and volunteered to participate in the study. Research data were collected with the Personal Information Form, Family Belonging Scale and Compulsive Buying Scale. In line with the results of the normality test for the data obtained in the research, t Test, ANOVA, Pearson correlation analysis and multiple regression analysis were used. As a result of the research; it was found that the level of family belonging of the participants was related to their receiving psychological support, education level, family type, perceived economic status, marital status, perceived stress level in daily life, perceived economic level of the family in childhood; It was found that the level of compulsive buying showed a significant difference according to family type, perceived economic status, perceived stress level in daily life, being in a shopping environment in a state of boredom, being the happiest moment in life when shopping, the effect of social media on shopping preference, and the social status of purchased products. Finally, it was concluded that there was a negative relationship between the level of family belonging and the level of compulsive buying.

Keywords: Family Belonging, Compulsive Buying, Young Adult



İÇİNDEKİLER

| | |
|-------------------------------------|------|
| TEZ ONAYI | i |
| BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ..... | ii |
| ÖN SÖZ..... | iii |
| ÖZET..... | iv |
| ABSTRACT | v |
| İÇİNDEKİLER..... | vi |
| TABLolar LİSTESİ..... | xi |
| KISALTMALAR..... | xiii |
| BİRİNCİ BÖLÜM..... | 1 |
| GİRİŞ | 1 |
| 1.1 Problem Durumu..... | 1 |
| 1.2. Araştırmanın Amacı | 3 |
| 1.3. Araştırmanın Önemi..... | 4 |
| 1.4. Varsayımlar | 5 |
| 1.5. Sınırlılıklar | 5 |
| 1.6. Tanımlar | 6 |
| İKİNCİ BÖLÜM..... | 7 |
| KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE | 7 |
| 2.1. Aile Aidiyeti..... | 7 |
| 2.1.1. Aile Kavramı | 7 |
| 2.1.2. Aidiyet Kavramı | 7 |
| 2.1.3. Aile Aidiyeti | 9 |
| 2.1.4. Aile Tipi | 11 |
| 2.1.4.1. Çekirdek Aile | 11 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.4.2. Geniş Aile | 11 |
| 2.1.4.3. Tek Ebeveynli Aile | 11 |
| 2.2. Kompulsif Satın Alma..... | 12 |
| 2.2.1. Klinik Belirtiler | 13 |
| 2.2.2. Kompulsif Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler | 14 |
| 2.2.2.1 Biyolojik Faktörler | 15 |
| 2.2.2.2 Psikolojik Faktörler | 15 |
| 2.2.2.3. Sosyal Faktörler | 17 |
| 2.2.3. Kompulsif Satın Alma Davranışının Sonuçları | 18 |
| 2.2.3.1. Psikolojik Sonuçlar | 18 |
| 2.2.3.2. Ekonomik Sonuçlar | 18 |
| 2.2.3.3. Sosyal Sonuçlar | 19 |
| 2.3. İlgili Çalışmalar..... | 19 |
| 2.3.1. Aile Aidiyeti İle İlgili Yapılan Çalışmalar | 19 |
| 2.3.2 Kompulsif Satın Alma İle İlgili Çalışmalar..... | 22 |
| ÜÇÜNCÜ BÖLÜM | 25 |
| YÖNTEM..... | 25 |
| 3.1. Araştırmanın Modeli | 25 |
| 3.2. Katılımcılar | 25 |
| 3.3. Veri Toplama Araçları | 28 |
| 3.3.1. Kişisel Bilgi Formu | 28 |
| 3.3.2. Aile Aidiyeti Ölçeği | 29 |
| 3.3.3. Kompulsif Satın Alma Ölçeği | 29 |
| 3.4. Verilerin Toplanması | 30 |
| 3.5. Veri Analizi..... | 31 |

| | |
|--|-----------|
| DÖRDÜNCÜ BÖLÜM | 32 |
| BULGULAR..... | 32 |
| 4.1. Demografik Bilgilere İlişkin Bulgular..... | 32 |
| 4.1.1. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bulgular..... | 32 |
| 4.1.2. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Medeni Durum Değişkenine İlişkin Bulgular..... | 33 |
| 4.1.3. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Psikolojik Destek Alma Durum Değişkenine İlişkin Bulgular | 34 |
| 4.1.4. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Eğitim Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular..... | 35 |
| 4.1.5. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Aile Tipi Değişkenine İlişkin Bulgular..... | 36 |
| 4.1.6. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Algılanan Ekonomik Durum Değişkenine İlişkin Bulgular | 39 |
| 4.1.7. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Algılanan Günlük Stres Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular | 41 |
| 4.1.8. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Çocukluk Çağlarında Ailenin Algılanan Ekonomik Durum Değişkenine Değişkenine İlişkin Bulgular... .. | 44 |
| 4.1.9. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Can Sıkıntısı Durumuna Göre Alışveriş Ortamında Bulunma Değişkenine Değişkenine İlişkin Bulgular..... | 45 |
| 4.1.10. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Hayatta En mutlu Hissedilen Anların Alışveriş Yapılan Zaman Olma Durumuna İlişkin Bulgular | 48 |
| 4.1.11. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Alışveriş Tercihlerinde Sosyal Medyanın Etkisi Değişkenine İlişkin Bulgular | 50 |

| | |
|--|-----------|
| 4.1.12. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Satın Alınan Ürünün Sosyal Statü Kazandırdığı Düşüncesi Değişkenine İlişkin Bulgular | 52 |
| 4.1.13. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Çocukluk Çağlarında Satın Alınmak İstenen Şeylere Ulaşabilme Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular | 54 |
| 4.2. Aile Aidiyeti Ölçeği, Kompulsif Satın Alma Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi..... | 56 |
| 4.3. Aile Aidiyeti Ölçeğinin Kompulsif Satın Alma Ölçeğini Yordama Düzeyine İlişkin Bulgular..... | 57 |
| BEŞİNCİ BÖLÜM..... | 58 |
| TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER..... | 58 |
| 5.1. Aile Aidiyeti Düzeyine Yönelik Sonuçların Tartışılması..... | 58 |
| 5.2. Kompulsif Satın Alma Davranışı Düzeyine Yönelik Sonuçların Tartışılması..... | 61 |
| 5.3. Aile Aidiyeti Düzeyi ve Kompulsif Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçların Tartışılması..... | 66 |
| 5.4. Aile Aidiyeti Ölçeğinin Kompulsif Satın Alma Ölçeğini Yordamasına İlişkin Sonuçların Tartışılması..... | 66 |
| 5.5. Öneriler..... | 68 |
| KAYNAKÇA..... | 72 |
| EKLER..... | 87 |
| Ek- 1: Katılımcı Onam Formu..... | 87 |
| Ek- 2: Aile Aidiyeti Ölçeği..... | 89 |
| Ek- 3: Kompulsif Satın Alma Ölçeği..... | 90 |
| ÖZGEÇMİŞ..... | 91 |

TABLULAR LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Tablo 3.1: Katılımcıların Kişisel Demografik Bulguları Frekans ve Yüzdelerlik Değerleri..... | 26 |
| Tablo 3.2: Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeklerine İlişkin Betimsel İstatistiklerin İncelenmesi..... | 30 |
| Tablo 3.3: Basıklık (Kurtosis) ve Çarpıklık (skewness) Analizi..... | 31 |
| Tablo 4.1: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Cinsiyet Değişkenine göre t- Testi Sonuçları..... | 32 |
| Tablo 4.2: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Medeni Durum Değişkenine göre t- Testi Sonuçları..... | 33 |
| Tablo 4.3: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Psikolojik Destek Alma Durum Değişkenine göre t- Testi Sonuçları..... | 34 |
| Tablo 4.4: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları..... | 35 |
| Tablo 4.5: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Aile Tipi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları..... | 37 |
| Tablo 4.6: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Ekonomik Durum Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları..... | 40 |
| Tablo 4.7: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Stres Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları..... | 42 |
| Tablo 4.8: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Çocukluk Çağlarında Ailenin Algılanan Ekonomik Durum Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları..... | 44 |
| Tablo 4.9: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği ve alt boyutları Can Sıkıntısı Durumuna Göre Alışveriş Ortamında Bulunma Değişkenine İlişkin ANOVA Sonuçları..... | 46 |

| | |
|---|----|
| Tablo 4.10: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Hayatta En mutlu Hissedilen Anların Alışveriş Yapılan Zaman Olma durumuna İlişkin ANOVA Sonuçları..... | 48 |
| Tablo 4.11: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Alışveriş Tercihlerinde Sosyal Medyanın Etkisine İlişkin ANOVA Sonuçları..... | 50 |
| Tablo 4.12: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Satın Alınan Ürünün Sosyal Statü Kazandırdığı Düşüncesine İlişkin ANOVA Sonuçları..... | 52 |
| Tablo 4.13: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Çocukluk Çağlarında Satın Alınmak İstenen Şeylere Ulaşabilme Düzeyine İlişkin ANOVA Sonuçları..... | 54 |
| Tablo 4.14: Aile Aidiyeti Ölçeği, Kompulsif Satın alma Ölçeği ve Alt Boyutları Korelasyon Analizi..... | 56 |
| Tablo 4.15: Kompulsif Satın Alma Puanlarının Yordanmasına İlişkin Çoklu Regresyon Sonuçları..... | 57 |

KISALTMALAR LİSTESİ

AAÖ: Aile Aidiyeti Ölçeği

APA: American Psychological Association

KSAÖ: Kompulsif Satın Alma Ölçeği

OKB: Obsesif Kompulsif Bozukluk

TDK: Türk Dil Kurumu



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Bu bölümde genç yetişkinlerde aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişki çalışmasının problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve tanımları yapılmıştır.

1.1 Problem Durumu

Günümüzde değişen koşullar bireylerin gelişim süreçlerine ve bu süreçlerin getirdiği özelliklere de yansımıştır. Bireyin sorumluluk duygusunun üst seviyede olması beklenen genç yetişkinlik dönemi mevcut durumda aynı gereklilikleri kapsamamaktadır. Genç yetişkinlik olarak adlandırılan ve bireylerin 18-40 yaş arası yıllarını oluşturan bu dönem Erikson'un yakınlığa karşı yalıtılmış adını verdiği dönemi oluştururken bireyler bu dönemde yakın ilişkiler kurmaya yatkın bir hale gelmektedir (Alptekin, 2011). Bu süreçte kişiler kişisel gelişimlerini ailelerinin önemli bir rol oynadığı biçimde tamamlamaya çalışırlar (Santrock, 2014).

Aidiyet ihtiyacı genç yetişkinlik döneminde önemli hale gelmekle beraber insanın var olma sürecinden itibaren temel gereksinimlerinden birini oluşturur. Bireyin ait olma ihtiyaçlarının başında da toplumun dair oluşan en küçük yapı birimi olarak adlandırılmış olan aile kurumunun oluşturduğu aile aidiyeti gelmektedir. Bireyin bulunduğu sistem ve çevreye dair hissettiği vazgeçilmezlik durumu olarak tanımlanırken (Anant, 1966), Choearom, Williams ve Hagerty (2005), bireyin kişilerarası yer aldığı sistem bünyesinde kendisine yönelik algısı olarak tanımlamış ve Alptekin (2011) aidiyetin bireyin doğasında bulunduğunu belirtmiştir.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde aidiyet olgusu, fizyolojik ve güvenlik ihtiyacını oluşturan ihtiyaçların hemen ardından gelmektedir. Birey anlamlılık ihtiyacını gidermek için aile kurumunun varlığına ihtiyaç duyabilmektedir (Tarhan, 2011). Bireyin sahip olduğu aile güvenlik, sevgi gibi ihtiyaçlarını karşılarken aynı zamanda bireyin ait olmaya dair oluşan ihtiyacını da karşılar (Özgüven, 2017). Bireylerin ait olma duygusu ailenin oluşturduğu ortamda gelişmekte ve ilerleyen süreçte bireyin

sosyalleşmesinde önemli bir etken oluşturmaktadır (Özer, 2015; Arslan, Şahin ve Erkal, 2019). Bireyler için sosyal yaşam içinde anlam bulma süreci evrensel bir yolculuğu oluştururken bu süreci destekleyen en önemli etkenlerden biri bireylerin sahip olduğu aileye, mesleğe ve topluma yönelik hissetmiş olduğu aidiyet duygusudur (Mavili, Kesen ve Daşbaşı, 2014). Güven, değer ve sevilme gibi duyguların karşılanması kişilerin aidiyetini arttıran etmenler olarak gösterilirken, ailede bu duyguları hissetmek kişilerin aile aidiyetinin artmasında önem arz edebilmektedir (Güneş, 2018). Aile aidiyeti, bireyin ailesiyle kurduğu duygusal ilişkiyi ve bu yapının bir parçası olduğunu hissetmesini ifade eder. Bu duygu, kişinin aile sistemi içinde kendisini bütünü anlamlı bir ögesi olarak görmesi ve aileye yönelik güçlü bir bağlılık geliştirmesiyle ortaya çıkar (Boss ve ark., 2016).

Aile ve birey arasında oluşan mesafe ve aidiyet ihtiyacının aile tarafından karşılanmaması bireylerde mutsuzluk ve yalnızlık hissine sebep olabilmektedir (Kır, 2011). Birey için fizyolojik ihtiyaçların yanı sıra psikolojik ihtiyaçlarının karşılanması mutluluğu için gereklidir (Deveci, 2007). Aile aidiyeti yüksek düzeyde olan bireylerde depresyon, duygusal sıkıntı, şiddet vb. olumsuz durum ve duygulara karşı önleyici etken olduğu ortaya konulmaktadır (Thomson vd., 1994; Leake, 2007; Choearom Williams ve Hagerty, 2005; Cavanagh, 2008; King ve Boyd, 2016).

Aile aidiyetinin olmaması ise bireylerde psikolojik ve sosyal sıkıntılara sebep olabilmektedir (Hagerty, 2002). Bireylerde aile aidiyeti eksikliğinin oluşturabileceği olumsuz davranış durumlarından birinin kompulsif satın alma davranışı olabileceği düşünülmektedir. Kompulsif satın alma, bireyin engelleyemediği ve dürtüsel bir biçimde gerçekleşen, olumsuz ekonomik durumlara yol açabilen bir bozukluktur (Black, 1996). Bireylerde süreklilik gösteren bir satın alma, ihtiyacından fazla alışveriş yapma dürtüsünü engelleyememe ve sonucunda açığa çıkan stres döngüsünü oluşturur (Akt. Koran ve ark., 2006) ve kişiyi rahatsız eden ve bir ürünün yararından ziyade satın alırken yaşadığı tatmin hissini aradığı bir sürece evrilir (Bozbay ve Karakuş Başlar, 2019).

Kompulsif satın almaya dair dört aşamadan bahseden Black (2007), ilk aşamayı beklenti olarak tanımlamış ve bu aşamada bireyin alışverişe hazırlık içinde olduğunu bunu düşünce içerisinde sürdürdüğünü belirtmiştir. İkinci aşama satın almayı içeren ve alışverişe bireyin hazırlandığı bölümdür. Nasıl ve ne şekilde hareket edeceği, satın alma yöntemini belirlediği süreci oluşturur. Üçüncü aşama ise bireyin artık satın alma

davranışını gerçekleştirdiği kısmı oluşturur ve bu aşamada satın alma gerçekleşir. Son olarak dördüncü aşama ise birey artık davranışın sonuçları olarak olumsuz sonuçları yaşar. Stres, kaygı ve hayal kırıklığı gibi olumsuz duygular yaşanır. Kompulsif satın alma bireylerde kaygı, stres, alışveriş sonrası pişmanlık, depresyon ve borçlanmaya sebep olurken aynı zamanda kişinin yalnızlaşmasına, özsaygısının düşmesine sebep olabilmektedir (Korur ve Kimzan, 2016). Bireylerde meydana gelen bu davranış bozukluğu, genellikle stres, kaygı gibi olumsuz durumlar sonucu meydana gelen kontrol edilemez bir biçimde açığa çıkan olumsuzlukları oluşturur ve bu şekilde birey bu olumsuz duyguları bu yolla hafifletmeye çalışır (Edwards, 1993). Bu bağlamda aile aidiyetinin olmadığı durumlarda yaşanan depresyon, stres, kaygı vb. olumsuz duyguların açığa çıkması ile kompulsif satın alma bozukluğunun açığa çıkabilme durumu ilişkilendirilebilir.

Yapılan araştırmalarda kadınların erkeklere göre daha fazla kompulsif satın alma davranışı gösterdiği belirlenirken (Black, 2022), yaş değişkeni açısından ele alındığında 60 yaş üstü bireylerde en az görülürken 20-29 yaş arasında en fazla görüldüğü ortaya konulmaktadır (Türk, 2018). Yürütülen araştırmalarda kompulsif satın alma davranışı olan bireylerin dürtü kontrolü, inkar, mükemmeliyetçilik, kaygı gibi psikolojik özelliklerle ilişkide olduğu ortaya konulmuştur (Faber ve O'Guinn, 1992). Yapılan bir araştırmada çocuklukta belirsizlik ve parçalanma gibi durumlarla karakterize olan aile ilişkilerinde yetişen bireylerin davranışsal bozukluklara yatkınlık gösterebileceği belirlenirken (Walls ve Smith, 1970), buna benzer olarak yıkıcı aile olaylarının bireylerde kompulsif satın alma davranışına sebep olabildiğini ortaya koyan araştırmalar mevcuttur (Baker ve ark., 2011). Yukarıda verilen bilgiler dikkate alınarak aile aidiyeti ve kompulsif satın alma kavramlarının tanımları, önemi ve araştırma bulguları da dikkate alınarak bu araştırmanın temel problemi, genç yetişkinlerde aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı genç yetişkinlerde aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

1. Genç yetişkinlerin aile aidiyeti düzeyleri ve kompulsif satın alma davranışı düzeyleri demografik değişkenlere;

- a- cinsiyet,
- b- eğitim durumu,
- c- aile tipi,
- d- ekonomik durum,
- e- medeni durum,
- f- psikolojik destek alma durumu,
- g- günlük hayattaki stres düzeyi,
- h- canı sıkın olduğunda kendini alışveriş ortamında bulma durumu,
- i- hayatta en mutlu olduğu anın alışveriş yaptığı an olma durumu,
- j- alışveriş tercihinde sosyal medya etkisi,
- k- satın alınan ürünlerin sosyal statü kazandırma durumu,
- l- çocukluk çağlarında ailenin ekonomik düzeyini nasıl algıladığı,
- m- çocukluk çağlarında satın almak istediği şeye ulaşma durumuna göre anlamlı şekilde farklılaşmakta mıdır?

2. Genç yetişkinlerin aile aidiyeti düzeyi ve kompulsif satın alma davranışı düzeyi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

3. Genç yetişkinlerin aile aidiyeti düzeyi kompulsif satın alma davranışı düzeyini ne düzeyde yordamaktadır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Günümüz tüketim toplumlarında yer alan bireylerin satın almaya yönelik davranışları, ihtiyaçları doğrultusunda olmaktan uzaklaşarak bireyin psikososyal süreçleriyle oluşmaktadır. Bu bakımdan kompulsif satın alma davranışı, bireylerin ruhsal süreçleriyle bağlantılı olarak tekrarlayıcı, kontrol edilemeyen ve genel olarak işlevselliği olumsuz açıdan etkileyen tüketim biçimidir (Black, 2007). Kompulsif satın almanın bireylerde bağımlılık etkisi yaptığı ve duyguların etkisinin çok fazla olduğu belirlenmiştir (Dittmar, 2004). Bireyin yaşadığı stres, kaygı gibi olumsuz durumların kompulsif satın alma davranışını etkilediği görülmektedir. Aynı zamanda bireylerin ekonomik durumlarını olumsuz olarak etkilemekte ve bu davranışın sonucu olarak %58,3 oranında bireylerin borçlanma

durumlarının gerçekleştiği belirlenmiştir (Christenson ve ark., 1994). Bireylerin yaşadığı yalnızlık, mutsuzluk ve öfke gibi olumsuz duygular kompulsif satın alma davranışını oluşturan etkenlerdendir. Bu olumsuz duyguları sağlıklı bir biçimde telafi etmek için kompulsif satın alma davranışı gerçekleştirilir ve kısa süreli rahatlama hissi bireyin elde etmek istediği mutluluğu sağlar. Fakat bu etkinin kısa süreli olması ile beraber yaşanan boşluk hissi depresyonu arttırabilmektedir (Lejoyeux ve ark., 1999). Bireylerde kontrol edilmesi zor bir biçimde gerçekleşen kompulsif satın alma davranışı beraberinde pişmanlık hissi ile içinden çıkılması zor bir hal almaktadır (Müller ve ark., 2015). Aile aidiyeti duygusu, kişilerin ailelerine karşı hissettikleri bağlılığı, güveni ve destek duygusunu ifade ederken, kişilerin psikolojik zorlukları açısından koruyucu bir etmen oluşturmaktadır (Barber ve Olsen, 1997). Bireylerin çocukluk dönemlerinde yaşadıkları sosyo-duygusal yoksunluk, ileriki yaşamlarında kompulsif satın alma eğilimini artırabilir (Karayılan ve Pirtini, 2022). Bu açıdan, genç yetişkin dönemi hem aileyle kurulan bağların yeniden şekillendiği hem de tüketim davranışlarının yeniden şekillendiği bir kesit sunar. Ailenin sağlamış olduğu güvenli bağlanmanın kompulsif online alışverişle negatif ilişkisi, korkulu bağlanımın olumlu ilişkisi, aile içi bağlılık ve çözülme örüntülerinin bu ilişkide aracılık yaptığı gösterilmiştir ve ayrıca, aile çatışmasının benlik saygısı ve materyalizm aracılığıyla ergenlerde kompulsif satın almaya yol açtığı da saptanmıştır (Roberts ve ark., 2019). Bu nedenle aile aidiyeti düzeyi yüksek olduğunda bireylerin duygusal olarak yaşadıkları eksiklik hissini telafisi için daha düşük düzeyde olumsuz davranışlara yöneleceği düşünülmektedir. Bu bağlamda kompulsif satın alma davranışının nedenleri ve bununla ilişkili olan değişkenlerin belirlenmesi bununla beraber gerekli önlemlerin alınması önem arz etmektedir. Bu çalışmada aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişki incelenecek, aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı arasında bir ilişki bulunduğu takdirde, kompulsif satın almanın önüne geçebilmek için, aile aidiyetinin arttırılmasına yönelik çalışmalarda bu araştırma bulgularının önemli bir yer tutacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte araştırma bulguları bu alanda çalışan uzmanlara önemli bir veri sağlayacağı düşünülmektedir. Aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışının farklı demografik değişkelere göre farklılaşma durumu incelenmiş, riskli grupların

belirlenmesi ve gerekli önlemlerin alınması konusunda çalışmanın özel bir öneme sahip olacağı düşünülmektedir.

1.4. Varsayımlar

- Araştırmaya katılan bireylerin, ölçme araçlarını objektif bir biçimde içtenlikle cevapladıkları varsayılmıştır.

1.5. Sınırlılıklar

1. Araştırma genç yetişkin bireylerin katılımı ile sınırlıdır.
2. Bireylerin aile aidiyet düzeyleri “Aile Aidiyet Ölçeği”nden alınan veriler ile sınırlıdır.
3. Bireylerin kompulsif satın alma davranış düzeyleri “Kompulsif Satın Alma Ölçeği”nden alınan veriler ile sınırlıdır.
4. Bireylerin aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı düzeylerine etki eden değişkenler sadece “Kişisel Bilgi Formu” içinde yer alan değişkenler ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Aile Aidiyeti: Aile, insanlığın başlangıcından günümüze kadar olan süreçte toplumun devamlılığını sağlayan önemli bir kurumdur. TDK’ya bakıldığında aile, toplumun en küçük yapı birimi olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024).

Bireyin ait olma ihtiyaçlarının başında da toplumun en küçük yapı birimi olan aile kurumunun oluşturduğu aile aidiyeti gelmektedir. Aidiyet kavramı birçok farklı tanımla açıklanabildiği gibi bireyin içinde bulunduğu çevreye ya da beraberinde yer aldığı sisteme olan vazgeçilmez olma hissini deneyimini yaşamakta olduğu bir durum olarak adlandırılır (Anant, 1966).

Kompulsif Satın Alma: Kompulsif satın alma kavramı, ilk olarak Kreapelin’in 1915 yılında satın alma manisi olarak tanımlamış olduğu ve patolojide dürtü bozukluğu olarak yer alan bir kavramdır (Tavares ve ark., 2008).

Genç Yetişkinlik: Levinson (1986), 17-45 yaş arasını genç yetişkinlik dönemi olarak tanımlarken, birey için bu evre ergenliğin ardından yaşanan ve sorumlulukların alınmaya başlandığı dönemi kapsamaktadır (Arnett, 2000).

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Aile Aidiyeti

2.1.1. Aile Kavramı

Aile, insanlığın başlangıcından günümüze kadar olan süreçte toplumun devamlılığını sağlayan önemli bir kurumdur. TDK'ya bakıldığında aile, toplumun en küçük yapı birimi olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Evrensel bir kurum olan aile bu açıdan tanımlanması zor bir kavramı oluştururken anne, baba ve çocuğun yer aldığı esasında çekirdek aile dediğimiz yapıdır (Zeybekoğlu-Dündar, 2016). Aile çocuk yetiştirme, nesli koruma, sosyalleşme ve duygusal tatmin sağlama gibi pek çok işleve sahiptir (Zastrow, 2014).

Ailenin temel özelliklerinden bazıları şu şekilde sıralanabilir: aynı mekanı paylaşan aile üyeleri ortak görevler ile sorumlulukları paylaşır; aileyi oluşturan üyelerin birbiriyle kan bağı, evlilik bağı ve evlat bağı bulunur; içinde yaşadığı toplumun özelliklerini yansıtan aile aynı zamanda kendine özgü özellikleride barındırır; aile içerisinde anne-baba, kardeş gibi bir takım toplumunda belirlediği roller bulunur (Güler ve Ulutak, 1992). Dünyaya gelen bireyin yaşama dair fiziksel, psikolojik ve sosyal açıdan hazır gelmesini aile kurumu sağlamakta (Mavili ve ark., 2015) ve yaşamda tutunabilmesi için gerekli olan beslenme, barınma ve korunma gibi temel ihtiyaçların yanı sıra sosyalleşme ihtiyacını gidermektedir (Mavili-Aktaş, 2011).

2.1.2. Aidiyet Kavramı

Aidiyet, bireyin yaşam sürecinin başlangıcından sonuna kadar süren ve bireyin yaşam motivasyonunu, amacını etkileyen bir kavramdır. Aidiyet kavramı yaşam boyu içini doldurmaya çalıştığımız ve bunu yapamadığımızda ise olumsuz sonuçlarıyla karşılaştığımız bir kavramdır. Aidiyeti, Tellefsen ve Thomas (2005) “değer verilen bir ilişkiyi, uzun süreli sürdürme isteği” şeklinde tanımlarken, bir başka araştırmada bireyin kişilerarası yer aldığı sistem bünyesinde kendisine yönelik algısı (Choenarom, Williams ve Hagerty, 2005) olarak belirtilmiş ve Alptekin de (2011) aidiyet kavramını, bireylerin yer aldığı grupla etkileşim içerisinde olarak geliştirdiği ve teklik yerine çokluğun içinde olduğu bir kavram olarak tanımlamıştır.

Bireyin kendini güvenli alanında hissettiği kişilerle bağ kurması aidiyet duygusunu yansıtırken (Güneş, 2016), ruh sağlığı açısından önem arz eden bir kavram olarak belirtilmektedir (Ersanlı ve Koçyiğit, 2013). Birey içerisinde yer aldığı grupta onaylanıyorsa ve aynı zamanda kabul görüyorsa aidiyet hissi gelişmesi daha beklenilir olmaktadır (Alaca, 2011). Aidiyet, bireyin kendini nasıl ve ne şekilde konumlandığına bağlı olarak etnik kökene, siyasi ve sosyal çevreye, nesneye, mekana göre şekillenen bir kavramdır. Bu durumda bizi tek bir çatı altında buluşturduğu gibi diğerlerinden ayıran bir turnusol kağıdı görevi de görmektedir. Aidiyet olgusu içerisinde bireylerin kişilik yapısı oluşurken “Ben kimim?” sorusunun yanı sıra “Ben kim değilim?” sorusunun zihninde canlanması önemli bir durumdur (Sözer, 2019).

Aidiyet kavramı üzerine önemli çalışmaları olan Mercanoğlu (2019) aidiyetin birey için temel olarak bir motivasyon kaynağı olduğunu belirtmektedir. Bireylerin kişilerarası ilişkiler kurması, geliştirmesi ve sürdürmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Birey kurduğu ilişkiler çerçevesinde psikolojik tatmin sağlarken aynı zamanda topluma, kendine yabancılaşmasının önüne geçmektedir (Hikmetoğlu, 2023).

Baumesiter ve Leary (1995) yazmış oldukları makalede aidiyet kavramına değinirken, bireyde bulunan güdül bir durum olduğunu ve bu güdünün yarattığı ihtiyaç giderildiğinde psikolojik olarak rahatlama oluşturduğunu ifade etmiştir. Aidiyet kavramı Maslow’un (1970) ihtiyaçlar hiyerarşisinde önemli bir yer tutan, fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarından hemen sonra gelen bir kavramdır. Bu durumda bireyin açlık durumu ortadan kalktığında ve kendini güvenli bir ortamda hissettiğinde peşi sıra gelen en önemli ihtiyacı, diğerleriyle etkileşim içinde olmak, temas kurmak ve bir mekana veyahut gruba ait hissetmektir.

Bireysel farklılıklara rağmen kişilerde başkalarıyla bağ kurma, etkileşim içinde olma ihtiyacı hissederler. Bireyin bir başkası tarafından değer gördüğünü düşünmesi, değerli olduğunu hissetmesi gibi durumlarda aidiyet duygusunun ortaya çıktığı belirtilmektedir (Somers, 1999). Aynı zamanda aidiyet duygusunun bireyin akademik başarısını, benlik saygısını ve uyum düzeyini olumlu olarak etkilediğini belirten çalışmalar mevcuttur (Alptekin,2011). Adler (1964), insanı toplumun bir parçası olarak tanımlarken aynı zamanda toplum ve bireyin birbirine sosyal bağlar ile bağlanması kişinin mutluluğunu ve başarısını arttıran etmen olarak belirtmiştir.

Bireyler güven duygusunu hissetmedikleri kişi ve gruplara karşı aidiyet duygusu hissetmezken bununla ilişkili olarak birey bu duyguyu hissetmediğinde de kendini güvensiz ve köksüz hisseder (Duru, 2007). Aslında her iki duygu aidiyet ve güven bireyin iç içe yaşadığı ve biri olmadan diğerinin zor bahsedileceği kavramlardır. Aidiyet duygusu bireyin iyilik haliyle ilişki içerisinde olduğu gibi (Malone ve ark., 2012), yüksek akademik başarı, benlik saygısı ve düşük yalnızlık düzeyi ile ilişki içerisinde (Chen, 1999).

2.1.3. Aile Aidiyeti

İnsanın varoluş sürecinden itibaren temel gereksinimlerinden biri, ait olma duygusudur. Bireyin bu gereksinimini karşıladığı en temel yapı ise, toplumun en küçük birimi olan aile kurumudur. Dolayısıyla bireyin ilk aidiyet duygusunu genellikle aile aracılığıyla geliştirdiği söylenebilir. Aidiyet kavramı, farklı şekillerde tanımlanmakla birlikte, Anant'a (1966) göre bu kavram, bireyin kendisini belirli bir çevrenin veya sistemin ayrılmaz ve vazgeçilmez bir parçası olarak hissetmesi şeklinde ifade edilmektedir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde aidiyet olgusu, fizyolojik ve güvenlik ihtiyacını oluşturan ihtiyaçların hemen ardından gelmektedir. Birey anlamlılık ihtiyacını gidermek için aile kurumunun varlığına ihtiyaç duyabilmektedir (Tarhan, 2011). Bireyin sahip olduğu aile güvenlik, sevgi gibi ihtiyaçlarını karşılarken aynı zamanda bireyin ait olmaya dair oluşan ihtiyacını da karşılar (Özgüven, 2017).

Bireylerin ait olma duygusu ailenin oluşturduğu ortamda gelişmekte ve ilerleyen süreçte bireyin sosyalleşmesinde önemli bir etken oluşturmaktadır (Özer, 2015; Arslan, Şahin ve Erkal, 2019). Bireylerin sosyal yaşam içinde anlam arayışları, evrensel bir sürecin parçası olarak değerlendirilebilir. Bu süreci anlamlı ve sürdürülebilir kılan başlıca etkenlerden biri ise bireyin ailesine, mesleğine ve içinde yaşadığı topluma karşı geliştirdiği aidiyet duygusudur (Mavili, Kesen ve Daşbaşı, 2014). Güven, değer ve sevilme gibi duyguların karşılanması kişilerin aidiyetini arttıran etmenler olarak gösterilirken, ailede bu duyguları hissetmek kişilerin aile aidiyetinin artmasında önem arz edebilmektedir (Güneş, 2018).

Aile ve birey arasında oluşan mesafe ve aidiyet ihtiyacının aile tarafından karşılanmaması bireylerde mutsuzluk ve yalnızlık hissine sebep olabilmektedir (Kır, 2011). Birey için fizyolojik ihtiyaçların yanı sıra psikolojik ihtiyaçlarının karşılanması

mutluluğu için gereklidir (Deveci, 2007). Aile aidiyetinin bireylerde depresyon, duygusal sıkıntı, şiddet vb. olumsuz durum ve duygulara karşı önleyici etken olduğu ortaya konulmaktadır (Thomson vd., 1994; Leake, 2007; Choenarom Williams ve Hagerty, 2005; Cavanagh, 2008; King ve Boyd, 2016).

Sevgi temeline sahip aile içerisinde birçok duygu yer alırken bunlardan biri de aidiyet duygusu olmaktadır (Özgüven, 2017). İlk olarak ailede kazanılan aidiyet duygusu zamanla topluma yayılmakta ve bu şekilde aileden sonra topluma doğru yayılan bir kavram özelliği barındırmaktadır (Mukba, Kızılok ve Yayla, 2023). Kavramsal olarak korunma, birlikte eğlenme, kabul görme, ailenin bir parçası olma duygusunu hissetme gibi birçok duygu ile beraber bireyin güvenli bağlanmasıyla ilişkilendirilebilir (Goodenow, 1992; Leake, 2005). Alptekin (2011), yaptığı araştırmada kendini aileye ait hissedenden bireylerin aileye bağlılık düzeylerinin ilişki içerisinde olduğunu ifade ederken, Nasır (2013) tarafından yürütülen araştırmada ise bireylerin ulaşmak istediği aidiyetle güncel aidiyet durumları arasında oluşan fark neticesinde psikolojik sorunların oluşma ihtimali daha yüksek bulunmuştur. Görüldüğü üzere sosyalleşme ve psikolojik iyi oluş açısından aidiyet önemli bir yer tutmakta olup aynı zamanda bireyin yaşamı boyunca yaşayabileceği kabul edilme ihtiyacı gibi duygularla sağlıklı bir biçimde başa çıkması için önem arz etmektedir (Mukba, Kızılok ve Yayla, 2023).

Mavili (2015), ailelerinde ilgiyle ve sevgiyle büyüyen, koşulsuz kabul gören çocukların aile aidiyetlerinin daha yüksek olacağını ifade etmektedir. Bireylerin sevgi/ait olma gereksinimlerinin giderilmesinde aile bağlılığının ve desteğinin önemli bir yer tuttuğu belirtilmektedir (Usta, 2019). İslahevinde kalan gençlerle yürütülen çalışmada aleksitimi ve aile aidiyeti ilişkisine bakılmış ve yüksek aleksitimi ve düşük aile aidiyetinin ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Bu çalışma neticesinde aile aidiyetini ve duygu düzenlemeyi ele alan müdahalelere ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymuşlardır (Stone ve ark., 2023). Bununla birlikte Ryan ve Deci (2000), bireyin psikolojik iyi oluş haliyle aile aidiyeti, bir bütünün parçası gibi hissetme, bir gruba ait hissetme gibi duyguların önemli bir yer tuttuğunu belirtmektedir.

2.1.4. Aile Tipi

Bireyin doğumuyla beraber gerekli hayati şartların sağlanması aile kurumu ile oluşmaktadır (Bayer, 2013). Aile tipolojilerini ele aldığımızda çekirdek aile ve geniş aile kavramları öne çıkmaktadır (Kaya, 1997). Aşağıda bu kavramlar ele alınmıştır.

2.1.4.1. Çekirdek Aile

Çekirdek aile anne ve babanın yer aldığı aynı zamanda çocukların evli olmadığı bir yapıda olmakta (Tezcan,1995) ve temel özelliği olarak daha bağımsız aile üyelerinden oluştuğu ifade edilmektedir (Cherlin, 2010). Çekirdek aile tipinde bireyler dış dünyadan gelebilecek etkiler daha fazla yaşanabilmekte ve aile üyeleri arasında çatışmalar daha sık olabilmektedir (Lareau, 2018). Çekirdek aile bireyler için daha yalıtılmış bir ortam sağlarken bireyin sorunlarını ve ihtiyaçlarını dile getirmekte daha serbest olacağı düşünülmektedir.

2.1.4.2. Geniş Aile

Geniş aile ise akrabalık bağlarının daha öncelikli olarak yer aldığı, aile içerisinde birden fazla biçimde kuşakların bir hane içerisinde hayatlarını sürdürdüğü aile yapısı olarak adlandırılabilir. Geniş aile yapısı genellikle geleneksel toplumlarda karşımıza daha çok çıkarken aynı zamanda aile üyelerinin birbiriyle yardımlaşmayı öncelendiği (Popenoe, 2009) ancak kuşaklar arasındaki farklılıklardan dolayı çatışmalarında yaşanabileceği bir özelliktir (Lesthaeghe, 2014). Birçok kuşak birlikte yaşam sürerken beraberinde farklılıkların çatışmasını getirebilir fakat aynı zamanda bireylerin tecrübe kazanması adına bir avantajda oluşturabilir.

2.1.4.3. Tek Ebeveynli Aile

Tek ebeveynli aile tipi, diğer aile tiplerinin aksine planlanmamış bir yapıdadır (Boylu ve Öztop, 2013). Gladding (2012), ebeveynlerden yalnızca birinin aile yükünü üstlendiği ve çocuğun gereksinimlerini karşıladığı aile yapısı olarak tanımlamaktadır. Ebeveynlerden birinin vefat etmesi durumunda veyahut boşanmış olması halinde oluşan bu aile yapısı, anne ve babanın çocuk bakımında yalnız kalması durumunda daha fazla zorlanması anlamına gelmektedir (Feyzioğlu ve Kuşçuoğlu, 2011). İki ebeveynin görev ve sorumlulukları tek bir ebeveynde toplandığı için ebeveynin psikolojik aynı zamanda fiziksel çabası ön plana çıkabilir ve bununla beraber yetişen bireyin yalnızca tek bir ebeveyn üzerinden ilgi, destek ve şefkat görmesi ile olumsuz etkisi yaşanabilir.

2.2. Kompulsif Satın Alma

Bireyin ihtiyacını değil alacağı haz duygusunu ön planda tutarak uyguladığı satın alma davranışının zorunlu hale gelmesiyle kompulsif satın alma durumu ortaya çıkabilmektedir. Kompulsif satın alma kavramı, ilk olarak Kreapelin'in 1915 yılında satın alma manisi olarak tanımlamış olduğu ve patolojide dürtü bozukluğu olarak yer alan bir kavramdır (Tavares ve ark., 2008). İlgili araştırmalar incelendiğinde kompulsif alışveriş yapma, kontrolsüz satın alma ve alışveriş bağımlılığı gibi kavramlarla da ifade edildiği görülmektedir (Murali ve ark., 2012). Black'e (2007) göre bireylerin kompulsif satın alma durumundan önce stres ve anksiyete hissetmesi ve sonrasında ise rahatlama yaşaması sonucunda bağımlılık kategorisine girebileceği fakat yine de dürtü bozukluğu olarak kabul edilmesinin daha doğru olduğu ifade edilmektedir. Bireylerin bu davranışta motivasyonu satın alma sürecinden satın almaya doğru ilerleyen bir arzulama sürecini oluştururken, ani bir şekilde gerçekleşen satın almalar yerini bağımlılık yapan kronik satın almaya bırakmaktadır (Joji ve Raveendran, 2008). Pandey (2016), kompulsif satın almayı bireylerin maddi imkanlarının dışına çıkarak, ihtiyaçları olmadığı halde ve orantısız olarak devam eden bir süreç olarak tanımlamıştır. Kompulsif davranış bağımlılık, kontrol edilemeyen dürtü olarak da tanımlanırken bu davranış kişilerin hastalık riskini ve kişisel problemlerini arttırabilmektedir (Marlatt, 1988). Bireyler kontrol edemediği bir dürtüyle baş etmeye çalışırken kompulsif satın alma davranışına daha fazla başvurabilirler. Bir döngü içine giren birey daha yoğun çaresizlik duygusu hissedebilir.

Bireyler engellenemeyen psikolojik zorlanım durumu neticesinde satın almakta oldukları üründen ziyade satın alma sürecinde yaşadıkları hazla ilgilenirler (Bozbay ve Karakuş Başlar, 2019). Bireylerin planlanmamış bir biçimde gerçekleştirdiği ani satın alma durumunun aksine kompulsif satın alma çok ciddi olumsuz sonuçlara, özellikle günlük yaşamda bozulmalara ve maddi zararlara sebep olmaktadır (Edwards, 1993). Buna benzer olarak uzun süre devam eden kompulsif satın alma borç, depresyon, anksiyete gibi olumsuz sonuçlarla karşılaşılmasını sağlamaktadır (Singh ve Nayak, 2016). Maddi olarak yaşanan olumsuz durumlar aynı zamanda bireyin içinden çıkamadığı ve baş etmekte zorlandığı bir durum oluştururken olumsuz duygularının yaşanması olağan hale gelebilir.

Eroğlu (2016), gerçekleştirmiş olduğu çalışmada 18 yaş altında olan bireylerin psikolojik rahatsızlıklarının kompulsif satın almaya olan etkisini incelemiş ve bunun sonucunda bireylerin stres, kaygı gibi psikolojik rahatsızlıklarının kompulsif satın alma davranışını etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Stres ve depresyona sebep olabilecek birçok durum olmakla beraber aile ortamında var olan problemler bireyin yaşadığı stres ve depresyonu arttırabilmektedir. Singh ve Nayak (2016)'ın 15-18 yaş aralığında olan ergenlerle yapmış oldukları çalışmada yıkıcı aile olaylarının algılanan strese yönelik negatif, kompulsif satın alma eğilimine yönelik ise pozitif etkisi olduğu saptanmıştır.

Kompulsif satın alma davranışının ana kaynağı olarak bireyin yaşadığı stres ve üzüntü durumunu bu davranış biçimiyle telafi etme çabası gösterilebilir (Günaydın, 2021). 18 yaş ve üstü kişilerle yürütölen bir çalışmada bireylerin kişisel faktörleri ile kompulsif davranışları arasındaki ilişkiye bakılmış ve sorumluluk- duygusal denge faktörüyle arasında negatif yönde bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir (Yüce ve Kerse, 2018). Bireylerin sosyal yaşamda yaşadıkları olumsuz durumları telafi etmek amacıyla bir çözüm arama davranışı bulunmakta ve bu bazen kompulsif satın alma davranışı gibi olumsuz durumlara sebep olabilmektedir. Yaşanan kısa süreli mutluluğun geçici olduğu bir durum söz konusu olmaktadır (Günaydın, 2021). Birey yaşanılan stres ve üzüntü gibi olumsuz duyguların etkisini azaltmak isterken tam tersi olarak artması ile daha fazla çaresiz hissedebilir. Bireyin içinde bulunduğu durumun olumsuz etkilerini sağlıklı olmayan bu davranış biçimiyle çözmek istemesi uzun vadeli süreçte daha fazla olumsuzluk getirebilmektedir.

2.2.1. Klinik Belirtiler

Kompulsif satın alma, bireyin yaşamında sorunlara sebep olan, dürtüsel bir biçimde gerçekleşen satın alma olarak belirtilmiştir. Bu Őikayet ile başvuran danışanların, satın alma davranışı gerçekleşmeden önce karşı koyamadıkları bir arzu ve istek sonucu aynı zamanda gerginlik hissiyle baş ettiklerini ifade etmişlerdir (Christenson ve ark., 1994). Kompulsif satın alma davranışı DSM-5 ve ICD-11 sınıflandırmasında yer almadığı için vakaların ortak klinik belirtilerinden söz etmemiz zordur. Bilimsel araştırmaları göz önünde bulundurduğumuzda kompulsif satın alma davranışı, davranışsal bağımlılıklar kapsamında araştırılmıştır (Namlı ve ark., 2022).

Bunun yanı sıra McElroy ve arkadaşları (1994), yürütmüş oldukları çalışmalarında bu kavram için şu ölçütleri sunmuşlardır:

1. Bireyin engelleyemediği dürtüsel olarak hissettiği satın alma düşüncesiyle zihninin meşgul olması,
2. Ekonomik imkanlarının dışına çıkarak ve ihtiyacı dışında sık ve sürekli alışveriş yapıyor olması,
3. Engellenemeyen bu davranış sonucu ekonomik ve ruhsal sıkıntıların yaşanması,
4. Yalnızca hipomani veyahut mani döneminde değil bireyi sık sık meşgul eden zorunlu satın alma dürtüleridir.

Dittmar (2004), kompulsif satın alma kavramı için bireyin engel olamadığı bir dürtü ve bununla beraber yaşanan kontrol kaybı yaşanması ve tüm olumsuz sonuçlara rağmen bu durumun devam etmesi olarak üç özellikten söz etmiştir. Bütün bunları göz önünde bulundurduğumuzda kompulsif satın alma davranışının bireyin karşı koyamadığı bir istek doğrultusunda hareket ederek psikolojik ve ekonomik sorunlar yaşamasına sebep olduğu söylenebilmektedir. Bununla beraber zihninin zorlanımlı bir biçimde bu düşünceyle sık sık meşgul olması bu davranışı pekiştiren durumlardan biridir.

2.2.2. Kompulsif Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler

Kompulsif satın alma davranışını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Müller ve ark. (2012), bireylerin sahip olduğu kişilik özellikleri, benlik duygusu ve beraberinde algıladığı değer yargısı kompulsif satın alma davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu belirtirken Darrat ve ark. (2016) yürütmüş olduğu çalışmada, depresyon ve kaygı gibi bireylerde olumsuz duygulanıma sebep olan psikolojik faktörlerin kompulsif satın alma davranışında bulunma eğilimine etki ettiğini belirtmiştir. Yapılan bir araştırma sonucunda bireylerin kompulsif satın alma davranışı göstermelerinin ana sebebi olarak biyolojik, psikolojik ve sosyal faktörlerin olduğu belirtilmiştir (Faber ve O'Guinn, 2008). Bu bölümde yapılan araştırmalardan yola çıkarak kompulsif satın alma davranışını etkileyen faktörler üç başlık altında incelenmektedir: Biyolojik faktörler, psikolojik faktörler, sosyal faktörler.

2.2.2.1 Biyolojik Faktörler

Biyolojik faktörler açısından ele aldığımızda esasen kompulsif satın alma davranışını dürtü denetim bozukluğu ve davranışsal bağımlılıklar bakımından değerlendirmek çalışmanın daha anlaşılır olmasını sağlayacaktır. Çalışmalar aile içerisinde yer alan bireylerin takıntı ve bağımlılık davranışları göstermeleri durumunda daha sonra gelecek aile bireyleri adına genetik açıdan yatkınlık oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Valance, D'Astous ve Fortier, 1988). Bir başka çalışmada, aile içerisinde bulunan bir üyede dürtü denetim bozukluğu bulunuyorsa diğer aile üyelerinde görülme olasılığının arttığına dair çalışmalar mevcuttur (Faber ve O'Guinn, 2008). Black ve ark. (1998) tarafından yürütülen çalışmada 33 birey ile kompulsif satın alma bozukluğu değerlendirilmiş ve bunun sonucunda bu bireylerin birinci derece yakınlığı bulunan akrabalarında kontrol grubuna kıyasla bağımlılık (alkolizm, madde kullanım bozukluğu) düzeyleri ve kompulsif satın alma bozukluğu düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerine yönelik Roberts (2000) tarafından yapılan araştırmada, kişilerin içinde yer aldığı ailelerde kompulsif satın alma davranışı göstermeleriyle çocuklarının bu davranışı göstermeleri arasında anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu sonucuna varılmıştır. Aile genlerinden serotonin hormonu taşıyıcı bir biçimde diğer üyelere aktarılırken bu hormon bağımlılıklar üzerinde rol oynamaktadır (Bozkurt ve ark., 2016). Bu bakımdan ilişki kurduğumuzda mutluluk üreten serotonin hormonu ile bireyin kendisine mutluluk sağlamak amacıyla gösterdiği kompulsif satın alma davranışı ilişkilidir. OKB ve dürtü bozukluklarında gözlemlenen ve önem taşıyan nörotransmitter sistemde oluşan farklılıkların benzer bir biçimde kompulsif satın alma davranışında da yaşandığı belirtilmektedir (Black ve ark., 1997).

2.2.2.2 Psikolojik Faktörler

Bireyler kimi zaman yaşadıkları olumsuz durumlar sonucunda bunu telafi etme ve bu hissi olumlu bir biçimde geri dönüştürme çabasına girebilirler. Bunu sağlamak için alışveriş yapmak bazı bireyler için bir çözüm gibi görülebilmektedir. Yaşanan olumsuz hislerden kurtulmak veyahut o anlık bu hissi bastırmak bu yol ile daha cazip gelebilir. Bu açıdan kompulsif satın almayı etkileyen faktörler açısından psikolojik faktörleri ele almak önem arz etmektedir.

O'Guinn ve Faber (1989), üzüntü ve anksiyetenin kompulsif satın alma davranışına etki ettiğini ve bu duygularla bireylerin başa çıkmak için bu yola başvurduğunu çalışmalarında belirtmektedir. İncelen bir araştırmada düşük benlik saygısı olan kişilerin kompulsif satın alma aracılığıyla bu benlik saygılarını daha yüksek algılamak adına ve yaşadıkları depresyon, stres ve anksiyete ile baş etmek sebebiyle bu satın alma yolunu edindikleri ortaya konulmuştur (Tamam ve ark., 1998). Ayrıca normal bir satın alma davranışı gösteren bireyler ile kompulsif satın alma davranışı gösteren bireyleri kıyasladığımızda, kompulsif satın alma davranışı ile tüketim gerçekleştiren bireylerin kaygı seviyelerinin daha yüksek olduğu belirtilmiştir (Roberts ve Jones, 2001). Billieuxs ve ark. (2008), bireylerde olumsuz duygudurumların sonucunda kompulsif satın alma davranışının daha fazla açığa çıktığını belirtirken, Scherhorn (1990) yapmış olduğu araştırmada, bu olumsuz durumdan kurtulmak adına kompulsif satın alma davranışında bulduklarını ortaya koymaktadır.

O'Guinn ve Faber (1989), bireyin o an satın alacağı üründen ziyade hissedeceği özgüven ve tatmin duygusuna odaklanarak hareket ettiğini ifade ederken, Miltenberger ve ark. (2003) bu olumlu hislerin ardından bireyin geçici bir rahatlama ve tatmin duygusunun ardından tekrar olumsuz bir biçimde duygularla baş başa kaldığını belirtmiştir. Araştırmalar narsistik kişilik bozukluğu bulunan bireylerin kompulsif satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu gösterirken, narsistik bozukluk sahibi bireylerin problemlerinden kaçmak ve duygusal olarak kendilerini daha iyi hissetmek adına bu davranışı gösterdiklerini ortaya koymaktadır (Yılmazoğlu, 2018). Kompulsif satın alma davranışını bağımlılık kategorisinde değerlendiren çalışmada bu davranışın ortaya çıkmasında önemli yer tutan özelliklerden birinin mükemmeliyetçilik olduğu belirtilmiştir (Ayazoğlu ve ark., 2019) ve Kyrios ve ark. (2004), bu durumun temelinde kişinin sosyal kabul ihtiyacı ile hareket ettiğinin olduğunu ortaya koymaktadır. Mükemmeliyetçilik bireylerin her şeyi kusursuz yapma ihtiyacı hissetmesi ve bu kusursuzluğa ulaşmak adına hareket etmesini ifade eder. Bireyler bu kusursuzluğa ulaşamadığını düşündüğünde yaşanan kaygı ve stres sonucu bunu telafi etmek adına satın alma davranışında bulunabilirler. Mükemmeliyetçi bireyler için satın alma davranışı başarıya giden bir araç olarak görülebilir (Tamam, 2009).

2.2.2.3. Sosyal Faktörler

Kompulsif satın alma davranışını etkileyen faktörleri ele alan bir diğer başlık sosyal faktörlerdir. İnsan yaratılış bakımından sosyal bir varlık olduğu için içinde yer aldığı toplumda bir yer edinmek adına bazı işlevsel olan ve işlevsel olmayan yollara başvurabilmektedir. Sosyal faktörler arasında aile, kültürel özellikler ve sosyal çevre önemli yer tutmaktadır. Yürütülen çalışmalarda aile içerisinde yaşanan olumsuz durumların çocuğun yetersiz ilgi görmesiyle beraber kompulsif satın alma davranışı göstermeye sebep olabildiği belirlenmiştir (Baker, 2013). Gwin ve ark. (2004), tarafından yapılan çalışma neticesinde bireylerin ailelerinde kompulsif satın alma davranışı gösterme eğilimi varsa o ailede bulunan diğer bireylerinde bu davranışı gösterme eğiliminde oldukları ortaya konulmuştur. Aileleri tarafından ihmal edilen aynı zamanda manevi doyum sağlanamayan ve bu durumu telafi etmek adına maddi olarak beslenilmeye çalışılan bireylerin, yaşamlarının ilerleyen dönemlerinde kompulsif satın alma davranışı gösterme olasılığı daha yüksek bulunmuştur (Krueger, 1988). Bir başka çalışmada Benson ve Gengler (2004), aile içinde şiddet öyküsünün olduğu, ebeveynlerin ilgisiz ve sorunlu bir biçimde çocuklara yaklaştığı durumlarda, çocuğun manevi eksikliğini maddi unsurlarla gidermeye çalıştığını dolayısıyla bu durumda kompulsif eğilimler sergilediklerini belirtmişlerdir.

Kompulsif satın alma davranışı üzerinde 18 yaş ve üstü bireylerin akranlarıyla olan ilişkisinin etkisini incelemek amacıyla yürütülen çalışmada akran etkisinin kompulsif satın alma üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir (Karahana ve Söylemez, 2019). Bu bakımdan bireyler çevrelerinin ve akranlarının etkisiyle düşünce ve davranışlar geliştirebildiği söylenebilir. Bireylerin medya ve sosyal normlar ile alışveriş yaparak mutluluğu elde edebileceği algısına yöneltildiğini söylemek mümkündür (Faber, 1992). Roberts (1998) tarafından yürütülen çalışmada, bireylerin televizyon izlemeleri ve satın alma eğilimleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Reklam sektörünün bireyi gerçekçi ve faydacı olmayan tüketime teşvik ettiğini söyleyebiliriz (Valence ve ark., 1988). Günümüzde oldukça popüler olan sosyal medya paylaşımları ve bu bağlamda çoğalan satın almanın sosyal ağlar üzerinden yapılması kompulsif satın alma üzerinde etkili olmaktadır. Keza Sharif ve Khanekharab (2017) bu düşünceyi çalışmalarıyla destekleyerek, sosyal ağları aktif bir biçimde kullanan yetişkinlerin kompulsif satın alma eğilimlerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

2.2.3. Kompulsif Satın Alma Davranışının Sonuçları

Kompulsif satın alma, “satın alma bozukluğu” veya “alışveriş bağımlılığı” olarak da adlandırılmaktadır. Kompulsif satın alıcılar, alışveriş yaparken geçici bir rahatlama ya da tatmin duygusu hissetseler de, bu davranışları uzun vadede daha büyük psikolojik, ekonomik ve sosyal sorunlara yol açabilmektedir.

2.2.3.1. Psikolojik Sonuçlar

Kompulsif satın alma, bağımlılıkla ilişkili bir davranış bozukluğu olarak kabul edilebilir ve genellikle depresyon, anksiyete, stres gibi duygusal rahatsızlıklarla ilişkilidir (Koran, Faber, & Aboujaoude, 2006). Kompulsif satın alma davranışının bireysel psikoloji üzerinde birçok olumsuz etkisi vardır. İlk olarak, kompulsif alıcılar sıklıkla suçluluk, utanma ve pişmanlık duyguları yaşarlar (O’Guinn & Faber, 1989). Bu kişiler alışveriş yaptıktan sonra, yapmış oldukları harcamaların mantıklı olmadığını ve uzun vadede kendilerine zarar vereceğini fark ederler. Ancak, kısa vadede hissettikleri rahatlama ve tatmin, onları alışveriş yapmaya devam etmeye iter. Kompulsif satın alma davranışı aynı zamanda daha derin psikolojik sorunlarla, özellikle depresyon ve anksiyete ile ilişkilidir. Yapılan araştırmalar, kompulsif alışverişin genellikle düşük benlik saygısı, yalnızlık ve stres gibi durumlarla bağlantılı olduğunu göstermektedir (Dittmar, 2005). Depresyon, bireylerin kendilerini tatmin etmek ve duygusal boşluklarını doldurmak amacıyla aşırı alışveriş yapmalarına yol açabilir. Ayrıca, anksiyete bozuklukları ve stresli yaşam olayları da kompulsif alışveriş davranışını tetikleyebilir.

2.2.3.2. Ekonomik Sonuçlar

Kompulsif satın alma, bireylerin finansal durumlarını olumsuz etkileyebilir. Bu durum, kredi borçları, tasarruf eksiklikleri ve aşırı harcamalarla sonuçlanabilir. Alışveriş yapmak, çoğu zaman kişilerin maddi durumlarını daha da kötüleştirirken, kompulsif alışveriş yapan bireyler, genellikle borç içinde sıkışmışlardır ve bu durum, daha fazla psikolojik ve sosyal baskılara neden olabilir (Schneider, 2009). Örneğin, kompulsif alışverişin bir sonucu olarak ortaya çıkan borçlar, bireylerin ekonomik güvenliklerini tehlikeye atabilir ve daha derin mali sorunlara yol açabilir.

2.2.3.3. Sosyal Sonuçlar

Kompulsif satın alma davranışının sosyal sonuçları da oldukça olumsuzdur. Aile ilişkileri, arkadaşlıklar ve iş hayatı bu davranıştan etkilenebilir. Özellikle aile üyeleri, kompulsif alışveriş yapan bir birey ile ilişki kurmakta zorlanabilirler, çünkü alışveriş bağımlılığı, kişiler arası çatışmalara, güven problemlerine ve aile içindeki dinamiklerin bozulmasına yol açabilir (Faber & O'Guinn, 1992). Ayrıca, bu kişiler sıkça gizleme ve yalan söyleme eğiliminde olabilirler, bu da ilişkilerde güvenin zedelenmesine neden olabilir. Kompulsif alışveriş aynı zamanda bireylerin iş performansını da olumsuz etkileyebilir. İş yerinde sürekli olarak borç baskısı altında olmak, iş motivasyonunu ve verimliliği azaltabilir. Ayrıca, alışverişe duyulan aşırı bağımlılık, kişilerin sosyal hayatını sınırlayabilir, yalnızlık duygusunu pekiştirebilir ve kişinin sosyal çevresiyle olan etkileşimlerini olumsuz yönde etkileyebilir.

2.3. İlgili Çalışmalar

2.3.1. Aile Aidiyeti İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Genç yetişkinlerde aile aidiyeti, yürütülen çalışmalarda birçok değişken açısından incelenmiştir. Semerci ve ark. (2023), 526 genç yetişkin bireyle yapmış oldukları çalışmalarında aile aidiyeti ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde yalnızlığın aracı rolünü incelemiştir. Yürütülen çalışma sonucunda; aile aidiyetinin sosyal medya bağımlılığı üstündeki negatif etkisinde yalnızlığın aracı rolü olduğu belirlenmiştir. Gençlerin aile aidiyeti düzeyi arttıkça belirgin bir biçimde yalnızlık düzeyinin azaldığı ortaya konulmuştur. Çalışma sonucunda aile aidiyetinin ve aynı zamanda yalnızlık düzeyinin sosyal medya bağımlılığını etkileyen unsurlar olduğu söylenebilmektedir. Bu açıdan bireylerin sosyal medya kullanımına yönelik ailenin önemine dair farkındalık göz önünde bulundurularak arttırılmalı ve bununla eş zamanlı olarak sosyal desteğin kuvvetlendirilmesi önem arz etmektedir.

King ve ark. (2018), araştırmalarında ergenlerin aile aidiyetini iyi oluş düzeyleri açısından belirleyici olarak incelemekte ve farklı aile yapılarının ergenler üzerindeki iyi oluş halini ele almaktadır. Yürütülen araştırma sonucunda üvey aileler ve tek ebeveynlerden oluşan ailelerde yaşayan ergenlerin, iki ebeveyni ile yaşayan ergenlere kıyasla daha az düzeyde refah düzeyi içerisinde olma eğilimi gösterdikleri belirlenmiştir. Çalışmada ergenlerin iyi oluş düzeyi açısından aile aidiyeti düzeyinin etkisi incelenmekte ve bunun sonucunda tüm aile tiplerinde iyi oluş düzeyi açısından

önem arz ettiği ortaya konulmuştur. Aynı zamanda çalışma, aile aidiyeti yüksek olan bireylerin daha düşük suç işleme eyleminde bulunma ve depresyon semptomları gösterme eğiliminde ilişki içerisinde olduklarını belirlemiştir.

Arda (2024) tarafından üniversite öğrencileri ile yürütülen araştırmada, aile aidiyeti ve algılanan helikopter anne tutumu ile internet bağımlılığı ilişkisi incelenmektedir. Araştırma sonucunda bireyin internet bağımlılığı düzeyinin aile aidiyeti ve bireyin algıladığı helikopter anne tutumu üzerinden anlamlı bir biçimde yordandığı görülmektedir. Bunun sonucunda risk faktörü olan internet bağımlılığını önlemek amacıyla aile tutumları ve yetiştirme şekilleri üzerinde yoğunlaşmanın önem arz edeceği söylenebilir.

Bozarlan (2019), 200 üniversite öğrencisi ile yürüttüğü çalışmada aile aidiyeti ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Araştırma neticesinde bireylerin aile aidiyeti düzeyi arttıkça buna bağlı olarak yaşam doyumu düzeylerinde artış gösterdiği belirlenmiştir. Güneş (2018), genç yetişkin bireyler ile gerçekleştirdiği aile aidiyet duygusunu ele aldığı bir çalışma ortaya koymuştur. Bu araştırmanın sonucunda bireylerin öz-yeterlilik ve aile aidiyeti ile güvenlik ve utangaçlık algıları arasında doğrudan bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda aile aidiyet duygusu düzeyinin bireylerin çekingenlik ve güvengencilik düzeylerini anlamlı bir biçimde yordadığı görülmektedir.

Stone ve ark. (2023), aleksitimi ve aile aidiyeti ilişkisini 94 tutuklu genç ile yürütmüş oldukları çalışmada depresyon ve anksiyete belirtileri çerçevesinde incelemiştir. Çalışma sonucunda, aile aidiyeti düzeyinin aleksitimi ile negatif ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda aile aidiyeti depresyon ve anksiyete belirtileri ile de negatif ilişki göstermiştir. Benzer bir çalışmada Cavga (2019), aile aidiyetini lise öğrencileri ile yapmış olduğu araştırmada aile yaşam doyumu şeklinde ele almış ve psikolojik dayanıklılık ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucunda bireylerin aile yaşam doyumu ile psikolojik dayanıklılığı arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur.

Üvey aile içerisinde bulunan ergenlerin aile aidiyetini etkileyen farklı değişkenler açısından inceleyen Leake (2007), araştırma sonucunda cinsiyet, yaş, öz anne ve baba iletişimi, üvey kardeşin varlığı ve üvey aile özellikleri bakımından değişkenleri belirlemiştir. Bir başka çalışmada Mirzaoğlu (2023), üniversite öğrencileri ile

yürütmüş olduğu çalışmada bağlanma stilleri ve flört şiddeti arasında bulunan ilişkide aile aidiyetinin rolünü incelemiştir. Aile aidiyetinin belirtilen iki değişken ile arasında kısmi aracı rolü olduğu belirtilmiştir. Aynı zamanda bireylerin flört şiddeti ile aile aidiyeti düzeyleri arasında negatif yönde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

"Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma" başlıklı araştırmasında Alptekin (2011), bireyin toplumsal düzeyde olan aidiyetini etkileyen faktörler içerisinde aile aidiyetinin yer aldığını belirtmiştir. Çalışmada yer alan öğrencilerin ailelerine dair aidiyet ifadelerinin yüksek olduğu ortaya konulmuş ve bunun topluma etkisinin olduğu ifade edilmiştir. Üniversite öğrencilerinde aidiyet ve intihar düşüncesi arasındaki ilişkiyi inceleyen Ploskonka ve Servaty-Seib (2015), aidiyeti üç farklı açıdan ele almıştır. Aile, arkadaşlar ve akademik açıdan ele alınan aidiyet duygusunda aile aidiyetinin, bireylerin intihar düşüncelerinde negatif yönde anlamlı bir ilişkisi belirlenmiştir. Hikmetoğlu (2023) tarafından evli bireyler ile yürütülen çalışmada, psikolojik iyi oluş ve aile aidiyetinin etkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda bireylerin psikolojik iyi oluş hallerinin ve aile aidiyeti düzeylerinin evlilik uyumunu etkilediği belirlenmiştir.

Slaten ve Baskin (2013), üniversite öğrencileri ile yürütmüş olduğu çalışmada algılamakta oldukları akran ve aile aidiyeti düzeylerinin kariyerlerinde yer alan karar verme zorluklarını yordayıp yormadığını araştırmıştır. Bireylerin aile aidiyet düzeyleri artış gösterdiğinde akademik açıdan motivasyon düzeylerinde de artış olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda artan aile aidiyet düzeyi ile psikolojik bunalımlarının ve kariyerlerinde kararsızlık yaşama durumlarının azaldığı bulunmuştur.

Karip ve ark. (2020) tarafından Üniversite öğrencileri ile yapılan araştırmada, öğrencilerin duygu stilleri ile aile aidiyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, kadınların aileye bağlılık düzeyinin erkeklerden belirgin şekilde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, aile içindeki şiddete maruz kalan bireylerin aile aidiyet seviyelerinin, şiddet yaşamayanlara kıyasla daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Küçük yerleşim alanlarında yaşayan öğrencilerin, şehir ve büyükşehirde yaşayanlara oranla daha düşük aile aidiyetine sahip olduğu bulunmuştur. Araştırmada ayrıca, bireylerin duygu stillerine göre aile aidiyeti düzeylerinin farklılaştığı görülmüştür. Problemlere ilgisiz ve suçlayıcı bir yaklaşım sergileyen bireylerin aile aidiyet puanlarının, sakinleştirici, akılcı ve uyumlu bir yaklaşım benimseyenlere göre daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Çocuk sırasına göre

yapılan incelemede ise, ortanca çocukların aileye bağlılık düzeyinin, ilk ve son çocuklara kıyasla daha düşük olduğu saptanmıştır. Ebeveyn tutumlarının aile aidiyeti üzerindeki etkisi de araştırmada önemli bir yer tutmuştur. Aşırı ilgili, koruyucu ve demokratik ebeveyn tutumlarına sahip bireylerin aile aidiyet düzeyleri, otoriter tutumları benimseyen ebeveynlerin çocuklarına kıyasla daha yüksek çıkmıştır. En düşük aidiyet düzeyine ise ilgisiz ebeveyn tutumlarına sahip bireylerde rastlanmıştır.

2.3.2 Kompulsif Satın Alma İle İlgili Çalışmalar

Genç yetişkinlerde kompulsif satın alma birçok çalışma tarafından incelenmiştir. Faber ve O'Guinn (1992), tarafından yapılan araştırmada kompulsif satın alma kavramı bağımlılık, obezite ve alkol kullanım bozukluğu ile ilişkilendirilmiştir. Yeme bozuklukları ve kompulsif satın alma arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmada daha önce tıknırçasına yeme bozukluğu teşhisi olan kadınların olmayanlara kıyasla daha fazla kompulsif satın alma eğiliminde oldukları belirlenmiştir (Faber ve ark., 1995).

Peker (2020) tarafından yürütülen “Majör Depresif Bozukluğu Olan Hastalarda Benlik Saygısı, Mizaç-Karakter Özellikleri ve Baş Etme Becerilerinin Kompulsif Satın Alma ve Çevrimiçi Kompulsif Satın Alma Davranışıyla İlişkilendirilmesi” başlıklı çalışmada, depresyon şiddetinin kompulsif satın alma üzerinde doğrudan değil dolaylı yoldan benlik saygısı ve baş etme becerileri aracılığıyla etkisi olduğu ortaya konulmuştur. Şahin (2022), araştırmasında bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusunun kompulsif satın alma düzeylerini anlamlı bir biçimde yordadığını belirlemiştir.

Yetişkin bireylerde algılanan stres ve yaşam doyumu değişkenlerinin kompulsif satın alma ile ilişkisini incelen çalışmada, bireylerin algılanan stres düzeyi ile kompulsif satın alma davranışları arasında pozitif, yaşam doyumu düzeyleri ile kompulsif satın alma davranışları arasında ise negatif yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır (Öztürk, 2022). Bir başka araştırmada Türk (2018), bireylerin eğitim seviyesinin artışıyla birlikte kompulsif satın almanın da anlamlı şekilde arttığını ve eğitim süresi ile gelir seviyesinin pozitif bir ilişki gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgulardan yola çıkarak, eğitim süresi ile kompulsif satın alma arasında gelir düzeyinin önemli bir faktör olabileceği öne sürülmektedir. Benzer bir biçimde Armağan ve Temel (2018) çalışmalarında, bireylerin eğitim düzeyinin artışıyla birlikte kompulsif satın alma davranışlarının azaldığı belirlenmiştir.

Kesebir ve ark. (2012), tarafından yürütülen DSM-IV kriterlerinde 100 bipolar bozukluk tanısına sahip bireyler ile kompulsif satın alma davranışının bir eş tanı mı yoksa komplikasyon mu olduğunu ele alan araştırma sonucunda; bipolar bozukluğa sahip bireylerin kompulsif satın alma özelliklerini şiddetli olmayan fakat sık ve ani görülen epizodlarda gösterdikleri ortaya konulmuştur. Çalışma aynı zamanda bipolar bozukluğu klinik özellikleri bakımından kompulsif satın alma kavramı ile incelenen ilk çalışma olma özelliğine sahiptir.

Stres ve kompulsif satın alma arasında ilişkiyi kapsamlı bir biçimde incelenen Thomas ve ark. (2024) tarafından yapılan çalışmada, stresin kompulsif satın alma davranışını etkileyen faktörlerden olduğu belirlenmiştir. Benzer bir çalışmada Varveri ve ark. (2014), 60 yaş üstü bireyler ile yürüttükleri araştırmalarında stresin ve depresyonun etkilerini telafi etmek veyahut yok saymak için kompulsif satın alma yoluna başvurdukları ortaya konulmuştur.

Bireyin ihtiyaçlarından ziyade duygularıyla hareket ederek yapmış olduğu satın alma işlemi hedonik tüketim olarak adlandırılırken, kompulsif satın alma kavramının tüketim biçimleri ile olan ilişkisini ele alan araştırmalardan biri olan Bridges ve Florsheim (2008)'in araştırmasında, kompulsif bir biçimde alışveriş yapan bireylerin fayda sağlamak amacıyla satın alma eyleminde bulunmaktan ziyade hedonik bir anlayış ile hareket ettiklerini belirlenmiştir. Bu sonuca benzer olarak Kukar-Kinney ve ark. (2016) çalışmasında, bireyde bulunan hedonik güdülerin satın alma eylemi esnasında ortaya çıkan heyecan ve zevk gibi olumlu hislerle ilişkili olduğu, açığa çıkan duygular neticesinde kompulsif satın alma eyleminin o an daha fazla açığa çıktığı ve pekiştiği ortaya konulmaktadır.

Beziroğlu (2018) “ Kompulsif Satın Alma, Bilişsel Duygu Düzenleme ve Davranışsal İnhibisyon- Davranışsal Aktivasyon Sistemleri Arasındaki İlişkiler” adlı araştırmasında, 18 yaş üstü bireylerle çalışmış ve satın alınan ürünün indirimde olması, moda olması, ucuza aldığı için diğerleri tarafından takdir göreceği düşüncesinin olması gibi puanlarının kompulsif satın alma puanlarını anlamlı bir biçimde yordadığı belirlenmiştir. Covid19 salgını döneminde Şahin ve Karahan (2022) tarafından yürütülen çalışmada, tüketici kaygısının rolü kompulsif satın alma üzerinde incelenmiştir. Buna göre salgın döneminde yaşanan kaygı durumunun kompulsif satın alma durumunu arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Scherhorn ve ark. (1990) çalışmalarında, kompulsif alışveriş ile bağımlılık arasındaki ilişkiyi ele almıştır.

Kompulsif alışverişi, alışveriş bağımlılığı olarak tanımlamıştır. Bireylerin ruhsal durumundaki değişiklikler, yaşadıkları sosyal kaygı ve düşük özsaygı alışveriş bağımlılığının gelişmesine yol açan faktörler olarak belirlenmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın model, yöntem ve teknikleri ele alınmaktadır. Araştırmanın deseni, katılımcılar, veri toplama yöntem ve araçları, kullanılan ölçme araçları ile verilerin analizinde başvurulan istatistiksel tekniklere ilişkin ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma genç yetişkinlerde aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yürütülmüştür. Bu amaca göre nicel araştırma yöntemiyle ilişkisel tarama türü kullanılmıştır. Söz konusu yöntem, araştırmanın temel sorularının sınanmasına olanak tanımanın yanı sıra, verilerdeki anlamlı örüntülerin ve ilişkisel yapının ortaya konmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca, elde edilen bulguların daha bütüncül ve derinlemesine bir çerçevede değerlendirilmesine imkân tanımaktadır (Kanner ve ark., 1981).

3.2. Katılımcılar

Araştırmanın katılımcıları çalışmaya gönüllü olarak katılım gösteren Google Forms ile ulaşılan, uygun örnekleme yoluyla belirlenen yaşları 18-40 arasında değişen genç yetişkinlerden oluşmaktadır. Araştırmanın katılımcılarını 325'i kadın, 161'i erkek olmak üzere toplam 486 genç yetişkin oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılım sağlayan genç yetişkin bireylerin kişisel bilgilerine ilişkin bulgular Tablo 3.1'de verilmiştir.

Tablo 3.1: Katılımcıların Kişisel Demografik Bulguları Frekans ve Yüzdeler Değerleri

| Değişkenler | Gruplar | f | % |
|---|--------------------|----------|----------|
| Cinsiyet | Kadın | 325 | 66.9 |
| | Erkek | 161 | 33.1 |
| Eğitim Durumu | İlkokul/Ortaokul | 25 | 5.1 |
| | Lise | 117 | 24.1 |
| | Lisans | 294 | 60.5 |
| | Lisansüstü | 50 | 10.3 |
| Aile Tipi | Çekirdek Aile | 380 | 78.2 |
| | Geniş Aile | 86 | 17.7 |
| | Tek Ebeveynli Aile | 20 | 4.1 |
| Ekonomik Durum | Düşük | 52 | 10.7 |
| | Orta | 401 | 82.5 |
| | Yüksek | 33 | 6.8 |
| Medeni Durum | Bekar | 135 | 27.8 |
| | Evli | 351 | 72.2 |
| Psk Destek | Evet | 117 | 24.1 |
| | Hayır | 369 | 75.9 |
| Stres Düzeyi | Düşük | 74 | 15.2 |
| | Orta | 290 | 59.7 |
| | Yüksek | 122 | 25.1 |
| Alışveriş Ortamı | Hiçbir zaman | 140 | 28.8 |
| | Nadiren | 125 | 25.7 |
| | Bazen | 157 | 32.3 |
| | Çoğunlukla | 53 | 10.9 |
| | Her zaman | 11 | 2.3 |
| Alışveriş Anında Mutluluk Durumu | Hiçbir zaman | 116 | 23.9 |
| | Nadiren | 153 | 31.5 |
| | Bazen | 141 | 29.0 |
| | Çoğunlukla | 56 | 11.5 |
| | Her zaman | 20 | 4.1 |

| Değişkenler | Gruplar | f | % |
|---|----------------|----------|----------|
| Sosyal Medya Etkisi | Hiçbir zaman | 44 | 9.1 |
| | Nadiren | 103 | 21.2 |
| | Bazen | 135 | 27.8 |
| | Çoğunlukla | 171 | 35.2 |
| | Her zaman | 33 | 6.8 |
| Sosyal Statü | Hiçbir zaman | 184 | 37.9 |
| | Nadiren | 118 | 24.3 |
| | Bazen | 117 | 24.1 |
| | Çoğunlukla | 48 | 9.9 |
| | Her zaman | 19 | 3.9 |
| Çocuklukta Aile Ekonomik Durumu | Düşük | 139 | 28.6 |
| | Orta | 294 | 60.5 |
| | Yüksek | 53 | 10.9 |
| Çocuklukta İstedğine Ulaşma Durumu | Hiçbir zaman | 24 | 4.9 |
| | Nadiren | 123 | 25.3 |
| | Bazen | 159 | 32.7 |
| | Çoğunlukla | 148 | 30.5 |
| | Her zaman | 32 | 6.6 |

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 3.1’de frekans (f) ve yüzdelik (%) değerleriyle sunulmuştur. Araştırmaya toplam 486 kişi katılmıştır. Katılımcıların %66.9’u (325) kadın, %33.1’i (161) erkektir. Eğitim durumlarına bakıldığında, %60.5’i (294) lisans mezunu, %24.1’i (117) lise mezunu, %10.3’ü (50) lisansüstü eğitim almış, %5.1’i (25) ise ilkokul/ortaokul düzeyindedir. Aile tipi olarak en yüksek oran %78.2 (380) ile çekirdek aile yapısına sahip olan bireylerde görülmektedir. Katılımcıların %17.7’si (86) geniş ailede, %4.1’i (20) ise tek ebeveynli ailede yaşamaktadır. Ekonomik durum açısından, katılımcıların büyük çoğunluğu %82.5 (401) kendini “orta” gelir grubunda tanımlamaktadır. “Düşük” gelir düzeyi %10.7 (52), “yüksek” gelir düzeyi ise %6.8 (33) oranında ifade edilmiştir. Medeni durum açısından, katılımcıların %72.2’si (351) evli, %27.8’i (135) bekarlıdır. Katılımcıların %24.1’i (117) daha önce psikolojik destek aldığını belirtirken, %75.9’u (369) psikolojik destek almadığını ifade etmiştir. Algılanan stres düzeyi dağılımına göre, katılımcıların %59.7’si (290) orta düzeyde stres yaşadığını belirtmiş; bunu %25.1 (122) ile yüksek stres ve %15.2 (74) ile düşük stres düzeyi takip etmiştir. Canı sıkın olduğunda kendini alışveriş ortamında bulma tercihinde ise %32.3’ü (157) “bazen” alışveriş yaparken, %28.8’i (140) “hiçbir zaman”, %25.7’si (125) “nadiren”, %10.9’u

(53) “çoğunlukla” ve %2.3’ü (11) “her zaman” alışveriş yaptığını ifade etmiştir. Hayatta en mutlu olduğu anın alışveriş yapma anı olma durumu açısından, %31.5’i “nadiren”, %29’u “bazen”, %23.9’u “hiçbir zaman”, %11.5’i “çoğunlukla” ve %4.1’i “her zaman” mutlu olduğunu belirtmiştir. Sosyal medya etkisinin alışverişe etkisi bağlamında katılımcıların %35.2’si “çoğunlukla” sosyal medyadan etkilendiğini ifade ederken, %27.8’i “bazen”, %21.2’si “nadiren”, %9.1’i “hiçbir zaman”, %6.8’i ise “her zaman” etkilenmektedir. Sosyal statünün alışveriş kararlarına etkisi ise %37.9 ile “hiçbir zaman” olarak belirtilmiş, bu oranı sırasıyla “nadiren” (%24.3), “bazen” (%24.1), “çoğunlukla” (%9.9) ve “her zaman” (%3.9) yanıtları takip etmiştir. Çocukluk dönemindeki aile ekonomik durumu değerlendirildiğinde, katılımcıların %60.5’i orta gelirli, %28.6’sı düşük gelirli ve %10.9’u yüksek gelirli bir ailede büyüdüğünü belirtmiştir. Çocuklukta istenilen şeylere ulaşma durumu açısından ise %32.7’si “bazen”, %30.5’i “çoğunlukla”, %25.3’ü “nadiren”, %6.6’sı “her zaman” ve %4.9’u “hiçbir zaman” ulaştığını ifade etmiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmayı oluşturan veriler bireylerin bazı kişisel özelliklerini öğrenmek amacıyla “Kişisel Bilgi Formu”, ailelerine karşı hissettikleri aidiyet düzeylerini öğrenmek amacıyla “Aile Aidiyeti Ölçeği” ve kompulsif satın alma davranışlarını öğrenmek için ise “Kompulsif Satın Alma Ölçeği” uygulanarak toplanmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formu, araştırmanın katılımcılarını dair bazı kişisel bilgileri içeren bölümdür. Genç yetişkinlerin aile aidiyeti düzeyleri ve kompulsif satın alma davranışları ile ilişkili olabileceği düşünülen değişkenlere dair verilerin toplanması amaçlanmıştır. Hazırlanan kişisel bilgi formunda yaş, cinsiyet, eğitim durumu, aile tipi, maddi durum, medeni durum, psikolojik destek alma durumu, günlük hayattaki stres düzeyi, canı sıkkın olduğunda kendini alışveriş ortamında bulma durumu, hayatta en mutlu olduğu anın alışveriş yaptığı an olma durumu, alışveriş tercihinde sosyal medya etkisi, satın alınan ürünlerin sosyal statü kazandırma durumu, çocukluk çağlarında ailenin ekonomik düzeyini nasıl algıladığı ve çocukluk çağlarında satın almak istediği şeye ulaşma durumu gibi sorular bulunmaktadır.

3.3.2. Aile Aidiyeti Ölçeği

Mavili, Kesen ve Daşbaşı (2014) tarafından geliştirilen, bireylere dair ailelerine yönelik aidiyet düzeylerini belirlemeyi amaçlayan bir ölçme aracıdır. 5'li likert tipi şeklinde yapılandırılan ölçek, toplam olarak ele aldığımızda 17 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin geliştirilme sürecinde, Konya ilinde çeşitli üniversitelerin farklı bölümlerinde öğrenim gören 1579 üniversite öğrencisinden elde edilen veriler kullanılmıştır. Maddeler, "1 = Tamamen katılıyorum" ile "5 = Tamamen katılmıyorum" arasında puanlanmaktadır. Ölçekte 5, 7, 9 ve 12. maddeler ters kodlanan maddelerdir. Ölçek iki alt boyuttan oluşmaktadır (kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti). Aile aidiyeti alt boyutunu 2, 5, 8, 9 ve 16. maddeler oluştururken, kendilik aidiyeti alt boyutunu 1, 3, 4, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15 ve 17. maddeler oluşturur. Bu iki alt ölçeğin toplamı "aile aidiyeti toplam puanını" vermektedir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 17, en yüksek puan ise 85'tir. Bireylerin puanı arttıkça aile aidiyet düzeyleri artış göstermektedir. Aile aidiyetinin iç tutarlılık güvenilirliği Cronbach alpha katsayısı ile hesaplanmış olup .94 olarak belirlenmiştir. Kendilik aidiyeti alt boyutu Cronbach alpha .93 ve aile aidiyeti alt boyutu .82 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Cronbach alpha güvenilirlik katsayısı bu çalışma için ise .91 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, Aile Aidiyeti Ölçeği'nin öncelikli biçimde aile danışmanlığı bünyesinde daha sonra aile odağında bulunan hizmet alanlarını kapsayan yerlerde kullanılabilir nitelikte, geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu sonucuna varılmıştır.

3.3.3. Kompulsif Satın Alma Ölçeği

Kompulsif satın alma ölçeği, Valence ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilmiş ve dilimize Yüncü ve Kesebir (2014) tarafından uyarlanmıştır. 5'li likert tipi ve 12 sorudan oluşmaktadır. "Hiçbir zaman" (1), "Nadiren" (2), "Bazen" (3), "Çoğunlukla" (4), "Her zaman" (5) şeklinde puanlama yapılmaktadır. Kompulsif satın alma ölçeği harcama eğilimi alt boyutu (altı madde), tepkisellik alt boyutu (dört madde) ve pişmanlık alt boyutu (üç madde) olmak üzere toplam üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Harcama eğilimi, kompulsif satın alma davranışı sergileyen bireylerin, bu davranışı kontrol etmekte zorlanmaları sonucunda artan harcama eğilimlerini ifade etmektedir. Bu boyut, kişinin alışveriş yapma isteğini dizginleyememesi ve dolayısıyla alışverişe yöneliminin yüksek

olmasıyla karakterize edilir. Ölçeğin ikinci boyutu olan tepkisellik, psikolojik bir özellik olarak bireyin alışverişe ilişkin yoğun ve karşı konulamaz dürtülere verdiği tepkileri kapsamaktadır. Bu bağlamda, kompulsif satın alma davranışı gösteren bireyler, alışverişe yönelik motivasyonlarının ya da davranışlarının kendi denetimleri dışında geliştiğini düşünmektedir. Üçüncü boyut olan satın alma sonrası pişmanlık ise, alışverişin hemen ardından yaşanan kısa süreli haz duygusunun hızla olumsuz bir ruh haline evrilerek yerini pişmanlığa bırakmasıyla ilgilidir. Bu durum, bireyin duygusal dengesinde bozulmaya yol açabilir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 12, en yüksek puan ise 60 puandır. Bireylerin puanı arttıkça kompulsif satın alma düzeyleri artış göstermektedir. Ölçeğin orjinalinde Cronbach alpha güvenilirlik katsayısı ise .88 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Cronbach alpha güvenilirlik katsayısı bu çalışma için ise .92 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3.2: Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeklerine İlişkin Betimsel İstatistiklerin İncelenmesi

| Ölçekler | n | min | max | \bar{X} | ss |
|-----------------------------|-----|-----|-----|-----------|-------|
| Aile Aidiyeti | 486 | 5 | 25 | 17.14 | 3.40 |
| Kendilik A. | 486 | 12 | 60 | 49.14 | 9.78 |
| Aile Aidiyeti | 486 | 23 | 85 | 66.29 | 12.43 |
| Harcama E. | 486 | 6 | 30 | 13.23 | 5.61 |
| Tepkisellik | 486 | 3 | 15 | 6.71 | 3.49 |
| Pişmanlık | 486 | 3 | 15 | 6.38 | 2.97 |
| Kompulsif Satın Alma | 486 | 12 | 60 | 26.32 | 10.64 |

Tablo 3.2'deki bilgilere göre, katılımcı bireylerin aile aidiyeti düzeyi (66.29 ± 12.43) ve kompulsif satın alma düzeyi (26.32 ± 10.64) olarak bulunmuştur.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmaya yönelik uygulamalar ocak-mart 2025 tarihleri arasında Google Forms üzerinden uygulanmıştır. Veriler gönüllük esasına göre toplanmıştır. Araştırma sırasında gizliliğe dair bilgi verilmiştir.

3.5. Veri Analizi

Araştırmada elde edilen bulguların istatistiksel analizlerini yapmak için SPSS 22 programından faydalanılmıştır. Elde edilen analizler için hangi testlerin uygun olacağına karar vermek amacıyla ölçeklerin dağılımlarının normalliğine bakılmış ve dağılım normallik gösterdiği için parametrik testler uygulanmıştır. Ölçeklerin basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerleri +1 ve -1 aralığında yer alması dağılımın normal olduğunu göstermiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu sebeple bağımsız iki grup için yapılan ortalamalar arasında bulunan farkın anlamlılığını tespit etmek için ilişkisiz t- testi; ikiden fazla şekilde oluşan grup ortalamalarından araştırmada elde edilen değerlerin anlamlılığını test etmek için ise bu çalışma kapsamında tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Hangi gruplar arasında ise anlamlı farklılık olup olmadığı anlaşılabilmesi için Scheffe testi kullanılarak post-hoc analiz gerçekleştirilmiştir.

Değişkenler arasındaki yordayıcı ilişkiyi belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bunun sonucunda ulaşılan verilerin istatistiksel olarak yorumlanması ve anlamlılığının belirlenmesi sürecinde $p < 0.05$ anlamlılık düzeyi temel olarak alınmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin toplam puanlarının aritmetik ortalama, standart sapma, basıklık ve çarpıklık değerleri ve Cronbach Alfa katsayıları Tablo 3.3'de sunulmuştur.

Tablo 3.3: Basıklık (Kurtosis) ve Çarpıklık (skewness) Analizi

| | N | \bar{X} | ss | Skewness | Kurtosis | Cronbach Alpha |
|----------------------|-----|-----------|-------|----------|----------|----------------|
| Aile Aidiyeti | 486 | 66.29 | 12.43 | -.965 | .585 | .91 |
| Kompulsif S.A | 486 | 26.32 | 10.64 | .927 | .289 | .92 |

Tablo 3.3'de yer alan bulgular üzerine aile aidiyeti ölçeğinin Cronbach alpha güvenilirlik katsayısı orjinalinde .94 bu çalışma için ise .91 olarak hesaplanmıştır. Kompulsif satın alma ölçeğinin Cronbach alpha güvenilirlik katsayısı orjinalinde .88 bu çalışma için ise .92 olarak hesaplanmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde sırasıyla araştırmaya katılan bireylerden elde edilen verilerin analizine yer verilerek, analiz sonuçlarıyla araştırmanın temel araştırma sorularına yanıt aranmıştır.

4.1. Demografik Bilgilere İlişkin Bulgular

4.1.1. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların "Aile Aidiyeti Ölçeği" ve "Kompulsif Satın Alma Ölçeği"nden aldıkları puanların cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 4.1'de sunulmaktadır.

Tablo 4.1: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Cinsiyet Değişkenine göre t- Testi Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | Sd. | t | p |
|-----------------------------|-------|-----|-------------|-----|------|------|
| Aile Aidiyeti | Kadın | 325 | 17.15±3.53 | 484 | .04 | .966 |
| | Erkek | 161 | 17.13±3.14 | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Kadın | 325 | 49.80±9.08 | 484 | 2.14 | .033 |
| | Erkek | 161 | 47.79±10.97 | | | |
| Aile Aidiyeti Ölçeği | Kadın | 325 | 66.96±11.83 | 484 | 1.67 | .095 |
| | Erkek | 161 | 64.96±13.46 | | | |
| Harcama Eğilimi | Kadın | 325 | 13.34±5.34 | 484 | .62 | .536 |
| | Erkek | 161 | 13.00±6.13 | | | |
| Tepkisellik | Kadın | 325 | 6.89±3.44 | 484 | 1.65 | .098 |
| | Erkek | 161 | 6.34±3.58 | | | |
| Pişmanlık | Kadın | 325 | 6.31±2.93 | 484 | -.71 | .476 |
| | Erkek | 161 | 6.52±3.06 | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Kadın | 325 | 26.55±10.41 | 484 | .66 | .504 |
| | Erkek | 161 | 25.86±11.12 | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği ve aile aidiyeti alt ölçeği puanları cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>.05$). Kendilik aidiyeti puanları cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t:2.14$ $p<.05$).

Ortalama değerlere göre kadınların (49.80±9.08) erkeklere göre (47.79±10.97) kendilik aidiyeti puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma ölçeği ve aile kompulsif satın alma harcama eğilimi, tepkisellik ve pişmanlık alt ölçeği puanları cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>5$).

4.1.2. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Medeni Durum Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Aile aidiyeti ölçeğinden almış oldukları ve kompulsif satın alma ölçeğinden elde edilen puanları medeni durum değişkeni açısından anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?” alt problemine dair bulgular Tablo 4.2’de verilmektedir.

Tablo 4.2: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Medeni Durum Değişkenine göre t- Testi Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | Sd. | t | p |
|-----------------------------|-------|-----|-------------|-----|-------|------|
| Aile Aidiyeti | Bekar | 135 | 17.31±3.28 | 484 | .66 | .509 |
| | Evli | 351 | 17.08±3.45 | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Bekar | 135 | 49.90±9.86 | 484 | 1.06 | .288 |
| | Evli | 351 | 48.84±9.75 | | | |
| Aile Aidiyeti Ölçeği | Bekar | 135 | 67.21±12.32 | 484 | 1.00 | .314 |
| | Evli | 351 | 65.94±12.46 | | | |
| Harcama Eğilimi | Bekar | 135 | 12.59±5.53 | 484 | -1.55 | .120 |
| | Evli | 351 | 13.47±5.62 | | | |
| Tepkisellik | Bekar | 135 | 6.37±3.46 | 484 | -1.34 | .179 |
| | Evli | 351 | 6.84±3.50 | | | |
| Pişmanlık | Evli | 135 | 6.13±2.91 | 484 | -1.15 | .248 |
| | Bekar | 351 | 6.48±2.99 | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Bekar | 135 | 25.09±10.31 | 484 | -1.58 | .114 |
| | Evli | 351 | 26.80±10.75 | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği, aile aidiyeti alt ölçekleri olan kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti, kompulsif satın alma ölçeği ve kompulsif satın alma alt ölçek puanları cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>5$).

4.1.3. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Psikolojik Destek Alma Durum Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların Aile Aidiyeti ve Kompulsif Satın Alma ölçeklerinden aldıkları puanların, psikolojik destek alma durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 4.3’de sunulmaktadır.

Tablo 4.3: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Psikolojik Destek Alma Durum Değişkenine göre t- Testi Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | Sd. | t | p |
|-----------------------------|-------|-----|-------------|-----|-------|------|
| Aile Aidiyeti | Evet | 117 | 16.68±3.81 | 484 | -1.68 | .092 |
| | Hayır | 369 | 17.29±3.25 | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Evet | 117 | 47.55±10.21 | 484 | -2.01 | .044 |
| | Hayır | 369 | 49.64±9.60 | | | |
| Aile Aidiyeti Ölçeği | Evet | 117 | 64.23±13.24 | 484 | -2.06 | .040 |
| | Hayır | 369 | 66.95±12.09 | | | |
| Harcama Eğilimi | Evet | 117 | 13.72±6.12 | 484 | 1.09 | .273 |
| | Hayır | 369 | 13.07±5.44 | | | |
| Tepkisellik | Evet | 117 | 6.92±3.81 | 484 | .74 | .458 |
| | Hayır | 369 | 6.64±3.38 | | | |
| Pişmanlık | Evet | 117 | 6.55±3.21 | 484 | .71 | .477 |
| | Hayır | 369 | 6.33±2.89 | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Evet | 117 | 27.20±12.05 | 484 | 1.02 | .308 |
| | Hayır | 369 | 26.05±10.16 | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği psikolojik destek alma durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t: -2.06$ $p<.05$). Ortalama değerlere göre psikolojik

destek alma durumuna evet diyenlerin (64.23±12.09) hayır diyenlere göre (66.95±12.09) aile aidiyeti ölçeği puanlarının daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Yapılan analiz sonucunda, kendilik aidiyeti alt boyutu puanlarının psikolojik destek alma durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği saptanmıştır (t = -2.01, p < .05). Ortalama değerlere bakıldığında, psikolojik destek aldığını belirten katılımcıların (47.55 ± 10.21), destek almadığını belirten katılımcılara (49.64 ± 9.60) kıyasla daha düşük kendilik aidiyeti puanlarına sahip olduğu görülmüştür. Buna karşılık, aile aidiyeti alt boyutuna ilişkin puanların psikolojik destek alma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (p > .05).

Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma ölçeği ve kompulsif satın alma alt ölçekleri harcama eğilimi, tepkisellik ve pişmanlık alt ölçeği puanları psikolojik destek alma durum değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermemektedir (p>.05).

4.1.4. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Eğitim Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların eğitim düzeyleri doğrultusunda Aile Aidiyeti ve Kompulsif Satın Alma puanlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığına ilişkin analiz sonuçları Tablo 4.4'te gösterilmektedir.

Tablo 4.4: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p |
|-------------------|--------------|-----|-------------|----|-----------|-----|---------|-------|------|
| Aile Aidiyeti | İlkokul/Ort. | 25 | 16.12±2.48 | GA | 259.390 | 3 | 86.463 | 7.756 | .000 |
| | Lise | 117 | 16.12±3.55 | Gİ | 5373.237 | 482 | 11.148 | | |
| | Lisans | 294 | 17.40±3.42 | T | 5632.628 | 485 | | | |
| | Lisansüstü | 50 | 18.50±2.56 | | | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | İlkokul/Ort. | 25 | 44.28±12.79 | GA | 2525.001 | 3 | 841.667 | 9.233 | .000 |
| | Lise | 117 | 46.14±12.04 | Gİ | 43936.203 | 482 | 91.154 | | |
| | Lisans | 294 | 50.17±8.42 | T | 46461.204 | 485 | | | |
| | Lisansüstü | 50 | 52.52±6.99 | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--------------|-----|-------------|-----------|-----------|-----|----------|-------|------|
| Aile Aidiyeti Ölçeği | İlkokul/Ort. | 25 | 60.40±14.84 | GA | 4376.871 | 3 | 1458.957 | 9.977 | .000 |
| | Lise | 117 | 62.27±14.86 | Gİ | 70482.867 | 482 | 146.230 | | |
| | Lisans | 294 | 67.59±11.10 | T | 74859.739 | 485 | | | |
| | Lisansüstü | 50 | 71.02±8.37 | | | | | | |
| Harcama Eğilimi | İlkokul/Ort. | 25 | 13.40±7.07 | GA | 54.095 | 3 | 18.032 | .571 | .634 |
| | Lise | 117 | 12.84±5.49 | Gİ | 15220.094 | 482 | 31.577 | | |
| | Lisans | 294 | 13.22±5.43 | T | 15274.189 | 485 | | | |
| | Lisansüstü | 50 | 14.08±6.19 | | | | | | |
| Tepkisellik | İlkokul/Ort. | 25 | 6.48±3.89 | GA | 20.986 | 3 | 6.995 | .571 | .634 |
| | Lise | 117 | 6.38±3.55 | Gİ | 5902.259 | 482 | 12.245 | | |
| | Lisans | 294 | 6.86±3.45 | T | 5923.245 | 485 | | | |
| | Lisansüstü | 50 | 6.70±3.42 | | | | | | |
| Pişmanlık | İlkokul/Ort. | 25 | 6.12±3.57 | GA | 73.374 | 3 | 24.458 | 2.792 | .040 |
| | Lise | 117 | 6.62±3.19 | Gİ | 4221.673 | 482 | 8.759 | | |
| | Lisans | 294 | 6.50±2.90 | T | 4295.047 | 485 | | | |
| | Lisansüstü | 50 | 5.28±2.28 | | | | | | |
| Kompulsif Satın Alma | İlkokul/Ort. | 25 | 26.00±13.27 | GA | 52.955 | 3 | 17.652 | .155 | .927 |
| | Lise | 117 | 25.85±10.62 | Gİ | 54942.370 | 482 | 113.988 | | |
| | Lisans | 294 | 26.59±10.53 | T | 54995.325 | 485 | | | |
| | Lisansüstü | 50 | 26.06±10.23 | | | | | | |

Yapılan analizler sonucunda, genç yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği puanlarının eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde farklılaştığı tespit edilmiştir ($F = 9.977$; $p < .05$). Ortalama puanlar incelendiğinde, aile aidiyeti düzeylerinin eğitim seviyesi arttıkça yükseldiği görülmektedir. Sırasıyla, ilkokul/ortaokul mezunlarında ($\bar{X} = 60.40$), lise mezunlarında ($\bar{X} = 62.27$), lisans düzeyinde ($\bar{X} = 67.59$) ve lisansüstü düzeyde ($\bar{X} = 71.02$) aile aidiyeti puanları artmaktadır. Scheffé testi sonuçları, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip bireylerin, ilkokul/ortaokul ve lise mezunlarına kıyasla anlamlı derecede daha yüksek aidiyet düzeyine sahip olduklarını göstermektedir.

Benzer şekilde, genç yetişkinlerin kendilik aidiyeti puanlarında da eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($F = 9.233$; $p < .05$). Ortalama değerlere

göre, kendilik aidiyeti puanları ilkokul/ortaokul ($\bar{X} = 44.28$), lise ($\bar{X} = 46.14$), lisans ($\bar{X} = 50.17$) ve lisansüstü ($\bar{X} = 52.52$) düzeyinde sırasıyla artış göstermektedir. Scheffé testi bulgularına göre, lisans ve lisansüstü düzeyinde eğitim alan bireyler, daha düşük eğitim düzeyine sahip bireylerden anlamlı şekilde daha yüksek kendilik aidiyeti puanlarına sahiptir.

Ayrıca, genç yetişkinlerin aile aidiyeti puanlarının da eğitim düzeyine göre anlamlı biçimde farklılaştığı saptanmıştır ($F = 7.756$; $p < .05$). Ortalama puanlar eğitim düzeyine göre ilkokul/ortaokul ($\bar{X} = 16.12$), lise ($\bar{X} = 16.12$), lisans ($\bar{X} = 17.40$) ve lisansüstü ($\bar{X} = 18.50$) olarak sıralanmaktadır. Scheffé testi sonuçları, yalnızca lisansüstü eğitim almış bireylerin, diğer tüm gruplara göre anlamlı düzeyde daha yüksek aile aidiyeti puanlarına sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma ölçeği ve alt boyutları puanları eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > .05$).

4.1.5. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Aile Tipi Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların Aile Aidiyeti ile Kompulsif Satın Alma düzeylerinin, aile tipi değişkeni açısından farklılık gösterip göstermediği Tablo 4.5'deki bulgularla incelenmiştir.

Tablo 4.5 Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Aile Tipi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p |
|----------------------|--------------------|-----|-------------|----|-----------|-----|---------|-------|------|
| Aile Aidiyeti | Çekirdek Aile | 380 | 17.27±3.31 | GA | 86.287 | 2 | 43.143 | 3.757 | .024 |
| | Geniş Aile | 86 | 17.05±3.43 | GI | 5546.341 | 483 | 11.483 | | |
| | Tek Ebeveynli Aile | 20 | 15.15±4.51 | T | 5632.628 | 485 | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Çekirdek Aile | 380 | 49.51±9.36 | GA | 1192.184 | 2 | 596.092 | 6.360 | .002 |
| | Geniş Aile | 86 | 49.23±10.51 | GI | 45269.020 | 483 | 93.725 | | |
| | Tek Ebeveynli Aile | 20 | 41.60±11.79 | T | 46461.204 | 485 | | | |
| Aile Aidiyeti Ölçeği | Çekirdek Aile | 380 | 66.80±11.8 | GA | 1920.059 | 2 | 960.029 | 6.357 | .002 |
| | Geniş Aile | 86 | 66.29±13.24 | GI | 72939.680 | 483 | 151.014 | | |
| | Tek Ebeveynli Aile | 20 | 56.75±15.51 | T | 74859.739 | 485 | | | |

| | | | | | | | | | |
|----------------------|--------------------|-----|-------------|-----------|-----------|-----|---------|-------|------|
| Harcama Eğilimi | Çekirdek Aile | 380 | 13.14±5.50 | GA | 275.148 | 2 | 137.574 | 4.430 | .012 |
| | Geniş Aile | 86 | 12.77±5.55 | Gİ | 14999.042 | 483 | 31.054 | | |
| | Tek Ebeveynli Aile | 20 | 16.80±6.89 | T | 15274.189 | 485 | | | |
| Tepkiselilik | Çekirdek Aile | 380 | 6.64±3.39 | GA | 179.293 | 2 | 89.646 | 7.538 | .001 |
| | Geniş Aile | 86 | 6.36±3.40 | Gİ | 5743.952 | 483 | 11.892 | | |
| | Tek Ebeveynli Aile | 20 | 9.60±4.54 | T | 5923.245 | 485 | | | |
| Pişmanlık | Çekirdek Aile | 380 | 6.26±2.88 | GA | 80.151 | 2 | 40.076 | 4.592 | .011 |
| | Geniş Aile | 86 | 6.48±3.01 | Gİ | 4214.896 | 483 | 8.726 | | |
| | Tek Ebeveynli Aile | 20 | 8.30±3.88 | T | 4295.047 | 485 | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Çekirdek Aile | 380 | 26.04±10.32 | GA | 1473.885 | 2 | 736.942 | 6.650 | .001 |
| | Geniş Aile | 86 | 25.62±10.81 | Gİ | 53521.440 | 483 | 110.810 | | |
| | Tek Ebeveynli Aile | 20 | 34.70±12.90 | T | 54995.325 | 485 | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği puanları, aile tipi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 6.357$; $p < .05$). Aile aidiyeti puanları, sırasıyla çekirdek aile ($\bar{X} = 66.80$), geniş aile ($\bar{X} = 66.29$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{X} = 56.75$) olarak sıralanmaktadır. Scheffé testi sonuçları, çekirdek aile ve geniş ailedeki katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin, tek ebeveynli ailedeki katılımcılara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Kendilik aidiyeti puanları da aile tipi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 6.360$; $p < .05$). Kendilik aidiyeti puanları, çekirdek ailede ($\bar{X} = 49.51$), geniş ailede ($\bar{X} = 49.23$) ve tek ebeveynli ailede ($\bar{X} = 41.60$) sırasıyla artmaktadır. Scheffé testi, çekirdek aile ve geniş ailedeki katılımcıların kendilik aidiyeti düzeylerinin, tek ebeveynli ailedeki katılımcılara göre anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Aile aidiyeti puanları, aile tipi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 3.757$; $p < .05$). Aile aidiyeti puanları, sırasıyla çekirdek aile ($\bar{X} = 17.27$), geniş aile ($\bar{X} = 17.05$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{X} = 15.15$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffé testi, çekirdek ailede yetişen katılımcıların, tek ebeveynli ailede yetişenlere göre anlamlı şekilde daha yüksek aile aidiyeti puanları aldığını ortaya koymaktadır.

Kompulsif Satın Alma Ölçeği puanları da aile tipi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 6.650$; $p < .05$). Kompulsif satın alma puanları, sırasıyla çekirdek aile ($\bar{X} = 26.04$), geniş aile ($\bar{X} = 25.62$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{X} = 34.70$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffé testi, tek ebeveynli ailedeki katılımcıların kompulsif satın alma düzeylerinin, çekirdek aile ve geniş ailedeki katılımcılara göre anlamlı şekilde daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Harcama Eğilimi puanları da aile tipi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 4.430$; $p < .05$). Harcama eğilimi puanları, sırasıyla çekirdek aile ($\bar{X} = 13.14$), geniş aile ($\bar{X} = 12.77$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{X} = 16.80$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffé testi, tek ebeveynli ailede yetişen katılımcıların harcama eğilimi düzeylerinin, diğer aile tipleri olan çekirdek ve geniş aile tipine göre anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tepkisellik puanları da aile tipi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F = 7.538$; $p < .05$). Tepkisellik puanları, sırasıyla çekirdek aile ($\bar{X} = 6.64$), geniş aile ($\bar{X} = 6.36$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{X} = 9.60$) olarak sıralanmaktadır. Scheffé testi, tek ebeveynli ailedeki katılımcıların tepkisellik düzeylerinin, çekirdek aile ve geniş ailedeki katılımcılara kıyasla anlamlı şekilde daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Pişmanlık puanları da aile tipi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 4.592$; $p < .05$). Pişmanlık puanları, sırasıyla çekirdek aile ($\bar{X} = 6.26$), geniş aile ($\bar{X} = 6.48$) ve tek ebeveynli aile ($\bar{X} = 8.30$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffé testi, tek ebeveynli ailedeki katılımcıların pişmanlık düzeylerinin, çekirdek aile ve geniş ailedeki katılımcılara göre anlamlı şekilde daha yüksek olduğunu göstermektedir.

4.1.6. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Algılanan Ekonomik Durum Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Aile Aidiyeti Ölçeği” ile “Kompulsif Satın Alma Ölçeği” puanlarının, algılanan ekonomik durum değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediği, Tablo 4.6'da sunulmuştur.

Tablo 4.6: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Ekonomik Durum Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p | Fark |
|----------------------|--------|-----|-------------|----|-----------|-----|----------|--------|------|-------|
| Aile Aidiyeti | Düşük | 52 | 15.50±4.06 | GA | 164.516 | 2 | 82.258 | 7.266 | .001 | 2-3>1 |
| | Orta | 401 | 17.37±3.31 | Gİ | 5468.111 | 483 | 11.321 | | | |
| | Yüksek | 33 | 16.90±2.74 | T | 5632.628 | 485 | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Düşük | 52 | 43.00±12.13 | GA | 2260.084 | 2 | 1130.042 | 12.348 | .000 | 2-3>1 |
| | Orta | 401 | 49.98±9.24 | Gİ | 44201.119 | 483 | 91.514 | | | |
| | Yüksek | 33 | 48.54±8.89 | T | 46461.204 | 485 | | | | |
| Aile Aidiyeti | Düşük | 52 | 58.50±15.46 | GA | 3654.173 | 2 | 1827.086 | 12.393 | .000 | 2-3>1 |
| | Orta | 401 | 67.37±11.76 | Gİ | 71205.566 | 483 | 147.424 | | | |
| | Yüksek | 33 | 65.45±10.65 | T | 74859.739 | 485 | | | | |
| Harcama Eğilimi | Düşük | 52 | 12.84±6.03 | GA | 687.499 | 2 | 343.750 | 11.382 | .012 | 3>1-2 |
| | Orta | 401 | 12.91±5.16 | Gİ | 14586.690 | 483 | 30.200 | | | |
| | Yüksek | 33 | 17.63±7.99 | T | 15274.189 | 485 | | | | |
| Tepkisellik | Düşük | 52 | 6.92±4.15 | GA | 146.558 | 2 | 73.279 | 6.127 | .002 | 3>2 |
| | Orta | 401 | 6.52±3.28 | Gİ | 5776.687 | 483 | 11.960 | | | |
| | Yüksek | 33 | 8.69±4.27 | T | 5923.245 | 485 | | | | |
| Pişmanlık | Düşük | 52 | 6.67±3.18 | GA | 31.372 | 2 | 15.686 | 1.777 | .170 | - |
| | Orta | 401 | 6.27±2.93 | Gİ | 4263.676 | 483 | 8.827 | | | |
| | Yüksek | 33 | 7.21±3.07 | T | 4295.047 | 485 | | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Düşük | 52 | 26.44±11.39 | GA | 1867.598 | 2 | 933.799 | 8.489 | .000 | 3>1-2 |
| | Orta | 401 | 25.72±10.12 | Gİ | 53127.727 | 483 | 109.995 | | | |
| | Yüksek | 33 | 33.54±13.09 | T | 54995.325 | 485 | | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği puanları, algılanan ekonomik durum düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir (F:12.393; p<.05). Bu bireylerin aile aidiyeti puanları, algılanan ekonomik durumlarına göre şu şekilde sıralanmaktadır: düşük (\bar{X} =58.50), orta (\bar{X} =67.37) ve yüksek (\bar{X} =65.45). Scheffe testi ile yapılan inceleme sonucunda, orta ve yüksek ekonomik durum düzeyine sahip katılımcıların, düşük düzeydekilere kıyasla aile aidiyeti puanlarının anlamlı derecede daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Genç yetişkinlerin kendilik aidiyeti puanları da algılanan ekonomik durum düzeyine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir (F:12.348; p<.05). Bu gruptaki puanlar, sırasıyla düşük (\bar{X} =43.00), orta (\bar{X} =49.98) ve yüksek (\bar{X} =48.54) düzeydeki katılımcılar arasında farklılık göstermektedir. Scheffe testi ile yapılan analizde, orta ve

yüksek ekonomik durum düzeyine sahip katılımcıların kendilik aidiyeti puanlarının, düşük düzeydekilerden anlamlı şekilde yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti puanları, algılanan ekonomik durum düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir (F:7.266; p<.05). Bu puanlar, düşük (\bar{X} =15.50), orta (\bar{X} =17.37) ve yüksek (\bar{X} =16.90) düzeyler arasında sıralanmakta olup, Scheffe testi ile yapılan analizde, orta ve yüksek düzeydeki katılımcıların aile aidiyeti puanlarının, düşük düzeydekilerden anlamlı şekilde yüksek olduğu bulunmuştur.

Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma ölçeği puanları da algılanan ekonomik durum düzeyine göre anlamlı farklar göstermektedir (F:8.489; p<.05). Katılımcıların kompulsif satın alma puanları, sırasıyla düşük (\bar{X} =26.44), orta (\bar{X} =25.72) ve yüksek (\bar{X} =33.54) düzeylerde sıralanmaktadır. Scheffe testi ile yapılan test sonucunda, orta ve yüksek düzeydeki katılımcıların, düşük düzeydekilere göre kompulsif satın alma puanlarının anlamlı şekilde daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Genç yetişkinlerin harcama eğilimi puanları algılanan ekonomik durum düzeyine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir (F:1.382; p<.05). Bu puanlar, sırasıyla düşük (\bar{X} =12.84), orta (\bar{X} =12.91) ve yüksek (\bar{X} =17.63) düzeylere göre sıralanmakta olup, yapılan Scheffe testiyle orta ve yüksek düzeydeki katılımcıların harcama eğilimi düzeylerinin, düşük düzeydekilerden anlamlı şekilde daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Genç yetişkinlerin tepkisellik puanları da algılanan ekonomik durum düzeyine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir (F:6.127; p<.05). Tepkisellik puanları, düşük (\bar{X} =6.92), orta (\bar{X} =6.52) ve yüksek (\bar{X} =8.69) düzeyde sıralanmaktadır. Scheffe testi ile yapılan testte, yüksek ekonomik durum düzeyine sahip katılımcıların, orta düzeydekilerden anlamlı şekilde daha yüksek tepkisellik puanlarına sahip olduğu belirlenmiştir.

Son olarak, genç yetişkinlerin pişmanlık puanları algılanan ekonomik durum düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir (F:1.777; p>0.05).

4.1.7. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Algılanan Günlük Stres Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Aile Aidiyeti Ölçeği” ile “Kompulsif Satın Alma Ölçeği” puanlarının, algılanan günlük stres düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığına dair bulgular Tablo 4.7’de sunulmaktadır.

Tablo 4.7: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Stres Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p | Fark |
|----------------------|--------|-----|-------------|----|-----------|-----|----------|--------|------|-------|
| Aile Aidiyeti | Düşük | 74 | 18.12±3.13 | GA | 182.594 | 2 | 91.297 | 8.091 | .000 | 1-2>3 |
| | Orta | 290 | 17.28±3.26 | Gi | 5450.033 | 483 | 11.284 | | | |
| | Yüksek | 122 | 16.21±3.68 | T | 5632.628 | 485 | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Düşük | 74 | 51.54±8.68 | GA | 1576.697 | 2 | 788.349 | 8.483 | .000 | 1-2>3 |
| | Orta | 290 | 49.75±8.91 | Gi | 44884.506 | 483 | 92.929 | | | |
| | Yüksek | 122 | 46.22±11.65 | T | 46461.204 | 485 | | | | |
| Aile Aidiyeti | Düşük | 74 | 69.72±10.95 | GA | 2855.845 | 2 | 1427.922 | 9.578 | .000 | 1-2>3 |
| | Orta | 290 | 67.04±11.35 | Gi | 72003.894 | 483 | 149.076 | | | |
| | Yüksek | 122 | 62.43±14.65 | T | 74859.739 | 485 | | | | |
| Harcama Eğilimi | Düşük | 74 | 12.24±5.16 | GA | 467.639 | 2 | 233.820 | 7.627 | .001 | 3>1-2 |
| | Orta | 290 | 12.78±5.21 | Gi | 14806.550 | 483 | 30.655 | | | |
| | Yüksek | 122 | 14.89±6.42 | T | 15274.189 | 485 | | | | |
| Tepkisellik | Düşük | 74 | 6.90±3.06 | GA | 214.240 | 2 | 107.120 | 9.063 | .000 | 3>1-2 |
| | Orta | 290 | 6.45±3.28 | Gi | 5709.005 | 483 | 11.820 | | | |
| | Yüksek | 122 | 7.81±3.96 | T | 5923.245 | 485 | | | | |
| Pişmanlık | Düşük | 74 | 5.27±2.08 | GA | 191.842 | 2 | 15.686 | 11.291 | .000 | 3>1-2 |
| | Orta | 290 | 6.29±2.79 | Gi | 4103.205 | 483 | 8.827 | | | |
| | Yüksek | 122 | 7.27±3.54 | T | 4295.047 | 485 | | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Düşük | 74 | 23.41±8.51 | GA | 2439.189 | 2 | 95.921 | 11.208 | .000 | 3>1-2 |
| | Orta | 290 | 25.53±9.86 | Gi | 52556.136 | 483 | 8.495 | | | |
| | Yüksek | 122 | 29.98±12.57 | T | 5499.325 | 485 | | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeğinden aldıkları puanlar, algılanan stres düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı biçimde farklılık göstermektedir (F:9.578; p<.05). Katılımcıların aile aidiyeti puan ortalamaları, stres düzeyine göre düşük (\bar{X} =69.72), orta (\bar{X} =67.04) ve yüksek (\bar{X} =62.43) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffe testi sonuçlarına göre, düşük stres düzeyine sahip bireylerin aile aidiyeti puanlarının, orta ve yüksek stres düzeyindeki bireylere kıyasla anlamlı biçimde daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Kendilik aidiyeti puanları da algılanan stres düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir (F:8.483; $p<.05$). Ortalama puanlar sırasıyla düşük ($\bar{X}=51.54$), orta ($\bar{X}=49.75$) ve yüksek ($\bar{X}=46.22$) stres düzeyine sahip bireyler arasında farklılık göstermektedir. Yapılan Scheffe testi sonucunda, düşük stres düzeyine sahip bireylerin, orta ve yüksek stres düzeyindeki bireylere göre kendilik aidiyetinin anlamlı şekilde daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Aile aidiyeti puanları ile de benzer şekilde anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir (F:8.091; $p<.05$). Ortalama puanlar, stres düzeyine göre düşük ($\bar{X}=18.12$), orta ($\bar{X}=17.28$) ve yüksek ($\bar{X}=16.21$) düzeyinde sıralanmakta olup, Scheffe testi sonuçlarına göre düşük stres düzeyindeki bireylerin, diğer gruplara kıyasla anlamlı ölçüde daha yüksek aile aidiyeti düzeyleri ortaya konmuştur.

Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma puanları da stres düzeyine göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir (F:11.208; $p<.05$). Ortalama puanlar düşük ($\bar{X}=23.41$), orta ($\bar{X}=25.53$) ve yüksek ($\bar{X}=29.98$) stres düzeylerinde sıralanmıştır. Scheffe testi bulgularına göre, yüksek stres düzeyine sahip bireylerin, düşük ve orta düzeyde stres yaşayan bireylere kıyasla kompulsif satın alma düzeylerinin anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Harcama eğilimi açısından da stres düzeyi anlamlı fark göstermektedir (F:7.627; $p<.05$). Düşük ($\bar{X}=12.24$), orta ($\bar{X}=12.78$) ve yüksek ($\bar{X}=14.89$) stres düzeylerine göre puan ortalamaları artış göstermektedir. Scheffe testi sonuçları, yüksek stres yaşayan bireylerin, diğer gruplara göre daha yüksek harcama eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Tepkisellik puanları da algılanan stres düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (F:9.063; $p<.05$). Ortalama puanlar sırasıyla düşük ($\bar{X}=6.90$), orta ($\bar{X}=6.45$) ve yüksek ($\bar{X}=7.81$) stres düzeyine göre sıralanmıştır. Analiz sonucunda, yüksek stres düzeyine sahip bireylerin tepkisellik düzeylerinin, düşük ve orta stres düzeyine sahip bireylerden anlamlı biçimde yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Son olarak, genç yetişkinlerin pişmanlık düzeyleri de stres düzeyine göre anlamlı şekilde farklılık göstermektedir (F:11.291; $p<.05$). Düşük ($\bar{X}=5.27$), orta ($\bar{X}=6.29$) ve yüksek ($\bar{X}=7.27$) stres düzeyleriyle birlikte pişmanlık puanlarında da artış gözlemlenmiştir. Scheffe testi sonuçları, yüksek stres düzeyindeki katılımcıların, diğer gruplara göre daha yüksek pişmanlık düzeyine sahip olduğunu göstermiştir.

4.1.8. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Çocukluk Çağlarında Ailenin Algılanan Ekonomik Durum Değişkenine Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Aile Aidiyeti Ölçeği” ve “Kompulsif Satın Alma Ölçeği” puanlarının, çocukluk dönemlerinde algılanan ailelerinin ekonomik durum düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 4.8’de yer almaktadır.

Tablo 4.8: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Çocukluk Çağlarında Ailenin Algılanan Ekonomik Durum Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p | Fark |
|----------------------|--------|-----|-------------|----|-----------|-----|---------|-------|------|-------|
| Aile Aidiyeti | Düşük | 139 | 16.62±3.63 | GA | 66.362 | 2 | 33.181 | 2.879 | .057 | - |
| | Orta | 294 | 17.43±3.28 | Gİ | 5566.265 | 483 | 11.524 | | | |
| | Yüksek | 53 | 16.88±3.33 | T | 5632.628 | 485 | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Düşük | 139 | 48.34±10.12 | GA | 177.983 | 2 | 88.992 | .929 | .396 | - |
| | Orta | 294 | 49.62±9.42 | Gİ | 46283.220 | 483 | 95.824 | | | |
| | Yüksek | 53 | 48.52±10.83 | T | 46461.204 | 485 | | | | |
| Aile Aidiyeti | Düşük | 139 | 64.97±12.98 | GA | 468.112 | 2 | 234.056 | 1.520 | .220 | - |
| | Orta | 294 | 67.08±11.93 | Gİ | 74391.627 | 483 | 154.020 | | | |
| | Yüksek | 53 | 65.41±13.42 | T | 74859.739 | 485 | | | | |
| Harcama Eğilimi | Düşük | 139 | 13.10±5.86 | GA | 357.002 | 2 | 178.501 | 5.780 | .003 | 3>1-2 |
| | Orta | 294 | 12.85±5.10 | Gİ | 14917.188 | 483 | 30.884 | | | |
| | Yüksek | 53 | 15.66±6.99 | T | 15274.189 | 485 | | | | |
| Tepkisellik | Düşük | 139 | 6.63±3.79 | GA | 43.299 | 2 | 21.649 | 1.778 | .170 | - |
| | Orta | 294 | 6.59±3.28 | Gİ | 5879.946 | 483 | 12.174 | | | |
| | Yüksek | 53 | 7.56±3.74 | T | 5923.245 | 485 | | | | |
| Pişmanlık | Düşük | 139 | 6.48±3.29 | GA | 16.517 | 2 | 8.258 | .932 | .394 | - |
| | Orta | 294 | 6.25±2.80 | Gİ | 4278.530 | 483 | 8.858 | | | |
| | Yüksek | 53 | 6.83±3.01 | T | 4295.047 | 485 | | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Düşük | 139 | 26.21±11.52 | GA | 850.545 | 2 | 425.272 | 3.794 | .023 | 3>2 |
| | Orta | 294 | 25.71±9.92 | Gİ | 54144.781 | 483 | 112.101 | | | |
| | Yüksek | 53 | 30.05±11.57 | T | 54995.325 | 485 | | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği toplam puanları ile alt boyutları olan kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti alt ölçeklerinden aldıkları puanlar, çocukluk döneminde algılanan ailelerinin ekonomik durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>.05$).

Buna karşılık, kompulsif satın alma ölçeği puanları çocuklukta algılanan aile ekonomik durumu düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F=3.794$; $p<.05$). Katılımcıların ortalama puanları, algılanan ekonomik duruma göre düşük ($\bar{X}=26.21$), orta ($\bar{X}=25.71$) ve yüksek ($\bar{X}=30.05$) düzeyinde sıralanmaktadır. Yapılan Scheffe testi sonucunda, çocuklukta yüksek ekonomik düzeye sahip olduğunu algılayan bireylerin kompulsif satın alma puanlarının, orta düzeyde ekonomik durum algısına sahip bireylerden anlamlı biçimde daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Harcama eğilimi açısından da çocuklukta algılanan aile ekonomik durumu anlamlı bir farklılık yaratmaktadır ($F=5.780$; $p<.05$). Ortalama puanlar düşük ($\bar{X}=13.10$), orta ($\bar{X}=12.85$) ve yüksek ($\bar{X}=15.66$) ekonomik düzeye sahip olduğunu belirten bireylerde farklılık göstermektedir. Scheffe testi bulgularına göre, çocuklukta yüksek ekonomik düzeye sahip olduğunu düşünen bireylerin, düşük ve orta düzeyde ekonomik duruma sahip olduğunu algılayan bireylere göre harcama eğilimlerinin anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Diğer yandan, tepkisellik ve pişmanlık puanları çocukluk çağında algılanan aile ekonomik durumu düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>.05$).

4.1.9. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Can Sıkıntısı Durumuna Göre Alışveriş Ortamında Bulunma Değişkenine Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Aile Aidiyeti Ölçeği” ve “Kompulsif Satın Alma Ölçeği” puanlarının, can sıkıntısı yaşandığında alışveriş ortamında bulunma düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 4.9’da sunulmaktadır.

Tablo 4.9: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği ve alt boyutları Can Sıkıntısı Durumuna Göre Alışveriş Ortamında Bulunma Değişkenine İlişkin ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p |
|----------------------|-------------|-----|-------------|----|-----------|-----|----------|--------|------|
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 140 | 17.06±3.47 | GA | 100.087 | 4 | 25.022 | 2.175 | .071 |
| | Nadiren | 125 | 17.37±3.43 | Gİ | 5532.541 | 481 | 11.502 | | |
| | Bazen | 157 | 17.43±3.18 | T | 5632.628 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 53 | 15.92±3.81 | | | | | | |
| | Her zaman | 11 | 17.36±2.20 | | | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Hiçbirzaman | 140 | 47.93±12.07 | GA | 911.145 | 4 | 227.786 | 2.405 | .049 |
| | Nadiren | 125 | 50.60±8.55 | Gİ | 45550.059 | 481 | 94.699 | | |
| | Bazen | 157 | 49.97±8.64 | T | 46461.204 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 53 | 47.05±8.53 | | | | | | |
| | Her zaman | 11 | 46.09±8.81 | | | | | | |
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 140 | 65.03±14.84 | GA | 1440.370 | 4 | 360.093 | 2.359 | .053 |
| | Nadiren | 125 | 67.97±11.19 | Gİ | 73419.369 | 481 | 152.639 | | |
| | Bazen | 157 | 67.40±11.16 | T | 74859.739 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 53 | 62.98±11.41 | | | | | | |
| | Her zaman | 11 | 63.45±10.11 | | | | | | |
| Harcama Eğilimi | Hiçbirzaman | 140 | 10.23±3.83 | GA | 5155.753 | 4 | 1288.938 | 61.272 | .000 |
| | Nadiren | 125 | 12.15±3.96 | Gİ | 10118.436 | 481 | 21.036 | | |
| | Bazen | 157 | 13.72±5.09 | T | 15274.189 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 53 | 19.92±6.00 | | | | | | |
| | Her zaman | 11 | 24.27±4.45 | | | | | | |
| Tepkisellik | Hiçbirzaman | 140 | 4.44±2.11 | GA | 1853.414 | 4 | 463.354 | 54.762 | .000 |
| | Nadiren | 125 | 6.32±2.84 | Gİ | 4069.831 | 481 | 8.461 | | |
| | Bazen | 157 | 7.40±3.26 | T | 5923.245 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 53 | 10.64±3.59 | | | | | | |
| | Her zaman | 11 | 11.18±3.31 | | | | | | |
| Pişmanlık | Hiçbirzaman | 140 | 5.48±2.41 | GA | 528.291 | 4 | 132.073 | 16.865 | .000 |
| | Nadiren | 125 | 5.89±2.47 | Gİ | 3766.757 | 481 | 7.831 | | |
| | Bazen | 157 | 6.58±2.89 | T | 4295.047 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 53 | 8.88±3.73 | | | | | | |
| | Her zaman | 11 | 8.45±4.10 | | | | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Hiçbirzaman | 140 | 20.16±7.06 | GA | 18629.066 | 4 | 4657.266 | 61.600 | .000 |
| | Nadiren | 125 | 24.37±7.58 | Gİ | 36366.259 | 481 | 75.606 | | |
| | Bazen | 157 | 27.71±9.76 | T | 54995.325 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 53 | 39.45±11.06 | | | | | | |
| | Her zaman | 11 | 43.90±10.35 | | | | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği ve bu ölçeğin alt boyutları olan kendilik aidiyeti ile aile aidiyeti puanları, can sıkıntısı yaşandığında alışveriş ortamında bulunma sıklığına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>.05$).

Buna karşın, kompulsif satın alma ölçeğinden elde edilen puanlar, can sıkıntısı sırasında alışveriş ortamında bulunma düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F=61.600$; $p<.05$). Katılımcıların puan ortalamaları; hiçbir zaman ($\bar{X}=20.16$), nadiren ($\bar{X}=24.37$), bazen ($\bar{X}=27.71$), çoğunlukla ($\bar{X}=39.45$) ve her zaman ($\bar{X}=43.90$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffe testi sonuçlarına göre, alışveriş ortamında nadiren, bazen, çoğunlukla ve her zaman bulunan katılımcıların kompulsif satın alma düzeylerinin, bu ortamlarda hiçbir zaman bulunmayan katılımcılara göre anlamlı biçimde daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Harcama eğilimi puanları da benzer şekilde, can sıkıntısı durumunda alışveriş ortamında bulunma düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F=61.272$; $p<.05$). Ortalama puanlar; hiçbir zaman ($\bar{X}=10.23$), nadiren ($\bar{X}=12.15$), bazen ($\bar{X}=13.72$), çoğunlukla ($\bar{X}=19.92$) ve her zaman ($\bar{X}=24.27$) şeklinde sıralanmıştır. Scheffe testi ile yapılan karşılaştırmalarda, nadiren, bazen, çoğunlukla ve her zaman alışveriş ortamında bulunan bireylerin, bu ortamlarda hiçbir zaman bulunmayanlara göre anlamlı biçimde daha yüksek harcama eğilimine sahip olduğu belirlenmiştir.

Tepkisellik puanları da alışveriş ortamında bulunma düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($F=54.762$; $p<.05$). Bu puanlar sırasıyla hiçbir zaman ($\bar{X}=4.44$), nadiren ($\bar{X}=6.32$), bazen ($\bar{X}=7.40$), çoğunlukla ($\bar{X}=10.64$) ve her zaman ($\bar{X}=11.18$) olarak sıralanmıştır. Scheffe testi bulguları, nadiren, bazen, çoğunlukla ve her zaman alışveriş ortamında bulunan katılımcıların tepkisellik düzeylerinin, hiçbir zaman bulunmayanlara kıyasla anlamlı biçimde yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Pişmanlık düzeyleri de can sıkıntısı anında alışveriş ortamında bulunma sıklığına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F=16.865$; $p<.05$). Ortalama puanlar; hiçbir zaman ($\bar{X}=5.48$), nadiren ($\bar{X}=5.89$), bazen ($\bar{X}=6.58$), çoğunlukla ($\bar{X}=8.88$) ve her zaman ($\bar{X}=8.45$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffe testi sonuçlarına göre, bazen, çoğunlukla ve her zaman alışveriş ortamında bulunan bireylerin pişmanlık düzeyleri, bu ortamlarda hiç bulunmayanlara kıyasla anlamlı biçimde daha yüksektir.

4.1.10. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Hayatta En mutlu Hissedilen Anların Alışveriş Yapılan Zaman Olma Durumuna İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Aile Aidiyeti Ölçeği” ve “Kompulsif Satın Alma Ölçeği” puanlarının, hayatta en mutlu hissedilen anın alışveriş yapılan zamanlar olup olmamasına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 4.10’da sunulmaktadır.

Tablo 4.10: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Hayatta En mutlu Hissedilen Anların Alışveriş Yapılan Zaman Olma durumuna İlişkin ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p |
|----------------------|-------------|-----|-------------|----|-----------|-----|----------|--------|------|
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 116 | 17.06±3.28 | GA | 1930.957 | 4 | 30.384 | 2.652 | .033 |
| | Nadiren | 153 | 17.54±3.18 | Gİ | 72928.782 | 481 | 11.458 | | |
| | Bazen | 141 | 17.32±3.42 | T | 74859.739 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 56 | 15.87±4.16 | | | | | | |
| | Her zaman | 20 | 16.85±.60 | | | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Hiçbirzaman | 116 | 48.62±11.73 | GA | 1184.032 | 4 | 296.008 | 3.145 | .014 |
| | Nadiren | 153 | 49.67±8.87 | Gİ | 45277.172 | 481 | 94.131 | | |
| | Bazen | 141 | 50.68±8.44 | T | 46461.204 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 56 | 46.26±9.98 | | | | | | |
| | Her zaman | 20 | 45.20±10.30 | | | | | | |
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 116 | 65.69±14.24 | GA | 1930.957 | 4 | 482.739 | 3.184 | .013 |
| | Nadiren | 153 | 67.21±11.34 | Gİ | 72928.782 | 481 | 151.619 | | |
| | Bazen | 141 | 68.04±11.20 | T | 74859.739 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 56 | 62.14±13.20 | | | | | | |
| | Her zaman | 20 | 62.05±12.25 | | | | | | |
| Harcama Eğilimi | Hiçbirzaman | 116 | 10.18±3.94 | GA | 3943.941 | 4 | 985.985 | 41.858 | .000 |
| | Nadiren | 153 | 12.08±4.39 | Gİ | 11330.249 | 481 | 23.556 | | |
| | Bazen | 141 | 13.90±4.71 | T | 15274.189 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 56 | 18.16±6.82 | | | | | | |
| | Her zaman | 20 | 21.10±7.00 | | | | | | |
| Tepkisellik | Hiçbirzaman | 140 | 4.90±2.63 | GA | 1322.022 | 4 | 330.506 | 34.550 | .000 |
| | Nadiren | 125 | 6.03±2.97 | Gİ | 4601.223 | 481 | 9.566 | | |
| | Bazen | 157 | 7.14±3.08 | T | 5923.245 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 53 | 9.78 ±3.84 | | | | | | |
| | Her zaman | 11 | 10.70 ±4.07 | | | | | | |
| Pişmanlık | Hiçbirzaman | 116 | 5.47±2.67 | GA | 327.734 | 4 | 81.934 | 9.934 | .000 |
| | Nadiren | 153 | 5.91 ±2.44 | Gİ | 3967.313 | 481 | 8.248 | | |
| | Bazen | 141 | 6.92±3.01 | T | 4295.047 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 56 | 7.41 ±3.30 | | | | | | |
| | Her zaman | 20 | 8.60±4.35 | | | | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Hiçbirzaman | 116 | 20.56±7.75 | GA | 13570.389 | 4 | 3392.597 | 39.393 | .000 |
| | Nadiren | 153 | 24.03±8.54 | Gİ | 41424.936 | 481 | 86.123 | | |
| | Bazen | 141 | 27.97±9.29 | T | 54995.325 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 56 | 35.35±11.70 | | | | | | |
| | Her zaman | 20 | 40.40±14.08 | | | | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği ile bu ölçeğin alt boyutları olan kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti puanları, “hayatta en mutlu hissedilen anın alışveriş yapılan zamanlar” olarak ifade edilme düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>.05$).

Buna karşın, kompulsif satın alma ölçeği puanları bu değişkene göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($F=39.393$; $p<.05$). Katılımcıların kompulsif satın alma puan ortalamaları; hiçbir zaman ($\bar{X}=20.56$), nadiren ($\bar{X}=24.03$), bazen ($\bar{X}=27.97$), çoğunlukla ($\bar{X}=35.35$) ve her zaman ($\bar{X}=40.40$) şeklinde sıralanmıştır. Scheffe testi sonuçlarına göre, alışveriş yapılan zamanları hayatlarının en mutlu anı olarak bazen, çoğunlukla ve her zaman olarak tanımlayan bireylerin, bu durumu hiçbir zaman olarak tanımlayan bireylere kıyasla kompulsif satın alma düzeylerinin anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Harcama eğilimi puanları da benzer şekilde bu değişkene göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F=41.858$; $p<.05$). Ortalama değerler hiçbir zaman ($\bar{X}=10.18$), nadiren ($\bar{X}=12.08$), bazen ($\bar{X}=13.90$), çoğunlukla ($\bar{X}=18.16$) ve her zaman ($\bar{X}=21.10$) olarak sıralanmıştır. Scheffe testi bulguları, nadiren, bazen, çoğunlukla ve her zaman şeklinde yanıt veren katılımcıların harcama eğilimlerinin, hiçbir zaman yanıtı verenlere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Tepkisellik puanlarında da anlamlı farklılık gözlenmiştir ($F=34.550$; $p<.05$). Katılımcıların tepkisellik puan ortalamaları sırasıyla; hiçbir zaman ($\bar{X}=4.90$), nadiren ($\bar{X}=6.03$), bazen ($\bar{X}=7.14$), çoğunlukla ($\bar{X}=9.78$) ve her zaman ($\bar{X}=10.70$) şeklindedir. Scheffe testi sonuçlarına göre, bazen, çoğunlukla ve her zaman yanıtı veren katılımcıların bireylerin tepkisellik düzeyleri, hiçbir zaman yanıtı verem katılımcılara göre anlamlı şekilde daha yüksektir.

Son olarak, pişmanlık puanları da alışveriş yapılan zamanları hayatın en mutlu anı olarak değerlendirme düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F=9.934$; $p<.05$). Ortalama puanlar hiçbir zaman ($\bar{X}=5.47$), nadiren ($\bar{X}=5.91$), bazen ($\bar{X}=6.92$), çoğunlukla ($\bar{X}=7.41$) ve her zaman ($\bar{X}=8.60$) şeklinde sıralanmıştır. Scheffe testine göre, bazen, çoğunlukla ve her zaman yanıtını veren katılımcıların pişmanlık düzeyleri, hiçbir zaman yanıtını verenlere kıyasla anlamlı biçimde daha yüksek bulunmuştur.

4.1.11. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Alışveriş Tercihlerinde Sosyal Medyanın Etkisi Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Aile Aidiyeti Ölçeği” ve “Kompulsif Satın Alma Ölçeği” puanlarının, alışveriş tercihleri üzerinde sosyal medyanın etkisi düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 4.11’de sunulmaktadır.

Tablo 4.11: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Alışveriş Tercihlerinde Sosyal Medyanın Etkisine İlişkin ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p |
|-------------------|-------------|-----|-------------|----|-----------|-----|---------|--------|------|
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 44 | 17.56±2.94 | GA | 17.804 | 4 | 4.451 | .381 | .822 |
| | Nadiren | 103 | 17.24±3.16 | Gİ | 5614.824 | 481 | 11.673 | | |
| | Bazen | 135 | 17.00±3.86 | T | 5632.628 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 171 | 17.02±3.24 | | | | | | |
| | Her zaman | 33 | 17.48±3.67 | | | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Hiçbirzaman | 44 | 48.52±11.57 | GA | 135.956 | 4 | 33.989 | .353 | .842 |
| | Nadiren | 103 | 49.05±10.37 | Gİ | 46325.247 | 481 | 96.310 | | |
| | Bazen | 135 | 48.53±10.27 | T | 46461.204 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 171 | 49.71±8.75 | | | | | | |
| | Her zaman | 33 | 49.75±8.65 | | | | | | |
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 44 | 66.09±13.86 | GA | 136.612 | 4 | 34.153 | .220 | .927 |
| | Nadiren | 103 | 66.30±12.82 | Gİ | 74723.127 | 481 | 155.350 | | |
| | Bazen | 135 | 66.74±11.23 | T | 74859.739 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 171 | 67.24±11.50 | | | | | | |
| | Her zaman | 33 | 66.29±12.42 | | | | | | |
| Harcama Eğilimi | Hiçbirzaman | 44 | 11.06 ±4.91 | GA | 3135.011 | 4 | 783.753 | 31.055 | .000 |
| | Nadiren | 103 | 10.09±3.70 | Gİ | 12139.179 | 481 | 25.237 | | |
| | Bazen | 135 | 12.43±4.85 | T | 15274.189 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 171 | 15.12±5.39 | | | | | | |
| | Her zaman | 33 | 19.30±7.07 | | | | | | |
| Tepkisellik | Hiçbirzaman | 44 | 5.09 ±2.93 | GA | 1130.090 | 4 | 282.522 | 28.352 | .000 |
| | Nadiren | 103 | 5.14 ±2.60 | Gİ | 4793.155 | 481 | 9.965 | | |
| | Bazen | 135 | 6.01 ±3.01 | T | 5923.245 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 171 | 7.91 ±3.41 | | | | | | |
| | Her zaman | 33 | 10.39 ±4.06 | | | | | | |
| Pişmanlık | Hiçbirzaman | 44 | 6.15±3.47 | GA | 294.364 | 4 | 73.591 | 8.848 | .000 |
| | Nadiren | 103 | 5.37 ±2.41 | Gİ | 4000.683 | 481 | 8.317 | | |
| | Bazen | 135 | 6.11±2.68 | T | 4295.047 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 171 | 6.87 ±2.96 | | | | | | |
| | Her zaman | 33 | 8.42±3.66 | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|------------------|-------------|-----|-------------|-----------|-----------|-----|----------|--------|------|
| | Hiçbirzaman | 44 | 22.31±9.75 | GA | 11275.963 | 4 | 2818.991 | 31.015 | .000 |
| Kompulsif | Nadiren | 103 | 20.62±7.28 | Gİ | 43719.362 | 481 | 90.893 | | |
| Satın | Bazen | 135 | 24.56±9.11 | T | 54995.325 | 485 | | | |
| Alma | Çoğunlukla | 171 | 29.91±10.14 | | | | | | |
| | Her zaman | 33 | 38.12±13.21 | | | | | | |

Genç yetişkinlerin “Aile Aidiyeti Ölçeği” ve bu ölçeğin alt boyutları olan “Kendilik Aidiyeti” ve “Aile Aidiyeti” puanları, alışveriş tercihinde sosyal medyanın etkisi düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>.05$).

Bununla birlikte, Kompulsif Satın Alma Ölçeği puanları sosyal medyanın alışveriş tercihlerine etkisi açısından anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($F=31.015$; $p<.05$). Ortalama puanlar; hiçbir zaman ($\bar{X}=22.31$), nadiren ($\bar{X}=20.62$), bazen ($\bar{X}=24.56$), çoğunlukla ($\bar{X}=29.91$) ve her zaman ($\bar{X}=38.12$) düzeyinde sıralanmıştır. Scheffe testi sonuçlarına göre, alışveriş kararlarında sosyal medyanın etkisini çoğunlukla ve her zaman olarak belirten katılımcıların kompulsif satın alma düzeyleri, bu etkinin daha düşük olduğunu belirten katılımcılara (hiçbir zaman, nadiren, bazen) kıyasla anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur.

Benzer şekilde, harcama eğilimi puanlarında da sosyal medyanın etkisine göre anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir ($F=31.055$; $p<.05$). Ortalama puanlar sırasıyla: hiçbir zaman ($\bar{X}=11.06$), nadiren ($\bar{X}=10.09$), bazen ($\bar{X}=12.43$), çoğunlukla ($\bar{X}=15.12$) ve her zaman ($\bar{X}=19.30$) şeklindedir. Scheffe testine göre, sosyal medyanın alışveriş tercihinde etkili olduğunu “çoğunlukla” ve “her zaman” olarak belirten bireylerin harcama eğilimi, daha az etkili bulan bireylere göre (hiçbir zaman, nadiren, bazen) anlamlı düzeyde yüksektir.

Tepkisellik puanları da sosyal medyanın alışveriş tercihlerine etkisi düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F=28.352$; $p<.05$). Katılımcıların tepkisellik puan ortalamaları; hiçbir zaman ($\bar{X}=5.09$), nadiren ($\bar{X}=5.14$), bazen ($\bar{X}=6.01$), çoğunlukla ($\bar{X}=7.91$) ve her zaman ($\bar{X}=10.39$) düzeyinde sıralanmıştır. Scheffe testine göre, sosyal medyanın alışveriş tercihinde etkili olduğunu “çoğunlukla” ve “her zaman” olarak belirten bireylerin tepkisellik puanları, daha az etkili bulan bireylere göre (hiçbir zaman, nadiren, bazen) anlamlı düzeyde yüksektir.

Son olarak, pişmanlık puanları da sosyal medya etkisine göre farklılık göstermektedir ($F=8.848$; $p<.05$). Ortalama değerler; hiçbir zaman ($\bar{X}=6.15$), nadiren ($\bar{X}=5.37$), bazen ($\bar{X}=6.11$), çoğunlukla ($\bar{X}=6.87$) ve her zaman ($\bar{X}=8.42$) şeklinde sıralanmıştır. Scheffe

testi sonuçlarına göre, sosyal medya etkisini her zaman olarak ifade eden katılımcıların pişmanlık düzeyleri, diğer tüm gruplara göre istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 4.1.12. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Satın Alınan Ürünün Sosyal Statü Kazandırdığı Düşüncesi Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Aile Aidiyeti Ölçeği” ve “Kompulsif Satın Alma Ölçeği” puanlarının, satın alınan ürünlerin bireye sosyal statü kazandırdığına yönelik düşünce düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bulgular Tablo 4.12’de sunulmaktadır.

Tablo 4.12: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Satın Alınan Ürünün Sosyal Statü Kazandırdığı Düşüncesine İlişkin ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p |
|-------------------|-------------|-----|-------------|-----------|-----------|-----|---------|--------|------|
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 184 | 17.33±3.27 | GA | 32.823 | 4 | 8.206 | .705 | .589 |
| | Nadiren | 118 | 16.71±3.48 | Gİ | 5599.805 | 481 | 11.642 | | |
| | Bazen | 117 | 17.26±3.48 | T | 5632.628 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 48 | 17.29±3.37 | | | | | | |
| | Her zaman | 19 | 16.89±3.87 | | | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Hiçbirzaman | 184 | 49.78±10.04 | GA | 300.848 | 4 | 75.212 | .784 | .536 |
| | Nadiren | 118 | 48.30±10.73 | Gİ | 46160.356 | 481 | 95.967 | | |
| | Bazen | 117 | 49.44±8.61 | T | 46461.204 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 48 | 49.02±9.01 | | | | | | |
| | Her zaman | 19 | 46.52±9.96 | | | | | | |
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 184 | 67.12±12.50 | GA | 497.230 | 4 | 124.307 | .804 | .523 |
| | Nadiren | 118 | 65.01±13.41 | Gİ | 74362.509 | 481 | 154.600 | | |
| | Bazen | 117 | 66.70±11.37 | T | 74859.739 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 48 | 66.41±11.89 | | | | | | |
| | Her zaman | 19 | 63.42±12.90 | | | | | | |
| Harcama Eğilimi | Hiçbirzaman | 184 | 11.47±4.90 | GA | 2179.712 | 4 | 544.928 | 20.017 | .000 |
| | Nadiren | 118 | 12.62±5.03 | Gİ | 13094.477 | 481 | 27.223 | | |
| | Bazen | 117 | 14.00±5.05 | T | 15274.189 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 48 | 16.85±6.25 | | | | | | |
| | Her zaman | 19 | 20.00±7.18 | | | | | | |
| Tepkisellik | Hiçbirzaman | 184 | 6.00±3.16 | GA | 488.709 | 4 | 122.177 | 10.814 | .000 |
| | Nadiren | 118 | 6.32±3.20 | Gİ | 5434.536 | 481 | 11.298 | | |
| | Bazen | 117 | 7.04±3.34 | T | 5923.245 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 48 | 8.12±4.14 | | | | | | |
| | Her zaman | 19 | 10.47±4.04 | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|-------------------|-------------|-----|-------------|-----------|-----------|-----|----------|--------|------|
| | Hiçbirzaman | 184 | 5.90±2.92 | GA | 115.787 | 4 | 28.947 | 3.332 | .010 |
| Pişmanlık | Nadiren | 118 | 6.20±2.89 | Gİ | 4179.260 | 481 | 8.689 | | |
| | Bazen | 117 | 6.86±2.86 | T | 4295.047 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 48 | 7.10±3.08 | | | | | | |
| | Her zaman | 19 | 7.36±3.62 | | | | | | |
| | Hiçbirzaman | 184 | 23.38±9.48 | GA | 6159.129 | 4 | 1539.782 | 15.166 | .000 |
| Kompulsif | Nadiren | 118 | 25.15±10.10 | Gİ | 48836.196 | 481 | 101.531 | | |
| | Bazen | 117 | 27.91±9.95 | T | 54995.325 | 485 | | | |
| Satın Alma | Çoğunlukla | 48 | 32.08±11.31 | | | | | | |
| | Her zaman | 19 | 37.82±12.74 | | | | | | |

Genç yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve alt ölçekleri olan Kendilik Aidiyeti ve Aile Aidiyeti puanları, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair düşünce düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermemektedir ($p > .05$).

Genç yetişkinlerin Kompulsif Satın Alma Ölçeği puanları, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair düşünce düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 15.166$; $p < .05$). Genç yetişkinlerin Kompulsif Satın Alma puanları, sırasıyla, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair düşünce düzeyine göre, hiçbir zaman ($\bar{X} = 23.38$), nadiren ($\bar{X} = 25.15$), bazen ($\bar{X} = 27.91$), çoğunlukla ($\bar{X} = 32.08$) ve her zaman ($\bar{X} = 37.82$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffe testi ile yapılan karşılaştırmalar sonucunda, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair düşünce düzeyine göre bazen, çoğunlukla ve her zaman olan katılımcıların, hiçbir zaman olan katılımcılara göre kompulsif satın alma düzeylerinin anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Genç yetişkinlerin Harcama Eğilimi puanları da, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair düşünce düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 20.017$; $p < .05$). Harcama eğilimi puanları, sırasıyla, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair düşünce düzeyine göre, hiçbir zaman ($\bar{X} = 11.47$), nadiren ($\bar{X} = 12.62$), bazen ($\bar{X} = 14.00$), çoğunlukla ($\bar{X} = 16.85$) ve her zaman ($\bar{X} = 20.00$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffe testi ile yapılan karşılaştırmalar, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair düşünce düzeyine göre bazen, çoğunlukla ve her zaman olan katılımcıların, hiçbir zaman olan katılımcılara göre harcama eğilimi düzeylerinin anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Genç yetişkinlerin Tepkisellik puanları, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair düşünce düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F = 10.814$; $p < .05$). Tepkisellik puanları, sırasıyla, satın alınan ürünün sosyal statü kazandığına dair

düşünce düzeyine göre, hiçbir zaman ($\bar{X} = 6.00$), nadiren ($\bar{X} = 6.32$), bazen ($\bar{X} = 7.04$), çoğunlukla ($\bar{X} = 8.12$) ve her zaman ($\bar{X} = 10.47$) şeklinde sıralanmaktadır. Scheffe testiyle yapılan analizler, satın alınan ürünün sosyal statü kazandırdığına dair düşünce düzeyine göre, çoğunlukla ve her zaman olan katılımcıların, hiçbir zaman ve nadiren olan katılımcılara göre tepkisellik düzeylerinin anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Son olarak, genç yetişkinlerin Pişmanlık puanları, satın alınan ürünün sosyal statü kazandırdığına dair düşünce düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p > .05$).

4.1.13. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Çocukluk Çağlarında Satın Alınmak İstenen Şeylere Ulaşabilme Düzeyi Değişkenine İlişkin Bulgular

Katılımcıların Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği puanlarının, çocukluk çağlarında satın alınmak istenen şeylere ulaşabilme düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan analizlerin bulguları Tablo 4.13'te sunulmaktadır.

Tablo 4.13: Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti Ölçeği ve Kompulsif Satın Alma Ölçeği Çocukluk Çağlarında Satın Alınmak İstenen Şeylere Ulaşabilme Düzeyine İlişkin ANOVA Sonuçları

| Değişken | Grup | N | X±S | VK | KT | Sd. | KO | F | p |
|-------------------|-------------|-----|-------------|----|-----------|-----|---------|-------|------|
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 24 | 15.37±2.87 | GA | 210.383 | 4 | 52.596 | 4.666 | .001 |
| | Nadiren | 123 | 16.53±3.68 | Gİ | 5422.244 | 481 | 11.273 | | |
| | Bazen | 159 | 17.12±3.45 | T | 5632.628 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 148 | 17.71±3.11 | | | | | | |
| | Her zaman | 32 | 18.28±2.85 | | | | | | |
| Kendilik Aidiyeti | Hiçbirzaman | 24 | 42.12±13.92 | GA | 472.125 | 4 | 826.734 | 5.095 | .000 |
| | Nadiren | 123 | 47.97±10.42 | Gİ | 92.667 | 481 | 148.758 | | |
| | Bazen | 159 | 49.14±9.78 | T | | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 148 | 50.89±8.02 | | | | | | |
| | Her zaman | 32 | 50.75±8.55 | | | | | | |
| Aile Aidiyeti | Hiçbirzaman | 24 | 57.50±15.88 | GA | 3306.937 | 4 | 124.307 | 5.558 | .000 |
| | Nadiren | 123 | 64.51±13.32 | Gİ | 71552.801 | 481 | 154.600 | | |
| | Bazen | 159 | 66.27±12.43 | T | 74859.739 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 148 | 68.64±10.48 | | | | | | |
| | Her zaman | 32 | 69.03±10.66 | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------|-----|-------------|-----------|-----------|-----|---------|-------|------|
| Harcama Eğilimi | Hiçbirzaman | 24 | 11.95±3.95 | GA | 370.869 | 4 | 92.717 | 2.992 | .019 |
| | Nadiren | 123 | 12.72±5.98 | Gİ | 14903.321 | 481 | 30.984 | | |
| | Bazen | 159 | 13.05±4.73 | T | 15274.189 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 148 | 13.39±5.65 | | | | | | |
| | Her zaman | 32 | 16.25±7.89 | | | | | | |
| Tepkisellik | Hiçbirzaman | 24 | 5.58±2.30 | GA | 82.440 | 4 | 20.610 | 1.697 | .149 |
| | Nadiren | 123 | 6.66±3.70 | Gİ | 5840.805 | 481 | 12.143 | | |
| | Bazen | 159 | 6.50±3.25 | T | 5923.245 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 148 | 6.91±3.52 | | | | | | |
| | Her zaman | 32 | 7.81±4.17 | | | | | | |
| Pişmanlık | Hiçbirzaman | 24 | 6.58±2.79 | GA | 69.056 | 4 | 17.264 | 1.965 | .099 |
| | Nadiren | 123 | 6.73±3.18 | Gİ | 4225.991 | 481 | 8.786 | | |
| | Bazen | 159 | 5.89±2.67 | T | 4295.047 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 148 | 6.65±3.02 | | | | | | |
| | Her zaman | 32 | 6.06±3.28 | | | | | | |
| Kompulsif Satın Alma | Hiçbirzaman | 24 | 24.12±6.76 | GA | 762.966 | 4 | 190.742 | 1.692 | .151 |
| | Nadiren | 123 | 26.13±11.49 | Gİ | 54232.359 | 481 | 112.749 | | |
| | Bazen | 159 | 25.45±9.34 | T | 54995.325 | 485 | | | |
| | Çoğunlukla | 148 | 26.96±10.83 | | | | | | |
| | Her zaman | 32 | 30.12±13.92 | | | | | | |

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği puanları, çocukluk dönemlerinde satın almak istedikleri ürünlere erişme düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir (F:5.558; p<.05). Puanlar, sırasıyla şu şekilde sıralanmıştır: hiçbir zaman (\bar{X} =57.50), nadiren (\bar{X} =64.51), bazen (\bar{X} =66.27), çoğunlukla (\bar{X} =68.64) ve her zaman (\bar{X} =69.03). Scheffe testi sonuçları, "bazen," "çoğunlukla," ve "her zaman" yanıtlarını veren katılımcıların, "hiçbir zaman" diyenlere kıyasla aile aidiyeti düzeylerinde anlamlı bir artış olduğunu göstermektedir.

Genç yetişkinlerin kendilik aidiyeti puanları da çocukluk çağlarındaki satın almak istedikleri şeylere ulaşma düzeyine bağlı olarak anlamlı farklılıklar göstermektedir (F:5.095; p<.05). Puanlar şu şekilde sıralanmaktadır: hiçbir zaman (\bar{X} =42.12), nadiren (\bar{X} =47.97), bazen (\bar{X} =49.14), çoğunlukla (\bar{X} =50.89) ve her zaman (\bar{X} =50.75). Scheffe testi ile yapılan analizde, "bazen," "çoğunlukla," ve "her zaman" diyen katılımcıların kendilik aidiyeti düzeylerinin, "hiçbir zaman" diyenlere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Aynı şekilde, genç yetişkinlerin aile aidiyeti puanları da çocuklukta istenilen ürünlere ulaşabilme düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir (F:4.666; p<.05). Bu puanlar sırasıyla şu şekilde sıralanır: hiçbir zaman (\bar{X} =15.37), nadiren (\bar{X} =16.53), bazen (\bar{X} =17.12), çoğunlukla (\bar{X} =17.71) ve her zaman (\bar{X} =18.28). Scheffe testi

sonucunda, "çoğunlukla" ve "her zaman" seçeneklerini seçen katılımcıların, "hiçbir zaman" diyenlere göre aile aidiyeti düzeylerinde anlamlı bir artış olduğu belirlenmiştir. Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma ölçeği ve alt boyutları, çocukluk dönemlerinde istedikleri şeylere ulaşma düzeyine göre anlamlı bir fark göstermemektedir ($p>.05$).

4.2. Aile Aidiyeti Ölçeği, Kompulsif Satın Alma Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Araştırmanın temel sorusu doğrultusunda, aile aidiyeti ve kompulsif satın alma arasında bir ilişki olup olmadığını test etmek amacıyla aile aidiyeti ölçeğinin alt boyutlarına yönelik çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen analiz sonuçları, Tablo 4.14'de sunulmuştur.

Katılımcıların "Aile aidiyeti ölçeği ve kompulsif satın alma ölçeği puanları arasındaki ilişki anlamlı mıdır?" sorusu temelinde yapılan incelemenin bulguları da Tablo 4.14'de yer almaktadır.

Tablo 4.14: Aile Aidiyeti Ölçeği, Kompulsif Satın Alma Ölçeği ve Alt Boyutları Korelasyon Analizi

| Değ. | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. |
|---------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|----|
| 1.Kendilik A. | - | | | | | | |
| 2.Aile A. | .700** | - | | | | | |
| 3.Harcama E. | -.072 | -.119** | - | | | | |
| 4.Tepkisellik | -.061 | -.127** | .763** | - | | | |
| 5.Pişmanlık | -.105* | -.175** | .560** | .588** | - | | |
| 6.AAÖ | .980** | .827** | -.090* | -.084 | -.131 | - | |
| 7. KSAÖ | -.087 | -.153** | .934** | .894** | .767** | -.112* | - |

** $p<.01$

* $p<.05$

Harcama eğilimi alt boyutu ile aile aidiyeti ölçeği arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r = -0.090$, $p < .05$). Pişmanlık alt boyutu ile aile aidiyeti ölçeği arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r = -0.131$, $p < .01$). Kompulsif satın alma ölçeği ile aile aidiyeti ölçeği arasında da negatif yönde anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir ($r = -0.112$, $p < .05$).

Bu bulgulara göre, genç yetişkinlerin aile aidiyeti puanları arttıkça, kompulsif satın alma puanlarının azaldığı anlaşılmaktadır.

4.3. Aile Aidiyeti Ölçeğinin Kompulsif Satın Alma Ölçeğini Yordama Düzeyine İlişkin Bulgular

Katılımcıların “Genç yetişkinlerin aile aidiyet düzeyi kompulsif satın alma davranışı düzeyini ne düzeyde yordamaktadır?” Temel problemine dair bulgular Tablo 4.15’de verilmektedir.

Tablo 4.15: Kompulsif Satın Alma Puanlarının Yordanmasına İlişkin Çoklu Regresyon Sonuçları

| Değişkenler | B | S.H | β | t | p | İkili r | Kısmi r |
|---------------|--------|-------|---------|--------|------|---------|---------|
| Sabit | 33.926 | 2.652 | | 12.790 | .000 | | |
| Kendilik A. | .043 | .068 | .039 | .621 | .535 | -.092 | .177 |
| Aile Aidiyeti | -.565 | .197 | -.181 | -2.872 | .004 | -.951 | -.178 |

R=.16 R²=.02
F(2-483)= 6.02 P=.00

Kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti düzeyinin kompulsif satın alma düzeyini yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi (enter metod) yapılmıştır. Kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti düzeyleri birlikte kompulsif satın alma düzeylerini anlamlı bir şekilde yordamaktadır (R=.16 , R²=.02, p<.05). Adı geçen iki değişken birlikte kompulsif satın alma düzeyindeki varyansın %2’sini açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı değişkenlerin kompulsif satın alma düzeyindeki görece önem sırası; kendilik aidiyeti ve aile aidiyettir. Bununla birlikte aile aidiyetinin kompulsif satın alma üzerindeki etkisi negatif yöndedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, genç yetişkinlerin aile aidiyeti düzeyi ile kompulsif satın alma arasındaki ilişkinin incelenmesi ile elde edilen sonuçlara, literatürdeki araştırmalar kapsamında tartışmalara ve elde edilen bulgular üzerinden düzenlenen önerilere yer verilmiştir.

5.1. Aile Aidiyeti Düzeyine Yönelik Sonuçların Tartışılması

Bu Araştırmada katılımcıların aile aidiyeti düzeyleri çeşitli demografik değişkenler açısından kıyaslanmıştır. Buna göre yapılan ilk kıyaslama cinsiyet değişkeni üzerinden yürütülmüştür ve toplam puanda ve alt boyutu olan aile aidiyetinde anlamlı sonuç bulunamamıştır. Aile aidiyeti ölçeğinin alt boyutu olan kendilik aidiyeti ile cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır. Bu doğrultuda kadınların kendilik aidiyeti düzeylerinin erkeklerin aile aidiyeti düzeylerine göre anlamlı bir biçimde yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç ile ilgili literatür incelendiğinde Yeter (2019) “Üniveriste Öğrencilerinin Mutluluk Düzeylerinin Aile Aidiyeti ve Manevi Yönelimlerine Göre Yordanması” adlı çalışmada cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Biter (2021), beliren yetişkinlik dönemindeki bireyler ile yürütmüş olduğu çalışmada, aile aidiyeti ölçeğinin alt boyutu olan aile aidiyeti puanları açısından cinsiyet değişkeni anlamlı fark göstermiştir ve bu farka göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla daha yüksek aile aidiyeti düzeylerinin olduğu belirlenmiştir. Güneş (2018) ise çalışmada, yürütülen araştırma sonucuna benzer bir biçimde aile aidiyeti alt boyut puanlarında anlamlı bir farklılığa sahip değilken kendilik aidiyeti alt boyutunda anlamlı bir farklılık olduğunu belirlemiş ve bu farklılığın kadınların erkeklere oranla daha yüksek düzeyde aile aidiyeti düzeyleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla literatür incelendiğinde araştırmaya paralel sonuçlara ulaşıldığı gibi farklı sonuçların olduğu da görülmektedir.

Katılımcıların aile aidiyeti düzeyi, medeni durum değişkenine göre incelendiğinde anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde Boydağ (2024)’ın, 18-65 yaş arası 418 kadın katılımcı ile yürütmüş olduğu çalışmada medeni durum değişkeni ile aile aidiyeti düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Topçuoğlu ve Myradov (2021) benzer sonuçlara ulaşmış ve aynı şekilde Yılmaz (2024) şizofren tanılı bireyler ve aileleriyle gerçekleştirmiş olduğu

araştırmasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Araştırmanın bulguları ve literatür incelendiğinde benzer sonuçlara ulaşıldığı ortaya konulmaktadır. Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği psikolojik destek alma durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Ölçeğin alt boyutlarından kendilik aidiyeti puanlarında anlamlı bir farklılık gösterdiği fakat aile aidiyeti alt boyutu puanlarının anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Psikolojik destek alan bireylerin almayan bireylere göre aile aidiyeti düzeyinin daha düşük olduğu ortaya konulmaktadır.

Araştırmada eğitim düzeyi ve aile aidiyeti arasındaki ilişki arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Eğitim düzeyi lisans ve lisansüstü olan katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin ilköğretim/ortaokul ve lise eğitim düzeyinde olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu ile ilgili farklı çalışmalar ele alındığında Boydağ (2024)'ın benzer sonuçlar elde ettiği fakat diğer çalışmaların eğitim düzeyi değişkenini belirli örneklem grupları açısından ele aldıkları ve bu nedenle çalışmanın literatüre bu açıdan zenginlik katacağı düşünülmektedir. Gök (2019) ve Kiremitçi (2020) lise öğrencileriyle araştırmasını gerçekleştirirken, Tunç (2019)'un Üniversite öğrencileriyle araştırmasını gerçekleştirmiştir. Gümüštepe (2023)'nin yetişkin bireylerle yürütmüş olduğu, bağlanma biçimlerinin bireyin aile aidiyetine ve yaşam becerilerine olan etkisini ele alan çalışmada eğitim düzeyi açısından aile aidiyeti düzeyinde anlamlı bir fark olmadığı belirtilmektedir.

Aile tipi değişkeni açısından bakıldığında anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Aile aidiyeti toplam ölçek puanı ve alt boyutu kendilik aidiyeti puanlarının aile tipi değişkeni çekirdek aile ve geniş aile olan katılımcıların tek ebeveynli aile olan katılımcılara göre aile aidiyeti düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bir diğer alt boyut olan aile aidiyeti puanları ise çekirdek aile tipi olan katılımcıların tek ebeveynli aile tipi olan katılımcılara göre daha yüksektir. İlgili literatür incelendiğinde, Aslantürk (2017)'ün tam ve tek ebeveynli aileye sahip olan bireylerle yürütmüş olduğu çalışmasında tam aileye sahip olan bireylerin aile aidiyetinin tek ebeveynli aileye sahip olan bireylere göre daha yüksek olduğu ortaya konulmaktadır. Saki (2017) araştırmasında aile aidiyeti düzeyini spor ve farklı değişkenler bakımından ele almış ve aile aidiyetini aile tipi değişkeni açısından ele aldığı araştırma sonucuna benzer bir biçimde sonuç elde ettiği görülmüştür. Araştırma sonucuna benzer çalışmaların yanı sıra farklı çalışma sonuçlarında yer aldığı söylenebilir. Yeter (2019)'in çalışmasında aile tipi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Bu araştırma kapsamında aile aidiyeti toplam ölçek puanı ve alt boyutları (kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti) algılanan ekonomik düzey değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir. Orta ve yüksek ekonomik düzeye sahip katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin düşük ekonomik düzeye sahip olan katılımcılara göre yüksek olduğu görülmektedir. Araştırma sonucuna benzer bir bulguya Biter'in (2021) çalışmasında da rastlanmaktadır. Literatür incelendiğinde araştırmanın sonucunun tersi sonuçların yer aldığı söylenebilmektedir. Smith ve ark., (2010) ekonomik düzeyin etkisinin aile aidiyetini duygusal bağlar ve iletişime göre etki düzeyinin altında etkileyeceğini belirtmektedir. Bu sonuçlar ışığında bireyin algılanan ekonomik düzey değişkeni açısından aile aidiyeti düzeyinin etkilenmesinin sebebi olarak, artan ekonomik refah düzeyi ile aile içi iletişimin daha sağlıklı ve stres altında olmadan ilerleyeceği olduğu düşünülmektedir.

Algılanan stres düzeyi değişkeni açısından aile aidiyeti ölçek puanı ve alt boyutları (kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti) anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Düşük ve orta stres düzeyine sahip olan kişilerin aile aidiyeti düzeyleri, yüksek stres düzeyine sahip olan kişilere göre daha yüksektir. Literatür incelendiğinde araştırma sonucuna benzer sonuçlar olduğu görülmektedir. Özoğul (2020), öğretmenlerle yürütmüş olduğu çalışmasında aile aidiyetinin stres, depresyon ve anksiyete ile olan ilişkisini ele almaktadır. Araştırma sonucuna göre stres faktörü bireylerin aile aidiyeti düzeyini etkilemektedir. Stres düzeyi arttıkça bireyin aile aidiyetinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Stres ve aile aidiyeti arasındaki negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Literatürde stres ve aile aidiyetinin arasındaki ilişkiye değinen çalışmaların kısıtlı olduğu fakat aidiyet duygusunun stresi azaltan bir etki ortaya koyduğunu ele alan çalışmalar mevcuttur. Hagerty ve Patusky (1995), aidiyet duygusu olmadığında stres ve anksiyete gibi olumsuz duygu durumlarının açığa çıkmasının daha kolay olduğunu belirtmektedir.

Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ölçeği puanları ve alt boyutları (kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti), çocukluk çağlarında satın alınmak istenen şeylere ulaşabilme düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bazen, çoğunlukla ve her zaman yanıtı veren katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin hiçbir zaman yanıtı veren bireylere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu değişken ile ilgili literatür incelemesi yapıldığında algılanan ekonomik düzey değişkenine benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Topçuoğlu ve Myradov (2021) araştırmalarında çalışmayla paralel

sonuçlara ulaşmışlardır. Katılımcıların ailelerinde ekonomik refah düzeyinin artışının aile aidiyeti düzeylerini arttırması bireylerin ekonomik kaygılar ortadan kalktığında daha sağlıklı ilişkiler sürdürdüğünü düşündürmektedir.

5.2. Kompulsif Satın Alma Davranışı Düzeyine Yönelik Sonuçların Tartışılması

Bu Araştırmada katılımcıların kompulsif satın alma davranışı düzeyleri çeşitli demografik değişkenler açısından kıyaslanmıştır. Buna göre yapılan ilk kıyaslama cinsiyet değişkeni üzerinden yürütülmüştür. Toplam puanda ve alt boyutları olan harcama eğilimi, tepkisellik ve pişmanlık puanlarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. İlgili literatür incelendiğinde Yeşil (2025)'in “Kompulsif satın alma davranışında bilişsel süreçlerin nöropsikolojik testlerle değerlendirilmesi” adlı çalışmasında benzer sonuca ulaşıldığı görülmektedir. Terzi (2021) tarafından kompulsif satın almanın etkilerine dair yürütülen çalışmada araştırma sonucundan farklı olarak kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre kompulsif satın alma düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Literatüre bakıldığında buna benzer olarak kadınların erkeklere oranla daha fazla kompulsif satın alma davranışında bulunduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Faber ve O'Guinn,1992; Dittmar, 2005; Türk, 2018). Bu araştırma sonucuna göre kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı farklılık görülmemesi bireylerin günümüzde cinsiyet farkı gözetmeksizin satın alma davranışında bulunabildiğini gösterebilir.

Araştırmanın bir diğer değişkeni olan medeni durum değişkeninin anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Literatüre bakıldığında benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Örneğin; Türk (2018)'ün çalışmasında bekar ve evli bireylerin aynı düzeyde kompulsif satın alma düzeylerine sahip olduğu görülmektedir. Farklı sonuçlara sahip çalışmalarında olduğu görülmektedir. Yakın ve Aytekin (2018), bekar bireylerin evli bireylere göre kompulsif satın alma düzeylerinin daha yüksek olduğunu ortaya koyarken, Eroğlu (2015) evli bireylerin kompulsif satın alma düzeyleri daha yüksek sonucuna ulaşmıştır. Bu araştırma kapsamında sonuç ele alındığında medeni durum açısından farklılık olmaması bireylerin sahip olduğu şartların eşit olması anlamına gelebilir. Bunu bekar bireylerinde evli bireylerinde kompulsif satın alma davranışını ortaya çıkaran faktörlerin (stres, depresyon, anksiyete gibi) aynı düzeyde yaşıyor olması açıklayabilir. Başka bir bakış açısıyla bakacak olursak ise bireyin günümüz koşullarında kolay bir biçimde alışverişe ulaşması bazı demografik değişkenlerin etkisini ortadan kaldırmış olabileceği düşünülmektedir. İnternet

üzerinden zaman ve mekan fark etmeden yapılabilen satın alma eylemi farklılıklarının etkisini minimuma indirmiş olabilir. Araştırmanın bir diğer değişkenleri olan psikolojik destek alma ve eğitim düzeyi değişkeninin anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. İlgili literatür incelendiğinde Terzi (2018), lisans düzeyine sahip katılımcıların lisansüstü eğitim düzeyi olan katılımcılara göre daha fazla kompulsif satın alma düzeyine sahip olduklarını çalışmasında ortaya koymaktadır. Yeşil (2025) tarafından yürütülen çalışmada ise bu araştırma sonucuna benzer olarak eğitim düzeyi değişkeninin anlamlı bir farklılık göstermediği belirtilmiştir. Aile tipi değişkeni açısından Kompulsif satın alma ölçeği ve alt boyutları (harcama eğilimi, tepkisellik, pişmanlık) anlamlı farklılık göstermektedir. Tek ebeveynli aile tipine sahip olan bireylerin, çekirdek aile ve geniş aile tipine sahip olan bireylere göre kompulsif satın alma düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. İlgili literatür incelendiğinde, Devrimağ ve Balıkçioğlu (2019) Boşanmanın etkilerini genç yetişkinler ile değerlendirdikleri çalışmalarında, boşanmış aile tipine sahip olan bireylerin kompulsif satın alma düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Krueger (1988) boşanmanın kompulsif satın almayı etkilediğini fakat diğer aile olaylarında etkileyemediğini ifade etmektedir. Bu bulgular açısından bakıldığında bireyin manevi doyumu en fazla yaşadığı yer olarak düşünülen aile kurumunun varlığı olumsuz bir sürece girdiğinde bireyler manevi açlık yaşayabilir. Bunu telafi etmek adına maddi bir doyum yaşama amaçlanarak bireyler kompulsif davranışlar gösteriyor olabilir.

Algılanan ekonomik düzey değişkeni açısından Kompulsif satın alma ölçeği ve alt boyutları (harcama eğilimi ve tepkisellik) anlamlı farklılık göstermektedir. Kompulsif satın alma toplam puanı ve alt boyutu harcama eğilimi puanlarının fark gösterdiği düzeylere bakılmış ve yüksek ekonomik düzeye sahip olan katılımcıların orta ve düşük ekonomik düzeye sahip katılımcılara göre kompulsif satın alma düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Tepkisellik alt boyutunda olan fark ise yüksek ekonomik düzeye sahip olan katılımcıların orta ekonomik düzeye sahip olan katılımcılara göre kompulsif satın alma düzeylerinin yüksek olmasıdır. Pişmanlık alt boyutunun anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir. Bu bulgu ile ilgili çeşitli araştırmalar incelendiğinde, Karaboğa ve Pektaş (2020) çalışmalarında bu araştırma sonucuna benzer olarak, gelir düzeyi orta düzeye denk gelen katılımcıların düşük düzeye sahip olan katılımcılara göre anlamlı bir farklılık gösterdiğini belirlemişlerdir. Sharif ve Khanekharab (2017) yüksek gelir düzeyi olan katılımcıların düşük olan katılımcılara

çevrimiçi kompulsif satın alma davranışlarının daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Terzi (2021), düşük gelir düzeyine sahip bireylerin kompulsif satın alma davranışlarının, daha yüksek gelir düzeyine sahip bireylere göre daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Öte yandan Bilgen (2014) tarafından yapılan araştırmada, kompulsif satın alma ve gelir düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu açıdan araştırma sonucuna benzer sonuçlar olduğu gibi farklı sonuçlarında olduğu görülmektedir. Katılımcılardan elde edilen bulgular eşliğinde, yüksek ve orta ekonomik düzeyin bireyde satın alma eğilimini daha fazla ortaya çıkarma nedenlerinden birinin ekonomik kaygılarının daha düşük olması ve bu nedenle dürtülerine engel olmakta bir sakınca görmemeleri olduğu düşünülmektedir. Bireyin önünde bir engel olmadığında kompulsif satın alma düzeylerinin açığa çıkması daha olası olabilir. Algılanan stres düzeyi değişkeni açısından kompulsif satın alma ölçek puanı ve alt boyutları (harcama eğilimi, tepkisellik ve pişmanlık) anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Yüksek stres düzeyine sahip olan kişilerin kompulsif satın alma düzeyleri, düşük ve orta stres düzeyine sahip olan kişilere göre daha yüksektir. Literatür incelendiğinde araştırma sonucuna benzer sonuçlar olduğu görülmektedir. Yıldırım (2022) çalışmasında, stres düzeyinin kompulsif satın alma davranışı üzerinde obsesif düşünceler ve sosyal kaygı düzeyine göre daha fazla etkisinin olduğunu belirtmiştir. Artan stres düzeyinin kompulsif satın alma düzeyini arttırdığını ortaya koymaktadır. Benzer bir biçimde Traş ve Yakıcı (2023)'nın depresyon, anksiyete ve stresin kompulsif satın alma düzeyine olan etkisini ele aldıkları araştırmalarında aralarında anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmektedirler. Stres düzeyi artan katılımcıların kompulsif satın alma düzeylerinde arttığını belirtmektedirler. Sneath, Lacey ve Kennett-Hensel (2009), stres altında olan ve depresyon belirtileri bulunan bireylerin kompulsif satın alma düzeylerinin yüksek olduğu yürütmüş oldukları çalışmalarında ortaya konulmaktadır. Bu bulgular eşliğinde değerlendirildiğinde bireylerin olumsuz duygu durumlarının etkisini hafifletmek amacıyla kompulsif satın alma davranışında buldukları düşünülmektedir. Stres düzeyi yüksek bireylerin duygusal olarak kendilerini boşlukta hissedecekleri ve bu boşluğu doldurmak adına satın alma eyleminde buldukları düşünülmektedir. Birey stres ile başa çıkmak için kompulsif satın alma davranışında bulunuyor olabilir.

Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma ölçeği puanları ve alt boyutu olan harcama eğilimi puanlarının, çocukluk çağlarında algılanan ailenin ekonomik durum düzeyine

göre anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların, çocukluk çağlarında algılanan ailenin ekonomik durum düzeyi yüksek olanların orta düzey olanlara göre kompulsif satın alma ölçek puanlarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Harcama eğilimi puanları açısından farklılığa baktığımızda ise yüksek ve orta ekonomik düzeye sahip katılımcıların düşük ekonomik düzeye sahip olan katılımcılara göre harcama eğilimi puanlarının yüksek olduğu görülmektedir. Tepkisellik ve pişmanlık alt boyutlarında anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Çeşitli araştırmalar ile kıyaslandığında, araştırmanın algılanan ekonomik düzey değişkeni ile benzer sonuçlar olduğu söylenebilir.

Kompulsif satın alma ölçeği puanları ve alt boyutları (harcama eğilimi, tepkisellik ve pişmanlık) can sıkıntısı durumunda alışveriş ortamında bulunma düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Can sıkıntısı durumuna göre alışveriş ortamında bulunma düzeyini nadiren, bazen, çoğunlukla ve her zaman olarak belirten katılımcıların, hiçbir zaman olarak belirten katılımcılara göre kompulsif satın alma, harcama eğilimi ve tepkisellik düzeylerinin anlamlı bir şekilde yüksek olduğu belirlenmiştir. Can sıkıntısı durumu literatürde incelendiğinde olumsuz psikolojik belirtiler açısından ele alınmıştır. Moon ve Attiq (2018)'in çalışmalarında kişilerin olumsuz olan deneyim ve duygulardan kaçınmak adına kompulsif satın alma davranışında bulduklarını ifade etmektedirler. Bireylerin sosyal ve duygusal olarak yalnızlık hissetmesinin kompulsif satın alma davranışını arttırdığı Yıldırım (2022)'in çalışmasında belirtilmektedir. Bu bulgular ışığında bireylerde can sıkıntısına sebep olabilecek etkenlerin stres, yalnızlık, kaygı gibi olumsuz duygu durumlarının olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce açısından literatür değerlendirmesi yapılmıştır. Bireylerin can sıkıntısını telafi etmek amacıyla kompulsif satın alma davranışında buldukları düşünülmektedir. Hayatta en mutlu hissedilen anın alışveriş yapılan zamanlar olma durum düzeyine göre bazen, çoğunlukla ve her zaman olan katılımcıların, hiçbir zaman olan katılımcılara göre kompulsif satın alma düzeylerinin ve alt boyutlarının (harcama eğilimi, tepkisellik ve pişmanlık) anlamlı bir şekilde yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu değişkeninde can sıkıntısı gidermek için yapılan satın alma gibi mutlu hissetmek ve kişinin olumsuzluktan kurtulmak istemesi olarak değerlendirilmiştir. Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma ölçeği puanları ve alt boyutlarının (harcama eğilimi, tepkisellik ve pişmanlık) alışveriş tercihinde sosyal medyanın etki düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. alışveriş tercihinde

sosyal medyanın etki düzeyine göre çoğunlukla ve her zaman olan katılımcıların, hiçbir zaman, nadiren ve bazen olan katılımcılara göre kompulsif satın alma düzeylerinin, alt boyutları olan harcama eğilimi ve tepkisellik düzeylerinin anlamlı bir şekilde yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcılardan her zaman cevabı olan katılımcıların, hiçbir zaman, nadiren, bazen ve çoğunlukla olan katılımcılara göre Pişmanlık alt boyutu puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Literatür incelendiğinde, Akçalı ve Hacıoğlu (2022)'nin çalışmasında bireylerin sosyal medya sıklığı arttıkça kompulsif satın alma davranışlarının arttığını belirtmektedir. Seyfi, Güven ve Keklikçi (2021)'nin sosyal medyanın pazarlama yönlerine dair kompulsif satın alma üzerindeki etkisini ele aldıkları çalışmalarında, sosyal medyanın kompulsif satın almayı etkilediği belirlenmiştir. Demirel ve Tapan (2023) Üniversite öğrencileriyle yürütmüş oldukları ve sosyal medya ile kompulsif çevrimiçi satın alma ilişkisine dair olan çalışmalarında, sosyal medya kullanımının bireylerin kompulsif çevrimiçi satın alma düzeylerini arttırdığını ortaya koymaktadırlar. Bu bulgular incelendiğinde, artan sosyal medya kullanımı ve sosyal medyada maruz kalınan reklamların kişinin satın alma dürtüsünü arttırdığı düşünülmektedir. Kolay ulaşılabilir olması ve satın almak istenilen ürünü sosyal medya faktörü ile görsel olarak sık sık görmek bireylerin düşünce ve eylemlerini etkiliyor olabilir. Genç yetişkinlerin kompulsif satın alma ölçeği puanları ve alt boyutları (harcama eğilimi ve tepkisellik) satın alınan ürünün sosyal statü kazandırdığına dair düşünce düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Satın alınan ürünün sosyal statü kazandırdığına dair düşünce düzeyine göre bazen, çoğunlukla ve her zaman olan katılımcıların, hiçbir zaman olan katılımcılara göre kompulsif satın alma düzeylerinin anlamlı bir şekilde yüksek olduğu belirlenmiştir. Pişmanlık alt boyutu puanlarının anlamlı bir biçimde farklılaşmadığı görülmektedir. Literatürde statü tüketimi başlığında ele alındığı ve Roberts'in (2000) araştırmasında, bireyin statü elde etmek amacıyla satın alma davranışında bulunması ile kompulsif satın alma düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Bilgen (2014) çalışmasında benzer bir biçimde statü tüketiminin kompulsif satın alma davranışı düzeyini etkilediği ve bireylerin statü elde etmek amacıyla yaptıkları satın alma eyleminin kompulsif satın alma düzeyini arttırdığı sonucuna ulaşmaktadır.

5.3. Aile Aidiyeti Düzeyi ve Kompulsif Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçların Tartışılması

Kompulsif satın alma ölçeği ve alt boyutları (harcama eğilimi ve tepkisellik) ile aile aidiyeti ölçeği arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların aile aidiyeti puanları arttıkça kompulsif satın alma puanları azalmaktadır. Literatür incelendiğinde aile aidiyeti ve kompulsif satın alma arasındaki ilişkiye dair çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Rindfleisch ve ark., (1997) yapmış oldukları çalışma neticesinde aile ortamı sorunlu olan bireylerin kompulsif satın alma eğiliminde bulduklarını belirtmektedir. Singh ve Nayak (2016) ergen bireyler ile yürütmüş oldukları araştırmalarında aile ortamının kompulsif satın alma üzerindeki etkisini incelemiş ve aile ortamının olumsuz olan etkilerinin kompulsif satın alma düzeyini etkilediği sonucunu belirlemişlerdir. Nguyen ve ark., (2009) genç yetişkinler ile yapmış oldukları çalışma neticesinde bireylerin ailelerinde sağlıklı iletişim kurma düzeyleri ile kompulsif satın alma düzeyleri arasında ilişki olduğu ortaya konulmaktadır. Baker ve ark., (2011) yıkıcı aile olaylarının bireylerde kompulsif satın alma davranışına sebep olduğunu belirtmektedir. Tüm bu araştırmalar açısından ele aldığımızda bireyin kendini ait hissetme ihtiyacı doğuştan gelmektedir. Bu ihtiyacı ilk karşıladığı yer olarak aile kurumunu düşünürsek bu ihtiyacın karşılanamaması durumunda olumsuz etkilerin ortaya çıkması daha mümkün olabilmektedir. Kompulsif satın alma davranışı olumsuz bir durum oluşturduğu için aile aidiyeti gibi olumlu bir kavramın etkisinin azalması neticesinde ortaya çıkabilmektedir. Ailenin varlığı kişinin olumsuz davranışlarına engel oluşturabilmektedir.

5.4. Aile Aidiyeti Ölçeğinin Kompulsif Satın Alma Ölçeğini Yordamasına İlişkin Sonuçların Tartışılması

Bir diğer araştırma bulgusunda, kendilik aidiyeti ve aile aidiyeti düzeyleri birlikte kompulsif satın alma düzeylerini anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Adı geçen iki değişken birlikte kompulsif satın alma düzeyini %2 oranında etkilemektedir. Bununla birlikte aile aidiyetinin kompulsif satın alma üzerindeki etkisi negatif yöndedir. Aile aidiyeti düzeyleri arttıkça bireylerin kompulsif satın alma düzeyleri azalmaktadır. Elde edilen bu sonuç, bireyin psikososyal ihtiyaçlarını aile içinde karşılayabilmesinin,

dışsal doyum kaynaklarından olan kompulsif satın almaya olan ihtiyacını azaltabileceğini göstermektedir. Aile, bireyin temel ihtiyaçlarından olan başlıca güvenlik, aidiyet ve değerli hissetme gibi gereksinimlerini karşıladığı düzeyde, bireylerin harcamaya yönelik davranışlarında daha işlevsel ve kontrol edilebilir tercihler yaptığı söylenebilir (Baumeister & Leary, 2017). Literatürde bu sonuca benzer bir çalışmada sosyal desteğin yüksek olduğu bireylerde kompulsif satın alma davranışlarının daha düşük olduğu belirlenmiştir (Roberts, Manolis & Tanner 2006). Bu bağlamda, aile aidiyetinin bir tür sosyal destek işlevi gördüğü ve bireyin stresle başa çıkma biçimlerini etkilediği düşünülebilir.

Başka bir açıdan araştırmanın bulguları, kompulsif satın almanın yalnızca bireysel olarak değil aynı zamanda aile odaklı psikososyal faktörlerle ilişkili olduğunu da göstermektedir. Özellikle bireylerin kendini aileleri içinde aidiyet hissi hissetmeleri olumsuz davranışlar üzerinde koruyucu etki oluşturabilmektedir. Bu durum, kompulsif satın alma gibi dürtüsel olarak gerçekleşen davranışların kontrolü bakımından fazlasıyla önem arz etmektedir (Faber & O'Guinn, 1992). Bu sonuçlar, literatürde kompulsif satın alma davranışının yalnızca bireysel olarak yaşanan psikolojik rahatsızlıklar olan düşük benlik saygısı, depresyon ile açıklanamayacağını, aynı zamanda bireyin ilişki içerisinde ve bağlı olduğu sosyal yapılarla da ilişkilendirilmesi gerektiğine dair görüşleri desteklemektedir (Dittmar, 2005). Aile yapısı, bireyin değer sisteminin oluşumunda temel bir rol oynadığından, sağlıklı aile ilişkileri, bireyin tüketim alışkanlıklarının sağlıklı bir çerçevede şekillenmesine katkı sağlayabilir.

5.5. Öneriler

Bu bölümde aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı ile ilgili gerçekleştirilen literatür çalışması ve bunun sonucunda elde edilen bulgular eşliğinde alanda araştırma yürütmek isteyen araştırmacılar için önerilere yer verilmiştir.

Araştırma Bulgularına Yönelik Öneriler;

- Yapılan analiz sonuçları neticesinde, kadınların elde edilen kendilik aidiyeti puanlarının erkeklere göre bu çalışma kapsamında düşük fakat çeşitli çalışmalar açısından daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre benlik algısı ve cinsiyet rolleri üzerinde derinlemesine bir araştırma yapılabilir.
- Lisans ve lisansüstü düzeydeki bireylerin, daha düşük eğitim düzeyindekilere göre aile aidiyeti puanları daha yüksektir. Bu bulgu, eğitimin aileyle kurulan bağları olumlu yönde etkilediğini göstermekte; erken yaşta uygulanacak değer temelli programların önemini ortaya koymaktadır.
- Çekirdek ve geniş aile tipinde büyüyen bireylerin aile aidiyeti düzeyleri, tek ebeveynli bireylere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç, aile tipinin aidiyet duygusunu şekillendirdiğini ve özellikle tek ebeveynli bireyler için destekleyici sosyal programlara ihtiyaç olduğunu gösterebilir.
- Tek ebeveynli ailelerde yetişen bireyler, diğer aile tiplerine sahip bireylere göre daha yüksek düzeyde kompulsif satın alma davranışı sergilemektedir. Bu durum, duygusal ihtiyaçların tüketim yoluyla karşılanmaya çalışıldığını göstermekte; bu bireyler için psikoeğitim ve bilinçlendirme programlarının önemine işaret edebilir.
- Araştırma bulguları, ekonomik durumu orta ve yüksek olan bireylerin, düşük düzeydekilere kıyasla daha güçlü aile aidiyeti hissettiklerini göstermektedir. Bu durum, ekonomik koşulların aile bağları üzerinde etkili olabileceğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, düşük gelirli bireyler için sosyal destek ve aile içi iletişimi güçlendiren psikososyal programların yaygınlaştırılması önerilmektedir.
- Ayrıca, ekonomik durumu daha iyi olan bireylerin kompulsif satın alma eğilimlerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu, artan ekonomik kaynakların kontrolsüz tüketime yol açabileceğini göstermektedir. Bu gruba

yönelik bilinçli tüketimi teşvik eden farkındalık çalışmaları ve finansal okuryazarlık eğitimleri önem kazanmaktadır.

- Araştırma bulguları, düşük stres düzeyine sahip bireylerin aile aidiyetinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu, stresin aile bağları üzerinde olumsuz etkisi olabileceğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, stres yönetimi becerilerini geliştiren psikoeğitim programları ile aile içi iletişimi destekleyen müdahaleler önerilmektedir.
- Ayrıca, yüksek stres düzeyine sahip bireylerin kompulsif satın alma davranışlarının daha belirgin olduğu bulunmuştur. Bu durum, stresin kontrolsüz tüketime yol açabileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda, bireylere stresle başa çıkma ve duygusal düzenleme becerileri kazandıracak eğitim ve programların yaygınlaştırılması önerilmektedir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler;

- Bu çalışma 18-40 yaş arası genç yetişkin bireyler ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın genellenebilmesi açısından farklı yaş grupları ve farklı örneklemlemler ile gerçekleştirilebilir.
- Bu araştırma nicel araştırma deseni ile yürütülmüştür. Özellikle aile aidiyetinin bireyler üzerindeki psikososyal etkilerini ve kompulsif satın alma davranışının duygusal boyutlarını daha derinlemesine inceleyebilmek amacıyla, nitel desende yürütülen bir araştırma katkı sağlayabilir.
- Nicel verilerle desteklenen nitel bulguların birlikte değerlendirilmesi, araştırmaların hem derinliğini hem de genellenebilirliğini arttırabilir.
- Aile aidiyetinin yalnızca duygusal bağlamda değil, aile içi iletişim biçimi, ebeveyn tutumları, aile yapısı gibi faktörlerle birlikte ele alınarak analiz edilmesi, daha bütüncül sonuçlar elde edilmesine katkı sağlayabilir,
- Aile aidiyeti ve kompulsif satın alma davranışı değişkenlerinin bir arada kullanıldığı çalışmaların sınırlı olması sebebiyle bu değişkenler üzerine daha farklı örneklem gruplarında çalışmalar planlanmaları,
- Sosyal medya, dijital pazarlama ve influencer kültürü gibi çağdaş faktörlerin kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkileri göz önünde bulundurularak bu değişkenlerle bütüncül modeller geliştirilmesi faydalı olabilir,

- Kompulsif satın alma davranışı, sosyal medya üzerinden maruz kalınan reklam ve tüketim odaklı içeriklerle tetiklenebilmektedir. Bu nedenle, medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi, bireylerin manipülatif pazarlama stratejilerine karşı daha dirençli olmasını sağlayabilir.
- Bulgular ışığında, özellikle kompulsif satın alma davranışının önlenmesine veya azaltılmasına yönelik psikolojik danışma, aile terapisi ya da toplumsal farkındalık programları gibi uygulama önerilerine de yer verilebilir.



KAYNAKÇA

- Adler, A. (1938). *Social interest: A challenge to mankind*. London: Faber & Faber.
- Akçalı, İ., & Hacıoğlu, G. (2021). Sosyal medya kullanım sıklığının tüketicilerin kompulsif satın alma davranışlarına etkisi: gösterişçi tüketim ve materyalizmin aracılık rolü. Online, 30 Haziran-2 Temmuz 2021, 1-20.
- Alaca, F. (2011). İki dilli olan ve olmayan öğrencilerde okul yaşam kalitesi algısı ve okula aidiyet duygusu ilişkisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Alptekin, D. (2011). Toplumsal aidiyet ve gençlik: üniversite gençliğinin aidiyeti üzerine sosyolojik bir araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Alptekin, D. (2011). Üniversite gençliğinin aidiyeti üzerine sosyolojik bir araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Anant, S. S. (1966). Need to belong. *Canadas Mental Health*, 14(2), 21-27.
- Arda, V. (2024). Üniversite öğrencilerinin aile aidiyeti ve algılanan helikopter anne ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi).
- Armağan, E. & Temel, E. (2018). Türkiye’de online kompulsif alışveriş davranışı üzerine ampirik bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (4), 621-653.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American psychologist*, 55(5), 469.
- Arslan, K., Şahin, H., & Erkal, S. (2019). Üniversite öğrencilerinin aile aidiyetinin aile içi şiddete ilişkin görüşlerine ve bireysel özelliklerine göre karşılaştırılması. *Researcher*, 7(1), 168-180.
- Aslantürk, H. (2017). Tam aileye ve tek ebeveynli aileye sahip üniversite öğrencilerinin aile aidiyetlerinin karşılaştırılması. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.

- Ayazoğlu, B. A., Aksu, M., Ünübol, H., & Sayar, G. H. (2019). Alışveriş bağımlılığı. *Etkileşim*, (4), 44-64.
- Baker, A., Moschis, G. P., Rigdon, E., & Mathur, A. (2011). Effects of family structure on compulsive buying: A life course perspective. *Advances in Consumer Research*, 39, 422.
- Baker, A. M., Moschis, G. P., Benmoyal-Bouzaglo, S., & Pizzutti dos Santos, C. (2013). How family resources affect materialism and compulsive buying: A cross-country life course perspective. *Cross-Cultural Research*, 47(4), 335-362.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (2017). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Interpersonal development*, 57-89.
- Barber, B. K., & Olsen, J. A. (1997). Socialization in context: Connection, regulation, and autonomy in the family, school, and neighborhood, and with peers. *Journal of adolescent research*, 12(2), 287-315.
- Bayer, A. (2013). Değişen Toplumsal Yapıda Aile". Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 4(8), 101-129.
- Benson, A. L., & Gengler, M. (2004). Treating compulsive buying. *Addictive disorders: a practical handbook*. New York: Wiley, 451-91.
- Beziroğlu, M. (2018). Kompulsif satın alma, bilişsel duygu düzenleme ve davranışsal inhibisyon, davranışsal aktivasyon sistemi arasındaki ilişkiler (Yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bilgen, E. (2014). Kompulsif satın alma üzerinde materyalizm, statü tüketimi, moda yönelimi ve paraya yönelik tutumun etkisi (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Billieux, J., Rochat, L., Rebetez, M. M. L., & Van der Linden, M. (2008). Are all facets of impulsivity related to self-reported compulsive buying behavior?. *Personality and Individual Differences*, 44(6), 1432-1442.
- Biter, E. (2021). Beliren yetişkinlik dönemindeki bireylerin aile aidiyet düzeyinin bağlanma stilleri ve benlik saygısı bağlamında incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

- Black, D. W., Monahan, P., & Gabel, J. (1997). Fluvoxamine in the treatment of compulsive buying. *Journal of Clinical Psychiatry*, 58(4), 159-163.
- Black, D. W., Repertinger, S., Gaffney, G. R., & Gabel, J. (1998). Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying: preliminary findings. *American Journal of Psychiatry*, 155(7), 960-963.
- Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry*, 6(1), 14–18
- Black, D. W. (2022). Compulsive shopping: A review and update. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101321.
- Boss, P., Bryant, C. M., & Mancini, J. A. (2016). *Family stress management: A contextual approach*. Sage Publications.
- Boydağ B, (2024). Kadınlara yönelik psikolojik şiddette psikosomatik hastalıklar ve aile aidiyeti arasındaki ilişki. (Yüksek Lisans Tezi) Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Boylu, A. A., & Öztop, H. (2013). Tek ebeveynli aileler: Sorunlar ve çözüm önerileri. *Sosyoekonomi*, 19(19).
- Bozarıslan, S. (2019). Üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeyleri ve yaşam doyumlarının incelenmesi: Biruni Üniversitesi örneği (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Bozıbay, Z. ve Karakuş Başlar, E. (2019). Genel Kişilik Özellikleri, Materyalizm Ve Statü Tüketiminin Kompulsif Satın Alma Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37), 333-345.
- Bozkurt, H., Şahin, S., & Zoroğlu, S. (2016). İnternet bağımlılığı: Güncel bir gözden geçirme. *Çağdaş Tıp Dergisi*, 6(3), 235-247.
- Bridges, E., & Florsheim, R. (2008). Hedonic and utilitarian shopping goals: The online experience. *Journal of Business research*, 61(4), 309-314.
- Cavanagh, S. E. (2008). Aile yapısı, öykü ve ergen uyumu. *Aile Sorunları Dergisi*, 29(7), 944-980.
- Cavga, Z. (2019). Lise öğrencilerinde aile yaşam doyumunu ile psikolojik dayanıklılık ve sosyal medya kullanım bozukluğu arasındaki ilişkinin incelenmesi

- (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Chen, C. P. (1999). Transition to higher education: Major aspects and counseling guidelines. *Guidance and Counseling*, 14(3), 31-36.
- Cherlin, A. J. (2010). *The marriage-go-round: The state of marriage and the family in America today*. Vintage.
- Choenarom, C., Williams, R. A. ve Hagerty, B. M. (2005). The role of sense of belonging and social support on stress and depression in individuals with depression. *Archives of Psychiatric Nursing*, 19 (1), ss. 18-29. DOI: 10.1016/j.apnu.2004.11.003.
- Creswell, W. J. (2017). *Araştırma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. (S. B. Demir, Çev.). Eğiten Kitap.
- Christenson, G. A., Faber, R. J., De Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., Ekern, M. D., ... & Eckert, E. D. (1994). Compulsive buying: descriptive characteristics and psychiatric comorbidity. *The Journal of clinical psychiatry*, 55(1), 5-11.
- Darrat, A. A., Darrat, M. A., & 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.
- Demirel, A. C., & Tapan, M. G. (2023). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve kompulsif çevrimiçi alışveriş bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 60-78.
- Deveci, H. (2007). *Öğretmenlerin psikolojik ihtiyaçlarına ilişkin görüşleri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Dittmar, H. (2004). Understanding and diagnosing compulsive buying. *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment*, 411-450.
- Dittmar, H. (2005). A new look at "compulsive buying": Self-discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), 832-859.

- Dittmar, H. (2005). Affective and cognitive explanations for compulsive buying. *Journal of Social and Clinical Psychology, 24*(4), 457-476.
- Duru, E. (2007). Sosyal Bağıllık Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Eurasian Journal of Educational Research (EJER), (26)*.
- Edwards, E. A. (1993), "Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior", *Financial Counseling and Planning, 4*(1), 67- 85
- Eroğlu, F. (2015). Kompulsif satın alma eğiliminde kişisel faktörlerin, postmodern tüketim şekillerinin ve bir pazarlama çabası olarak reklamın rolü, (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ersanlı, K. ve Koçyiğit, M. (2013). Ait Olma Ölçeği'nin psikometrik özellikleri. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume, 8*(12). 751-764.
- Faber, R. J. (1992). Money changes everything: Compulsive buying from a biopsychosocial perspective. *American Behavioral Scientist, 35*(6), 809-819.
- Faber, R. J., Christenson, G. A., De Zwaan, M., & Mitchell, J. (1995). Two forms of compulsive consumption: Comorbidity of compulsive buying and binge eating. *Journal of Consumer research, 22*(3), 296-304.
- Faber, R. J., & O'guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of consumer Research, 459-469*.
- Faber, R., & O'Guinn, T. (2008). Compulsive buying. *Handbook of consumer psychology, 1039-1056*.
- Feyzioğlu, S. & Kuşçuoğlu, C. (2011). Tek ebeveynli aileler. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 26*(26), 97-110.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2003). *How to Design and Evaluate Research in Education*.(5'th Ed.). New York: Mac Graw Hill.
- Gladding, S.T. (2012). Aile terapisi: Tarih kuram ve uygulamaları. Ankara, Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği Yayınları. s. 30, 32, 75, 79, 80, 94.
- Goodenow, C. (1992). Strengthening the links between educational psychology and the study of social contexts. *Educational Psychologist, 27*(2), 177-196. https://doi.org/10.1207/s15326985ep2702_4

- Gök, E. (2019). Öznel iyi oluşun yordanmasında psikolojik ihtiyaçların karşılanması, aile aidiyeti ve ebeveyn algısı rolünün incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Güler, D., & Ulutak, N. (1993). Aile kavramının tarihsel gelişimi ve Türk toplum yaşantısında aile. *Kurgu Dergisi*, 11(1), 50-75.
- Gümüştpe, H. (2023) Yetişkinlerde bağlanma biçimlerinin, aile aidiyeti ve yaşam becerilerine etkilerinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniveristesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Günaydın, Ö. E. (2021). Kompulsif Satın Alma Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 897-912.
- Güneş, A. (2016). Tutunma çabası aidiyet (4. Baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Güneş, F. (2018). Genç yetişkinlerde güvengenlik ve utangaçlık: Aile aidiyet duygusunun ve duygu-düzenlemede öz-yeterlik algısının belirleyici etkisi (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Gwin, C., Roberts, J. & Martínez, C. (2004). Does Family Matter? Family Influences on Compulsive Buying in Mexico. *Marketing Management Journal*, 14(1), 45-62.
- Hagerty, B. M., & Patusky, K. (1995). Developing a measure of sense of belonging. *Nursing research*, 44(1), 9-13.
- Hikmetoğlu, S. (2023). Evli bireylerde psikolojik iyi oluş ve aile aidiyetinin evlilik uyumuna etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniveristesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Joji, N. A. ve Raveendran, P. T. (2008). Does Compulsive Buying Affect Credit Card Defaults?. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 12(4), 23-32.
- Kanner, A. D., Coyne, J. C., Schaefer, C., & Lazarus, R. S. (1981). Comparison of two modes of stress measurement: Daily hassles and uplifts versus major life events. *Journal of behavioral medicine*, 4, 1-39.

- Karaboğa, K., & Pektaş, G. Ö. E. (2020). Kompulsif satın alma davranış düzey ve biçimlerinin belirlenmesi üzerine kuşaklar arası deneyimsel bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(1), 155-172.
- Karahan, M. O. ve Söylemez, C. (2019). Tüketicilerin Kompulsif Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(11), 1961-1975.
- Karayılan, A., & Pirtini, S. (2022). Çocukluk Döneminde Yaşanan Sosyo-Ekonomik ve Duygusal Yoksunluğun Kompulsif Satın Almaya Etkisi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *Turkish Journal of Marketing Research*, 1(2), 113-128.
- Karip, S., Kesen, N.F. & Daşbaş, S. (2020). Genç Yetişkinlerin Kullandıkları Duygu Stilleri ile Aile Aidiyetinin İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(3), s:823-848.
- Kaya, M. (1997). Ailede anne-baba tutumlarının çocuğun kişilik ve benlik gelişimindeki rolü. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(9), 193-204.
- Kesebir, S., İştmez, S., & Gündoğar, D. (2012). Compulsive buying in bipolar disorder: Is it a comorbidity or a complication?. *Journal of affective disorders*, 136(3), 797-802.
- Kır, İ. (2011). Toplumsal bir kurum olarak ailenin işlevleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(36), 381-404.
- King, V. & Boyd, L. M. (2016). Ergenler arasında aile aidiyeti algıları ile ilişkili faktörler. *Evlilik ve Aile Dergisi*, 78(4), 1114-1130.
- King, V., Boyd, L. M., & Pragg, B. (2018). Parent–adolescent closeness, family belonging, and adolescent well-being across family structures. *Journal of family issues*, 39(7), 2007-2036.
- Kiremitçi, S. (2020). Lise öğrencilerinde aile aidiyeti ve şiddet eğilimi arasındaki ilişkinin incelenmesi.(Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- 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.

- Koran, L. M., Faber, R. J., & Aboujaoude, E. (2006). Study of compulsive buying in a community sample of adults. *American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1806-1812.
- Korur, M. G., & Kimzan, H. S. (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.
- Krueger, D. W. (1988). On compulsive shopping and spending: A psychodynamic inquiry. *American Journal of Psychotherapy*, 42(4), 574–584.
- Kukar-Kinney, M., Scheinbaum, A. C., & Schaefers, T. (2016). Compulsive buying in online daily deal settings: An investigation of motivations and contextual elements. *Journal of business research*, 69(2), 691-699.
- Kyrios, M., Frost, R. O., & Steketee, G. (2004). Cognitions in compulsive buying and acquisition. *Cognitive Therapy and Research*, 28, 241-258.
- Lareau, A. (2018). Unequal childhoods: Class, race, and family life. In *Inequality in the 21st Century* (pp. 444-451). Routledge.
- Leake, V. S. (2005). *Steps between, steps within: Adolescents and stepfamily belonging*. University of Kentucky.
- Leake, V. S. (2007). Personal, familial, and systemic factors associated with family belonging for stepfamily adolescents. *Journal of Divorce & Remarriage*, 47(1-2), 135-155.
- Lejoyeux, M., Hourtané, M., & Adès, J. (1995). Compulsive buying and depression. *The Journal of clinical psychiatry*. 56: 38.
- Lesthaeghe, R. (2014). The unfolding story of the second demographic transition. *Population and Development Review*, 40(4), 675-704.
- Levinson, D. J. (1986). A conception of adult development. *American psychologist*, 41(1), 3.
- Malone, G. P., Pillow, D. R., & Osman, A. (2012). The general belongingness scale (GBS): Assessing achieved belongingness. *Personality and individual differences*, 52(3), 311-316.

- Marlatt, G. A., Baer, J. S., Donovan, D. M. ve Kivlahan, D. R. (1988). Addictive Behaviors: Etiology and Treatment. *Annual Review of Psychology*, 39(1), 223-252.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (Rev. Ed.). New York: Harper and Row.
- Mavili Aktaş, A. (2011). *Ben ve ailem*. Konya: Atlas Yayınevi.
- Mavili, A., Kesen, N. F., & Daşbaşı, S. (2014). Aile aidiyeti ölçeği: Bir ölçek geliştirme çalışması. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (33).
- Mavili, A. (2015). *Ben ve ailem*. Konya: Atlas Akademi.
- Mavili, A., Kesen, N. F., & Daşbaşı, S. (2023). Translated article: Family belonging scale: A scale development study. *Current Psychology*, 42, 1337-1344.
- McElroy, S. L., Keck Jr, P. E., Pope Jr, H. G., Smith, J. M., & Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: a report of 20 cases. *The Journal of clinical psychiatry*, 55(6), 242-248.
- Mercanoğlu, C. (2019). *Relationship between sense of belonging and social production of space: analysis of Hasanoğlu High Village Institute* (Master's thesis). Middle East Technical University.
- Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., ... & Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of behavior therapy and experimental psychiatry*, 34(1), 1-9.
- Mirzaoğlu, B. (2023). *Üniversite öğrencilerinin bağlanma stilleri ile flört şiddeti arasındaki ilişkide aile aidiyeti ve otantikliğin aracı rolü*. (Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Moon, M. A., & Attiq, S. (2018). Compulsive buying behavior: Antecedents, consequences and prevalence in shopping mall consumers of an emerging economy. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 12(2), 548-570
- Mukba, G., Kızılok, G. E., ve Yayla, A. (2023). Aile Aidiyetine Çok Yönlü Bakış. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (60), 29-43.

- Murali, V., Ray, R., ve Shaffiullha, M. (2012). Shopping Addiction. *Advances in Psychiatric Treatment*, 18(4), 263–269.
- Müller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Cao, L., Johnson, J., Claes, L., & Zwaan, M. (2012). Mood states preceding and following compulsive buying episodes: An ecological momentary assessment study. *Psychiatry Research*, 200(2-3), 575-580.
- Müller, A., Brand, M., Claes, L., Demetrovics, Z., De Zwaan, M., Fernández-Aranda, F., ... & Kyrios, M. (2019). Buying-shopping disorder—is there enough evidence to support its inclusion in ICD-11?. *CNS spectrums*, 24(4), 374-379.
- Namlı, Z., Tamam, L., Demirkol, M. E., Karaytuğ, M. O. & Özbay, A. (2022). Kadınlarda Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı ile Dürtüsellik İlişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(4), 522-529.
- Nasır, Ş. (2013). Origins of individual differences in the need to belong: the role of parental control. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Koç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Nguyen, H. V., Moschis, G. P., Shannon, R. & Gotthelf, K. (2009). Aile yapısı ve sosyalleşmenin kompulsif satın alma üzerindeki etkileri: Tayland'da bir yaşam kursu çalışması. *Küresel Pazarlama Bilimi Akademisi Dergisi*, 19(2), 27-39.
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of consumer research*, 16(2), 147-157.
- Özoğul, R. (2020). Öğretmenlerde aile aidiyeti ile depresyon, anksiyete ve stres ilişkisi (Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özer, A. (2015). Göç ve aidiyet bağlamında Bulgaristan göçmenlerinde kimliğin yeniden inşası: Mersin örneği (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Özgüven, İ. E. (2017). Evlilik ve aile terapisi. (4.Basım). Ankara: Nobel.
- Öztürk, M. G. (2022). Algılanan stres ve yaşam doyumu ile kompulsif satın alma ilişkisi. (Yüksek Lisans Tezi). Işık Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Pahlevan Sharif, S., She, L., Yeoh, K. K., & 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.
- Pandey, S. K. (2016). The Effect of Deals and Moods on Compulsive Buying: A Study on Young Indian Consumers. *Global Business Review*, 17(2), 438-449.
- Peker, O. (2020). Major depresif bozukluğu olan hastalarda benlik saygısı, mizaç-karakter özellikleri ve baş etme becerilerinin kompulsif satın alma ve çevrimiçi kompulsif satın alma davranışıyla ilişkilendirilmesi (Doktora Tezi). Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Ankara.
- Popenoe, D. (2009). The decline of the family and its consequences for society. *The Journal of Marriage and Family*, 71(5), 1075-1093.
- Ploskonka, R. A., & Servaty-Seib, H. L. (2015). Belongingness and suicidal ideation in college students. *Journal of American college health*, 63(2), 81-87.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Denton, F. (1997). Family structure, materialism, and compulsive consumption. *Journal of consumer research*, 23(4), 312-325.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive buying among college students: an investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy. *Journal of consumer affairs*, 32(2), 295-319.
- Roberts, J. (2000). Consuming in a Consumer Culture: College Students, Materialism, Status Consumption, And Compulsive Buying, *The Marketing Management Journal*, 10 (2), 76 - 91.
- Roberts, J. A. & Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 213-240.
- Roberts, J. A., Manolis, C., & Tanner, J. F. J. (2006). Adolescent autonomy and the impact of family structure on materialism and compulsive buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14(4), 301-314.
- Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>

- Saki, Ü. (2018). Üniversite öğrencilerinin aile aidiyeti düzeylerinin spor ve farklı değişkenler açısından incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Santrock, J.W.(2014).Yaşam Boyu Gelişim.Ankara: Nobel Yayınevi.(13.b.s.) sayfa 418
- Semerci, M., Bayram, M. N., & Koçak, O. (2023). Genç Yetişkinlerin Aile Aidiyeti ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Yalnızlığın Aracı Rolü. *Sosyolojik Bağlam Dergisi* 4 (3), 273-288
- Seyfi, M., Güven, D., & Keklikçi, S. (2021). Sosyal medya pazarlama aktivitelerinin çevrimiçi kompulsif satın alma davranışları ilişkisinde covid19 korkusunun rolü. *International Journal of Communication and Media Research*, 1(2), 174-187.
- Scherhorn, G., Reisch, L. A., & Raab, G. (1990). Addictive buying in West Germany: An empirical study. *Journal of consumer policy*, 13(4), 355-387.
- Scherhorn, G. (1990). The Addictive Trait in Buying Behaviour. *Journal of Consumer policy*, 13(1), 33-51.
- Schneider, J. L. (2009). Compulsive buying: A conceptualization for clinicians. *Journal of Clinical Psychology*, 65(11), 1180-1194.
- Sharif, S. P. & Khanekharab, J. (2017). Identity confusion and materialism mediate the relationship between excessive social network site usage and online compulsive buying. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 20 (8), 494-500.
- Singh, R. ve Nayak, J. K. (2016). Aile ortamının ergen kompulsif satın alma üzerindeki etkisi: benlik saygısının aracılık rolü. *Asya Pasifik Pazarlama ve Lojistik Dergisi*, 28(3), 396-419.
- Slaten, C.D. & Baskin, T.W. (2013). Examining the Impact of Peer and Family Belongingness on the Career Decision- making Difficulties of Young Adults: A Path Analytic Approach. *Journal Of Career Assesment*, 22(1), s: 59- 74.
- Smith, J. Brown, L. & Jones, M. (2010). The impact of economic hardship on family relationships and the role of emotional bonds. *Journal of Family Psychology*, 24, 345-354.

- Sneath, J. Z., Lacey, R., & Kennett-Hensel, P. A. (2009). Coping with a natural disaster: Losses, emotions, and impulsive and compulsive buying. *Marketing letters*, 20, 45-60.
- Somers, M. D. (1999). Development and preliminary validation of a measure of belongingness. Temple University.
- Sözer, A. (2019). Göç, toplumsal uyum ve aidiyet. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(28), 418-431.
- Stone, K. J., Poquiz, J. L., Fite, P. J., & Pederson, C. A. (2023). Family belonging and internalizing symptoms among youth involved with the juvenile justice system. *Youth justice*, 23(1), 117-132.
- Şahin, F., & Karahan, M. O. (2022). Dürtüsel ve kompulsif satın alma arasındaki ilişkinin açıklanmasında tüketici kaygısının rolü: Covid19 Salgını döneminde nicel bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(47), 153-174.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.), Boston: Allyn and Bacon.
- Tamam, L., Diler, R. S., & Özpoymaz, N. (1998). Kompulsif satın alma: Bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230.
- Tamam, L. (2009). Kompulsif satın alma. *Türkiye Klinikleri Psychiatry-Special Topics*, 2(1), 66-74.
- Tarhan N, 2011. *Güzel İnsan Modeli*, İstanbul, Timaş Yayınları.
- Tavares, H., Lobo, D. S. S., Fuentes, D., & Black, D. W. (2008). Compulsive Buying Disorder: a Review and a Case Vignette. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 30, S16-S23.
- Tellefsen, T., & Thomas, G. P. (2005). The antecedents and consequences of organizational and personal commitment in business service relationships. *Industrial Marketing Management*, 34(1), 23-37.
- Terzi, O., & Bayrakdaroglu, F. (2022). Kişiliğin, gösterişçi tüketimin ve internet bağımlılığının kompulsif satın alma üzerindeki etkisi. *Business and Economics Research Journal*, 13(3), 523-544.

- Tezcan M, 1995. Sosyolojiye giriş temel kavramlar, Ankara, Feryal Matbaası, s. 28, 123
- Thomas, T. A., Schmid, A. M., Kessler, A., Wolf, O. T., Brand, M., Steins-Loeber, S., & Müller, A. (2024). Stress and compulsive buying-shopping disorder: A scoping review. *Comprehensive Psychiatry*, 152482.
- Thomson, E., Hanson, T. L., & McLanahan, S. S. (1994). Family structure and child well-being: Economic resources vs. parental behaviors. *Social forces*, 73(1), 221-242.
- Tunç, S. (2019). Üniversite öğrencilerinin aile aidiyeti, evlilik beklentileri ve evlilik tutumları arasındaki ilişki (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türk, Z. (2018). Kompulsif satın alma davranışının demografik özelliklere göre değerlendirilmesi: Görgül bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 1198-1216.
- Türk Dil Kurumu, (2024). Aile sözcüğü sözlük anlamı. 27 Kasım 2024 tarihinde <https://sozluk.gov.tr> adresinden erişildi.
- Topçuoğlu, A. & Myradov, D. (2024). Türk aile yapısında aile içi iletişim doyumu ve aile aidiyetinin incelenmesi (Malatya örneği). *Academic Social Resources*, 6(27), 1177-1190.
- Traş, Z., & Yakıcı, H. B. (2023). Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile depresyon, anksiyete ve stres arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bağımlılık Dergisi*, 24(3), 316-324.
- Usta, M. (2019). Aile işlevselliğinin psikolojik ihtiyaçları karşılamadaki rolü. *Aile Psikolojik Danışmanlığı Dergisi*, 2(2), 1-20.
- Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive Buying: Concept and Measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11(4), 419-433.
- Varveri, L., Novara, C., Petralia, V., Romano, F., & Lavanco, G. (2014). Compulsive buying and elderly men: depression, coping strategies and social support. *European Scientific Journal*.

- Walls, Richard. T. ve Tennie S. Smith, (1970), "Development of preference for delayed reinforcement in disadvantaged children", *Journal of Educational Psychology*, 61: 118-12
- Yakın, V., & Aytekin, P. (2019). İnternet bağımlılığının online kompulsif ve online anlık satın alma davranışlarına etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 20(1), 199-222.
- Yeşil, Z. (2025). Kompulsif satın alma davranışında bilişsel süreçlerin nöropsikolojik testlerle değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Antalya Bilim Üniversitesi, Antalya.
- Yeter, S., (2019). Üniversite Öğrencilerinin Mutluluk Düzeylerinin Aile Aidiyeti ve Manevi Yönelimlerine Göre Yordanması. (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldırım, Y. O. (2022). Stres, obsesyon ve sosyal kaygılar taşıyan insanların kompulsif satın alma davranışlarının incelenmesi. (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmazoğlu, D. (2018). Narsisizm ile alışveriş bağımlılığı arasında bir ilişki var mı?. *Business and Organization Research (International Conference)*. Safranbolu Karabük, 12-14 Eylül 2018.483-496.
- Yılmaz, N.C. (2024). Şizofreni tanılı birey ve ailelerinin aile aidiyeti ve hasta bakım yükü arasındaki ilişkide toplumsal işlevsellik ve duygu dışavurumunun aracılık rolü. (Yüksek Lisans Tezi). Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Konya.
- Yüce, A., & Kerse, Y. (2018). Kişiliğin Kompulsif Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Ampirik Bir Çalışma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 143-156.
- Yüncü, Z., & Kesebir, S. (2014). Compulsive buying scale: Validity, reliability and its psychometric characteristics in our society. *Bağımlılık Dergisi*, 15(3), 142-149.
- Zastrow, C. (2014). Sosyal hizmete giriş. 2. Baskı. Ankara, Nika Yayınevi, s. 261-71.
- Zeybekoğlu-Dündar, Ö. (2016). Değişen ve Değiş(e)meyen Yönleriyle Aile: Yapısı, Türleri, işlevleri. *Değişen Toplumda Değişen Aile Sosyolojik Tartışmalar*, 39-62.

EKLER

Ek-1: Katılımcı Onam Formu

Bu araştırma, Psikolog Berre Nur Ustacan tarafından Sabahattin Zaim Üniversitesi Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Yüksek Lisans Tez çalışması kapsamında yürütülmektedir. Araştırmanın amacına ulaşması için sizin içten ve doğru bir şekilde verdiğiniz cevaplar önem arz etmektedir. Katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır ve istediğiniz zaman çalışmadan çekilme hakkına sahipsiniz. Verileriniz anonim olarak toplanacak ve yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Araştırma bulguları raporlanırken kimliğinizi açığa çıkarabilecek hiçbir bilgi paylaşılmayacaktır. Çalışmayı tamamlamanız yaklaşık 10-15 dk sürecektir. Bu çalışmaya katkı sağladığınız için teşekkür ederiz.

1. Yaşınız

Lütfen yaşınızı girin:

2. Cinsiyetiniz

Kadın ()

Erkek ()

3. Eğitim Durumunuz

İlkokul/Ortaokul ()

Lise ()

Lisans ()

Lisansüstü ()

4. Yaşadığınız aile tipi

Çekirdek Aile ()

Geniş Aile ()

Tek Ebeveynli Aile ()

5. Ekonomik durumunuzu nasıl tanımlarsınız?

Düşük () Orta () Yüksek ()

6. Medeni durumunuz?

Bekar () Evli ()

7. Bu zamana kadar psikolojik destek aldınız mı?

Evet () Hayır ()

8. Günlük hayatınızda stres düzeyinizi nasıl algıyorsunuz?

Düşük () Orta () Yüksek ()

9. Canınız sıkkın olduğunda kendinizi alışveriş ortamında buluyor musunuz?

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Çoğunlukla () Her zaman ()

10. Hayatta en mutlu olduğum anlar alışveriş yaptığım zamanlardır.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Çoğunlukla () Her zaman ()

11. Alışveriş tercihlerinizde sosyal medyanın etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Çoğunlukla () Her zaman ()

12. Satın aldığım ürünlerin bana sosyal statü kazandırdığını düşünürüm.

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Çoğunlukla () Her zaman ()

13. Çocukluk çağlarınızda ailenizin ekonomik durumunu hangi düzeyde algıyorsunuz?

Düşük () Orta () Yüksek ()

14. Çocukluk çağlarınızda satın almak istediğiniz şeylere ulaşabilmeniz hangi sıklıkla mümkün olurdu?

Hiçbir zaman () Nadiren () Bazen () Çoğunlukla () Her zaman ()

Ek-2: Aile Aidiyeti Ölçeği

Açıklama: Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuyarak düşüncelerinizi (X) işareti ile belirtiniz. İfadelerin doğrusu veya yanlışı yoktur. Bu nedenle ifadeyi okuduğunuzda aklınıza gelen ilk cevap sizin tutumunuzu en iyi yansıtan olacaktır.

Lütfen bir ifadeyi okuduktan sonra aklınıza ilk gelen seçeneği işaretleyiniz. İşaretsiz ifade bırakmayınız. Size verilen kağıt üzerine adınızı yazmayınız, kimliğinizi belirtecek herhangi bir işaret koymayınız.

| Sorular | Hiç katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Tamamen katılıyorum |
|--|------------------|--------------|------------|-------------|---------------------|
| 1. Aileme güçlü bir şekilde bağlılık hissediyorum. | | | | | |
| 2. Ailemde hayır deme hakkımız hep korunur. | | | | | |
| 3. Ailemin önemli bir parçasıyım. | | | | | |
| 4. Ailemin beni desteklediğini hissediyorum. | | | | | |
| 5. Ailemde birçok kişi benim için bazı zevklerinden vazgeçmez. | | | | | |
| 6. Ailemde kendimi değerli hissediyorum. | | | | | |
| 7. Ailemin bana güvendiğini hiç hissetmedim. | | | | | |
| 8. Ailemin bana saygı gösterdiğini hep görmüşümdür. | | | | | |
| 9. Ailemde kararları birlikte almayız. | | | | | |
| 10. İhtiyaç içinde ve hasta olduğumda ailem hemen destek olur. | | | | | |
| 11. Ailemle birlikte zaman geçirebiliyoruz. | | | | | |
| 12. Kendimi evimde ve ailemle birlikte mutlu hissetmiyorum. | | | | | |
| 13. Sevgi ve hoşgörü ailemin önemli bir parçasıdır. | | | | | |
| 14. Ailem bana özen gösterir. | | | | | |
| 15. Bende aileme özen gösteririm. | | | | | |
| 16. Ailemde eleştiri hakkımız özenle korunur. | | | | | |
| 17. Bir daha dünyaya gelsem aynı ailede doğmak isterdim. | | | | | |

Ek-3: Kompulsif Satın Alma Ölçeği

| | Hiçbir Zaman 1 | Nadiren 2 | Bazen 3 | Çoğunlukla 4 | Her Zaman 5 |
|---|----------------------|--------------|------------|-----------------|-------------------|
| 1. Param olduğunda tamamını ya da bir kısmını harcamadan duramam. | | | | | |
| 2. Bir şey satın alırken çoğunlukla ani ve düşüncesizce davranırım. | | | | | |
| 3. Alışveriş merkezine girer girmez, bir şey satın almak için karşı konulmaz bir istek duyarım. | | | | | |
| 4. Pek çok ürünün tanıtım, reklam ya da indirim çağrısına çoğunlukla uyan insanlardan biriyim. | | | | | |
| 5. Çok az param kaldığında bile, ihtiyacım olmayan ürünleri satın almak sık sık yaptığım bir şeydir. | | | | | |
| 6. Benim için alışveriş, gevşeme ve günlük hayatın stresinden kurtulma yoludur. | | | | | |
| 7. Bazı zamanlar, içimden bir şeyin beni alışveriş yapmaya ittiğini hissedirim. | | | | | |
| 8. Bir şey satın almak için karşı konulmaz bir istek duyduğum zamanlar olur. | | | | | |
| 9. Çoğu kez, gidip bir şey satın almak için açıklanamaz bir istek, ani ve kendiliğinden gelen bir arzu duyarım. | | | | | |
| 10. Zaman zaman, bir şey satın aldıktan sonra kendimi suçlu gibi hissedirim çünkü bunu mantıksız bulurum. | | | | | |
| 11. Satın alma davranışımın mantıklı olmadığını algılanmasından çekindiğim için satın alıp kimseye göstermediğim şeyler vardır. | | | | | |
| 12. Bazı zamanlar, "Bunu bir daha yaparsam..." diye düşünsem de sonrasında bunu yaptığımı ya da söylediğime pişman olurum. | | | | | |

ÖZGEÇMİŞ

Berre Nur Ustacan

A. EĞİTİM

Yüksek Lisans: İZÜ, Aile Danışmanlığı ve Eğitimi, 2025, İstanbul

Lisans: İZÜ, Psikoloji, 2021, İstanbul

B. AKADEMİK DENEYİM

-

C. İLGİ ALANLARI

Resim Çizmek, Seyahat Etmek, Kitap Okumak

D. YAYINLARI

-